



**T. C.**

**ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ**

**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**SAĞLIK TURİZMİ ANA BİLİM DALI**

**ENGELSİZ TURİZM: ALANYA ÖRNEĞİ**

**“ENGELLİ TURİSTLERİN DESTİNASYONA İLİŞKİN ALGILARININ  
MEMNUNİYET, TEKRAR ZİYARET ETME VE TAVSİYE ETME NİYETİ  
ÜZERİNE ETKİSİ”**

**Doktora Tezi**

**Pınar KARAKUŞ**

**Danışman**

**Prof. Dr. Saliha ÖZPINAR**

**ALANYA**

**2024**



T. C.  
ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
SAĞLIK TURİZMİ ANA BİLİM DALI

ENGELSİZ TURİZM: ALANYA ÖRNEĞİ  
“ENGELLİ TURİSTLERİN DESTİNASYONA İLİŞKİN ALGILARININ  
MEMNUNİYET, TEKRAR ZİYARET ETME VE TAVSİYE ETME NİYETİ  
ÜZERİNE ETKİSİ”

Doktora Tezi

Pınar KARAKUŞ  
Sağlık Turizmi Ana Bilim Dalı  
Sağlık Turizmi Doktora

Danışman  
Prof. Dr. Saliha ÖZPINAR

ALANYA  
2024

## ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilemeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmamın Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Pınar KARAKUŞ

## TEŞEKKÜR

Tez alışmamın her aşamasında benden bir an olsun yardımlarını esirgemeyen, engin bilgi ve tecrübeleri ile beni yönlendiren, öğrencisi olmaktan her zaman gurur ve mutluluk duyacağım saygı değer danışman hocam Sayın Prof. Dr. Saliha ÖZPINAR'a, uzun yol haritasını planlamada daima yardımcı olan Sayın Do. Dr. İşhak Suat ÖVEY'e, bugüne gelmemde emekleri olan ve kendilerinden ders aldığım tüm hocalarıma;

alışma arkadaşım olmasının yanı sıra bana zaman ayırıp alışmam boyunca yanımda olan, bu alışmaya düşünce ve önerileriyle yol gösteren ve her türlü desteği benden esirgemeyen, kıymetli arkadaşım Dr. Yaşar DEMİR'e,

Hayatım boyunca eğitimime destek olan ve bu konuda elinden gelen abayı gösteren, maddi ve manevi yanımda olan; sevgi, ilgi, desteklerini ve en önemlisi de sabırlarını esirgemeyen canım annem, babam ve sevgili eşim Semih Burak KARAKUŞ'a sonsuz teşekkür ederim.

## ÖZET

### ENGELSİZ TURİZM: ALANYA ÖRNEĞİ “ENGELLİ TURİSTLERİN DESTİNASYONA İLİŞKİN ALGILARININ MEMNUNİYET, TEKRAR ZİYARET ETME VE TAVSİYE ETME NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ”

Pınar KARAKUŞ

Sağlık Turizmi Anabilim Dalı

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Ocak, 2024 (91 Sayfa)

Engelsiz turizm gelişmekte olan ve turizm literatüründe gün geçtikçe daha fazla çalışılmaya başlanılan bir turizm türüdür. Engelsiz turizm/engelli turizmi, engelli bireylerin konaklama faaliyetlerini ve farklı yerler görmek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri içermektedir. Engelli bireyler, seyahatleri esnasında, konaklama işletmelerinde, müze ve ören yerleri, vb. çekim merkezleri ziyaretlerinde erişim engelleri ile karşılaşmaktadır. Engellilerin yaşamın her alanında olduğu gibi turizm faaliyetlerine de aktif olarak katılımlarının sağlanması, diğer sağlıklı bireyler ile eşit haklara sahip olması gerekir. Bu hakkı kullanabilmeleri ve turizm faaliyetlerine istedik düzeyde katılabilmeleri için, karşılaşabilecekleri güçlüklerin ortadan kaldırılması gerekir. Bu bağlamda ilk yapılması gereken bu güçlüklerin belirlenerek engelsiz turizm olanaklarının sağlanmasıdır. Bu gerekçe ile planladığımız araştırmanın amacı, Alanya destinasyonunu ziyaret eden engelli turistler perspektifinden engelli turist algısı, müşteri memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti ve belirleyicilerinin saptanmasıdır.

Araştırmanın evreni, Alanya ilçesini ziyaret eden 4 ve 5 yıldızlı otellerde konaklayan engelli turistler oluşturmaktadır. Alanya'yı ziyaret eden engelli turist sayısına ulaşamadığından araştırmanın örnekleme %95 güven düzeyinde 1.000.000 kişiyi temsil etme özelliğine sahip 384 olarak belirlendi. Araştırma verileri 4 form ile toplandı; kişisel bilgi formu, engelli turist algısı ölçeği”, müşteri memnuniyeti ölçeği ve tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyeti ölçeği. Veriler 01.01.2023-31.08.2023 tarihleri arasında yüz yüze ve bırak-topla yöntemi ile toplandı. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistikler ve student t testi, ANOVA testi,

korelasyon ve çoklu regresyon istatistik analiz yöntemleri kullanıldı. Çalışmaya katılanların %56,2'si erkek, %35,1'i 60-69 yaş grubundadır (yaş dağılımı  $X \pm SS$ ; min-max 20-74). Katılımcıların %61,8'i Türkiye, %14,1'i İngiltere'den gelmiştir. Katılımcıların milliyetinin %70,5'i Türkiye, %14,12'i İngiltere'dir. Engelli turist algısı dağılımı  $3,305 \pm 0,715$  (min-max 1-5), müşteri memnuniyeti dağılımı  $3,735 \pm 0,948$  (min-max 1-5) ve tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme dağılımı  $3,865 \pm 1,161$  (min-max 1-5)'dir. Çalışmada müşteri memnuniyeti eğitim durumu, sigara kullanımından negatif, engelli turist algısından ise pozitif yönde etkilendiği saptandı ( $p < 0.05$ ). Tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme durumunun ise eğitim durumu, sosyal sınıf, sigara kullanımından negatif, engelli turist algısından ise pozitif yönde etkilendiği tespit edildi ( $p < 0.05$ ). Çalışmada ayrıca, tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme ile müşteri memnuniyeti ve engelli turist algısı arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki olduğu tespit edildi.

Sonuç olarak, çalışmanın önemli bir sonucu engelli turist algıları pozitif yönde arttıkça müşteri memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyetinin artmasıdır. Diğer önemli sonucu ise sosyoekonomik düzeyin belirleyici olduğu, sosyoekonomik düzeyi daha iyi olanların müşteri memnuniyetleri ve tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetinin diğerlerine göre daha kötüdür. Bu sonuçlardan yola çıkarak Engelli turistlerle iletişim kurarak tatil deneyimlerini sürekli olarak iyileştirmek için geri bildirim toplanmalı ve engelli turist gruplarını ağırlamaya yönelik özel paketler veya indirimler sunulmalıdır.

**Anahtar Sözcükler:** Engelsiz Turizm, Engellilik, Memnuniyet, Tekrar Ziyaret Etme, Tavsiye Etme

## ABSTRACT

### ACCESSIBLE TOURISM: THE CASE OF ALANYA "THE EFFECT OF DISABLED TOURISTS' PERCEPTIONS OF THE DESTINATION ON SATISFACTION, REVISIT AND RECOMMENDATION INTENTION

Pınar KARAKUŞ

Department of Health Tourism

Alanya Alaaddin Keykubat University, Graduate Education Institute

January, 2024

Disability-free tourism is a type of tourism that is developing and is being studied more and more in the tourism literature. Barrier-free tourism/disabled tourism includes accommodation activities of disabled individuals and their travels to see different places. Individuals with disabilities encounter access barriers during their travels, accommodation establishments, museums and archaeological sites, etc. during their visits to attraction centres. It is necessary to ensure that disabled people actively participate in tourism activities as in all areas of life and have equal rights with other healthy individuals. In order for them to use this right and participate in tourism activities at the desired level, the difficulties they may encounter should be eliminated. In this context, the first thing to be done is to determine these difficulties and to provide barrier-free tourism opportunities. The aim of the research we have planned with this rationale is to determine the perception of disabled tourists, customer satisfaction and intention to visit again and determinants from the perspective of disabled tourists visiting Alanya destination.

The population of the research consists of disabled tourists staying in 4 and 5 star hotels visiting Alanya district. Since the number of disabled tourists visiting Alanya could not be reached, the sample of the research was determined as 384, which has the feature of representing 1.000.000 people at 95% confidence level. The research data were collected with 4 forms; personal information form, disabled tourist perception scale", customer satisfaction scale and intention to visit and recommend again scale. The data were collected between 01.01.2023-31.08.2023 by face-to-face and drop-and-collect method. Descriptive statistics and student t test, ANOVA test, correlation and multiple regression statistical analysis methods were used in the evaluation of the data.



Of the participants, 56.2% were male and 35.1% were between the ages of 60-69 (age distribution  $X \pm SS$ ; min-max 20-74). 61,8% of the participants came from Turkey and 14,1% from England. The nationality of the participants is 70,5% from Turkey and 14,12% from England. The distribution of perception of disabled tourists is  $3,305 \pm 0,715$  (min-max 1-5), the distribution of customer satisfaction is  $3,735 \pm 0,948$  (min-max 1-5) and the distribution revisiting and recommending is  $3,865 \pm 1,161$  (min-max 1-5).

In the study, it was found that customer satisfaction was negatively affected by educational status, smoking and positively affected by the perception of disabled tourists ( $p < 0.05$ ). It was determined that revisiting and recommending were negatively affected by education level, employment status, smoking and positively affected by the perception of disabled tourists ( $p < 0.05$ ). In the study, it was also determined that there was a strong positive relationship between revisiting and recommending, customer satisfaction and perception of disabled tourists.

As a result, an important result of the study is that as the perceptions of disabled tourists increase positively, customer satisfaction and intention to visit again increase. The other important result of the study is that socioeconomic level is determinative, and those with better socioeconomic level have worse customer satisfaction and intention to revisit and recommend than others. Based on these results, feedback should be collected to continuously improve holiday experiences by communicating with disabled tourists and special packages or discounts should be offered to accommodate disabled tourist groups.

**Keywords:** Accessible Tourism, Disability, Satisfaction, Revisit, Recommend

## İÇİNDEKİLER

İÇ KAPAK SAYFASI	
ONAY SAYFASI	
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET .....	iv
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER .....	viii
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	xiii
KISALTMALAR LİSTESİ .....	xiv
1. GİRİŞ .....	1
2. LİTERATÜR .....	3
2.1. Engelli Kavramı .....	3
2.1.1. Engellilik kavramı, tanımı ve özellikleri .....	3
2.1.2. Engellilik yaşam modelleri .....	7
2.1.2.1. Moral (ahlaki) model .....	7
2.1.2.2. Medikal (tıbbi/genetik) model .....	8
2.1.2.3. Sosyal (toplumsal) model .....	8
2.1.3. Engelli türleri .....	9
2.1.3.1. Ortopedik engelli .....	10
2.1.3.2. Görme engelli .....	11
2.1.3.3. İşitme engelli .....	11
2.1.3.4. Dil ve konuşma engelli .....	12
2.1.3.5. Zihinsel engelli .....	13
2.1.3.6. Kronik (sürekli hastalık) .....	13
2.1.4. Dünyada ve Türkiye’de engelli nüfus.....	15
2.1.5. Dünyada engellilere yönelik yasal düzenlemeler .....	19
2.1.6. Türkiye’de engellilere yönelik yasal düzenlemeler .....	22
2.2. Engelsiz Turizm .....	24
2.2.1. Engelsiz turizmi kavramı .....	24
2.2.2. Engelli bireylerin turizme katılımlarını olumsuz etkileyen faktörler .....	28
2.2.3. Engelli turizmde yapılan düzenlemeler .....	29
2.2.4. Türkiye’deki engelli turizmin zayıf ve güçlü yönleri .....	32
2.3. Engelsiz Turizm ve Müşteri Memnuniyeti.....	34
2.3.1. Müşterinin tanımı ve müşteri memnuniyeti kavramları .....	34

2.3.2. Müşteri özellikleri.....	34
2.3.3. Müşteri memnuniyeti.....	35
2.3.4. Müşteri memnuniyetinin önemi.....	35
2.3.5. Müşteri memnuniyetini etkileyen faktörler .....	36
2.4. Engelsiz Turizm, Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Etme Niyeti.....	37
2.4.1. Tavsiye etme niyeti.....	38
2.4.2. Tavsiye etme niyetinin destinasyona etkileri.....	39
3. YÖNTEM .....	41
3.1. Araştırmanın Gerekçe, Amaç ve Önemi .....	41
3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi .....	42
3.3. Veri Toplama Araçları .....	43
3.4. Araştırmanın Kısıtları.....	44
3.5. Araştırma Modeli ve Hipotezler.....	44
3.6. Verilerin Analizi.....	47
4. BULGULAR.....	49
4.1. Katılımcıların Sosyo-demografik Özellikleri.....	49
4.2. Ölçekler ve Puan Ortalamaları .....	52
4.3. Engelli Turist Algısı ile Sosyo-demografik Özelliklerin Karşılaştırılması.....	52
4.4. Müşteri Memnuniyeti ile Sosyo-demografik Özelliklerin Karşılaştırılması.....	56
4.5. Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörler ve Çoklu Regresyon Analizi .....	60
4.6. Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye ile Sosyo-demografik Özelliklerin Karşılaştırılması .....	61
4.7. Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye ve Etkileyen Faktörler Çoklu Regresyon Analizi .....	64
4.8. Korelasyon Analizi Sonuçları .....	65
4.9. Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları.....	66
5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER .....	68
KAYNAKLAR .....	74
EKLER.....	84
EK-1 Anket Formları – (1).....	84
EK-1 Anket Formları – (2) Engelli Turizm Algısı Ölçeği .....	86
EK-1 Anket Formları – (3) Müşteri Memnuniyeti Ölçeği .....	87
EK-1. Anket Formları – (4) Tekrar ziyaret etme niyeti ve Tavsiye Ölçeği .....	88
EK-2. Etik Kurul İzni .....	89
EK-3. İntihal Raporu .....	90
ÖZGEÇMİŞ .....	91

## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 2.1</b>	Engellilerin Engel Gruplarına Göre Dağılımları .....	4
<b>Tablo 2.2</b>	Türkiye’de Engellilik Sebepleri .....	6
<b>Tablo 2.3</b>	Tıbbi ve Sosyal Modellerin On Dört Hususta Birbirleri ile Karşılaştırılması.....	9
<b>Tablo 2.4</b>	Zekâ Ölçüm Düzeyine Göre Zihinsel Engelliler .....	13
<b>Tablo 2.5</b>	WHO Engelli Sınıflandırması .....	14
<b>Tablo 2.6</b>	Belirtilen Ülkelerde Engelli Sayıları ve Nüfusa Oranları.....	16
<b>Tablo 2.7</b>	Genel Nüfus İçinde Yaş Grubu ve Cinsiyete Göre En Az Bir Engeli Olan Nüfus* (2011) .....	18
<b>Tablo 2.8</b>	Birleşmiş Milletler Örgütü’nün Engelli Bireylere Yönelik Yaptıkları Uluslararası Yönetmelik ve Yasal Düzenlemeleri .....	20
<b>Tablo 2.9</b>	Avrupa Birliği’nde Engellilere Yönelik Yasal ve Yönetmelik Düzenlemeler.....	21
<b>Tablo 2.10</b>	Türkiye’de Engellilere Yönelik Yapılan Yasal Düzenlemeler.....	22
<b>Tablo 2.11</b>	Avrupa Birliği Üye Ülkelerin ve Diğer Bazı Ülkelerin Engellilerin Turizme Katılmalarına Yönelik Yaptıkları Düzenlemeler .....	30
<b>Tablo 2.12</b>	Türkiye’deki Engelli Turizmin Zayıf ve Güçlü Yönleri .....	32
<b>Tablo 3.1</b>	Çarpıklık ve Basıklık Değerleri .....	48
<b>Tablo 4.1</b>	Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri .....	49
<b>Tablo 4.2</b>	Katılımcıların Turizm Deneyim Özellikleri .....	50
<b>Tablo 4.3</b>	Ölçekler ve Puan Ortalamaları .....	52
<b>Tablo 4.4</b>	Cinsiyet Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları .....	52
<b>Tablo 4.5</b>	Yaş Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları.....	52
<b>Tablo 4.6</b>	Eğitim Durumu Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları .....	53
<b>Tablo 4.7</b>	Medeni Durum Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları.....	53
<b>Tablo 4.8</b>	Sosyal Sınıf Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları.....	53

