

BİR İHTİSASLAŞMA MODELİ: ENGELLİLER İÇİN ULAŞILABİLİR TURİZM TUR PROGRAMI ve TUR FİYATLANDIRMASI ÖRNEĞİ*

Gamze ÖZOĞUL¹, Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN²

ÖZ

Özel gereksinimi olan bireyler (hamile, işitme engelli, yaşlılar vb.) turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerin sunduğu ürün ve/veya hizmetteki birtakım eksiklikler nedeni ile seyahat ve tatil satın alma kararından vazgeçebilmektedir. Seyahat ve tatil bu büyük azınlığın, toplumun diğer kesimleri ile kaynaşmalarında önemli bir rol oynarken aynı zamanda turizm endüstrisi için de önemli bir fırsat oluşturmaktadır. Ancak, turizm endüstrisindeki işletmeler bu pazarda faaliyet göstermek için bazı yatırımlar yaparak seçilebilir olmak durumundadır. Bu bakımdan çalışmada, alanında ihtisaslaşmak isteyen X seyahat acentası için ulaşılabilir turizmde engellilere yönelik bir tur programı ve tur fiyatlandırması model olarak sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sağlık turizmi, ulaşılabilir turizm, ihtisaslaşma, tur programı, tur fiyatlandırması

*Bu çalışma 13-16 Kasım 2014 tarihinde 15. Ulusal Turizm Kongresi'nde sunulmuştur. Çalışma, gelen eleştiriler doğrultusunda geliştirilmiştir. Ulaşılabilir bir tur programının engelli turistler tarafından satış fiyatının da bilinmesinin uygun olacağı doğrultusunda düzenleme yapılmıştır.

¹Dokuz Eylül Üniversitesi, Efes Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, gamze.ozogul(at)deu.edu.tr

²Bilim Uzmanı, Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, günseli-8148(at)hotmail.com

A SPECIALIZATION MODEL: ACCESSIBLE TOURISM TOUR PROGRAMME and TOUR PRICING SAMPLE for DISABLED PEOPLE

ABSTRACT

Individuals who have specific needs (like pregnant, hearing impaired, elders etc.) may give up decision of purchasing travel and holiday because of a certain number of deficiencies in product and/or service offered by enterprises operating in tourism industry. Travel and holiday are not only playing an important role in integration this great minority with other sectors of society but also constitutes an important opportunity for the travel industry. But the businesses in tourism industry should be able to provide products/services in accordance with this market, have the competitive advantage and be selected by doing the necessary investments. Therefore in this study, a tour program for disabled people in accessible tourism and the tour pricing model was presented for an X travel agency who wants to be specialize in the field.

Key Words: Health tourism, accessible tourism, specialization, tour programme, tour pricing

Özoğul, Gamze, Güçlütürk. ve Baran, Günseli. “Bir İhtisaslaşma Modeli: Engelliler için Ulaşılabilir Turizm Tur Programı ve Tur Fiyatlandırması Örneği”. *Ulakbilge* 5. 15 (2017): 1413-1435

Özoğul, G., Güçlütürk. ve Baran, G. (2017). Bir İhtisaslaşma Modeli: Engelliler için Ulaşılabilir Turizm Tur Programı ve Tur Fiyatlandırması Örneği. *Ulakbilge*, 5 (15), s.1413-1435.

Giriş

Birleşmiş Milletler (BM) Engelli Hakları Sözleşmesi ile birlikte hakları dile getirilen engelliler için tüm dünyada “Engelsiz Turizm” düşüncesi giderek yaygınlaşmaktadır (Kilimci, 2008). Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization/WHO) (WHO, 2011) 785 milyondan fazla olan engelli nüfusun ulaştırma, konaklama ve bilgi-iletişim kapsamında engellerle karşılaştığını, zor bir şekilde seyahat ettiğini belirtmekte ve diğer bir taraftan engellilerin daha bağımsız hareket etmeleri için bazı önlemlerin alınması gerektiğini vurgulamaktadır. Chen (2004) engelsiz turizm sağlamanın hükümetlerin sorumluluğu olduğunu belirtmiştir. Öncelikle engellilerin sosyal hakları olan çevre, fiziksel donanım ve çalışan davranışları ile ilgili rahatsızlıkları bulunmaktadır. Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler tarafından bu konuda engellilerin karşılaştığı zorlukların ortadan kaldırılmasına yönelik uygulamaların gerçekleştirilmesi de oldukça önemlidir (Poria, Reichel & Brandt, 2011).

Engelliler için yıllardır ihmal edilmiş etkili yasal düzenlemelerin birçok ülkede (özellikle de gelişmiş ülkelerde) hayata geçirilmesi ile birlikte engelliler daha fazla seyahat etmeye başlamışlardır. Türkiye’de yaşayan veya Türkiye’ye gelen engelli insanların turizm hareketi içerisinde yaşam standartlarını iyileştirmek amacı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Ancak bu yasal düzenlemelerin neden her otelde olmadığı ve her engelli insan için bunların ne kadar yeterli olduğu soruları akıllara gelmektedir. Diğer taraftan engelli insanların otel dışına çıktıklarında da yaşadıkları farklı sorunlar bulunmaktadır. Ören yerlerinde, müzelerde, şehir merkezlerinde, yiyecek içecek işletmelerinde, plaj işletmelerinde, trafikte ve ulaşım araçlarında bazı engeller bulunmaktadır. Tur programlarının engelli insanların katılımı düşünülmeden hazırlanması karşılaşılan diğer önemli bir sorundur. Bu bakımdan engelli insanların da katılımını teşvik edecek şekilde bir turun planlanması, hem ulaşılabilirlik için yeni düzenlemeleri sağlayabilir hem de turizmde farkındalık yaratarak turizme sosyal, ekonomik ve kültürel olarak katkıda bulunabilir.

1. Seyahat Acentacılığı

Seyahat acentaları, ulaştırma, tatil, serbest/boş zaman değerlendirme, konaklama ve hizmet kavramları ile ilişkili olarak faaliyet gösteren işletmelerin ürettikleri mal ve hizmetleri turistik tüketicilere sunan ve satan kuruluşlardır (İçöz, 2003). Bir başka tanıma göre seyahat acentaları kâr amacıyla turistlere ulaştırma, konaklama, gezi, spor ve eğlence olanakları sağlayan, onlara turizmle ilgili bilgiler

veren, bu konuya ilişkin tüm hizmetleri gören ve turizm ekonomisi ile genellikle ödemeler dengesine katkıda bulunan ticari kuruluşlardır (Sezgin, 2001: 247).

Seyahat acentaları, geniş anlamda yolculuk yapmak isteyen herhangi bir kişinin yolculuğuna ilişkin tüm gereksinimlerini karşılayan ticari bir kuruluştur (Ahipaşaoğlu, 2001). Türkiye’de seyahat acentalığı faaliyeti göstermek isteyen kuruluşların 1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu çerçevesinde başvuru ve kuruluş için gerekli yasal prosedürü tamamlamaları gerekmektedir.

