



ISSN: 2619-9548

Journal homepage: [www.joghat.org](http://www.joghat.org), <http://dergipark.gov.tr/joghat>

Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel (JOGHAT)

2020 – Volume: 3 Number: 2

Page: 284-298

Received: 20.12.2020

Revised: 23.12.2020

Accepted: 27.12.2020

Derleme Makale (Review Article)

**DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE MEDİKAL TURİZM KAPSAMINDA PLASTİK VE ESTETİK CERRAHİ UYGULAMALARIN HİZMET PAZARLAMASI KARMASI PERSPEKTİFİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ (THE EVALUATION OF PLASTIC AND AESTHETIC SURGERY APPLICATIONS IN THE WORLD AND TURKEY FROM THE SCOPE OF SERVICE MARKETING MIX)**

**Saadet Pınar TEMİZKAN<sup>1\*</sup>** (orcid.org/0000-0002-8200-9564)

**Rahman TEMİZKAN<sup>2</sup>** (orcid.org/0000-0002-9750-1543)

<sup>1</sup> Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Turizm Fakültesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir/Türkiye

<sup>2</sup> Turizm Rehberliği, Turizm Fakültesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir/Türkiye

### ÖZET

Dünyada ve Türkiye’de medikal turistlerin önemli bir kısmının plastik ve estetik cerrahi müdahaleler için seyahat ettikleri görülmektedir. Plastik ve estetik cerrahiye dayalı medikal turizmde rekabet avantajı elde edebilmek için pazarlama karmasının yönetilmesi önemli rol oynamaktadır. Bu çalışmanın amacı, plastik ve estetik cerrahi uygulamalarının hizmet pazarlama karması açısından teorik bir değerlendirmesini yapmaktır. Bu çalışma, plastik ve estetik cerrahi uygulamalarının medikal turizm içindeki yerini gösterdiği için literatüre önemli bir katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, pazarlama karmasının yönetilmesi konusunda sektöre, merkezi ve siyasi otoritelere öneriler sunduğu için önemlidir. Çalışmanın sonuçlarına göre plastik ve estetik cerrahi uygulamalar medikal turizmde önemli bir paya sahiptir. Türkiye pazarlama karmasını oluşturan ürün, fiyat, süreç, fiziksel ortam ve insan unsurları konusunda avantajlı bir konumdadır. Dağıtım ve tutundurma faaliyetlerini geliştirmelidir.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık Turizmi, Medikal Turizm, Plastik ve Estetik Cerrahi Uygulamalar, Pazarlama Karması

### ABSTRACT

It has been observed that a significant portion of medical tourists in the world and Turkey have been traveling for plastic and aesthetic surgical and non-surgical interventions. In order to gain competitive advantage in medical tourism based on plastic and aesthetic surgery, the management of the marketing mix plays an important role. The aim of this study is to make a theoretical evaluation of plastic and aesthetic surgery applications in terms of service marketing mix. This study makes an important contribution to the literature as it shows the place of plastic and aesthetic surgery applications in medical tourism. It is also important as it offers recommendations to the industry, central and political authorities about the management of the

**Makale Künyesi:** Temizkan, S. P. ve Temizkan, R. (2020). Dünyada ve Türkiye’de Medikal Turizm Kapsamında Plastik ve Estetik Cerrahi Uygulamaların Hizmet Pazarlaması Karması Perspektifinden Değerlendirilmesi, 3(2), 284-298. DOI: 10.33083/joghat.2020.50

\*Sorumlu Yazar: pinartemizkan@hotmail.com

marketing mix of medical tourism. According to the results of the study, plastic and aesthetic surgery applications have an important share in medical tourism. Turkey has got advantageous positions in the product, price, process physical environment and human factors from the marketing mix elements. Turkey should improve the distribution and promotion activities.

**Keywords:** Health Tourism, Medical Tourism, Plastic ve Aesthetic Surgical Applications, Marketing Mix