<b>Tablo 4.9</b>	Gelir Algısı Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları .....	54
<b>Tablo 4.10</b>	Aile Türü Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları .....	54
<b>Tablo 4.11</b>	Çocuk Durumu Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları .....	54
<b>Tablo 4.12</b>	Sigara Durumu Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları .....	55
<b>Tablo 4.13</b>	Alkol Kullanma Durumu Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları.....	55
<b>Tablo 4.14</b>	Engel Türü Değişkenine Göre Müşteri Engelli Turist Algısı Analiz Sonuçları .....	55
<b>Tablo 4.15</b>	Cinsiyet Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları .....	56
<b>Tablo 4.16</b>	Yaş Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları	56
<b>Tablo 4.17</b>	Eğitim Durumu Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları .....	56
<b>Tablo 4.18</b>	Medeni Durum Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları .....	57
<b>Tablo 4.19</b>	Sosyal Sınıf Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları .....	57
<b>Tablo 4.20</b>	Gelir Algısı Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları .....	57
<b>Tablo 4.21</b>	Aile Türü Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları .....	58
<b>Tablo 4.22</b>	Çocuk Durumu Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları .....	58
<b>Tablo 4.23</b>	Sigara Durumu Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları .....	58
<b>Tablo 4.24</b>	Alkol Kullanma Durumu Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları.....	59
<b>Tablo 4.25</b>	Engel Türü Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları .....	59

<b>Tablo 4.26</b> Müşteri Memnuniyeti ve Etkileyen Faktörler Çoklu Regresyon Analizi .....	60
<b>Tablo 4.27</b> Cinsiyet Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları .....	61
<b>Tablo 4.28</b> Yaş Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları .....	61
<b>Tablo 4.29</b> Eğitim Durumu Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları .....	61
<b>Tablo 4.30</b> Medeni Durum Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları .....	62
<b>Tablo 4.31</b> Sosyal Sınıf Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları .....	62
<b>Tablo 4.32</b> Gelir Algısı Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları .....	62
<b>Tablo 4.33</b> Aile Türü Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları .....	63
<b>Tablo 4.34</b> Çocuk Durumu Değişkenine Göre ve Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları .....	63
<b>Tablo 4.35</b> Sigara Durumu Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları .....	63
<b>Tablo 4.36</b> Alkol Kullanma Durumu Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları .....	64
<b>Tablo 4.37</b> Engel Türü Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları .....	64
<b>Tablo 4.38</b> Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye ve Etkileyen Faktörler Çoklu Regresyon Analizi .....	64
<b>Tablo 4.39</b> Engelli Turist Algısı, Müşteri Memnuniyet ve Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye, Pearson Korelasyon Analizi .....	65
<b>Tablo 4.40</b> Araştırma Hipotezleri ve Sonuçlar .....	66

## ŞEKİLLER LİSTESİ

- Şekil 2.1** Temel Faaliyetleri Yerine Getirmede Zorluk Yaşayan  
15 ve Üzeri Yaştaki Bireylerin Yıllara Göre Dağılımı (2014-2019)..... 18
- Şekil 3.1** Araştırma Modelleri .....44



## KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
DSÖ	Dünya Sağlık Örgütü
GSYH	Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla
ISQua	The International Society for Quality in Health Care (Sağlık Hizmetlerinde Uluslararası Kalite Derneği)
JCI	Joint Commission International
M.Ö.	Milattan Önce
M.S.	Milattan Sonra
MTA	Uluslararası Medikal Turizm Derneği
OECD	Organization for EconomicCo-operation and Development
SB	Sağlık Bakanlığı
SPA	Salus Per Aquam (Sudan Gelen Sağlık)
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
SWOT	Strengths, Weakness, Opportunities, Threats
TUSEB	Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
ÜRSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
USHAŞ	Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi
WHO	World Heath Organization
WTO	World Tourism Organization
YÖK	Yüksek Öğretim Kurumu



## 1. GİRİŞ

Turizm bir toplumu meydana getiren bireylerin engelleri olsun veya olmasın eşit ve adil koşullar altında yararlanılması ve kullanılması gereken bir olgudur. Son yıllarda hem teknolojiye hem de sağlık hizmetlerinde meydana gelen değişim ve gelişimler sayesinde engel türlerinde önemli bir derecede bir azalma olduğu görülmektedir. Ancak iş kazaları, çalışma koşulları, doğumda beklenen yaşam süresinin uzaması ve bunlara bağlı olarak yaşlı nüfusun artmasıyla beraber kronik hastalıklarda önemli bir artış meydana gelmiştir. Bu artış ise kronik engelli bireylerin sayısını da artırmıştır (Çaha, 2016).

Dünya nüfusunun yaşlanmasıyla beraber büyük bir kısmının engelli olarak hayatını sürdüreceği ve bu bireylerden bir kısmının yanındaki refakatçi ile turizm faaliyetlerine katılacağı düşünüldüğünde bu durumun turizm endüstrisi için büyük bir Pazar potansiyeli oluşturduğu söylenebilir. Ancak yapılan araştırmalarda engellilerin çoğunluğunun turizm destinasyonlarında ve konaklama işletmelerinde karşılaştıkları sorunlar nedeniyle turistik faaliyetlere katılmayı daha az tercih ettikleri görülmektedir (Bulgan & Çarıkçı, 2015).

Engelsiz turizm, engelli bireylerin seyahat etme ve turistik deneyimlere katılma amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsamaktadır. Ancak, birçok turistik destinasyon ve konaklama tesisi hala erişim engelleri ile karşı karşıya kalmaktadır, bu da engelli bireylerin seyahatlerini sınırlandırabilir veya zorlaştırabilir. Engelsiz turizmde erişim engelleri konaklama işletmeleri, turistik destinasyonları ve çekim merkezleri ve ulaşım araçlarında ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, engelsiz turizmde bireylerin turistik faaliyetlere katılımlarını kolaylaştırmak için bu alanlarda yapılacak iyileştirmeler, turizm endüstrisinin daha kapsayıcı ve sürdürülebilir olmasına katkı sağlayabilir. Bu çabalar, engelli bireylerin seyahat etme özgürlüğünü artırabilir ve turistik destinasyonların geniş bir ziyaretçi kitlesine hitap etmelerine yardımcı olabilir (Zawadka & Gabryjończyk; 2020).

20. yy'ın son çeyreği itibariyle engellilere yönelik pek çok ülkede çeşitli yasal düzenlemeler hayata geçirilmiştir. Özellikle 21.yy'ın başında Birleşmiş Milletler tarafından 'Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme' yayınlamasıyla beraber ülkeler hızlıca bu sözleşmeyi kabul etmişlerdir. Birleşmiş Milletler'in desteğiyle özellikle

turizm destinasyonu olan ülkeler de engellilere yönelik birçok düzenlemeyi hayata geçirmişlerdir. Bu ülkelerden bir tanesi de Türkiye'dir (Balcı, 2021).

Türkiye doğal güzellikleri, iklimi ve denizleri ile dünyanın önde gelen turizm destinasyonlarından biridir. Bu sebeple engelli ve onların yakınları için de engelsiz destinasyonlar kurarak bu pazardan istediği payı almayı hedeflemektedir. Özellikle turizm bölgesi olan Akdeniz ve Ege bölgesinde bulunan birçok şehirlerinin altyapılarının engellilere uygun hale getirerek yeni pazarlama stratejileri geliştirmektedir. Bununla beraber bu bölgelerde bulunan konaklama işletmeleri de hem yasal düzenlemeler gereği hem de pazar payını artırmak, memnuniyeti artırmak amacıyla işletmelerini engellilerin kullanımına uygun hale getirmişlerdir (Sözeri, 2023; Tengilimoğlu & Tosun, (2020).

Konaklama işletmelerinin ve turizm destinasyonlarının en büyük önceliklerinden biri müşterilerinin memnuniyetidir. Gelen tüm turistlerin fiziksel, ruhsal ve ekonomik durumlarını ayırt etmeden adil ve eşit bir hizmet vermek en önemli önceliklerinden biridir. Bu öncelikler aynı zamanda engelli turistleri de kapsamaktadır. Bu sebeple özellikle konaklama işletmelerinde çalışanların engellilere yönelik sergiledikleri tutum işletmenin geleceği, karlılığı ve ilerleyen zamanlarda daha fazla turist bu işletmeyi tercih etmesinde kilit rol oynamaktadır. Müşteri memnuniyeti hem aynı işletmenin hem de aynı bölgenin tercih edilmesini ve tavsiye edilmesini olumlu yönde etkilemektedir. Benzer şekilde şehir altyapısının da engellilere uygun olması müşteri memnuniyeti ile beraber tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetini de olumlu yönde etkilemektedir (Arman & Bulgan, 2022; Çetin & Perçin, 2021; Keskin & Sezen, 2020; Pai vd., 2020; Rehman vd., 2023). Bu sebeple bu çalışmada Türkiye'nin en büyük turizm destinasyonlarından biri olan Alanya ilçesini ziyaret eden engelli turistlerin engelli turist algısı, müşteri memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyeti değerlendirilecektir.

## 2. LİTERATÜR

### 2.1. Engelli Kavramı

#### 2.1.1. Engellilik kavramı, tanımı ve özellikleri

Engellilik; doğum öncesi, doğum anı veya daha sonrasında gelişen fiziksel veya zihinsel yetersizlik sebebiyle bireyin faaliyetlerindeki kısıtlamalardan oluşan bir sağlık problemidir. Bu kısıtlamalar ise bireylerin birçok eylemleri yapmasına engel oluşturmaktadır (Düşünür, 2019). Engelli herhangi bir sebepten dolayı zihinsel, ruhsal, bedensel ve toplumsal faaliyetlerini belli düzeylerde yapamaması nedeniyle açık alanlarda ve binalarda bağımsız hareket etmesi için birtakım düzenlemelere ihtiyaç duyan bireydir. Engel ise bireylerin yaşadığı toplumsal şartlar ve içinde buldukları ortamlara göre değişiklik gösteren bir olgudur. Aslında engellilik sadece bireylerin ruhunda bedeninde ve zihninde olan bir durum değil aynı zamanda herhangi bir durumla ilgili olarak çevre veya toplum tarafından da dışlanmış olmasıdır (Eryılmaz, 2010; Yenişehirlioğlu, 2013; Tunç, 2017).

Tüm insanların yaşamlarının bir döneminde zihinsel, fiziksel, duyuşal fonksiyon/işlev/yapı yönünden “sınır deneyim” yaşaması veya “kalıtımsal” olarak bu durumu yaşama ihtimaline sahip olduğu bir “yeti yitimi” olasılığıdır (Uluocak & Aslan, 2012). Tanımlamalarda da görüldüğü gibi özürü ve engelli kelimeleri aynı anlama geliyor gibi kullanılsa da bu kelimeler farklı anlamlar taşımaktadır. Genellikle engellilik, bir kimsenin engelinden dolayı mesleki ve sosyal fonksiyonlarını yerine getirirken karşılarına çıkan toplumsal kısıtlamalar, kayırıcı uygulamalar ve dezavantajlardır. Kişinin sahip olduğu bu dezavantajlarla cinsiyetine, yaşına, kültürel ve sosyal faktörüne bağılı olarak toplumsal ya da engellilikten ötürü rolünü gerçekleştirememesidir (Bağcı, 2017).

Hemşirelik terimleri sözlüğüne göre (2015) engelli kelimesi ise; “doğuştan veya sonradan herhangi bir nedenle bedensel, zihinsel, ruhsal, duyuşal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesi nedeniyle toplumsal yaşama uyum sağlama ve günlük gereksinimlerini karşılama güçlükleri olan ve korunma, bakım, rehabilitasyon, danışmanlık ve destek hizmetlerine ihtiyaç duyan kişidir” (Temel & Yakıncı, 2015).

*Dünya Sağlık Örgütü* (DSÖ) engellilik ile ilgili olarak bireylerin rahatsızlıklarına bağılı olan ve sağlık yönünden bir tanımlama ve gruplandırmada bulunmuştur. Dünya

Sağlık Örgütü (DSÖ)'nün tanımına göre engelli tanımları şu şekildedir (Barbotte vd., 2001):

- Impairment (Noksanlık) olarak da bilinen durum, zihinsel veya bedensel yapıdaki veya vücut fonksiyonlarında geçici veya kalıcı olarak gerçekleşen bir kayıp veya anormalliği ifade eder. Bu durum, esasen zihinsel veya duysal, organlar ve uzuvlardaki işlevleri etkileyen bir rahatsızlıktır.
- Disability (Özürlülük) olarak adlandırılan durum, bir bireyin normal olarak kabul edilebilecek bir şekilde veya belirli aralıklarla bir aktiviteyi yerine getirebilme yeteneğinin noksanlık sonucunda yok olması veya kısıtlanması nedeniyle ortaya çıkar. Özürlülük, kişisel düzeydeki bedensel ve zihinsel yetilerin kaybedilmesi olarak da tanımlanabilir.
- Handicap (Maluliyet), sakatlık ve noksanlık sonucunda bir bireyde ortaya çıkabilen ve demografik, kültürel ve sosyal unsurlara bağlı olarak normal kabul edilebilen bir veya daha fazla rolün yerine getirilmesini sınırlayan ve engelleyen bir bozulma veya engellilik sonucu meydana gelen bir durumdur.

Engelli bireylerin gruplara göre dağılımı Tablo 2.1'de sunulmuştur:

**Tablo 2.1** Engellilerin Engel Gruplarına Göre Dağılımları (TÜİK, 2021)

Engel Grubu	Kişi Sayısı	Oranı (%)
Görme	215.076	9,53
İşitme	179.867	7,97
Dil ve Konuşma	33.686	1,49
Ortopedik	311.131	13,78
Zihinsel	385.313	17,07
Ruhsal ve Duygusal	170.927	7,57
Süreğen Hastalık	917.259	40,63
Diğer	44.248	1,96

Kaynak: TÜİK, 2021.

Tablo 2.1 incelendiğinde engel gruplarının görme, işitme, dil ve konuşma, ortopedik, zihinsel, ruhsal ve duygusal, süreğen hastalık ve diğer rahatsızlıklar olarak sıralandığı görülmektedir. Süreğen hastalık grubundaki engelli bireylerin diğer gruplara göre daha fazla sayıda olduğu (%40,63) belirlenmiştir.

Mayer çalışmasında engelliliği, bireylerin kendine yetebilmesi amacıyla belirli araçlara ulaşımının olması gerektiğine odaklanmaktadır. Belirtilen araçlar aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır (Mayer, 2003):

- Engelli bireylerin ulaşması gereken araçların yoksunluğundan bahsedilen Kaynakların Yokluğu bunlardan birisidir.
- Kaynakların mevcut olmasına rağmen maliyetlerinin kullanılamaz düzeyde yüksek olması ve kullanıma uygun olmaması veya mesafe sorunları Kaynakların Ulaşılmaz Olması sorununu ortaya çıkarmaktadır.
- Engelli bireylerin toplum içerisinde başkaları tarafından küçük görüldüğü, alay konusu olabildiği ve takdir edilmediği durumlar ortaya çıkmaktadır. Bu durumlarda engelli bireylerin bu davranışları kabul etmeye zorlanması ve bu durumla yaşamlarına devam etmeleri beklenmektedir. Bu tür sorunlar Toplumsal Bakış Açısı olarak değerlendirilmektedir.
- Devlet politikalarının engelli bireylere yardımcı olmayacak şekilde düzenlenmesi ve uygulanması Devlet Politikaları sorununu ortaya çıkarmaktadır. Bu durumlarında dikkate alınması ve engelli bireylerin sosyal hayatlarına devam edebilmelerine yardımcı kararlar almaları beklenebilir.
- Belirli kurumlar tarafından işgücünde engelli bireylerin tercih edilmemesi ise Kurumsal Uygulamalar sorunlarını ortaya çıkarmaktadır. Bu durumlara düşük ücret, sigorta yoksunluğu ve uygun olmayan davranışlar da eklenerek dezavantajlı durumların artmasına sebep olabilmektedir.
- Kimi gruplar için belirli araçlara ulaşmada sorunlar oluşabilmektedir. Bu konu Grup İçi Koşullar olarak değerlendirilirken; araçların engelli bireyler için uygun olmadığı düşünülerek kültürel değerlerin zarar görmesine neden olmaktadır.
- Engelli bireyler diğer bireylere oranla daha fazla dezavantajlı durumlar yaşayabilmektedir. Kendi kendilerine yetebilme olasılıkları az olan engelli bireylerin bakıma gereksinim duymaları, toplu taşımada karşılaştıkları güçlükler, herhangi bir geliri olmaksızın yaşamaya çalışmaları da temel gereksinimlerini karşılamaları açısından önemli sorunlara yol açmaktadır (Yıldırım, 2011).

- Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), 1980 yılında yayınladığı bildirmede engellilikle ilgili olarak temel kavramları tanımlamış ve engelliliği ağırlıklı olarak sağlık boyutunu üç farklı şekilde tanımlamıştır. (Oktar, 2015):
- Yetersizlik: Anatomik, fizyolojik ve psikolojik yapının normalin dışına çıkması olarak ifade etmektedir. Yetersizlikle ilgili olarak bu tanım organlardaki bozuklukları ifade etmektedir.
- Özürlülük: Zihinsel ve fiziksel güç kaybını ifade etmektedir. Sağlıkta bozulmanın ortaya çıkması nedeniyle oluşan yetersizliklerden dolayıvarolan yeteneğin normal kabul edilen duruma göre azalması veya kaybolması olarak tanımlanmaktadır.
- Maluliyet: Özürlülük ve yetersizlik durumlarına bağlı olarak bireylerin sosyo-domografik özellikleri bakımından normal kabul edilen yaşam gereksinimlerini yerine getirememesi durumudur.

25.04.2013 tarihli resmî gazetede, “özürlü”, “sakat” ve “çürük” gibi ifadeler “engelli” şeklinde değiştirilmesi yasa tasarısı yayınlanmıştır (Resmî Gazete, 2013). Türkiye’de engellilik nedenleri dört farklı başlık altında incelenmektedir (İstanbul Büyükşehir Belediyesi Özürlüler Müdürlüğü, 2012). Bunlar;

- 1) Doğumdan önce oluşan nedenler,
- 2) Doğum sırasında meydana gelen nedenler,
- 3) Doğum sonrasında meydana gelen sebepler,
- 4) Diğer sebepler olarak incelenmektedir.

**Tablo 2.2** Türkiye’de Engellilik Sebepleri

1- Doğumdan Önce Oluşan Nedenler	2- Doğum Esnasında Oluşan Nedenler
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Annenin gebelik durumunda yetersiz ve dengesiz beslenmesi,</li> <li>• Annede kronik bir hastalığın olması,</li> <li>• Kalp hastalıkları,</li> <li>• Travmalar,</li> <li>• Hormonsal bozukluklar,</li> <li>• Kan uyuşmazlığı,</li> <li>• Alkol ve uyarıcı madde kullanımı,</li> <li>• Radyoaktif ışınlar,</li> <li>• Genetik ve doğumsal bozukluklar,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar pelvis,</li> <li>• Bebeğin çıkıma normal dışında gelmesi,</li> <li>• Doğum travması,</li> <li>• Tıbbi cihazlarla müdahaleli doğum,</li> <li>• Doğumun normalden erken gerçekleşmesi,</li> <li>• Doğumun normalden geç gerçekleşmesi,</li> <li>• Bebeğin kilosunun normalin altında olması,</li> <li>• Doğum sürecinin uzun sürmesi nedeniyle yeni doğanın oksijensiz kalması,</li> <li>• Doğumların profesyonel sağlık personelleri ile yapılmaması sonucu anne ve bebek için engelli doğum veya ölüm riskini oluşturmaktadır.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 17 yaşından önce veya 35 yaşından sonra yapılan doğumlar,</li> <li>• Riskli hamilelik,</li> <li>• Annenin beşten çok doğum yapması, gebeliği sonlandırma çabaları,</li> <li>• Gebelik döneminde annenin kullandığı ilaçlar olarak ifade edilmektedir.</li> </ul>	
<b>3- Doğum Sonrası Oluşan Nedenler</b>	<b>4- Diğer Nedenler</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Çocuk Felci, Difteri, Diyare, Kızamık, Suçiçeği, Menenjit, Kızıl, Boğmaca gibi çocuğun ilk üç yaşında geçirdiği hastalıklar</li> <li>• Gelişim çağındaki ateşli hastalıklar</li> <li>• Kötü ve yetersiz beslenme</li> <li>• Doğum sarılığının uzun sürmesi</li> <li>• Bebeğin kontrollerinin ve testlerinin zamanında yaptırılmaması</li> <li>• Aşıların zamanında yaptırılmaması</li> <li>• Bebeklerin kundaklama alışkanlığı olarak sıralanmaktadır.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• İş, ev ve trafik kazaları,</li> <li>• Meslek hastalıkları,</li> <li>• Savaşlar, doğal afetler ve kimyasal maddelere maruz kalınması olarak sıralanmaktadır.</li> </ul>

Kaynak: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Özürlüler Müdürlüğü, 2012.

### 2.1.2. Engellilik yaşam modelleri

Tarihsel süreç boyunca, toplumun engelli bireylere yönelik farklı tutumları, engelliliğin boyutunu açıklamaya yönelik çeşitli modellerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yani, geçmişten günümüze engellilik kavramını açıklamak ve yorumlamak için ortaya çıkan teorik modeller, engelliliğe bakış açımızı şekillendirmiştir. Bu modellerin gelişimi, tarihsel zaman içinde farklı ülkelerin kültürel yaklaşımlarına göre farklı evrelerde gerçekleşmiştir (Sözen, 2023).

Bu modeller 3 temel model altında incelenmektedir:

- Moral (Ahlaki) Model
- Medikal (Tıbbi/Genetik) Model
- Sosyal (Toplumsal) Model

#### 2.1.2.1. Moral (ahlaki) model

Bu tür bir model artık modern öncesi zamanlarda olduğu kadar yaygın olmasa da bu teorinin altında yatan felsefe hala yaygındır. Çünkü insanlar bir hastalık veya sakatlık ile karşı karşıya kaldıklarında, çoğu zaman bu modele bir akıl yürütme olarak başvurabilirler. Ayrıca, özellikle dini veya büyüsel düşünme biçimlerinin egemen olduğu bir toplumda ahlaki modelin hâlâ egemen olduğu görülebilir (Retief & Letsosa, 2018). Engelliliğe ilişkin ilk ve en eski model budur. Engel halini; kişinin ailesine veya topluma karşı işlediği bir günah veya yaptığı bir kötülük karşılığında tanrının verdiği

bir ceza bir nevi sınılanmak olduğuna inanılmaktadır. Antik çağlardan beri engellilerin hor görüldüğü, dışlanarak kötü muameleye tabii tutulduğu görülmektedir. Sparta'da yeni doğan bebeklerden şekil bozukluğu olanlar için tanrının öfkesinin simgesi olarak düşünülür ve öldürülmelerinin tanrıları yatıştıracağı düşünülmekteydi (Braddock & Parrish, 2011).

### **2.1.2.2. Medikal (tıbbi/genetik) model**

19. yüzyılın ikinci yarısından 1970'lerin başına kadar var olan tıbbi model, tıp ve rehabilitasyonun gelişmesiyle birlikte, engellilere yönelik tutumların gözlemlenmesi açısından önemli olan Aydınlanma ile ortaya çıkmıştır. Engellilik literatüründe bireyci-materyalist yaklaşım olarak da bilinen tıbbi model sürecinde engellilik terimi, Allah'ın gazabı ve insanın imtihanı gibi dini bir konu olmaktan tamamen kurtulamamıştır (Sözen, 2023).

Bu modelin diğer uç hali ise engelliliği tamamen normalleştirerek, herhangi bir ayrımcılık yapmadan engelli bireyleri toplumun tamamının bir parçası olarak kabul etmeyi amaçlayan modeldir. Bu yaklaşım engelli bireylerin yeteneklerini ve potansiyellerini öne çıkararak, onların topluma faydalı bireyler olduğunu vurgular. Bu model, engelli bireylerin sosyal hayatın her alanında yer almasını ve toplumda tam anlamıyla entegre olmasını destekler. Ayrıca, engellilik durumunu bir tür çeşitlilik olarak kabul eder ve toplumun engellilik konusunda farkındalığının artması için çalışmalar yapar. Bu yaklaşım, engelli bireyleri toplumun bir parçası olarak kabul etmenin ve onlara eşit davranmanın önemini vurgulamaktadır (Irmak, 2023).

### **2.1.2.3. Sosyal (toplumsal) model**

Bu teori, engelli bireylerin toplumsal entegrasyonunun engelleyicisi olarak toplumun kendisini gösterdiği varsayımına dayanır. Bu nedenle, çözüm için kişisel uyum ve rehabilitasyon yaklaşımları yerine, toplumsal değişim ve bütünleştirici bir yaklaşım önermektedir (Retief & Letsosa, 2018). Engelliliğe yaklaşımda temel modeller genel olarak tıbbi ve sosyal modeller olarak tanımlanır. Bazı tanınmış yazarlar sosyal model yaklaşımı yerine sosyo-politik veya insan hakları modeli adını kullanırken, bazıları ise bu modeller arasındaki farklılıkları vurgulamaktadır. Bu sebeple bu model, sosyo-politik model ve insan hakları modelleri arasında kavram karmaşıklığı yaşanabilmektedir. Ancak bu modeller temelde benzer görüşlere dayanmaktadırlar (Çakmak, 2006).



**Tablo 2.3** Tıbbi ve Sosyal Modellerin On Dört Hususta Birbirleri ile Karşılaştırılması

<b>Konular</b>	<b>Sosyal Model</b>	<b>Tıbbi Model</b>
Hedef kitle	Toplumsal baskı teorisi	Kişisel trajedi teorisi
Engel algısı	Toplumsal sorun	Kişisel sorun
Engelli algısı	Kolektif kimlik	Bireysel kimlik
Çözüm yaklaşımı-1	Toplumsal eylem	Bireysel tedavi
Çözüm yaklaşımı-2	Öz-müdahale	Tıbbileştirme
Çözüm yaklaşımı-3	Bireysel ve kolektif	Profesyonel
Çözüm yaklaşımı-4	Toplumsal değişim	Bireysel uyum
Gereklilik	Deneyim	Uzmanlık
Yaklaşım	Olumlama	Düzeltilme
Sosyal bakış açısı	Ayrımcılık	Önyargı
Sosyal davranış	Davranış	Tutum
Sağlıksal boyut	Haklar	Bakım
Hukuksal boyut	Seçenekler	Kontrol
İdari boyut	Siyaset	Politikalar

Kaynak: Çayır, vd., 2015.

Sosyal model, engelli kişilerin yaşamlarındaki olumsuz etkilerin gerçekliğini kabul etmez ve bunun yerine ana akım toplum tarafından yaratılan engelleri ele almayı öncelikli hale getirir. Bu model, tüm engellilik durumlarının aynı şekilde tedavi edilmesi eğilimindedir ancak engellilerin bu engellerin kaldırılmasının ardından ihtiyaç duydukları hizmetlere erişebilecekleri varsayımını yapar (Irmak, 2023).

### **2.1.3. Engelli türleri**

Engel şekilleri doğum öncesi, doğum sırası ve doğumdan sonraki yaşamda gerçekleşen sebepler olarak sınıflandırılabilir. Doğum öncesi annenin bağımlılıkları, ilaçların bilinçsiz kullanımı, genetik rol oynayan faktörler, akraba evlilikleri, gebelik sırasında gelişen travmalar doğum öncesi sınıflandırmalara dahildir. Doğum esnasında oluşan sorunlar, travmalar, yanlış veya donanımsız doğum ortamları doğum sırasında gelişen engelli durumlarıdır. Trafik kazaları, yüksekten düşme, sonradan oluşan hastalıklar, savaş, deprem, doğal afetler vb. durumlardan oluşan engelli durumları ise doğumdan sonraki sınıflandırmalardır (Koca, 2010). Günlük hayatta engelli bireylerin tekerlekli sandalye kullanan bireyler olarak tasvir edilmesi genellikle doğru değildir. Tekerlekli sandalye kullanan engelliler kullanmayanlara oranla daha azdır (Yenişehirlioğlu, 2013).

Engelli bireyler ile ilgili kavramsal çerçeve oluşturmak, birçok çalışma sonrasında elde edilen verilerden veri tabanı oluşturmak, engelli bireylerin yasal düzenlemeleri hakkında bilgilendirilmesi, bu yasal düzenlemelerle kazandıkları hakları kullanabilmesi

için engellik kriterlerinin belirlenmesi ve bu amaçla engelli sınıflandırılmalarının yapılması bir gereklilik oluşturmuştur (Balcı, 2021).

Özürlüler İdaresi Başkanlığı (BOİB) ve Devlet İstatistik Enstitüsü Başkanlığı'nın birlikte çalışmaları sonrasında ortaya çıkan "Türkiye Özürlüler Araştırması"na göre engelli sınıflandırılması 6 başlık altında toplanmıştır. Bunlar; görme engelli, ortopedik engelli, işitme engelli, zihinsel engelli, dil ve konuşma engelli ve kronik (sürekli hastalık) engellileridir (Yıldız, vd., 2017).

### **2.1.3.1. Ortopedik engelli**

Doğuştan meydana gelebileceği gibi hayatın sonraki zamanlarında da oluşabilecek fiziki rahatsızlıklardır. Kas, iskelet, eklem ve sinir sistemlerinin yeterli olmaması veya kısıtlı olması durumudur (Demir, 2020). Ortopedik engelli bireylerin hareket zorlukları değerlendirildiğinde, iletişim hizmetlerine ulaşmalarının daha fazla önem taşıdığı söylenebilir. Ortopedik engelli bireyler çevredeki kısıtlar sebebiyle hizmet ve bilgilere ulaşmakta zorluk çektikleri ve buldukları yerden bu olanaklara sahip olmaları açısından kolaylık sağlamaktadır (Meşhur, 2011).

Ortopedik engellilik yetersizlik seviyesine göre hafif orta ve ağır derecede yetersizlik olarak 3 başlıkta incelenmektedir. Engelli bireyin kişisel ihtiyaçlarını başkasına ihtiyaç duymadan dilediğinde gerçekleştirmesi, günlük hayata devam ederken herhangi bir cihaza (tekerlekli sandalye, akülü sandalye vb.) ihtiyaç duymaması, eğitim ve tedavi ile motor ve algı becerilerinin artması, müdahale edilmediğinde bireyin motor ve algı becerilerinde bir gerileme olmaması durumu hafif derecede yetersizlik olarak sınıflandırılmaktadır. Engelli bireylerin bireysel ihtiyaçlarını gerçekleştirirken ve günlük hayattaki faaliyetlerini sürdürürken az da olsa desteğe ihtiyaç duyması ve kişinin eklemlerinde şekil bozukluğu olması ya da bu ihtimale sahip olması, koltuk değneği, yürüme cihazı, protez vb. araçlara ihtiyaç duyması ve bireyin eklem bölgelerinde şekilsel bozukluğunun olması veya ihtimalinin olması, yardımcı araçlara ihtiyaç duyması ve bireyde yaşından beklenen motor becerilerini kazanmasını etkileyen duyuşsal ve algısal bozukluklarının meydana gelmesi durumu orta derecede yetersizlik olarak nitelendirilmektedir. Engelli bireyin akülü sandalye, tekerlekli sandalye ve desteğe bağımlı olması ve bireyde; yaşından beklenen motor becerilerin kazanmasını etkileyen duyuşsal ve algısal bozukluklarının olması, eklemlerde meydana gelen ve ağrıya neden olan şekil bozukluklarının olması veya ihtimalinin olması da ağır derecede yetersizlik olarak sınıflandırılmaktadır (Akgün, 2015).

### **2.1.3.2. Görme engelli**

Tek veya iki gözünde tam veya kısmi görme kaybı veya bozukluğu olan kişidir. Görme kaybıyla birlikte göz protezi kullananlar, renk körlüğü, gece körlüğü (tavukkarası) olanlar da bu grup kapsamında değerlendirilmektedir (Yıldız, vd., 2017). Görme engelli bireyler çevrelerini duyuları sayesinde algılamaktadırlar. Bu sebepten görme engelli bireyler daha çok dokunma duyularından yararlanırlar (Yüksel, 2021). Görme engeli doğuştan, sonradan kaza ile veya yaşın ilerlemesi ile ortaya çıkabilmektedir. Bundan dolayı engelli bireylerde yavaş hareket etme, dengesizlik ve çevrelerini algılamak dolayısıyla geç tepki verebilmektedirler. Sınırlı görme ve hiç göremeyenler arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır (Tunç, 2017).