Seyahat acentalarının tarihsel gelişimi içinde varmış olduğu şu anki noktada bilgi iletişim teknolojilerinde gerçekleştirilen yenilikler bulunmaktadır. Ancak birçok kişinin bireysel olarak çevrimiçi (online) doğrudan rezervasyon yapabilmesi, tur satınalabilmesi ve bununla birlikte durgun ekonominin de seyahat işletmelerini olumsuz yönde etkilemesi, seyahat acentalarının faaliyetlerine devam edebilmeleri açısından ihtisaslaşmalarını gerektirmektedir (Zeiger, 2011).

2. Seyahat Acentalarında İhtisaslaşma

Turizm endüstrisini etkileyen gelişmeler bakımından uzak mesafelere ulaşımın kısalması, yolculuk etmenin ucuzlaması ve iş hayatında iyileştirmelerin yapılması tatil zamanlarını etkin geçirilmesi anlayışına neden olmuştur (İçöz, 2000; Tanrısevdi ve Çavuş, 2003). Bu gelişmelerle birlikte BM Dünya Turizm Örgütü’nün (United Nations World Tourism Organization-UNWTO) verilerine göre 2013 yılında dünyada seyahat eden turist sayısı 1,087 milyon kişiye ulaşmıştır. 2030 yılında ise bu sayının 1,809 milyon kişiye ulaşması beklenmektedir (UNWTO, 2014). Bu veriler doğrultusunda dünyada turizm hareketinin hız kazanması, dünya turizm pastasından payını almak için ülkeleri, turizm politikaları geliştirmeye yöneltmektedir.

Bir ülkedeki turizm faaliyetlerinin daha kaliteli ve istekleri karşılayan bir şekilde sunulması, pazar araştırmasının ve bölümlendirilmesinin de sistemli ve amaca yönelik yapılmasının sonucunda etkisini göstermektedir. Bu nedenle artık günümüzde turizm işletmelerinin her alanda iyi olması beklenmemektedir. Ayrıca turizmin olumsuz etkileri arasında gösterilen aşırı kalabalıklaşma, çevre/fiziksel varlık tahribatı, gürültü ve turist tatminindeki görelî azalmalar sonucu 1990’lı yıllarda yeni bir değişim eğilimi kendini göstermiştir. Bu eğilimlerin başında turistik tüketicilere ait seyahat motiflerinin özel ilgi alanlarına kayması gelmektedir. Özel ilgi grupları geleneksel turizm hareketlerinden daha aktif, çevreye daha duyarlı ve daha hoşgörölü olmasından dolayı ayrılmaktadır (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003). Diğer

bir ifade ile daha farklı ihtiyaçlara ve isteklere cevap verebilecek durumda olmalarına rağmen işletmeler, bir alanda ihtisaslaşmayı tercih edebilmektedir.

Yoğun bir rekabet ortamında faaliyet gösteren seyahat acentaları yaşanan değişimlere uzmanlaşarak uyum sağlamaya çalışmaktadır. Acentaların ihtisaslaşması, kırsal, tarımsal turizm ve yiyecek turizmi, yürüyüş, macera, sanat, kültür, festival, kruvaziyer, binicilik, balıkçılık, avcılık, kuş gözlemleme, su altı dalışı, balayı, din, mağaracılık turizmi ve sağlık turizmi (Douglas, Douglas & Derrett, 2001; Ulusan ve Batman, 2010; ASTA, 2013) gibi yeni ve/ya tek bir alanda daha az turist için faaliyet göstermesidir. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmaya göre Türkiye’de uzmanlık alanlarına göre acenta sayısı 3359 acentadan 1182 acentanın yanıt vermesi ile 38 farklı uzmanlık alanıdır. Bunların içinde sportif/özel ilgi 210 adet ve engellilere özel 69 adet acenta bulunmaktadır (TÜRSAB, 2002).

Kitlesel pazarlarda bütün pazar için herkesi biraz memnun etmek yerine ihtisaslaşma ile niş pazarda, az sayıda insanı çok tatmin edecek ürün/hizmet arz edilmektedir. Ayrıca yapılan bir çalışmada uzmanlaşan acentaların yaşam süresinin daha uzun olduğu belirlenmiştir (uzmanlaşan acentalar %95.7, diğer %49.3 (5 yıl)) (Joselyn, 2012). İhtisaslaşmanın bir diğer avantajı ise reklamdır. Çünkü bu acentalar, niş alanlara hitap eden yayınlara/medyaya odaklanmaktadır. Diğer taraftan memnun olan bir turist, ağızdan ağıza iletişim (word-of-mouth) yolu ile ilgili acentayı başkalarına önerebilecektir. Kısaca son yıllarda turizm alanındaki eğilimler üzerinde yapılan araştırmalardan elde edilen sonuçları özetlemek gerekirse ortaya tek bir gerçek çıkmaktadır: ihtisaslaşma.

Dünyada ihtisaslaşma alanlarından biri olan sağlık turizmine ilişkin seyahatlerin ve ilginin artması ile ülkelerin sağlık turizmi çalışmaları da bu doğrultuda artmaktadır. 2010 yılında sağlık turizminin pasta büyüklüğünün milyar dolarlar olduğu ve yaklaşık 35 ülkenin bu pastadan pay aldığı görülmektedir (Deloitte, Global Survey of Health Care Consumers, 2010/2011; T.C. Sağlık Bakanlığı, 2012). Sağlık turizmi, tıp (medikal) turizmi, termal turizm, spa (salus per aquam-sudan gelen sağlık) ve wellness (kendini iyi hissetme), ileri yaş ve engelli turizmi olmak üzere dört farklı başlık altında incelenmektedir. Bu çalışmada ise sağlık turizmi hakkında genel bilgi verilerek engelli turizmi temel alınmaktadır.

3. Sağlık Turizmi ve Engelli Turizmi

Sağlık turizmi, ikamet edilen yerden başka bir yere sağlık hizmeti almak için planlı yapılan seyahatlerdir ve seyahat edene de “sağlık turisti” denir (T.C.

Sağlık Bakanlığı, 2011). Sağlık turizmi kapsamında özellikle medikal müdahale ve tedavilerdeki fiyat avantajı tıp turizmini hareketlendirmiştir. Kuzey Amerika ve Avrupa ülkelerine göre daha düşük maliyetlerle benzer operasyonları yapan Hindistan, Singapur, Tayland başta olmak üzere, Amerika Birleşik Devletleri, Malezya, Almanya, Meksika, Küba ve Türkiye gibi ülkeler tıp turizminde ön sıralarda yer almaktadır. Türkiye, son on yıl içinde faaliyetlerini artırdığı sağlık turizmi alanında yetkin personeli, yeterli sayıda sağlık kuruluşları, turizm alanındaki deneyimi ve uygun maliyetli sağlık hizmetleri ile daha üst sıralarda yerini alabilir (Jagyasi, 2010; Aktepe, 2013; Wikipedia, 2014).

Türkiye bir yandan tıp alanında verdiği hizmetler, öte yandan termal kaynakları ve spa-wellness olanakları ile sağlık turizmi konusunda önemli görülen bir potansiyel taşımaktadır. İleri yaş ve engelli turizmi için ise daha kapsamlı düzenlemelere ve iyileştirmelere ihtiyaç vardır. Böylece engelli bireylerin katılacağı faaliyetler kapsamında gösterilen gezi turları (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2011) daha etkin gerçekleştirilebilir. Zira engelli birey, fiziksel, zihinsel, ruhsal ve duyuşsal yetilerinde çeşitli düzeyde kayıplarından dolayı toplumda diğer bireylerle eşit koşullarda tam ve etkin katılımı kısıtlanan, ayrıca diğer insanların tutumları ve çevre koşullarından etkilenendir (T.C. Başbakanlık Mevzuatı Geliştirme Yayın Genel Müdürlüğü, 2005).

Sağlık turizmi ve engelli turizmine katılanlar arasında da bir ilişki olduğu söylenebilir. Tıp turizmi kapsamında hem tatil hem de tedavi için gelen turistlerin operasyon geçirmesi ile ulaşılabilirlikte yaşayabileceği sıkıntılar veya bu turistlerin engelli ya da ileri yaşta olabileceği düşüncesi ve termal turizm için tatile gelen turistlerin de engelli veya ileri yaşta olma olasılığı da bulunmaktadır. Tüm bu sayılanlar fiziksel ortamda ulaşılabilirlikleri kısıtlamaktadır. Türkiye'ye 2011 yılında sağlık turizmi amaçlı 500 bin kişi gelmiştir. Bu sayının 250 bin kişisi termal turizmden, 130 bin kişisi tıp turizminden geriye kalan 120 bin kişi ise ileri yaş (bu grubun yaşlanma nedeniyle hareketleri kısıtlanarak engelliler ile ortak sorunları bulunmaktadır) ve engelli turizminden Türkiye'yi tercih etmiştir (Cinel, 2012). Ancak Türkiye'de turizm faaliyetlerine katılan sadece engelli kişi sayısını gösteren ayrı bir bilgiye ulaşamamıştır.

Gelişmiş ülkeler başta olmak üzere birçok ülke tarafından sağlık turizmine olan ilginin artırılması ve ilgili turistlerin sağlık turizmine katılması için çaba sarf edilmektedir. Dünya nüfusunun yaşlanması, doğal afet ve felaketler, savaşlar, trafik kazaları ve doğuştan gelen bir takım hastalıklar vb. nedenlerden dolayı engelli nüfusu dünya çapında artmaktadır. Engelliliğe bakış açısının ülkelerin altyapı anlamında birtakım yasal düzenlemeleri uygulamaya koyması ve eğitimler ile

olumlu yönde geliştirilmesi turizm endüstrisine de yansımış ve sağlık turizmi içinde engelli turizmi önemli bir niş pazar haline gelmiştir (Kırlar ve Özgen, 2013).

Seyahati engelliler için bir hak olarak gören modern toplumlar ve toplumun tüm kesimlerinin bu doğrultuda örgütlenmesi yolunda geçmişten günümüze birçok adım atılmıştır. 1981 yılının BM tarafından Uluslararası Engelliler Yılı olarak ilan edilmesi, yine herkes için eşitlik ilkesini benimseyen BM'ce 1983-1992 yıllarının Engelli İnsanlar On Yılı olarak belirlenmesi, bu dönemde belirginleşen ve Engelli İnsanlara Yönelik Dünya Eylem Programı ile daha da gelişen anlayış ve BM Genel Sekreteri Kofi Annan'ın, 1997 yılındaki Dünya Engelliler Günü nedeniyle verdiği mesajda engellileri dünyanın "en büyük azınlığı" olarak nitelendirmesi önemli gelişmeler arasındadır. Bugün dünyada sayısı milyonlarla ifade edilen insan fiziki ya da zihinsel bir engel ile yaşamaktadır. BM, dünya nüfusunun yaklaşık %15'inin engelli olduğunu belirtmektedir. Bazı kurumlara kayıt yaptıran engellilere ait bilgilerin toplandığı Ulusal Özürlüler Veritabanı (ÖZVERİ)'ne göre Türkiye'de ise 1.802.863 engelli kişi (Haziran/2014) bulunmaktadır (Çizel, Sönmez ve Akıncı, 2012; T.C. Sağlık Bakanlığı, 2012; Dünya Sağlık ve Üçüncü Yaş Turizmi Kongresi, 2013; T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2014a).

Dünyada engellilerin bağımsız hareket edebilecekleri koşulların yerine getirilmemiş olması daha büyük bir engel olarak görülmektedir. Bu bağlamda Türkiye'de fiziksel çevrenin, toplu taşıma araçlarının ve trafiğin yaşlı ve engelli turistler için düzenlenmesi ile Türk yaşlısı ve engellisi için de dolaylı bir yatırım yapılmış olacaktır. Kısaca engelli turizmde temel şart, engelli turistlerin ihtiyaçlarına yanıt verebilen tesisin, çevrenin ve çalışanların varlığıdır (Tufan, 2014). Nitekim sadece Almanya'da 1993 yılında engelliler içinden %19'unun seyahate çıktığı belirtilmektedir (Winkler, 1994).

Tüm Avrupa Birliği (AB) ülkeleri arasında Almanya, İngiltere ve Fransa hem yurtiçi hem de AB içi ulaşılabilir turizmde iyi bir kaynak pazardır. Avrupa Komisyonu (European Commission (EU)) ve DG ENTR (2013) Avrupa'da engelli bireylerin yarısından fazlasının gerçekleştirdiği seyahatlerin 2012-2013 dönemi için toplam 170 milyon günlük seyahatlere, konaklamalı seyahatlerin ise yine benzer bir sayıya ulaştığını belirtmiştir. 65 yaş ve üstü turistlerin ise yine aynı dönemde gerçekleştirdiği günlük seyahatlerin 225 milyona, konaklamalı seyahatlerin ise 217 milyona ulaştığı ifade edilmiştir. Diğer bir taraftan AB'de özel ulaşılabilirlik gereksinimi olan bireylerin gerçekleştirdiği seyahatler ise 783 milyona ulaşmıştır. Ayrıca EU ve DG ENTR (2013) tarafından yapılan çalışmada AB ülkeleri kapsamında ulaşılabilir turizm talebinin 2020 yılında 862 milyon seyahate ulaşabileceği ifade edilmiştir. Engelli ve ileri yaş turizmine katılan turist sayısının

artması göz önüne alınarak ulaşılabilirlik kapsamında çalışmalar artmakta ve iyileştirmeler yapılmaktadır.

Hong Kong'da engelli bireylerin algısına yönelik yapılan araştırma sonucuna göre katılımcılar, engellilerin istek ve ihtiyaçlarının seyahat acentaları tarafından karşılanamadığı ve acentaların bu yöndeki başarısızlığının ise engellilerin turizme katılımını sınırladığı bulgulanmıştır (McKercher, Packer, Yau & Lam, 2003).

Engellilerin turizm sektöründen beklentilerini belirlemek üzere yapılan bir araştırma sonucunda (Arıcı, 2010), altyapının yetersiz olduğu, seyahat acentalarının engellilere yönelik yeterli ürün/hizmet sunmadığı ve araçların da engellilere göre uygun olmadığı belirlenmiştir.