Görme engellilerde düşme, çarpma ve yaralanma gibi riskler daha fazladır. Çünküyollar ve sosyal yaşam alanları yeterli uygunluktan uzaktır. Cadde ve sokaklardaki biçimsiz kaldırımlar, rampalar, üstü açık bırakılmış kuyular onların yaralanmasına hatta ölümüne sebep olabilmektedir. Bununla birlikte kaldırımların orta alanlarına dikilen elektrik, aydınlatma direkleri, beton mantarlar, ağaçlar ve esnaf tezgâhları da aynı soruna sebep olabilmektedir (Arslan, vd., 2014).

### **2.1.3.3. İşitme engelli**

İşitme engelli, tek veya iki kulağında tam veya kısmi işitme kaybı olan kişidir. İşitme cihazı kullananlar da işitme engelli kapsamında değerlendirilmektedir (Yıldız vd., 2017, 64). İşitme, dış, iç ve orta kulakta bulunan duyuşal sistemin bazı sebeplerden dolayı sağlıklı bir şekilde çalışması ile ortaya çıkmaktadır. Bu sistemde meydana gelen bir aksilik sonucunda bireyin bütün hayatını etkisi altına almaktadır. İşitmenin meydana gelmesi için birtakım koşullar gerekmektedir. İşitme engeli işitme sisteminde meydana gelen azalmanın bireyde oluşturduğu yetersizlik durumu olarak tanımlanmaktadır (Özeren, 2019; Tüköz, 2019):

- Ortamda bir sesin olması ve bu sesi kulağın algılayabilmesi için yeterli şiddet ve frekansta olması,
- Ses dalgalarının algılanması için kulağın bulunması,
- Ses dalgalarının kulağın içerisinde bulunan mekanizmalardan herhangi birinden engele uğramadan beyindeki işitme merkezine ulaşması, işitme merkezinde doğru algılanması gerekmektedir. Bu süreçte işitme fonksiyonu gerçekleşirken herhangi bir aksilik olması işitme fonksiyonunun kısmi olarak veya tamamen gerçekleşmemesine neden olmaktadır.

Özel Eğitim ve Rehberlik Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nün (2015) belirttiği gibi, duyma kaybı dereceleri ve özellikleri aşağıda listelenmiştir:

- 16-25 dB arasında "Çok Hafif" derecede işitme kaybı mevcuttur. Bu bireyler, yüksek sesli ortamlarda veya bir metre uzaklıktaki konuşmaların yaklaşık %90'ını anlayabilirler.
- 26-40 dB arasında "Hafif Sessiz" derecede işitme kaybı mevcuttur. Bu bireyler konuşmada güçlük çekebilirler ve sessiz harfleri algılamada sorun yaşayabilirler. Konuşma becerileri ve dil becerilerinde hafif bir gecikme görülebilir.
- 41-55 dB arasında "Orta Derecede" işitme kaybı mevcuttur. Bu bireyler konuşmaları anlamada zorluk çekebilirler ve bir konuşmanın sadece %50'sini anlayabilirler. Konuşma sorunlarının yanı sıra, dil gecikmesi, öğrenme zorlukları ve odaklanma sorunları da görülebilir.
- 56-70 dB arasında "Orta-İleri Derecede" işitme kaybı mevcuttur. Bu bireyler cihaz kullanmadıklarında konuşmaların çoğunu anlayamazlar ve çevreden gelen sesleri ayırt edemezler. Konuşma sorunları, dil gecikmesi, öğrenme zorlukları ve dikkat sorunları görülebilir.
- 71-90 dB arasında "İleri Derecede" işitme kaybı mevcuttur. Bu bireyler konuşma seslerini duyamazlar ancak çok yüksek dereceli sesleri 35 cm uzaktan duyabilirler. Konuşma, öğrenme ve dikkat sorunları, orta-ileri derecede işitme kaybı yaşayan kişilere göre daha belirgin hale gelebilir.
- 91 dB ve üzerinde ise "Çok İleri Derecede" işitme kaybı mevcuttur. Bu bireyler, işittikleri sesleri iletişimde kullanamazlar ve sadece çok yüksek şiddetteki sesleri duyabilirler. İşitme kaybı nedeniyle evlerinde yaşadıkları tüm sorunları da deneyimleyebilirler.

#### **2.1.3.4. Dil ve konuşma engelli**

Konuşma, kişinin toplum içinde rol alabilmesini, çevresiyle etkileşim ve iletişimde olmasını sağlayan ve önemli yer tutan duyularımızdandır. Konuşmanın vurgularında, ritminde, ilerleyişinde, ses birimlerinin dışarı çıkışında bozukluğun olmasına konuşma engeli denir. Bu engelliliği de hafiften ağıra olmak üzere farklı derecelerde görmek mümkündür (Yavuz, 2019).

Herhangi bir nedenle konuşamayan veya konuşmanın hızında, akıcılığında, ifadesinde bozukluk olan ve ses bozukluğu olan kişidir. İşittiği halde konuşamayan, gırtlaklı alınanlar, konuşmak için alet kullananlar, kekemeler, afazi, dil-dudak-damak-çene yapısında bozukluk olanlar bu gruba girmektedir (Yıldız; vd., 2017).

Dil ve konuşma bozukluğu olan bireylerin kelime dağarcıkları sınırlıdır. Çiğneme ve yutma güçlüğü çekerler. Ağızlarından salya akıtma sorunları vardır. İletişim kurma istekleri yoktur. Seslerinin anlaşılması zordur ve yalnız kalmak isterler. Dikkat dağınıklığı mevcuttur. Öğrenme güçlüğü çekerler ve öğrenme süreci oldukça uzundur. Etrafında oluşan seslere ve konuşmalara karşı herhangi bir ilgileri yoktur. Jest, mimik kullanma eğilimindedirler (Düşünür, 2019).

#### 2.1.3.5. Zihinsel engelli

Farklı seviyelerde bilişsel işlev bozukluğu olan bir kişidir. Bu gruba, zekâ geriliği (mental retardasyon), Down sendromu, fenilketonüri (eğer zekâ geriliğine neden olursa) gibi durumlar dahildir (Yıldız vd., 2017). Zihinsel engelli kişiler, zekâ düzeylerine göre yeterince kullanamadıkları için, kendilerini ve çevrelerini anlamakta zorlanırlar. Çevrelerinde olan bitenleri değerlendirmekte ve uygun tepki vermede zorlanırlar. Bu nedenle, zihinsel engelli bireylerin ihtiyaçları göz önünde bulundurularak tasarlanmış yapay çevrelerin kullanımı önemlidir.

Zihinsel engelli kişilerin yaşam kalitesini artırmak ve daha bağımsız bir hayat sürmelerini sağlamak için eğitime öncelik verilmesi gerekmektedir. Zihinsel engellilik farklı seviyelerde sınıflandırılabilir. Zeka ölçümüne (IQ) göre, Tablo 2.4'te belirtildiği gibi zihinsel engellilik gruplarına ayrılmıştır (Aratoğlu, 2019):

**Tablo 2.4** Zekâ Ölçüm Düzeyine Göre Zihinsel Engelliler

<b>IQ</b>	<b>VERİLEN AD</b>
0 –25 arası	Ağır Zihinsel Engelli
25 –35 arası	Şiddetli Zihinsel Engelli
36 –51 arası	Orta Derecede Zihinsel Engelli
52–67 arası	Hafif Derecede Zihinsel Engelli
67–70 arası	Zihinsel Engelli
70–79 arası	Sınırdaki
110 ve daha yüksek	Özel Üstün Yetenekli
130- ve daha yüksek	Üstün Zekâlı

Kaynak: Aratoğlu, 2019.

#### 2.1.3.6. Kronik (sürekli hastalık)

Hastalıkların, bireyin işlevselliğini ve çalışma kapasitesini engelleyen ve sürekli bakım ve tedavi gerektiren çeşitli türleri vardır. Bu hastalıklar, kan hastalıkları, kalp-damar hastalıkları, solunum sistemi hastalıkları, sindirim sistemi hastalıkları,

idrar yolları ve üreme organı hastalıkları, cilt ve deri hastalıkları, kanserler, endokrin ve metabolik hastalıklar, ruhsal davranış bozuklukları, sinir sistemi hastalıkları, HIV gibi durumları içerir. (Yıldız, vd., 2017).

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından 1980 yılında yayınlanan Kırklar (2013) tarafından aktarılan engelli sınıflandırması Tablo2.5 'de sunulmuştur (Kırklar, 2013).

**Tablo 2.5.** WHO Engelli Sınıflandırması

Yetersizlik	Özürlülük	Engellilik
<p><b>Zihinsel Yetersizler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zekâ yetersizlikleri</li> <li>• Hafıza yetersizlikleri</li> <li>• Düşünme yetersizlikleri</li> <li>• Diğer Zihinsel yetersizlikler</li> </ul> <p><b>Diğer Psikolojik Yetersizler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uyanıklık ve bilinç yetersizlikleri</li> <li>• Algı ve dikkat yetersizlikleri</li> <li>• Duygusal ve irade yetersizlikleri</li> <li>• Davranış biçimsel yetersizlikler</li> </ul> <p><b>Dilsel Yetersizler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dilfonksiyonlarındayetersizlikler</li> <li>• Konuşmayetersizlikleri</li> </ul> <p><b>İşitsel Yetersizler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• İşitme hassasiyetinde yetersizlikler</li> <li>• Diğer işitsel ve duyuşsal yetersizlikler</li> </ul> <p><b>Görsel Yetersizler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Net görme yetersizlikleri</li> <li>• Diğer görme yetersizlikleri</li> </ul> <p><b>İç Organsal Yetersizler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• İç organlardaki yetersizlikler</li> <li>• Diğer özel işlevsel yetersizlikler</li> </ul> <p><b>İskeletsel Yetersizler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Baş ve gövde bölgesindeki yetersizlikler</li> <li>• Organlarda mekanik ve motor yetersizlikleri</li> <li>• Organ Yetersizlikleri</li> </ul> <p><b>Biçimsel Yetersizler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Baş ve gövde bölgelerinde bozukluklar</li> <li>• Organ bozuklukları</li> <li>• Diğer şekil bozuklukları</li> </ul> <p><b>Genel Duyusal ve Diğer Yetersizler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Genel yetersizlikler</li> <li>• Duyusal yetersizlikler</li> <li>• Diğer yetersizlikler</li> </ul>	<p><b>Davranış Özürlüler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bilinçsel özürlüler</li> <li>• İlişki Özürlüler</li> </ul> <p><b>İletişim Özürlüler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konuşma özürlüler</li> <li>• Dinleme özürlüler</li> <li>• Görme özürlüler</li> <li>• Diğer iletişim özürlüleri</li> </ul> <p><b>Kişisel Bakım Özürlüler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Boşaltım özürlüler</li> <li>• Kişisel temizlik özürlüler</li> <li>• Giyinme özürlüler</li> <li>• Beslenme ve diğer kişisel bakım özürlüler</li> </ul> <p><b>Omurilik Özürlüler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hareket özürlüler</li> <li>• Sınırlayıcı özürlülük</li> <li>• Diğer omurilik özürlüler</li> </ul> <p><b>Bedensel Faaliyet Özürlüler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ev işlerini yerine getirmede özürlülük</li> <li>• Vücut hareketlerinde özürlülük</li> <li>• Diğer bedensel faaliyet özürlüler</li> </ul> <p><b>Beceri Özürlüler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Günlük Aktivite özürlüler</li> <li>• Elsel aktivite özürlüler</li> <li>• Diğer beceri bozuklukları</li> <li>• Özel Beceri Özürlüler</li> </ul> <p><b>Diğer Faaliyet Kısıtları</b></p>	<p><b>Hayati Roller</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uyum engelliler</li> <li>• Fiziksel bağımlılık engeli</li> <li>• Hareket engelliler</li> <li>• Mesleki (çalışma) engelliler</li> <li>• Sosyal bütünleşme engelliler</li> <li>• Ekonomik yeterlilik engeli</li> <li>• Diğer Engeller</li> </ul>

Kaynak: Kırklar, 2013.

Türkiye’de engellilere yönelik ayrımcılığın mevcut durumunu ortaya çıkarmak adına 2011 yılında Türkiye’de Engellilik Temelinde Ayrımcılığın İzlenmesi Raporu hazırlanmıştır. Bu raporun sonuçlarına göre (Akdağ, vd., 2011);

- Engelli bireyler son on yılda toplum içinde daha fazla yer almaya başlamışlardır ve etkin bir şekilde var olmak için mücadele etmektedirler.
- Engellilerin hayatlarını ayrımcılık olmadan sürdürebilmeleri için kamunun ve sivil toplumun yanı sıra tüm toplumda etkili politikalar geliştirilmelidir.
- İş hayatına katılmada zorluk çeken engelli bireyler arasında kadınlar daha fazla etkilenmektedir.
- Eğitim ve istihdam alanlarında engelli bireyler en fazla ayrımcılığa maruz kalmaktadırlar ve bu alanlarda mücadele etmektedirler.
- Resmî ideoloji ve toplum, engelli bireyleri yardıma muhtaç ve edilgen olarak algılamaktadır ve bu nedenle engelliler ötekileştirilmektedirler.
- Engelli bireylere yönelik ayrımcı uygulamalar, Türkiye’de hâlâ yardımseverlik, bilgisizlik ve tıbbi yaklaşımların sonucu olarak meydana gelmektedir.

#### **2.1.4. Dünyada ve Türkiye’de engelli nüfus**

Dünya Sağlık Örgütü (WHO)/Dünya Bankası'nın (WB) engelliliğe ilişkin ilk raporu, dünya çapında engelli insanların durumuna ilişkin kanıtları gözden geçirmektedir. 2011 yılında yayımlanan rapor, dünya nüfusunun yaklaşık %15'i bir tür engellilikle yaşadığını ve bunların %2-4'ü işlevsellikte önemli zorluklar içerisinde olduğunu göstermektedir. Küresel engellilik prevalansının 1970'lerden yaklaşık %10'luk değişim tahmini sunduğunu ve bu sayının tahmin edilenden çok daha fazla olduğunu işaret etmektedir. Bu küresel engellilik tahmini, nüfusun yaşlanması ve kronik hastalıkların hızla yayılması ve engelliliği ölçmek için kullanılan yöntemlerdeki gelişmeler nedeniyle arttığı raporda sunulan bir diğer ifadedir (www.who.int).

Dünya Bankası ise 2022 yılında dünya nüfüsündeki 1 milyar insanın veya dünya nüfusunun %15'lik bir kısmının bir tür engele sahip olduğunu belirtmişlerdir. Bu oranın gelişmekte olan ülkelerde arttığı bilinmektedir. Engelli kişilerin daha az eğitim alması, daha kötü sağlık sonuçları, daha düşük istihdam seviyeleri ve daha yüksek yoksulluk oranları gibi olumsuz sosyoekonomik sonuçlar yaşama olasılığı daha yüksektir. Yoksulluk, yetersiz beslenme, eğitim ve sağlık hizmetlerine yetersiz erişim,

güvenli olmayan çalışma koşulları, kirli bir çevre ve güvenli su ve sanitasyona erişim eksikliği nedeniyle engelli olma riskini artırabilir. Engellilik ayrıca, istihdam ve eğitim fırsatlarının olmaması, daha düşük ücretler ve engelli bir yaşam maliyetinin artması yoluyla yoksulluk riskini de artırabilir. Engelli kişilerin tam sosyal ve ekonomik katılımının önündeki engeller arasında erişilemeyen fiziksel ortamlar ve ulaşım, yardımcı cihaz ve teknolojilerin bulunmaması, uyarlanmamış iletişim araçları, hizmet sunumundaki boşluklar ve toplumdaki ayrımcı önyargı ve damgalama yer almaktadır. 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi, engelliliğin kalkınma programlarına ve insan haklarının gerçekleştirilmesine erişim eksikliği için bir sebep veya kriter olamayacağını açıkça belirtmektedir (www.worldbank.org).

Dünyada değişen engellilik tanımı ve sınıflandırma sistemlerine bağlı olarak Türkiye’de de engellilerin profiline ilişkin veri toplama kriterleri dönüşüm göstermektedir. Engelliliğe ilişkin sorular, bu alanla ilgili Birleşmiş Milletler bünyesinde çalışan ve sayımlar ile araştırmalar için engellilik soru seti geliştiren “Washington Grup” önerileri temel alınarak Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanmıştır. Söz konusu soru seti aynı zamanda Dünya Sağlık Örgütü tarafından geliştirilen İşlevsellik, Engellilik ve Sağlıkın Uluslararası Sınıflandırılması (ICF) ile de uyumlu bir şekilde geliştirilmiştir (www.aile.gov.tr).

Tablo 2.6’da belirtilen ülkeler, nüfus bilgileri, yüzdelik olarak engelli oranı ve engelli sayıları verilmiştir.

**Tablo 2.6** Belirtilen Ülkelerde Engelli Sayıları ve Nüfusa Oranları

Ülke	Nüfus	Engelli Oranı (%)	Engelli Sayısı
İngiltere	62,008,048	27,2	16,866,189
Fransa	64,716,310	24,6	15,920,212
Almanya	81,802,257	11,2	9,161,852
Polonya	38,167,329	11,7	4,465,577
Hollanda	16,574,989	25,4	4,210,047
İspanya	45,989,016	8,7	4,001,044
İtalya	60,340,328	6,6	3,982,461
Çek Cumhuriyeti	10,506,813	20,2	2,090,855
Portekiz	10,637,713	19,9	2,116,904



Belçika	10,839,905	18,4	1,994,542
İsveç	9,340,682	19,9	1,858,795
Finlandiya	5,351,427	32,2	1,723,159
Romanya	21,462,186	5,8	1,244,806
Yunanistan	11,305,118	10,3	1,164,427
Macaristan	10,014,324	11,4	1,141,632
Danimarka	5,534,738	19,9	1,101,412
Avusturya	8,375,290	12,8	1,072,037
İrlanda	4,467,854	11	491,463
Slovakya	5,524,825	8,2	453,035
Slovenya	2,046,976	19,5	399,160
Estonya	1,340,127	23,7	317,610
Litvanya	3,329,039	8,4	279,639
Bulgaristan	7,563,710	3,3	249,602
Letonya	2,248,374	5	112,418
Kıbrıs Rum Kesimi	803,147	12,2	97,983
Lüksemburg	502,066	11,7	58,741
Malta	412,970	8,5	35,102

Kaynak: Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı,2023

Avrupa'da, 22 milyon engelli kişi günlük turizm etkinliklerine katılırken, 15 milyon engelli vatandaşları kendi ülkelerinde, 8 milyon engelli ise yılda en az bir kez kendi ülke sınırlarının dışında seyahat ederek turizm faaliyetlerine katılmaktadır. Engelli turistlerin yanında en az bir refakatçi daha olduğu göz önüne alındığında, Avrupa'da engelliler toplamda 35 milyon seyahat ve 630 milyon konaklama üretmektedir (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı,2023).

2021 yılında Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından Türkiye'de yapılan engelli çalışması sonucunda genel nüfus içinde yaş grubu ve cinsiyete göre en az bir engelli olan nüfus sayıları Tablo 2.7.'de gösterilmiştir (www.aile.gov.tr).

**Tablo 2.7** Genel Nüfus İçinde Yaş Grubu ve Cinsiyete Göre En Az Bir Engeli Olan Nüfus\* (2011)

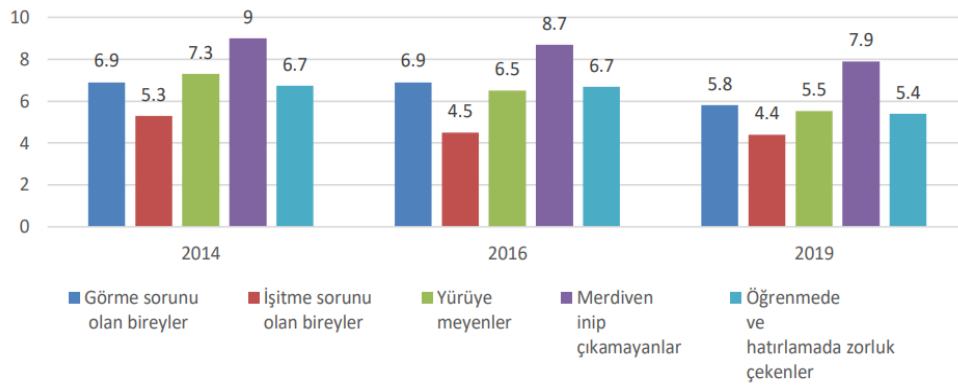
Engelli Birey	Nüfus Oranı (%)	Erkek (%)	Kadın (%)
Tüm yaş grupları	6,9	5,9	7,9
3-9	2,3	2,5	2,1
10-14	2,1	2,4	1,8
15-19	2,3	2,6	2
20-24	2,7	3,4	2
25-29	2,6	3	2,3
30-34	3,2	3,4	3
35-39	4	4	4,1
40-44	5,1	4,7	5,6
45-49	6,9	5,9	7,8
50-54	8,8	7,1	10,7
55-59	12,1	9,2	15
60-64	16,5	12,3	20,4
65-69	23	18,3	27,2
70-74	31,9	26,3	36,3
75+	46,5	40,9	50,3

Kaynak: www.aile.gov.tr (2022).

\* “En az bir engeli olan nüfus” engellilikle ilgili en az bir işlevi (fonksiyonu) yerine getirmede çok zorlandığını veya hiç yapamadığını belirten 3 ve daha yukarı yaştaki nüfustur.

Nüfus ve Konut Araştırması sonuçlarına göre, en az bir engeli olan (3 ve daha yukarı yaş) nüfusun oranı %6,9 (4.876.000 kişi)’dur. Erkeklerde %5,9 olan bu oran kadınlarda %7,9’dur. Yaş grubu arttıkça en az bir engeli olan nüfus oranının artma eğiliminde olduğu görülmektedir. 35-39 yaş grubundan itibaren en az bir engeli olan kadınların oranı erkeklerden yüksektir (www.aile.gov.tr).

TÜİK tarafından 2014-2019 yıllarını kapsayan temel faaliyetleri yerine getirmede zorluk yaşayan 15 ve üzeri yaştaki bireylerin yıllara göre dağılımı Şekil 2.1.’de verilmiştir.



**Şekil 2.1** Temel Faaliyetleri Yerine Getirmede Zorluk Yaşayan 15 ve Üzeri Yaştaki Bireylerin Yıllara Göre Dağılımı (2014-2019)

Kaynak: TÜİK, Türkiye Sağlık Araştırması 2014-2019; www.aile.gov.tr.

Şekil 2.1.'de görme sorunu olan bireyler, işitme sorunu olan bireyler, yürüyemeyenler, merdiven inip çıkamayanlar ve öğrenmede ve hatırlamada zorluk yaşayan bireylerin 2014-2019 yılları arasındaki dağılımları verilmiştir. 2014,2016 ve 2019 yıllarında merdiven inip çıkamayan 15 yaş üstü bireylerin oranlarının diğer engelli türlerine göre daha fazla olduğu görülmektedir. Engelli bireylerdeki her 5 kategori de 2014 yılından 2019'a kadar azalma eğiliminde olduğu söylenebilir.

### **2.1.5. Dünyada engellilere yönelik yasal düzenlemeler**

Engellilik, bir yaşam şekli olduğundan dolayı, tüm toplumlar tarafından öncelikle ele alınması gereken bir konudur. 1970'lerden bu yana, engelliler ile ilgili yapılan çalışmaların sayısı artmıştır. Teknolojide, bilimde ve tıpta yaşanan ilerlemeler, engelli bireyler hakkındaki algıyı değiştirmeye yardımcı olmuştur. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, özürülüler veya sakatlarla ilgili çalışmalar, ulusal ve uluslararası kuruluşlar tarafından desteklenmeye başlamıştır (Uygun, 2010).

1975 yılında Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından kabul edilen İnsan Hakları Evrensel Beyanname'sine ek olarak yayınlanan "Özürlü Hakları Bildirgesi" ve 1981 yılında ilan edilen Uluslararası Özürlüler Yılı, Avrupa Birliği'nin engelli bireyler için harekete geçmesine neden olmuştur. Avrupa Konseyi de bu bağlamda 1980'ler ve 1990'lar boyunca çeşitli bildireler ve kararlar yayınlamıştır. Örneğin, 24 Temmuz 1986'da "Avrupa Topluluğu Düzeyinde Özürlülerin İstihdamına İlişkin Konsey Tavsiye Kararı" alınmıştır. Ayrıca 1 Mayıs 1990'da Avrupa Konseyi ve Eğitim Bakanları, "Özürlü Çocuk ve Gençlerin Genel Öğretim Sistemi İçinde Kaynaştırılmalarına Yönelik Karar" almışlardır. 20 Aralık 1996 tarihinde Avrupa Konseyi ve hükümet temsilcileri, özürülüler için fırsat eşitliği konusunda bir karar almışlardır ve aynı yıl Avrupa Komisyonu" Özürlüler İçin Fırsat Eşitliği-Topluluğun Yeni Özürlülük Stratejisi 1996" başlıklı bir tebliğ yayınlamıştır. Bu tebliğ, engellilerin fırsat eşitliğinden yararlanmalarını engelleyen bariyerleri kaldırmak için önlemlerin alınması gerektiğini vurgulamaktadır. (Çizelvd.,2012).

Devletler üstü bir örgüt olan Birleşmiş Milletler kendine bağlı ve ilişkili kuruluşlarla engelli bireylerin haklarının gelişmesinde önemli bir yere sahiptir. Birleşmiş Milletler yaptığı çalışmalar ve aldığı kararlar ile pek çok ülkenin engellilere yönelik sağlık, eğitim, istihdam, rehabilitasyon uyguladığı politikalarda önemli yere sahiptir. Devletler üstü bir örgütlenme olan Avrupa Birliği kendine üye ülkelerde son 20 yıl içerisinde yaptığı çalışmalarla engellileri pasif ve yardıma muhtaç olarak

görmek yerine diğer bireyler gibi eşit hakları olan ve toplumla iç içe bir hayat sürebilen bireyler olarak görmekte ve çalışmalarına bu konuda yön vermektedir (Karaağaç, 2017).

Bu doğrultuda BM ve Avrupa Birliğince engelli bireylere ilişkin yapılan yönetsel ve yasal düzenlemeler incelenmiştir Tablo 2.8’de gösterilmiştir (<http://eyh.aile.gov.tr>).

**Tablo 2.8.** Birleşmiş Milletler Örgütü’nün Engelli Bireylere Yönelik Yaptıkları Uluslararası Yönetmelik ve Yasal Düzenlemeleri

Yıl	Yasal/ Yönetmelik Düzenlemeler
1945	Engelli bireylerle ilgili ilk kez çalışmaların başlanması.
1948	İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinde engellilik konusunun dikkate alınması, işitme ve görme engelli bireyler gibi bedensel engelleri olan kişilerin haklarının artırılması, engelliliği önleme ve rehabilitasyona yönelik çalışmalara önem verilmesi.
1950	Cenova Konferansı- engelliler için eğitim, istihdam, mesleki rehabilitasyon ve tedavi gibi konularda uluslararası standartlar belirleme çalışmalarına başlanması.
1952	UNDP, WHO, ILO, UNICEF, UNESCO gibi uluslararası kuruluşların katılımının sağlandığı bir toplantıda eğitim ve rehabilitasyon projeleri geliştirilmesi ve engellilik ile alakalı mevzuların da bu organizasyonların programlarına dahil edilmesi.
1969	Zihinsel ve bedensel engelli bireylerin topluma tam katılımı ve sağlık, sosyal güvenlik, refah konularında önlemlerin alınması amacıyla “Sosyal Kalkınma ve Kalkınma Sürecine Dair Bildirge”nin yürürlüğe girmesi.
1971	Zihinsel Engelli Bireylerin Haklarına Dair Bildirge yayımlanması.
1975	Bütün engelli bireylerin haklarının dil, din, cinsiyet, ırk ve ideolojik ayırım yapılmaksızın garanti altına alındığını belirtilen “Engelli Hakları Bildirisinin yayımlanması.
1981	Uluslararası Engelliler yılı olarak ilan edilmesi.
1982	Engelli bireyler İçin Dünya Eylem Programı’nın hazırlanması, 3 Aralık’ın Dünya Engelliler Günü olarak kutlanmasına yönelik tavsiye kararının sunulması.
1982	Engellilerin kalkınmasına yönelik global bir kalkınma programı uygulanmasının sağlanması için 1983-1992 Birleşmiş Milletler Engelliler On Yılı ilan edilmesi.
1989	Engelli bireylerinde mesleki istihdamları için eğitilmeleri ve iş gücü piyasasında bulunmaları ve gerektiğine yönelik ‘Engelli bireyler alanında İnsan Kaynakları Geliştirme Eylem Planı İçin Tallinn Çerçevesinin kabulü.
1992	3 Aralık gününün Dünya Engelliler Günü olarak ilan edilmesi ve 1993-2002 yılları arasının Asya-Pasifik Engelliler On yılı olarak ilanı.
1993	Engelli bireyler için Dünya Eylem Planını özetlemekte ve ülkelere eşit fırsatlar sunma konusunda konularını kapsayan Engelliler İçin “Fırsat Eşitliği Konusunda Standart Kurallar” kabul edilmesi.
1995	Üye devletlerin engelli bireylere eşit eğitim fırsatı verilmesi hususunda garanti edilmesini isteyen “Kopenhag Sosyal Kalkınma Bildirgesi ve Sosyal Kalkınma Eylem Planı”nın kabul edilmesi.
2002	“Asya-Pasifik Engelliler On yılı” süresinin uzatılmasına karar verilmesi.

Kaynak: <http://eyh.aile.gov.tr>.

Tablo 2.7.'de Birleşmiş Milletler örgütünün 1945 ile 2002 yılları arası engellilere yönelik yapılan uluslararası yasal ve yönetsel düzenlemeler yıl bazında gösterilmektedir. Engellilere yönelik yapılan çalışmaların 1945 yılında başlamasıyla birlikte, ilerleyen yıllarda engelli kişilerin haklarının artırılması, eğitime, istihdama önem verilmesi, engelliliği önleme ve rehabilitasyon çalışmalarının artırılmasına yönelik yapılan çalışmalar engelli bireylere verilen önemin arttığını göstermektedir.

Avrupa Birliği'nde engellilere yönelik yasal ve yönetsel düzenlemeler Tablo 2.9'da sunulmuştur.

**Tablo 2.9.** Avrupa Birliği'nde Engellilere Yönelik Yasal ve Yönetsel Düzenlemeler

Yıl	Yasal/ Yönetsel Düzenlemeler
1981	Avrupa Topluluğu düzeyinde engelli bireylerin sosyal entegrasyonuna yönelik karar alınması.
1986	Üye ülkelerin engelli bireylere istihdam ve mesleki rehabilitasyon alanlarında fırsat eşitliği sağlama amacıyla gereken bütün tedbirleri almaları ve engelli çalışanların karşılarına çıkan problemleri yok etmeye ilişkin "Avrupa Topluluğu Düzeyinde Engellilerin İstihdamına İlişkin Konsey Tavsiye Kararı" alınması.
1990	Avrupa Konseyi ve Eğitim Bakanlarının "Engelli genç ve çocukların genel öğretim sistemleri içerisinde kaynaştırılmalarına ilişkin karar alınması.
1996	Engelliler için fırsat eşitliği konusunda karar alınması ve "Engelliler İçin Fırsat Eşitliği-Topluluğun Yeni Engellilik Stratejisi 1996" tebliğinin yayımlanması.
2000	2001-2006 yıllarını içine alan ayrımcılıkla mücadele hususunda "Topluluk Eylem Programı" oluşturulması.
2000	Engelli bireyler İçin Engelsiz Avrupa'ya Doğru Tebliği'nin yayımlanması
2000	Avrupa Komisyonu tarafından "İstihdamda ve İşte Eşit Muamele Direktifi'nin" yayımlanması.
2000	"Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı" kabul edilmesi.
2001	2003 yılının "Avrupa Engelliler Yılı" olarak ilan edilmesi.
2003	Engelli bireyler istihdam edilmesi ve toplumsal bütünleşmelerine ilişkin çalışmaların teşvik edilmesi ile ilgili kararının alınması.
2003	Engelli bireylere ilişkin Fırsat Eşitliği sağlamak amacıyla "Avrupa Eylem Planı'nın" hazırlanması.
2003	Engelli öğrencilere eğitim ve mesleki eğitimde fırsat eşitliği sağlanması.
2013	Üye Devletlere yönelik engeli olan bireylerin turizm, spor, kültür ve boş zaman etkinliklerine tam, etkin ve eşit şekilde katılımlarının sağlanması için CM/Rec (2013) sayılı Tavsiye Kararı'nın ilan edilmesi.