Akdeniz Üniversitesi Proje Geliştirme, Uygulama ve Araştırma Merkezi'nin yürüttüğü Çizel, Sönmez ve Akıncı (2012) tarafından hazırlanan araştırmada ise katılımcıların büyük bir kısmının doğuştan genetik engelli olduğu bulgulanmıştır. Engellilerin yarıda fazlası ise orta yaş grubundadır. Engellilerin % 51,05'inin engel türüne uygun sivil toplum örgütlerine üye oldukları, cep telefonu ve bilgisayar kullanabildikleri ve özellikle çevresel seyahat engeli ile karşılaştıkları belirlenmiştir. Araştırmanın diğer bir bulgusu da engellilerin seyahat güdülerinin dinlenmek, eğlenmek, fiziksel ve psikolojik baskıdan kurtulmak ve ayrıca sevdikleri ile bir şeyler paylaşmak olduğudur. Diğer taraftan engelliler için tatile çıkmak için fiyatların düşmesinin, engel şekline uygun düzenlemelerin yapılmasının ve aile bireyleri ve refakatçilerle birlikte tatil yapabilme olanağı sunulmasının turizme katılımı arttıracığı yönünde görüş bildirdikleri araştırmanın diğer bulguları arasındadır. Yine bu araştırma sonucunda görme-duyma engellileri için oda telefonundan kabul yerinin aranması sonucu veya yüzyüze iletişimde duyma engelli kişi ile nasıl bir iletişim kurulacağı (işaret dilinin herkes tarafından bilinmemesi) gibi sorunlar olduğu saptanmıştır.

Türkiye'de İzmir il merkezinde ve ilçelerinde konaklama işletmelerine yönelik Kırlar ve Özgen (2013) tarafından yapılan araştırma sonucuna göre ulaşılabilirlik kapsamında basamaklar, asansörler, genel tuvaletler, plajlar, otellere rehber köpek kabul edilmesi gibi hususlarda bazı otellerin yasal yükümlülükleri gereği tekerlekli sandalye kullanan ortopedik engelliler için kullanıma uygun birtakım düzenlemeler yaptığı ve bu düzenlemeler içinde diğer engelli gruplarına yönelik önlemlerin ise az sayıda olduğu bulgulanmıştır.

Sonuç olarak engelsiz bir turizm hareketi için gerekli iletişim, fiziksel ve çevre düzenlemelerinin geliştirilmesi gerekliliği ile karşılaşmaktadır. Ulaşılabilirlik kapsamında yapılan birçok araştırma konaklama işletmelerine özgü fiziksel durum tespiti üzerine yöneliktir. Ancak bunun yanında engelli turistlerin gideceği çevre gezileri, müze ve ören yerleri, konaklama işletmesi dışındaki anlaşmalı restoran ve eğlence yerleri ile ilgili bir tur programı ve fiyatlandırması kapsamında yapılmış bir araştırma ile karşılaşmamıştır. Bu bakımdan bu çalışma kapsamında “turizm engel midir?” sorusundan ve “her yerde (ulaşılabilir), herkes (engelsiz birey) için sürdürülebilir turizm ve ihtisaslaşma” düşüncesinden hareketle bir tur programı modeli ve ulaşılabilir tur fiyatlandırması geliştirilmesi amaçlanmıştır.

4. Bir İhtisaslaşma Modeli: Ulaşılabilir Turizm

Dünyada birçok turist için gidilecek yerlerin ya da satın alacakları turistik ürünlerin ulaşılabilirliği satılma sürecinde oldukça önemlidir. Engelli insanlar ve aileleri ulaşılabilirlik özelliklerini içeren turistik hizmetler/ürünler aramaktadırlar. Nitekim her turist gibi engelli insanlar da ziyaret için seçtiği yönelim merkezleri ve seyahatleri ile ilgili bazı beklentilere sahiptir. Bu yönde seyahat acentaları kurumsal bir anlayış içerisinde temel yeteneklerine odaklanma yanında turistlere sadece niceliksel olarak değil niteliksel olarak da önem vermelidir.

Ulaşılabilir turizm, görme, işitme, hareket kısıtlılığı vb. olan bireylerin ulaşılabilirlik gereksinimlerinin eşitçe ve bir kişiye bağımlı olmadan (bağımsız bir şekilde) karşılanmasına yönelik evrensel olarak tasarlanmış turistik ürünün, hizmetin ve ortamın sunulmasını ve paydaşlar arasında işbirliği sürecini de içeren bir turizm şeklidir (Darcy & Dickson, 2009; UNWTO, 2013). Turizmde ulaşılabilirlik, turistik ürünün kullanımının önünde engellerin olmaması ile ilgilidir. Bu genellikle fiziki ulaşılabilirlik, bilgi ve iletişim ulaşılabilirliği gibi görünse de eğitimsiz personeller de engelliler için ciddi bir engel teşkil etmektedir. Engelli kavramı ise seyahate yönelik farklı gereksinim ve yeterli düzeyine sahip bireylerin çeşitliliğini belirtmektedir. Öyleyse engellileri herhangi bir tüketici olarak kabul ederek olumsuz yargıya kapılmadan anlayabilmek gerekmektedir (Yenişehirlioğlu ve Türkay, 2013). Nitekim herkes için ulaşılabilirlik düşüncesi kapsamında engelliler için yaşamlarını her alanda kolaylaştırıcı düzenlemelerin yapılması, ülkelerin çağdaşlık düzeylerinin de göstergelerinden biridir.

Kısaca birçok turistik işletmenin engelli insanlar için fiziki olarak ulaşılabilir olmaması, engelli turistlerin nasıl karşılanacağı konusunda eğitilmiş olan işgören sayısının az olması, bazı ülkelerin ulaşılabilir turizmle yönelik stratejilerden yoksun kalması gibi sorunların göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Ayrıca

ulaşılabilirlik kavramının, turizm sektöründe moda bir kavram (buzzword) olmamasına rağmen, turizmde sürdürülebilirlik kavramı ile ilgili de 10 yıl öncesi düşünüldüğünde ulaşılabilir turizmin de arz ve talep açısından benzer bir şekilde gelişime uğrayabileceğini belirtmek mümkündür.

Türkiye’de yaşıyan ya da Türkiye’ye gelen engelli insanların turizm hareketi içerisinde yaşam standartını yükseltmek amacı ile 1991 yılından itibaren Kültür ve Turizm Bakanlığınca çeşitli yasal düzenlemeler yapılmış ve belgeli yatırım ve işletmelerden bu düzenlemelere uymaları istenilmiştir. 21.06.2005 Tarih ve 25852 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik ile; toplam kapasitesi seksen oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde en az bir oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin % 1’i oranında odada, ayrıca tesis girişı, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme-içme ünitesinde, temalı parklar ile eğlence merkezlerinde ise kendi türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde bedensel engellilerin kullanımına uygun düzenlemeler yapılarak bunların özel işaretlerle belirtileceği hükme bağlanmış, bu düzenlemelerin uygulama ayrıntıları ise 25.10.2005 tarih ve 25977 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin Uygulanmasına Dair 2005/1 No’lu Tebliğ ile belirlenmiştir. Yönetmelikçe belirtilen düzenlemeler asgari düzenlemelerdir. Yapılması zorunlu olan asgari düzenlemelerden daha fazla nitelikte ve nicelikte engelliler için düzenlemelerin olanak ve talep çerçevesinde yapılması yönünde ise bir engel bulunmamaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014a).