Kaynak: <http://eyh.aile.gov.tr>;

Tablo 2.9'da,Avrupa Birliği'nde 1981'den 2013 yılına kadar olan engelli bireylere yönelik yapılan yasal ve yönetsel düzenlemeleri yıllara göre göstermektedir. Avrupa Birliği'nin kendine üye ülkelerle birlikte 1981 yılından 2013 yılına kadar yaptığı çalışmalarda engelli bireyleri sağlıklı bireylerden ayırmak yerine onları da sağlıklı bireyler gibi eşit haklara sahip olarak görmekte ve bu yönde çalışmalarına yön verdikleri görülmektedir (Özeren, 2019).

## 2.1.6. Türkiye’de engellilere yönelik yasal düzenlemeler

Türkiye’de engelli bireylerin haklarını geliştirmeye yönelik şûralar düzenlenmiştir. İlk Özürlüler Şûrası 1999 senesinde yapılmıştır. Meclisin teması ise “Çağdaş toplum, çağdaş yaşam ve özürlüler” olarak belirlenmiştir. II. Özürlüler Şûrası ise, 2005 senesinde yapılmış ve tema “Mahalli Yönetim ve Özürlüler” olarak belirlenmiştir. Yapılan bu iki şûra’da alınan kararlar benzerlik taşımaktadır. Ayrıca erişebilirliğin sağlanması konusunda uygulamaların eksikliğine de dikkat çekmektedirler. 2007 senesinde düzenlenen III. Özürlüler Şûrası’nın teması ise “Bakım Hizmetleri” olarak belirlenmiş olup dört alt başlık altında toplanmıştır. Son olarak 2009 senesinde IV. Şûra gerçekleştirilmiş ve teması “İstihdam” olarak belirlenmiştir (Özgökçeler & Alper, 2010). Türkiye’de engellilere yönelik yapılan yasal ve yönetsel düzenlemeler Tablo 2.9’da verilmiştir.

**Tablo 2.10** Türkiye’de Engellilere Yönelik Yapılan Yasal Düzenlemeler

Yıl	Yasal/ Yönetsel Düzenlemeler
1928	Engelli çocukların haklarını da içeren Milletler Cemiyetinin 1924 Cenevre Çocuk Hakları Bildirgesi imzalandı.
1949	Fiziksel engellilerin haklarının artırılması, engelliğin önüne geçme ve rehabilitasyon faaliyetlerine verilen önemin artırılmasını amaçlayan Birleşmiş Milletlerin çıkardığı 1948 İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi imzalandı.
1951	Engellilik konusunun yalnızca sağlığı ilgilendiren bir konu olmadığına anlaşılması üzerine özel eğitim hizmetleri Sağlık Bakanlığından alınıp Milli Eğitim Bakanlığına verilmiş ve böylelikle ilk körler okulu açılmıştır.
1961	Engellilerin özel eğitimini ilgilendiren ve engelli bireylerin üretken hale getirilmesi ile ilgili maddelere 1961 Anayasası’nda yer verilmiş ve İlköğretim ve Eğitim Kanunu’na özel eğitim ile alakalı hükümler konularak ilk defa “Özel Eğitim Yönetmeliği” oluşturulmuştur.
1971	1475 sayılı İş Kanunu’nda 50 ve üzerinde personeli olan iş yerlerinde % 3 oranında engellileri çalıştırma zorunluluğı getirildi.
1976	2022 sayılı 65 Yaşını Doldurmuş Muhtaç, Güçsüz ve Kimsesiz Türk Vatandaşlarına Aylık Bağlanması Hakkında Kanun ile yardıma ihtiyacı olan ve işsiz olan engelli bireylere belirli bir maaş bağlanmıştır.
1982	1982 Anayasası’nda doğrudan engellilik ifadesi bulunmamakla beraber madde 5, madde 10, madde 42/7 madde 61/2 ile engelli bireylerin eğitim, sağlık ve genel hakları ile ilgili hükümleri garanti altına almıştır.
1985	Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı’na
1992	ILO’nun 1975 yılında kabul ettiği 142 sözleşme numaralı “İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi Sözleşmesi” kabul edilmiş olup engellilerinde diğer öğrenciler gibi çiraklık eğitiminden yararlanmalarına olanak tanınmıştır.
1997	571 Sayılı “Özürlüler İdaresi Başkanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” Özürlüler İdaresi Başkanlığı kurulmuştur.
1999	Sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları, özel sektör temsilcileri, yerel yönetimler ve üniversitelerden bilim adamlarının katılımıyla “çağdaş toplum, çağdaş yaşam ve özürlüler” konulu cumhuriyet tarihinin ilk engelliler şûrası gerçekleştirilmiştir.
2005	Toplumsal hayatın engelli bireylerin ulaşımına uygun hale getirilmesi amacıyla pek çok kanun ve yönetmeliklerin değiştirilmesine neden olan 5378 Sayılı “Özürlü ve Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun” çıkartılmıştır.
2008	Birleşmiş Milletler “Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme” sinin 5825 sayılı kanun ile kabul edilerek imzalanması.
2012	6353 Sayılı Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile 5378 sayılı kanunun geçici 2. ve 3. Maddelerinde ekleme ve değişiklik yapılmıştır.
2014	6574 sayılı Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşmeye Ek İhtiyari Protokolün Onaylanmasının Uygun Bulduğuna Dair Kanun yürürlüğe girmiştir.

Kaynak: Karaağaç, 2013;18.

Tablo 2.9’da 1928-2014 yılları arası Türkiye’de engellilere yönelik yapılan yasal ve yönetsel düzenlemeleri yıl bazında göstermektedir. 1928-2014 yılları arası Türkiye’de engelli haklarının gelişim durumuna bakıldığında, engelli bireylere ilişkin bakış açısının değiştiği, engelli hakları hususunda farkındalığın arttığı, buna bağlı olarak pozitif adımlar atıldığı görülmüştür (Yüksel, 2021).

2709 sayılı 18/10/1982 tarihinde kabul edilen Türkiye Cumhuriyeti Anayasası’nın 10. maddesine göre, “Herkes, dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce, felsefi inanç, din, mezhep ve benzeri sebeplerle ayırım gözetilmeksizin kanun önünde eşittir”. Bu ifade engelli bireylerin de herhangi bir ayrımcılığa maruz kalmamalarını güvence altına almıştır.

Anayasanın 42. maddesinde, “Kimse, eğitim ve öğrenim hakkından yoksun bırakılamaz. Devlet, maddi imkânlardan yoksun başarılı öğrencilerin, öğrenimlerini sürdürebilmeleri amacı ile burslar ve başka yollarla gerekli yardımları yapar. Devlet, durumları sebebiyle özel eğitime ihtiyacı olanları topluma yararlı kılacak tedbirleri alır” şeklinde düzenleme yer almaktadır. Bu madde hükmü ile engelli bireylerin eğitim hakkının engellenemeyeceğini ve gerekli özel koşulların sağlanması için gereğinin yapılacağı düzenlenmiş bulunmaktadır.

Anayasanın çalışma ile ilgili hükümlerine bakıldığında ise 49. maddede “Çalışma, herkesin hakkı ve ödevidir” savı dikkat çekmektedir. Ayrıca yapılan değişiklikle (Değişik: 3/10/2001-4709/19 md.) “Devlet, çalışanların hayat seviyesini yükseltmek, çalışma hayatını geliştirmek için çalışanları ve işsizleri korumak, çalışmayı desteklemek, işsizliği önlemeye elverişli ekonomik bir ortam yaratmak ve çalışma barışını sağlamak için gerekli tedbirleri alır.” Bu hüküm ile engelli bireylerin de diğer sağlıklı bireyler gibi çalışma hakkının olduğu vurgulanmaktadır. Anayasanın yine çalışma şartları ile ilgili aldığı kararlar doğrultusunda 50. maddesinde yer alan “Kimse, yaşına, cinsiyetine ve gücüne uymayan işlerde çalıştırılmaz. Küçükler ve kadınlar ile bedeni ve ruhi yetersizliği olanlar çalışma şartları bakımından özel olarak korunurlar” ifadesi ile engellilerin engel durumlarına uygun işlerde istihdam edilmeleri gerektiği ve engel durumları nedeniyle özel muamele görmeleri gerekirse gerekli şartların sağlanması güvence altına alınmıştır.

Anayasada yer alan sosyal güvenlik hakkı ile ilgili kararlar incelendiğinde Anayasanın 60. maddesinde, “Herkes, sosyal güvenlik hakkına sahiptir” şeklinde düzenleme yer almaktadır. Anayasa’nın 61. maddesinde ise “Devlet harp ve vazife

*şehitlerinin dul ve yetimleriyle, malul ve gazileri korur ve toplumda kendilerine yaraşır bir hayat seviyesi sağlar. Devlet, sakatların korunmalarını ve toplum hayatına intibaklarını sağlayıcı tedbirleri alır. Yaşlılar, Devletçe korunur, Yaşlılara Devlet yardımı ve sağlanacak diğer haklar ve kolaylıklar kanunla düzenlenir. Devlet, korunmaya muhtaç çocukların topluma kazandırılması için her türlü tedbiri alır. Bu amaçlarla gerekli teşkilat ve tesisleri kurar veya kurdurur” hükmü ile engellilerin sosyal güvenlik hakları Anayasa kapsamında ele alınmış olup, topluma kazandırılmalarına yönelik tedbirler alınmıştır (Özürlüler İdaresi Başkanlığı Yayınları, 2008).*

## **2.2. Engelsiz Turizm**

### **2.2.1. Engelsiz turizmi kavramı**

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) verilerine göre, dünya nüfusunun yaklaşık sekizde biri, yani 1 milyarın üzerinde insanın herhangi bir engel durumuyla karşı karşıya kaldığı tahmin edilmektedir. Bu rakamın özellikle sanayileşmiş Avrupa ülkelerinde yaşam standartlarının yükselmesi ve yaşlı nüfusun artması sonucu engelli nüfusun genel nüfus oranı içinde artacağı öngörülmektedir (Yıldız, vd., 2017).

Turizm, insanların tatil yapma, dinlenme, keşfetme ve farklı kültürleri tanıma ihtiyaçlarını karşılayan sosyal bir faaliyettir. Turizm sektörü, herkesin eşit olarak yararlanabileceği bir hizmet sunma zorunluluğuna sahiptir ve engelli bireylerin turizm etkinliklerine katılmaları için erişilebilir hizmetler sunması gerekmektedir. Engelli bireyler, ihtiyaçları karşılandığında seyahat ve turizmde önemli bir potansiyel pazar oluştururlar. Bu nedenle, erişilebilir turizm, kapsayıcı turizm, engelli turizmi, engelli dostu turizm ve herkes için turizm gibi isimlerle turizm sektöründe son zamanlarda popüler hale gelmiştir (Taştan, 2022).

Engelsiz turizm, fiziksel engelleri olan bireylerin, işitme veya görme engellilere sahip olanların, hatta özel ihtiyaçları olan herkesin turistik faaliyetlere eşit ve bağımsız bir şekilde katılabilmesini sağlamak için tasarlanmış bir turizm çeşididir. Engelsiz turizm, bireylerin eksiksiz bir turist deneyimi yaşamalarının önünde hiçbir engel bulunmaması sürecini ifade etmektedir. Bu turizm türü, paydaşlar arasında stratejik iş birliği gerektirir. Turistik destinasyonlar, konaklama işletmeleri, ulaşım sağlayıcıları, tur operatörleri, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve engelli bireylerin kendileri gibi bir dizi paydaş, engelsiz turizmi desteklemek ve teşvik etmek adına bir araya gelmelidir (Akıncı, vd., 2021).



Engelli vatandaşların sosyal ve ekonomik hayata katılım eksikliğinin, sadece tüketiciler olarak algılanmalarına ve toplumun dezavantajlı kesimini oluşturmalarına yol açtığına dikkat çekmektedir. Bu durum, çalışma hakları ve seyahat hakları gibi temel alanlarda kısıtlamalara neden olmaktadır. Seyahat haklarının kısıtlanması, engelli bireylerin farklı kültürleri keşfetme, yeni yerler gözlemleme ve sosyal etkileşimde bulunma gibi deneyimlerden mahrum kalmasına neden olmaktadır. Bu durum, sadece bireysel özgürlükleri değil, aynı zamanda toplumun kültürel ve turistik çeşitliliğine katkıda bulunma potansiyelini de sınırlamaktadır. Engelli bireylerin seyahat edebilmesi ve turistik mekânları ziyaret edebilmesi, sadece turizm endüstrisine değil, aynı zamanda toplumun genel bütünlüğüne ve sosyal uyumuna da olumlu bir katkıda bulunmaktadır. Bu, sadece engelli bireylerin turistik aktivitelerde bulunmalarını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda toplumun engellilikle ilgili farkındalığını artırabilir ve toplumun daha kapsayıcı bir yapıya evrilmesine yardımcı olabilir (Kahveci, 2016).

Engelsiz turizm/engelli turizmi alanında çalışmalar yapan araştırmacılar henüz herkes tarafından kabul edilen bir tanımlama yapmamışlardır. Bu alanda yapılan araştırmalar incelendiğinde, “erişilebilir turizm”, “kapsayıcı turizm”, “uyarlanmış turizm”, “herkes için turizm”, “kolay erişim turizmi” ve “bariyersiz turizm” gibi farklı eşanlamlı terimlerin kullanıldığı görülmektedir (Balcı, 2021).

Engelsiz turizmi, ülkedeki genel hizmetler ve altyapı kullanılarak sunulan birçok ürünü içermektedir. Bu ürünler, tur operatörleri tarafından bütünsel olarak sağlanabileceği gibi, bağımsız seyahat programları ile de tercih edilebilir. Her durumda, hareket kısıtlılığı olan turist, tam erişim imkânı olan seçenekleri tercih etmektedir. Engelsiz her ürün, rakip değil, tamamlayıcı niteliktedir (Özbalcı, 2018).

Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) tanımına göre, Engelsiz turizm/engelli turizmi; turizm hareketliliği içerisinde hareket kısıtlılığı olan bireylerin özel gereksinimlerine uygun olarak konaklama, ulaştırma, yeme-içme, eğlence sektörünün sunduğu turistik ürün, hizmet ve olanaklardan yararlanmalarını sağlayan bir turizm faaliyetidir. Bu tanıma göre, engelli turizmi konusunda sektör paydaşlarının bireylerin özel gereksinimlerine uygun hizmet sunumunu ve erişilebilirliği sağlaması gerekmektedir (Şen vd., 2014).

Turizmin rehabilite edici yönü ve turizm faaliyetleri esnasında tedavi imkânlarından yararlanılması engelliler için turizmi daha da faydalı bir hale getirmektedir. Engelli turizmi adına Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı-European

Network for Accessible Tourism (ENAT)'in geliştirmiş olduğu 2 ana strateji vardır. Bunlar “Mainstream” turizm ve “Specialised Care” turizm (ENAT, 2007):

**Mainstream turizm (kaynaştırma):** Bu strateji, engellilerin standart turizm ürünlerine tam erişim sağlayabileceği bir ortam yaratmayı hedeflemektedir. Bu sayede engelliler, genel turizm faaliyetleri sırasında özel gereksinimlerine uygun hizmetler ve altyapılar ile karşılaşılabirler. Bu stratejinin amaçları arasında, engellilerin turizm faaliyetlerine katılımını artırmak, engellilik konusunda farkındalığı artırmak ve erişilebilir turizm ürünlerinin geliştirilmesini teşvik etmek yer almaktadır.

**Specialised Care turizm (Özel bakım):** Bu strateji ise, özel gereksinimleri olan engellilerin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde tasarlanmış turizm ürünlerini hedeflemektedir. Bu ürünler, örneğin fiziksel rehabilitasyon, terapötik turizm, sağlık turizmi vb. gibi tedavi amaçlı olabilir. Bu stratejinin amacı, engellilerin sağlık ve refahlarını artırmak, engelli turizmi konusunda yeni pazarlar oluşturmak ve seyahat endüstrisinde özel gereksinimlere sahip olan bireylerin ihtiyaçlarına uygun hizmetler sunmak şeklinde özetlenebilir.

Luiza (2010) engelli bireylerin turizm aktivitelerine engelsiz ve ikinci bir kişinin yardımı olmadan katılmalarını ifade eden engelli turizmi teriminin sadece belirli engel gruplarını kapsamadığını, bedensel, işitsel ve görme engelli bireylerin yanı sıra erişim zorlukları yaşayan tüm bireyleri kapsadığını ve evrensel tasarım ilkelerine uygun olarak tasarlanmış tüm ürünlere, hizmetlere, ortamlara, etkinliklere ve aktivitelere erişimi sağlamayı hedefleyen bir turizm türü olduğunu belirtmektedir. Luiza, engelli turizmi kavramının sadece farklı engel türleri olan bireyleri ilgilendiren bir olgu olmadığını, aynı zamanda çocuk arabalarıyla seyahat edenleri ve 65 yaş üstü bireyleri de kapsadığını ifade etmektedir.

Luiza'ya göre engelli turizminin hedefi "erişilebilirlik" olmalı ve engelli turizm kavramı şunları da içermelidir: Bu unsurlar, engelli turizminin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi için gereklidir. Engelsiz destinasyonlar, hareket kabiliyeti kısıtlı turistlerin rahatlıkla seyahat edebilmesi için gereken tüm altyapı ve tesis düzenlemelerini içerir. Ulaşım, engelli turistlerin seyahat ederken konforlu ve güvenli bir şekilde hareket etmelerini sağlamalıdır. Yüksek kaliteli hizmetler, engelli turistlerin özel ihtiyaçlarına göre eğitilmiş personel tarafından sunulmalıdır. Etkinlikler, sergiler ve turistik yerler, herkesin kolayca erişebilmesi için uygun hale getirilmelidir.

Pazarlama, rezervasyon sistemleri, web siteleri ve hizmetler, engelli turistlerin ihtiyalarına uygun olarak tasarlanmalı ve erişilebilir olmalıdır (Örneğın, görme engelli bireyler için sesli yönlendirmeler vb.). Bu unsurların tümü, engelli turistlerin seyahat deneyimlerini daha konforlu ve keyifli hale getirmek için önemlidir (Luiza, 2010).

Engelsiz turizminin temel amacı, herhangi bir yardım veya desteğe ihtiyaç duymadan turizm olanaklarından en az kısıtlama ile yararlanabilmesini sağlamaktır. Bu tür turizmin hedef kitlesi, sadece kalıcı engellilik durumu olan bireylerle sınırlı değildir. Geçici veya kalıcı engelleri olanlar, yaşlılar, erişim ve hareket kısıtlılığı yaşayanlar, hamileler, çocuklu aileler, kronik rahatsızlığı olanlar ve ağır yük taşıyanlar da hedef kitle arasındadır (Balcı, 2021).

Engelli bireyler için turizm olanaklarını kısıtlayan temel sorunlar, tesislerin engelli bireylere yönelik bilgilendirme hizmetlerinin yetersizliği, teknolojinin yetersizliği, değışime uyum sağlama konusunda düşük tolerans seviyeleri, kişisel hizmetlerin eksikliği ve alt yapı eksiklikleri olarak özetlenebilir. Doğru bilgilendirmenin önemli olduğu bu alanda, bazı destinasyonlarda engelli bireylere yönelik broşürler ve kataloglar hazırlanmaktadır. Ancak, bu broşürler genellikle gönüllü kuruluşlar ya da sivil toplum kuruluşları tarafından hazırlanmakta ve zamanla güncelliğini yitirmektedir. Bu nedenle, özel ihtiyalara ve beklentilere uygun uygulamaların düzenli olarak uygulanması gerekmektedir (Ketboğa, 2016).

Engelliler, yaşamları boyunca yaşadıkları toplumda eğitim, sağlık ve ekonomik koşullar açısından diğerkleriyle eşit koşullarda yaşamamakta, sosyal yaşam ve faaliyetlere erişimde çeşitli engeller ve kısıtlamalarla karşılaşarak güçlük çekmektedirler. Engellilerin sosyal hayata uyum sağlamada, topluma entegre olmada ve birlikte yaşamada ciddi sorunlar yaşadığı tespit edilmiştir. Hayatın birçok alanına yayılan bu sorunlar, engellilerin içinde yaşadıkları toplumla işlevsel bir bütünlük içinde yaşamasını engellemektedir (Sözen, 2023).

Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı (European Network for Accessible Tourism-ENAT) erişilebilir turizmin içeriğini şu şekilde belirtmektedir (<http://www.accessibletourism.org>).

**Erişilebilir bilgi:** Engelli turistlerin destinasyonlardaki erişilebilirlik koşulları, ulaşım ve konaklama ile ilgili erişilebilirlik koşullarına dair kesin ve güvenilir bilgiye ihtiyaç duyduğunu ifade etmektedir.

**Erişilebilir ulaşım:** kara, deniz ve hava ulaşımının herkes için kullanılabilir olmasını ifade eder.

**Erişilebilir altyapı:** Açık hava aktivitelerinde çevresel şartların engellilerin hareketlerini kısıtlamasına karşın, destinasyonların altyapılarının engellilerin sunulan hizmet veya aktivitelerden yararlanabilmesini kolaylaştırıcı nitelikte olması gerektiğini vurgulamaktadır.

**Erişilebilir hizmet:** Turistik destinasyonlardaki turistik aktivitelerde engelli bireylerin ihtiyaç duyacakları destekleri eğitimli personel tarafından sunularak, onların turizm deneyimlerinin tatmin edici düzeyde olmasını sağlamayı hedeflemektedir.

Medya ve internet sitelerinde engelli bireyler için yeterli ayrıntılar yer almamaktadır, bu da seyahatlerinde refakatçileri ile birlikte seyahat etmek zorunda kalmalarına neden olmakta ve rahatsızlık vermektedir. Turizm destinasyonları planlanırken engellilerin fiziksel ihtiyaçları ve engelli ailelerinin gereksinimleri göz önünde bulundurulmalıdır. Ancak katılımcılar, seyahat acentalarının sunduğu hizmetten şikâyetçidirler. Bu durumun nedeni, seyahat acentalarının yeterli bilgiye sahip olmamaları ve ayrımcılık yapmalarıdır. Bu durum engelli bireyleri rahatsız etmektedir ve seyahat acentalarının engelli bireyler hakkında bilgilendirilmeleri ve yeniden düzenlenmeleri gerekmektedir. Engelli turizminin ekonomik etkisinin yerel işletmeler tarafından fark edilmesi ve otellerde engelli bireylere iş imkânı sağlanması da önemlidir. Bu durum, engellilerin isteklerinin farkına varmalarına ve turizmdeki olumsuz algının kırılmasına yardımcı olacaktır (Çelik, 2019).

### **2.2.2. Engelli bireylerin turizme katılımlarını olumsuz etkileyen faktörler**

Engelli bireylerin topluma katılımlarını kısıtlayan bazı unsurlar bulunmaktadır. Benzer şekilde bu unsurlar engellilerin turizme katılımlarını da kısıtlamaktadır. Bunlar (Eryılmaz, 2010; Karaca & Köroğlu; 2018);

- **Eğitim:** Engelli bireylere verilen eğitimin yetersiz olması bu bireylerin en temel sorunudur. Bu sebeple engelli bireylerin eğitimsiz olması toplumla kaynaşmalarında önlerine çıkan en önemli sorundur. Eğitim düzeyi turizm faaliyetlerinde de engelliler için kısıtlayıcı bir faktördür. Çünkü eğitimli birey

iyi bir meslekle beraber kendine ekonomik bir bağımsızlık geliştirmektedir. Bu ekonomik bağımsızlık engelli bireyin kendi gücüyle turizm faaliyetlerine katılmasını etkilemektedir (Bağcı, 2017).

- **Ekonomik nedenler:** Turizm faaliyetlerine belli bir gelir düzeyine sahip bireylerin katıldığı düşünüldüğünde engelli bireylerin daha az gelire sahip olması sebebiyle bu faaliyetlere katılımları kısıtlanmaktadır. Ayrıca engelli bireyler ancak kendi bütçelerine uygun düşük fiyatlı turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar. Bu durum ise engelli bireyin istek ve ihtiyaçlarının tam olarak yerine getirilememesi ile sonuçlanmaktadır (Makas, 2011; Bağcı, 2017).
- **Ulaşım:** Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımlarındaki en temel problemlerinden biri de ulaşım"dır. Ulaşım aynı zamanda turizm faaliyetlerinin ve turizm destinasyonlarının en önemli unsurlarından biridir. Engelli bireylerin bir destinasyona ziyaret edebilmeleri için alt yapısının engellilere uygun olması gerekmektedir. Aynı zamanda otel işletmelerinin de engellilere hizmet verecek şekilde dizayn edilmesi büyük önem arz etmektedir (Ayyıldız vd., 2014).
- **Mimari engeller:** Hem Türkiye'de hem de diğer ülkelerde şehirlerin alt yapıları tam olarak engelli bireylere uygun mimar edilememiştir. Bu durum konaklama tesisleri için de geçerlidir. Bu yüzden engelli bireyler konaklayacağı işletmeye gitmeden önce bu işletmede kendilerine ve engellerine uygun odaların bulunup bulunmadığını kontrol etmeleri büyük önem arz etmektedir (Özeren, 2019).

### 2.2.3. Engelli turizmde yapılan düzenlemeler

Avrupa Birliği ülkeleri ve bazı diğer ülkeler, engelli bireylerin turizme katılımlarını artırmak için farklı hizmetler ve projeler geliştirmişlerdir. ENAT tarafından 2007 yılında yapılan bir araştırma raporuna göre, bu hizmetler ve projeler Tablo 2.11'de gösterilmiştir (Baş, 2012).

**Tablo 2.11** Avrupa Birliği Üye Ülkelerin ve Diğer Bazı Ülkelerin Engellilerin Turizme Katılmalarına Yönelik Yaptıkları Düzenlemeler

Ülke	Düzenlemeler
Almanya	Erfurt'ta görme ve işitme kaybı olanlar için çeşitli turlar düzenlenmektedir. İki farklı veri tabanı üzerinden (Baden-Württemberg Barriere Erleben ve MobiDat (Berlin)) ulaşılabilir imkânlar hakkında bilgi vermektedir. Engelli bireyler için demir yolları ulaşımında da ulaşılabilir olanaklar sunmaktadır.
Fransa	Turizm imkânlarını her türlü engel derecesine sahip olan bireyler için Turizm ve Engelliler Derneği ulaşılabilir kılmak adına çalışmalar yürütmektedir. Fransa'daki turizm ve engellilik konusu ile ilgili, 2007 Ağustos ayında 2.385 kuruluş bulunmaktaydı. Ulaşılabilir Plajlar Projesi (Project of Accessible Beaches) ile 2005 yılında 44 plaj engelli bireylerin ihtiyacı olan personel desteği ve teknik desteği sağlamaktadır.
Hollanda	Hollanda'da 2003 yılında Dezavantajlı Gruplara veya Kronik Hastalara Eşit Muamele Yasası (Act on Equal Treatment on the Grounds of Handicap or Chronic Illness) çıkartılmıştır. Bu yasa ile bir bireyin engelli veya kronik hastalığı olmasından dolayı her türlü hizmeti alırken veya imkânlardan yararlanırken eşit muamele görmesi yasal güvence altına alınmıştır
İngiltere	Engellilere yönelik çeşitli spor imkânları sağlayan kuruluşlar mevcuttur. Disability Sport Events (DSE), Engelliler Spor Etkinlikleri, farklı kurum ve kuruluşları da bünyesinde barındıran bir engelli spor kuruluşudur. Disability Help Line (Engellilik yardım hattı) ile engellilik hakkında yardım almak isteyen engelli bireylere, ailelerine veya bütün bireylere eğitim, iş, tatil, sosyal ilişkiler gibi çeşitli konularda bilgiler verilerek destek olunmaktadır. İngiltere'de engellilikle alakalı çalışmaların ve araştırmaların toplandığı disiplinler arası bir merkez olan Centre of Disability Studies (CDS) bulunmakta ve engelli bireylere tatil konusunda rehberlik edebilecek engelli tatil rehberleri bulunmaktadır.
İspanya	İspanya'da engelli bireylerle birebir ilgilenen konaklama tesisleri (Confortel Hotel zinciri) ayrıca ulaşılabilir taksi ve ulaşım imkânı vardır. 2000 yılında ulaşılabilir plajlar planı oluşturulmuş ve bu plan 84 plaj tarafından uygulanmış, engelli bireyler için gereken imkânları bünyesinde barındırmıştır. İspanya ulusal müzesi, "Centro de Arte Reina Sofia", İspanyolca işaret dili ile anlatım, engellilere personel desteği, tuvalet gibi fiziksel mekânların engellilere yönelik düzenlenmesi gibi değişik düzenlemeleri uygulamaktadır. Ayrıca İspanyolca işaret dilinin kullanıldığı iki saat kadar süren kültür turları da yapılmaktadır.
İtalya	Bakanlık ve organizasyonların (Legambiente ve The Centro Turistico Studentesco) ortaklığı ile 2004 yılında doğal gezi alanlarını engellilere açabilmek konusunda Ulaşılabilir Doğal Kaynaklar Projesi (Project of Accessible Nature Reserves) geliştirilmiştir. Ulaşılabilir Doğal Kaynaklar Projesi kapsamında engelli bireylerin doğal alanları gezerken ihtiyaç duyacakları teknik yardım ve personel yardımı gibi imkânların sağlanması amaçlanmıştır.
Avustralya	Avustralya engelli bireylerin haklarının korunması noktasında geniş bir yasal mevzuata sahiptir. Bu mevzuatın temelini Engelliler Ayrımcılıkla Mücadele Yasası oluşturmuştur. Bu yasa engelli insanlara karşı ayrımcılığı yok etmeyi amaçlamaktadır. Kanunlar önünde herkesin eşit haklara sahip olduğu ve toplumsal yaşamda engellilerin haklarını savunma temeline dayanan bu yasa "Engelliler Ayrımcılık Komisyonu", "Ayrımcılığın Yasaklanması", "Eylem Planları" gibi başlıkları olan yedi ana bölümden oluşmaktadır
Çin	Çin Halk Cumhuriyeti'nde engelli hakları konusunda 1990 yılı çok olumlu ve önemli gelişmelerin başlangıcıdır. Çin Engelliler Yasası 1990 yılında çıkartılmış ve 2008 yılında revize edilmiştir. Bu yasa 9 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, genel hükümleri içermektedir. İkinci bölüm, rehabilitasyon hizmetlerinden bahsetmektedir. Üçüncü bölümde, engelli bireylerin eğitimin hakkının devlet güvencesinde olduğu belirtilmiştir. Dördüncü bölüm, çalışmak isteyen engelli bireylerin istihdam haklarını düzenlemiştir. Beşinci bölüm, engellilerin kültürel yaşama katılmalarıyla ilgilidir. Altıncı bölüm, engelli bireylerin sosyal güvenlik haklarını belirtmiştir. Yedinci bölüm, engelli bireylere yönelik erişilebilir çevre oluşturmaktan bahsetmektedir. Sekizinci bölüm, engelli bireylerin yasal haklarını koruma altına almaktadır. Dokuzuncu bölüm, bu yasanın onay ve uygulama esaslarını açıklamaktadır

Kanada	1982 yılında kabul edilen anayasada toplumdaki dezavantajlı gruplara yönelik her türlü ayrımcılığın önüne geçileceği garanti altına alınmıştır. Kanada Anayasası'nın 15. maddesinde “ Her birey yasalar önünde eşittir ve yasalar ayırım yapmaksızın herkesin haklarını korumaya yöneliktir. Özellikle bu haklar korunurken ırk, etnik köken, renk, din, cinsiyet, yaş, zihinsel veya bedensel engellerinden ötürü kimseye ayrımcılık yapılmayacaktır” ifadesi yer almaktadır
İsveç	İsveç Parlamentosu 2003 yılında 307 sayılı Ayrımcılığı Engelleme Yasası'nı (Act Prohibiting Discrimination) kabul etmiştir. Bu yasanın amacı bireylerin etnik kökenleri, cinsel eğilimleri veya engelli olmalarından dolayı iş ve sosyal yaşamda imkân ve hizmetlerden eşit şekilde yararlanmalarının engellenemeyeceği garanti altına almak, bu alanlarda bireylere karşı yapılan ayrımcılığın ortadan kalkmasıdır
Finlandiya	Anayasanın “Temel Hak ve Özgürlükler” başlığı altındaki “Eşitlik” bölümünde toplumda yaşayan herkesin eşit olduğu, kimseye cinsiyeti, yaşı, dili, dini, görevi, sağlık durumu veya engeli nedeniyle diğerlerinden farklı bir şekilde yaklaşılacağı belirtilmiştir

Kaynak: Baş, 2012; Öndül, 2015.