Tüm bu bilgiler ışığında seyahat acentaları engelsiz turizme yönelik asgari düzenlemelerden daha fazlası için istekli olan ve çabalayan işletmelerle bağlantı kurarak ve turistik tüketici beklentilerini analiz ederek onlara uygun hizmet/ürün sunmakla turist memnuniyetini sağlamış olacaktır. Ayrıca Türkiye eşsiz doğal ve tarihi güzellikleri ile zaten turist çeken bir ülkedir. Bu bağlamda ulaşılabilir turizm çabaları ve uygulamaları ile Türkiye dünyada bir marka olabilir. Bu bilgilere dayanarak Türkiye için bir ihtisaslaşma modeli: ulaşılabilir turizm tur programı örneği ve bu tur programının tur fiyatlandırması oluşturulmuştur.

4.1. Ulaşılabilir Turizmde Hedef Kitle

Dünya Sağlık Örgütü’ne göre dünya nüfusunun yaklaşık %15’inin bir tür engellilik ile yaşadığı ve 2011 yılı verilerine göre 15 yaş ve üstünde olan kişiler arasında engellilik ile yaşamak durumunda kalan kişi sayısının 785 milyon kişi olduğu bildirilmiştir. Dünya Sağlık Araştırması’na göre bu kişiler arasından 110

milyon kişinin işlevlerini yerine getirme konusunda çok ciddi zorluklar yaşadığı tahmin edilmektedir (WHO, 2011).

İleri yaşta olan insanlar ve en ciddi engelli kişiler ulaşılabilirlik anlamında daha büyük engeller ile karşı karşıya kalmaktadır. Fonksiyonel bozukluklarının türü ve seviyesi tatil satın alma talebi ya da nasıl tatile çıkılacağı konusunda farklı etkilere sahiptir. Bu etkileri üç grupta incelemek mümkündür (ENAT, 2007):

Düşük etki: kısmen işitme ve görme engelliler/engelli olmayan tatil deneyimine benzer,

Normal etki: hareket engelli (koltuk değneksiz), derin sağırılık-körlük, hareketlilik engelli (koltuk değnekli), tekerlekli sandalye kullananlar/ tatil satın alma engelli faaliyetlerin veya hizmetlerin ulaşılabilirliğine bağlı bir olasılık durumundadır,

Yüksek etki: yetişkin-öğrenme güçlüğü olanlar, davranışsal sorunlarla birlikte zihinsel sağlık sorunu olanlar/tatil satın alma onlar için karmaşıklıkla ifade etmektedir.

Yukarıda açıklanan bilgiler doğrultusunda X acentasının faaliyet göstereceği turizm alanında hedef kitle, düşük etki ve normal etki grubunda yer alan engelliler olacaktır. Potansiyel olarak bu alan toplamda büyük bir pazarı ifade etmektedir. Engelli kişilere eşlik edecek kişiler de dikkate alındığında pazarın boyutu oldukça büyümektedir. Bu büyümenin nedeni, dünyada engelli insana sunulan turizm olanağının aynı anda bu insanın eşine, çocuğuna ve arkadaşına da sunulmuş olmasıdır. Farklı tur güzergâhları ve çevre düzenlemeleri geliştirildikçe, farklı tur programları oluşturulabilir.

4.2. Ulaşılabilir Turizm Tur Programı

Turistik ürünün (tur) planlanmasında tur hazırlama (üretim), tur pazarlama, tur yönetimi ve turun gerçekleştirilmesi aşamaları izlenmektedir. Turun hazırlanmasında birinci aşama pazar araştırmasının sonucunda yönelime karar verilmesidir. Diğer taraftan yönelim ve ürünün yaşam döngüsü araştırılarak tur programı süresinin belirlenmesinin ardından tur programının planlanması aşaması gerçekleştirilmektedir. Böylelikle tur programının içeriğinde yer alacak olan ulaştırma, konaklama ve yeme-içme olanakları, çevre gezileri ve rehberlik hizmetleri için anlaşmalar yapılmaktadır. Ayrıca kişi başı sabit ve değişken maliyetlerin ortaya çıkartılması ile birlikte kâr payı ve katma değer vergisi de dikkate alınarak turun fiyatlandırılması, tanıtımı, pazarlanması, satışı ve operasyonu yapılmaktadır. Bunun

sonucunda bir turistik ürün ortaya çıkmaktadır (Hacıoğlu, 2000; İçöz, 2000; Ahipaşaoğlu, 2001; etiner, 2001; Küçükaslan, 2009).

Yönelim seçimi olarak ulaşılabilir turizm tur programında İstanbul ve merkezi konaklama kalıbı tercih edilecektir. İstanbul'un AB 2010 Kültür Başkenti seçilmesi, ülkemizin yurtdışında tanıtılması için büyük bir olanak ve avantaj sağlamaktadır. Seyahat yöneliminin ulaşım ve konaklama olanakları sağlaması yanında kültürel ve coğrafi özellikler taşıması ile her mevsim Türkiye için İstanbul'a yönelik yoğun turist ilgisinin olması, yönelim seçiminde etkilidir. Ürün yaşam döngüsü başlangıç evresindedir. Ulaşılabilir turizm alanında 4 gece ve 5 günlük tur süresi belirlenmiştir. Tablo 1'de tur programı yer almaktadır.

Tablo 1. Ulaşılabilir Turizm Tur Programı

<u>1. Gün</u>	* İstanbul'a varış * Tur rehberi ile tanışma * “Hoşgeldiniz karşılaması” ve kokteyl dağıtımı * Akşam yemeği * Otele dönüş
<u>2. Gün</u>	* Sabah kahvaltısı * Ayasofya Müzesi * Sultan Ahmet Meydanı (Dikilitaş, Yılanlı Sütun, Örne Sütun, Hipodrom, Sultan Ahmet Cami) * Öğle Yemeği * Akşam Yemeği * Otele Dönüş
<u>3. Gün</u>	* Topkapı Sarayı * Yerebatan Sarnıcı * Türk İslam Eserleri Müzesi * Akşam Yemeği (Türk Gecesi)
<u>4. Gün</u>	* Dolmabahçe Sarayı * Boğaz Turu * Sema Gösterisi * Akşam Yemeği
<u>5.Gün</u>	* Sabah Kahvaltısı * Dönüş

4.3. Tur Programında Gerçekleştirilmesi Gereken Düzenlemeler

*Engelli odalarının yatak başlarına ve özel hazırlanmış banyolara basıldığında resepsiyondan oda numarasının görüldüğü acil çağrı butonlarının yerleştirilmesi.

*Genel alanlardaki tuvaletlerin engellilerin kullanabileceği şekilde yenilenmesi.

*Otel havuzuna havuz asansörü takılması.

*Görme engelliler için yön bildiren kabartmalı işaretler yapılması.

*Odalara özel yatak asansörü yapılması (yatağa ya da sandalyeye geçmek için bu asansör kullanılacak, ellerini kullanamayanlar da düşünülmelidir).

*Oda içindeki teknik donanımlar, oda kapıları, oda koridor ve hareket alanları, oda tuvalet ve duş alanları, oda gardırop kullanımları, oda balkon çıkışlarının yenilenmesi (örneğin odadaki kıyafet dolapları ve elektrik düğmeleri tekerlekli sandalyedeki bireyin oturma yüksekliği olan 90-140 cm aralığında olmalıdır).

*Duyma engellilere yönelik olarak odalarda altyazılı TV bulundurulması. Kısmi işitme kaybı olanlar için TV ile uyumlu taşınabilen kulaklık sistemi kullanılması. Odalarda görüntülü telefon bulundurulması.

*Lütfen rahatsız etmeyiniz veya odanın temizlenmesi isteği için kapı dışında bir başka renk ışıklı düğme, iç alanda yatağa yakın bir bölgede oda ve tuvalet kapısıyla ilişkili olarak açılacak/kapanacak şekilde tasarlanması.

*Tur otobüslerinin engellilere yönelik tasarlanması.

*Misafirlere tatil süresince akülü/manuel (elle işletilen) tekerlekli sandalye ile gezme imkanı sunulması. Konaklamanın gerçekleşeceği yerde de tekerlekli sandalye kiralama olanağı sunulması.

*Konaklama süresince bireysel olarak seyahat edenlere, talep edilmesi durumunda özel bakıcıların eşlik edebilmesi. Bu hizmet tur fiyatına dâhil değildir.

*İşitme engelliler için işitme engelliler uzmanının tura eşlik etmesi ve bilgilendirme amaçlı basılı tanıtıcı malzeme kullanılması

*Görme engelliler için ziyaret noktaları ile ilgili gerekli bilgileri içeren kabartma yazılı/resim içeren broşürler oluşturulması.

*Bilgilendirme için kulaklık düzeneği kullanılması.

*Web sitesinin engellilere göre oluşturulması.

*Kahvaltı konaklama ücretine dâhil olmakla birlikte öğle ve akşam yemekleri ücretin içinde değildir.

*Müze giriş ücretleri satış fiyatına dahildir.

4.4. Ulaşılabilir Turizm Tur Fiyatlandırması

Tur maliyetinin oluşumunu sağlayan temel öğeler şunlardır (İçöz, 2000; Ahıpaşaoğlu, 2001; Küçükaskan, 2009): konaklama giderleri, ulaşım giderleri, yeme-içme giderleri, müze ve ören yeri giriş ücretleri, rehberlik hizmeti giderleri, tur

malzemeleri, tur tanıtım ve haberleşme giderleri, diğer giderlerdir. Bu doğrultuda ulaşılabilir turizm kapsamında X işletmesinin satacağı turistik ürünlerin bileşenleri ve maliyetleri listelenmektedir. Daha sonra toplam maliyet üzerine %40 kâr payı eklenerek tur satış fiyatı bulunmaktadır.

Tablo 2. Ulaşılabilir Turizm Tur Fiyatlandırması

*Kuruluş Teminatı: A Grubu 7000 TL *Üye Kayıt Ücreti: A Grubu 35.979.10 TL (01.01.2015-31.12.2015) (TÜRSAB, 2015). *Ofis (Masa-sandalye-oturma grubu-yazıcı-faks-telefon-bilgisayar) 10000 TL Toplam: 52.979.10 TL	*Akülü tekerlekli sandalye adeti 2000 TL 20 x 2 40000 TL *Kulaklık düzeneği 1600 TL *20 oda ve diğer düzenlemeler için 100000 TL Toplam: 141600 TL
<u>Genel Toplam Sermaye</u> 141600 TL + 52.979.10 TL = 194.579.10 TL <u>200000 TL sermaye ile başlanacaktır.</u>	
-Sabit Giderler 200 TL (günlük) / 20 (kişi sayısı) x 4 (Tur Süresi) (Kira, elektrik, sigorta, telefon vb.)	40 TL
-Ofis Giderleri 10 TL (günlük) / 20 (Kişi sayısı) x 4 (Tur Süresi) (Kırtasiye, içecek vb.)	2 TL
-Otobüs Ücreti 1250 TL (günlük) / 20 (kişi sayısı) x 4 (Tur Süresi) Tur süresince 5000 TL kira ödenecektir (yakıt, otopark ücreti, sigorta dahil)	250 TL
-Personel Gideri 400 TL (günlük) / 20 (Kişi sayısı) x 4 (Tur Süresi) (İşitme engelli uzmanı, ofis elemanı, rehber)	80 TL
-Transfer Ücreti (Havaalanı/gidiş-dönüş)	90 TL
-Konaklama Ücreti 120 TL x 4 (Konaklama süresi)	480 TL

-Tur Tanıtım Gideri 1000 TL (Günlük) / 20 (Kişi sayısı) x 4 (Tur Süresi)	200 TL
<i>(Hastane, vakıflar, şirketler, web sayfası, reklam panoları, sosyal medya vb.)</i>	
-Müze/Ören Yerleri Giriş Ücreti-Boğaz Turu-Türk Gecesi-Sema Gösterisi	305 TL
<i>Ayasofya 30 TL + Topkapı Sarayı 30 TL + Yerebatan Sarnıcı 20 TL + Türk İslam Eserleri Müzesi 20 TL + Dolmabahçe Sarayı 25 TL (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014b) + Türk Gecesi 80 TL + Boğaz Turu 60 TL + Sema Gösterisi 40 TL</i>	
TOPLAM (4 Gece 5 Gün Tur Maliveti/Ulaşım Haric)	1447 TL
Tur Satış Fiyatı Hesaplaması:	
Acenta Kâr Payı %40 (1447 TL x .40) = 2025 TL + KDV (%18)	
2025 TL x .18 = 364.5 TL KDV Payı	
2025 TL + 364.5 TL (KDV) = 2389.5 TL = <u>2390 TL (KDV Dahil) Tur Satış Fiyatı</u>	

Tablo 2’de görüldüğü üzere 200.000 TL sermaye ile açılış yapan X seyahat acentasına ulaşım hariç, KDV dâhil 2390 TL 4 gece, 5 gün İstanbul için ulaşılabilir turizm tur satış fiyatı hesaplanmıştır. Pazarlama tekniklerinin veya kâr payının değiştirilmesi ile anlaşmalar üzerinde gerçekleştirilen değişikliklere göre satış fiyatı değişebilir.

5. Faaliyet Gösterilecek Alandaki Avantaj ve Dezavantajlar

X acentasının faaliyet göstereceği ulaşılabilir turizm konusunda ilgili avantaj ve dezavantajları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.

Avantajlar

- *Rekabet ortamında uzmanlaşarak öncü olunması ve olası risklerin azaltılması
- *Gelişmiş ülkelerde engellilere sağlanan maddi/manevi destek
- *Avrupa’nın Türkiye’ye yakın olması/yerli turistlerin de tura ilgi göstermesi
- *AB’de özel ulaşılabilirlik gereksinimi olan bireylerin gerçekleştirdiği seyahatlerin 783 milyona ulaşması ile AB ülkeleri kapsamında ulaşılabilir turizm talebinin 2020 yılında 862 milyon seyahate ulaşabileceği verilerine dayanarak hedef pazarın büyüklüğü
- *Hedef kitlenin acenta ve Türkiye için yapacağı reklam

*Yönelim olarak İstanbul'un seçilmesi ve sürdürülebilir turizm açısından sezonluk bir tur olmaması/12 ay yapılabilirliği

*Gelen engelli turistlere uzman kadro ile hizmet sunulma olanağı bulunmaktadır.

Dezavantajlar

*Türkiye'de toplumsal duyarlılığın fazla olmaması, engelliler konusunda hayata geçirilen projelerin ve düzenlemelerin yeterli olmaması (otel çalışanları, rehberler vb. çalışanlar için işaret dili eğitimi, sesli anlatım kayıtları vb.) .

*Türkiye'nin tanıtma politikalarında eksiklik olması

*Özel araç- gereç gerektirmesi

*Düzenlenecek tur programının Türkiye geneline yayılamaması bulunmaktadır.

Sonuç

Turizmin Türkiye için öneme sahip endüstrilerden biri olması nedeniyle engelsiz turizme yönelik altyapı, çevre, eğitim ve diğer fiziksel ortamın iyileştirilmesi ile artık ulaşılabilirliğin (bebek/çocuk arabası kullanılabilirliği, sesli trafik lambaları, işaret dili kullanımı vb.) turizmin tüm faaliyet alanına yansıtılması gerekmektedir. Sürekli bakım ve tedavi gerektiren süreğen hastalığı (deri, böbrek, diyabet hastalıkları, romatizmal hastalıklar vb.) olan bireylerin de yaşantısında bazı engellerle karşılaştığı (T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2014b) ve bu engel grubundaki hastalıkların sağlık kurumları tarafından raporlandırıldığı bilinmektedir. Bu doğrultuda ulaşılabilir turizm alanında faaliyet gösterecek olan bir seyahat acentası termal kaynakların faydalı olduğu hastalar için ayrı bir tur programını termal turizm kapsamında oluşturulabilir. Başka bir açıdan, ulaşılabilirlik alanında yaşanan birtakım gelişmelere rağmen, toplam engelli nüfus içerisinde işitme engeline sahip bireylerin diğer engel gruplarına göre daha az dikkat çeken ve en büyük sorunlarından birinin "anlaşılammamak" olan engelli grubu olması, işitme engelliler için de turizm alanında çözümler üretilmesini gerektirmektedir. Dünyada 360 Milyon işitme engelli bulunmaktadır. 2015 Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre ülkemizde duyma ve konuşma engeline sahip bireylerin sayısı toplamda 1 milyon 343 bin kişidir. İşitme cihazı kullanıyor olmasına rağmen duymada çok zorlanan veya hiç duymayan nüfusun oranı %1,1'dir (TÜİK, 2015). İşitme engeli bulunan bazı bireylerin tatil süresince karşı karşıya kalabilecekleri eksiklik, onları seyahat ve tatil satınalma isteğinden vazgeçirebilecektir. Bu durum karşısında seyahat acentaları işaret dilini kullanarak turizm çekiciliklerinin anlatımını yapacak turist rehberlerini ve işaret dilini bilen diğer işgörenleri istihdam ederek bu alanda uzmanlaşabilir.

Sonuç olarak gerek engelli bireylerin seyahat ve tatil haklarını kısıtlamamak gerekse turizm endüstrisinde farklılaşarak rekabet avantajına sahip olabilmek için “her yerde (ulaşılabilir), herkes (engelsiz birey) için sürdürülebilir turizm” sağlanmalıdır. Bu bilgilere dayanarak engelli turizmde uzmanlaşacak acentanın kurulmasında tercih nedenleri kısaca şu şekilde sıralanabilir:

- Uzman yardımı, yasal izinler, yeterli zaman, ulaştırma ve profesyonel donanım gibi bileşenleri içinde bulundurması ve katılımcı sayısının az olmasının maliyet ile kâr oranına etkisinden dolayı fiyatın yüksek olabilmesi.

- Devlet desteğinden faydalanabilen katılımcı için satış fiyatının uygunluğu.

- Acentalardan faydalanan kulüplerin ve derneklerin spor, sağlık ve festival faaliyetlerinin düzenli gerçekleştirilmesi ile bu faaliyetlere gelen ve sadakati sağlanan engelli turistın tekrar bölgeye/ülkeye çekilmesi. Engelli turizmde katılan turistlerin de olumlu ağızdan ağıza pazarlama yaratması.

- Engelli turizmde uzmanlaşan acentanın bulunduğu bölge veya yerde farklılaştırılmış ürün/hizmet sunumu sonucu acenta için rekabet düzeyini en aza indirmesi ve böylece bu durumun acentaya tanınırlık ile avantaj kazandırması.

- Ne istediğini bilen, meraklı ve engelsiz turizm deneyimi yaşamak isteyen ilgili homojen alt pazar grubunun oluşturulması ile uzman acentanın faaliyetlerinde krizlerden daha az etkilenmesi, iletişimde cevap verilebilirlik.

KAYNAKLAR

- Ahipaşaoğlu, H. S. (2001). *Seyahat İşletmelerinde Tur Planlaması ve Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aktepe, C. (2013). Sağlık Turizminde Yeni Fırsatlar ve Türkiye’de Yerleşik Sağlık İşletmelerinin Pazarlama Çabaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 170-188.
- American Society of Travel Agents (ASTA) (2012). Independent Agents Report. <http://www.marketresearch.com/ASTA-v3923/Independent-Agents-7505514/> (Erişim Tarihi: 05.08.2014).
- Arıcı, S. (2010). *Bedensel Engellilerin Turizm Sektöründen Beklentilerinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Chen, R. J. C. (2005). Uses of Hospitality and Leisure Services: Voices of Visitors with Disabilities. *Advances in Hospitality and Leisure*, Volume 1: 89-102.
- Cinel, B (2012). İzmir’de Sağlık Turizmi. *EGİAD Yarım*, 33 (69): 73.
- Çetiner, E. (2001). *Seyahat İşletmelerinde Muhasebe Uygulamaları*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Çizel, B., Sönmez, N. ve Akıncı, Z. (2012). Antalya’da Engelli Turizminin Gelişimi için Arz ve Talep Üzerine Bir Araştırma. http://apgem.akdeniz.edu.tr/v2/template/content/projeler/eaet/ciktilar/kitap_engelli_son_kapali.pdf (Erişim Tarihi: 02.08.2014).
- Darcy, S.& Dickson, T. J. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16 (1): 32-44.
- Deloitte (2011). Global Survey of Health Care Consumers. <https://www.deloitte.com/assets/DcomUnitedStates/Local%20Assets/Documents/U>

- S_CHS_2010SurveyofHealthCareConsumers_050610.pdf (Erişim Tarihi: 10.07.2014).
- Douglas, N., Douglas, N. & Derrett, R. (2001). *Special Interest Tourism*. John Wiley & Sons: Milton, Qld.
- Dünya Sağlık ve Üçüncü Yaş Turizmi Kongresi (19-23 Nisan 2013). Dünya Sağlık ve Üçüncü Yaş Turizmi Kongresi Tanıtım Dosyası. <http://visitturkeyforhealthcare.com/duyuru/33-dunya-saglik-ve-3-yas-turizmi-kongresi-19-23-nisan-2013-izmir.html> (Erişim Tarihi: 07.07.2014).
- European Commission (EU), DG Enterprise and Industry (DG ENTR) (2013). Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe- Final Report https://www.academia.edu/7606067/Economic_Impact_and_Travel_Patterns_of_Accessible_Tourism_in_Europe (Erişim Tarihi: 18.07.2014).
- European Network for Accessible Tourism (ENAT) (December 2007). Services and Facilities for Accessible Tourism in Europe. www.accessibletourism.org/.../enat_study_1_ri... (Erişim Tarihi: 01.08.2014).
- Gill, R. (2003). Change Management or Change Leadership? *Journal of ChangeManagement*, 3(4): 307-318.
- Hacıoğlu, N. (2000). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Bursa: VİPAŞ A.Ş.
- İçöz, O. (2000). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- İçöz, O. (2003). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Jagyasi, P. (2010). The Role of Medical Tourism Facilitator in Medical Tourism. Medical Tourism, Research & Survey Report. www.DrPrem.com (Erişim Tarihi: 08.08.2014).

- Joselyn, R. W. (2012). Agents Should Invest in the Future by Specializing Now. <http://www.travelmarketreport.com/retail?articleID=7167&LP=1> (Erişim Tarihi: 10.08.2014).
- Kılıç, M. (2010). Stratejik Yönetim Sürecinde Değerler, Vizyon ve Misyon Kavramları Arasındaki İlişki. *Sosyo Ekonomi*, 2 (Temmuz- Aralık 2010): 81-98.
- Kırlar, B. ve Özgen, I. (2013). Otellerin Ulaşılabilirlik Standartlarına Uygunluğu Üzerine Bir Durum Analizi: İzmir İli Örneği. Özkan Tütüncü ve Nazmi Kozak (Ed), II. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı.
- Kilimci, S. (2008). Turizm Engel Tanımaz (Nisan-Mayıs 5). http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/komite-haberleri/turizm-engel-tanimaz_490.html (Erişim Tarihi: 01.08.2015).
- Küçükaslan, N. (2009). *Seyahat İşletmelerinde Tur Planlaması ve Tur Yönetimi*. İstanbul: Alfa Aktüel Basım Yayım.
- Lissack, M., Roos, J. (2001). Be Coherent, Not Visionary. *Long Range Planning*, 34(1): 53-70.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M. K. & Lam, P. (2003). Travel Agents as Facilitators or Inhibitors of Travel: Perceptions of People With Disabilities. *Tourism Management*, 24: 465-474.
- Poria, Y., Reichel, A. & Brandt, Y. (2011). Dimensions of Hotel Experience of People with Disabilities: an Exploratory Study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(5): 571-579.
- Sezgin, O. M. (2001). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2014a). Engelli Bireylere İlişkin İstatistikî Bilgiler.

http://www.eyh.gov.tr/upload/Node/8110/files/istatistik_Haziran__2014.pdf (Erişim Tarihi: 15.08.2014).

T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2014b). Türkiye Engelliler Araştırması Temel Göstergeleri. <http://www.eyh.gov.tr/tr/8245/Turkiye-Engelliler-Arastirmasi-Temel-Gostergeleri#suregen> (15.08.2014).

T.C. Başbakanlık Mevzuatı Geliştirme Yayın Genel Müdürlüğü Mevzuat Bilgi Sistemi (2005). Engelliler Hakkında Kanun. Kanun Numarası: 5378. <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5378.pdf> (Erişim Tarihi: 12.08.2014).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014a). Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin Uygulanmasına Dair Tebliğ (Tebliğ No: 2005/1). <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14705/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html> (Erişim Tarihi: 10.08.2014).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014b). Bakanlığımıza Bağlı Müze ve Örenyerleri, Giriş Ücretleri. <http://dosim.kulturturizm.gov.tr/TR,51606/bakanligimiza-bagli-muze-ve-orenyerleri-giris-ucetleri.html> (Erişim Tarihi: 01.08.2014).

T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı (2012). *Sağlık Turizminde Süreçler ve Aracı Kuruluşlar Araştırma Raporu*. Ankara: Opus Basım.

T.C. Sağlık Bakanlığı Tedavi Hizmetleri Genel Müdürlüğü (Sağlık Turizmi Koordinatörlüğü) (2011). *Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Uygulama Rehberi*. Ankara.

Tanrısevdi, A. ve Çavuş, Ş. (2003). Özel İlgi Turizmi ve Özel İlgi Turizmi Kapsamında Kuşadası ve Çevresinde Var Olan Potansiyel Kaynaklar Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (1): 9-22.

Tufan, İ. (2014). Yaşlı ve Engelli Turizmi. www.itgevakif.com/pdfs/Ya%C5%9FI%C4%B1Turizmi_itufan_sicher.pdf. (Erişim Tarihi: 06.07.2014).

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) (2002). Seyahat Acentaları İhtisas Alanı Anketi-2002 Sonuç Raporu.. http://www.tursab.org.tr/dosya/974/23_974_633248.pdf. (Erişim Tarihi: 19.02.2014).

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) (2015). Yeni Seyahat Acentası Kuruluşu Başvuru İşlemleri. “Seyahat Acentalarının Başvuru ve Kuruluş İşlemleri”. <http://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentalari>. (Erişim Tarihi: 01.07.2015).

Uluslan, Y. ve Batman, O. (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23: 243-260.

United Nations World Tourism Organization-UNWTO (BM Dünya Turizm Örgütü) (2013). Recommendations on Accessible Tourism. <http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/accesibilityenok.pdf>. (Erişim Tarihi: 12.10.2014).

United Nations World Tourism Organization-UNWTO (BM Dünya Turizm Örgütü) (2014). Tourism Highlights. 2014 Addition. http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf (Erişim Tarihi: 14.08.2014).

Wikipedia (2014). Medical Tourism. Destinations. en.m.wikipedia.org/wiki/Medical_tourism. (Erişim Tarihi: 01.08.2014).

Winkler, G. (1994). *Behindertenreport*. Daten und Fakten zur Sozialen Lage von Behinderten Burgern in den Neuem Bundeslaendern. Berlin: Gesellschaft für sozialwissenschaftliche Forschung und Publizistik.

World Health Organization-WHO. (Dünya Sağlık Örgütü) (2011). World Report on Disability. http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/accessible_en.pdf. (Erişim Tarihi: 05.08.2014).

Yenişehirlioğlu, E. ve Türkay, O. (2013). Engelli Turistlerin Konaklama İşletmelerinde Kabul Görme Düzeyine Yönelik Algılama ve Sorunlar: Karşılaştırmalı Nitel Bir Araştırma. *Akademik Turizm ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 46-56.

Zeiger, D. (2011). For Travel Agencies, Specialization Key to Surviving in Digital Age. http://www.eastvalleytribune.com/money/article_bd153b58-b4ad-11e0-bcdd-001cc4c03286.html?mode=jqm (Erişim Tarihi: 15.07.2014).