Engelli misafirler için turizm olanaklarının yaratılması konusunda dikkat edilmesi gereken unsurlar şunlardır (Bulgan, 2014; Yaylı ve Öztürk, 2006; Arıcı, 2010; Öztürk, 2003):

- Engelli misafirlerin turizm faaliyetlerine katılabilmesi için ulaşımın sağlanması önemli bir unsurdur. Bu nedenle, engelli misafirler için uygun ulaşım araçlarının sağlanması gerekmektedir.
- Turizm amaçlı ziyaret edilecek bölgede, engelli bireylerin kullanabileceği ulaşım araçlarının mevcut olması önemlidir.
- Engellilerin ziyaret ettikleri tatil destinasyonlarında gezilecek yerlerin, müzelerin engellilerin kullanımına uygun şekilde düzenlenmesi, park yeri gibi alanların engellilerin kullanımına uygun hale getirilmesi ve engellilerin kullanımı için gerekli işaretlemelerin yapılması önemlidir.
- Bazı seyahat acentelerinin sadece engelliler için özel olarak tasarlanmış tur programları düzenleyerek, bu alanda uzmanlaşmaları,
- Engelli misafirlerin seyahatleri ile ilgili tüm bilgilere (özellikle tanıtım materyallerinde yer alan engellilere yönelik hizmet ve imkânlarla ilgili bilgi) açık bir şekilde, uygun semboller kullanılarak kolayca erişilebilirliğinin sağlanması,
- Engelli misafirlerin tatil destinasyonlarındaki deneyimlerinin geri bildirimlerinin alınması ve eksikliklerin giderilmesi için çalışmalar yapılması,
- Turizm sektöründe çalışan personelin engelliler konusunda eğitilmiş olması ve engelli misafirlere yönelik hizmetleri verirken gerekli hassasiyeti göstermeleri gerekmektedir.

Engelli bireylerin toplumla etkileşiminde ve fiziksel, psikolojik ve ruh sağlıklarının gelişiminde turizmin önemli bir rolü vardır. Turizm, engelli bireylerin sosyal ilişki yeteneği ve başkalarını anlama yeteneklerinin geliştirilmesi, kültürler arası etkileşimin artırılması, yeni bilgilerin öğrenilmesi ve kişisel gelişimleri için imkân sağlayarak hayat kalitelerinin artırılmasına katkıda bulunabilir. (Çizel & Çizel, 2014).

#### 2.2.4. Türkiye’deki engelli turizmin zayıf ve güçlü yönleri

Akıncı (2013)’ya göre, Türkiye’deki engelli turizmin zayıf ve güçlü yönleri Tablo2.12’de maddeler halinde verilmiştir:

**Tablo 2.12** Türkiye’deki Engelli Turizmin Zayıf ve Güçlü Yönleri

Zayıf yönleri	Güçlü yönleri
Erişilebilir turizm master planı olmaması	Engelliler için yasaların olması (5378 Engelliler Kanunu gibi)
Yetersiz kamu politikaları ve standartları	Birleşmiş Milletler “Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme”yi kabul etmesi
Erişilebilir turizm için altyapı tesislerinin eksikliği	Doğal güzelliklerinin, tarihi yerlerinin, sahillerinin ve ikliminin uygun olması
Yerel yönetimler ve ortak kuruluşlar turizm için yeterli bilgi ve duyarlılığa sahip olmaması	Rakip ülkelere nazaran daha geniş turistik ürün yelpazesine sahip olması
Bütünsel ve bütünlüğü planlama yerine günlük çözümlerin üretilmesi	Türkiye’ye turist gönderen ülkelere coğrafi yakınlık olması
Kamu alanlarının erişilebilirlik noktasında yeterli ve tutarlı olmaması	Türkiye’nin turizm sektöründe deneyimli ve bilgi sahibi olması
Yasal düzenlemelerle ilgili kusurlar ve eksikliklerin olması	Eğitimli iş gücüne sahip olması
Kamu ve özel iş alanlarında da hizmetlerin yetersizliği	Turizm sektöründe sunulan hizmetin yüksek kaliteli olması
Kamu ve özel iş finansman eksikliği (mali kaynaklar)	Türkiye’deki yüksek girişim ruhu
Engelli insanlara karşı toplumun olumsuz tutumları	Türkiye’deki uygulamaların daha başarılı olması (her şey dahil sistem gibi)
Erişilebilir turizm konusunda toplumun bilgi ve bilinç sahibi olmaması	Türkiye’deki işletmelerin Avrupa’dakilerden daha kaliteli olması
Erişilebilir turizm hakkında engelliler ve ailelerin olumsuz algıları	Türkiye’de sürekli büyüyen ve gelişen bir erişilebilir turizm algısının olması
Erişilebilir faaliyetlerinde bilgi ve katılım yetersizlikleri	
Erişilebilirlik noktasında verilerin güvenilir ve yetersiz olması	

Kaynak: Akıncı, 2013

Türkiye’de engelli turizmi açısından genel bir değerlendirme yapıldığında, ülkemizin engelli turizmi potansiyelinin büyük olduğu ancak bu potansiyeli karşılamak için yeterli altyapı imkanlarına sahip olmadığı ifade edilebilir (Öndül, 2015).



Ankaya ve Aslan (2020) araştırmasında, engelli turistlerin turistik aktivitelerini daha rahat bir şekilde gerçekleştirmeleri için öneriler sunmuşlardır. Bu öneriler şunlardır:

- Turizm ve Kültür Bakanlığı, engelli odalarının otellerde zorunlu olarak yer alması için kontrol yapmalıdır.
- Turizm sektöründeki otel yöneticileri bedensel engelli turizmi konusunda bilinçlendirilmelidir.
- Engelli oda sayısı arttırılmalıdır.
- Turizm sektöründeki çalışanlar, bedensel engellilere hizmet sunma konusunda daha fazla bilgilendirilmelidir.
- Yerel yönetimler, bazı ulaşım araçlarını sadece bedensel engelli bireyler için düzenlemelidir.
- Yollar, engelli bireylerin kolayca kullanabilecekleri şekilde tasarlanmalıdır.
- Turizm bölgelerindeki engelli odalarındaki uyarıcılar (ses, alarm, ışık gibi) ergonomik ölçülere uygun olmalıdır.
- Engelli bireyler, kendi hakları hakkında yeterli bilgiye sahip olmayabilirler, bu nedenle kendilerine düzenli aralıklarla seminerler verilerek tatil yöreleri ve engelli odaları hakkında bilgilendirme yapılmalıdır.

Yaklaşık 1 milyar engelli bireyin dünya genelinde yaşadığı ve turizm faaliyetlerine katılarak büyük bir pazar oluşturdukları gözlemlenmektedir. Ancak, bazı engelli bireyler ekonomik, sosyal veya kültürel nedenlerle turizm faaliyetlerine katılamamaktadır. Son yıllarda ise engelli bireylerin seyahat etme isteklerinin artması, haklarının iyileştirilmesi ve ekonomik imkânlarının gelişmesi nedeniyle, turizm faaliyetlerine katılım düzeylerinin artacağı ve engelli turizm pazarının daha da büyüyeceği öngörülmektedir. Bu farkındalıkla, gelişmiş ülkeler, engelli turizmi için özel sektörle iş birliği yaparak ve altyapı imkânlarını geliştirerek engelli turizm pazarından büyük bir pay almayı amaçlamaktadır (Öndül, 2015).

Dünyanın en büyük azınlığını oluşturan engelli bireyler ayrıca dünyanın en büyük özel pazarını da oluşturmaktadır. Özel pazar arasında engelli turizmi de ilk sıralarda yerini almaktadır. Engelli turizmi turizm işletmeleri için hem sayısal açıdan dünyada engellilerin fazlalığı hem de engelli bireylerin seyahat amaçlı refakatçiye olan ihtiyaçları göz önünde bulundurulduğunda temel bir pazar meydana getirmektedir.

Dünyada hızla gelişme gösteren bir pazar olarak engelli turizmi giderek yayılmaya başlamıştır. Rahatlamak için seyahat etme, verimli vakit geçirme sağlıklı kişiler kadar engelli bireylerinde temel hakları arasındadır (Ketboğa, 2016).

## **2.3. Engelsiz Turizm ve Müşteri Memnuniyeti**

### **2.3.1. Müşterinin tanımı ve müşteri memnuniyeti kavramları**

İşletmelerin devamlılıklarını sağlamaları ve yaşamlarını devam ettirebilmeleri için en değerli varlıkları müşterileridir. Türk Dil Kurumu müşteriye 'hizmet veya mal alan ve karşılığında ücret ödeyen kimse' olarak tanımlamaktadır (TDK, 2023). Müşteri kendisi veya bağlı olduğu kuruluş adına belli kurullarla satın alma yetkisi olan birey veya gruplardır. Diğer bir tanıma göre ise müşteri sadece hizmet veya ürün alan değil bu ürün ve hizmetlerden etkilenen tüm bireyleri kapsamaktadır. Konaklama işletmelerinde müşteri ise, konaklama işletmelerinin hizmetlerinden yararlanan ya da başkalarını yararlandırmak amacıyla bu hizmeti satan alan kişidir. Müşteri işletmeyi seçmesinin neticesinde mutlu olan aldığı ürün ya da hizmetin değerleriyle kendi bireysel değerlerinin uyması sonucu satın alma davranışı muhtemel olan işletmenin en değerli varlığıdır (Ardan, vd., 2019;Öktem&Akdu, 2022).

### **2.3.2. Müşteri özellikleri**

İşletme bilimi her ne kadar insan sayısı kadar müşteri tipi olduğunu belirtse de her müşteri farklı karakteristik özelliklere sahiptir. Müşteriler kişisel özelliklere göre farklı şekillerde gruplandırılabilir (Aracı, 2016; Koçbek, 2015):

**Sessiz müşteri:** Ürün veya hizmet alma konusunda hiçbir bilgi vermeyen müşteri tipidir. İşletmeler bu müşterileri en tehlikeli müşteri olarak kabul etmektedir.

**Huysuz müşteri:** Satın alacağı ürün ve hizmet konusunda sürekli olumsuzluklara odaklanan müşteri tipidir.

**Uyumlu müşteri:** Satın alacağı ürün veya hizmet konusunda işletme çalışanları ile uyumlu ve etkili bir iletişim içerisinde olan müşteri tipidir.

**Kararsız müşteri:** Satın alacağı ürün veya hizmet konusunda her türlü çekinceyi ortaya koyan müşteri tipidir. Satın alma davranışında net olmasına rağmen karar verme sürecinde çekimserdir.

**İnatçı müşteri:** Satın alma sürecinde zorlu müşteri grubuna giren takıldığı her durumu ortaya koyan ve bu durum üzerinde ısrarla duran müşteri tipidir.

**Ukala müşteri:** Satın alacağı ürün veya hizmet konusunda çok fazla bilgi sahibi olmayan ancak biliyormuş gibi davranan müşteri tipidir.

### 2.3.3. Müşteri memnuniyeti

Başarılı bir hizmet sektöründe müşteri memnuniyeti işin anahtarı konumundadır. Müşteri memnuniyeti ürün veya hizmet alımı sürecinde bireysel beklentileri ile kullanımı sonrasındaki deneyimi sonucunda ortaya çıkan kavramdır. Memnun müşteriler hizmet verenlere olumlu tavsiyede bulunan, sadık olan ve daha fazla ücret ödemeyi kabullenen müşterilerdir. Müşteri memnuniyeti rekabetçi piyasaların ve sektörlerin en önemli bileşenidir. Bu sebeple özellikle hizmet sektörü müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutmak için büyük çaba harcamaktadırlar. Literatürde müşteri memnuniyeti müşterinin ürün veya hizmete verdiği duygusal tepki olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanında müşteri deneyiminden sonra algılanan hizmet kalitesi ortaya çıkmaktadır. Algılanan hizmet kalitesi müşterinin beklentilerini aştığında memnuniyet ortaya çıkarken algılanan hizmet kalitesi müşterinin beklentisini karşılamadığında ise büyük bir hayal kırıklığına sebep olmaktadır. Bu hayal kırıklığı sonucunda ise işletmeler hem hizmet alan müşterilerini hem de potansiyel müşterilerini kaybetmekle karşı karşıya kalmaktadır (Yeh, vd., 2019; Surahman, vd., 2020; Kılıç & Baş, 2015).

Dünya Turizm Örgütü'ne göre müşteri memnuniyeti "*müşterinin çekici ürün veya hizmetten ne umduğunu ya da ne beklediğini elde etmenin sonucu olan refah memnuniyet duygusunu içeren psikolojik bir kavramdır.*" şeklinde tanımlanmaktadır. Yine başka bir tanımda müşteri memnuniyeti ihtiyaç duyulan ürün ve hizmetleri değerlendirmek üzere psikolojik bir sürecin sonucu ve son adımı olarak tanımlanmaktadır (Kafa & Akyüz, 2023).

### 2.3.4. Müşteri memnuniyetinin önemi

Rekabetçi hizmet sektöründe gelişen teknoloji ile beraber işletmeler müşterileri memnun etmek için her geçen gün daha fazla çaba harcamaktadır. Özellikle sosyal medyanın ve dijital reklamların arttığı günümüzde müşterilerin yapmış oldukları yorumlar olası müşterileri daha fazla etkilemektedir. Bu sebeple işletmeler müşterilerin ihtiyaç istek ve beklentilerini karşılamak için farklı yeni yöntemler kullanmaktadırlar. Bunun sebebi işletmeler mevcut müşterileri korurken memnun müşterilerin çevresinde bulunan olası müşterileri de işletmeye çekmektedir. Dolayısıyla memnun olan müşteri

kendisine iyi hizmet veren işletmeleri başka bireylere anlatırlar. Bu noktada işletmeye düşen kendisi ile alakalı memnuniyetsizlikleri en kısa sürede etkin bir şekilde çözüme kavuşturmasıdır (Al Halbusi, vd., 2020; Meriç & Işık, 2019).

İşletmeler kendisini tercih eden müşterilerin neye ihtiyaç duyduklarını, nelerden hoşlandıklarını, nelerden memnun olduklarını ve onları satın almaya iten dürtüleri iyi bilmeleri gerekmektedir. Çünkü gelişen teknoloji ile beraber son yılların en önemli rekabet avantajı müşteri memnuniyetini en üst düzeyde tutmaktır (Sánchez-Rebull, vd., 2018).

Müşteri memnuniyeti işletmelerin uzun vadede karlılığını arttırması sebebiyle kritik bir öneme sahiptir. Literatürde müşteri memnuniyeti sadece müşteri sadakatini arttırmak değil bunun yanında yeni müşterileri elde etmek için pazarlama maliyetlerini düşürerek işletmenin itibarını arttırdığı belirtilmektedir. Aynı zamanda müşteri memnuniyeti iş karlılığını da arttırmaktadır (Toker & Kaçmaz, 2015).

### **2.3.5. Müşteri memnuniyetini etkileyen faktörler**

Teknolojik gelişmelerin artmasına bağlı olarak hizmet işletmelerinin başarı sağlamaları ve rekabet ortamında ayakta kalmaları için müşteri memnuniyetini en üst düzeyde tutmaları gerekmektedir. Müşteri memnuniyeti ürün ve promosyonların en ucuzu olarak kabul edilmektedir. Çünkü memnun müşterilerden gelen ürün ve hizmet tavsiyeleri sebebiyle olumlu bir satın alma davranışına yol açmaktadır. Turizm işletmeleri ayakta kalmak ve rekabet avantajı sağlamak için hizmet kalitesini ölçerek müşteri memnuniyetini etkileyen faktörleri belirlemek zorundadır. Literatürde müşteri memnuniyetini, etkileyen faktörler (Talapatra, vd., 2022; Bakir, 2018);

- Müşteri beklentileri
- Algılanan hizmet kalitesi
- Kurumsal imaj
- Müşteri değeri
- Müşteri şikayetleri
- Sadakat
- Ürün ve hizmet kalitesi
- Performans ve fiyat olarak belirtilmektedir.

## 2.4. Engelsiz Turizm, Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Etme Niyeti

Ziyaretçilerin destinasyonlara bir yıl içinde tekrarladığı ziyaretler ve seyahat etme arzuları tekrar ziyaret etme niyeti olarak tanımlanmaktadır. Başka bir deyişle bireylerin geçmişte yaşadıkları deneyimlerin sonucu olarak aynı destinasyonu veya işletmeyi tekrar görme arzusu olarak ifade edilmektedir. Bu sebeple bu bireyler memnun bireyler olarak isimlendirilmektedir. Tekrar ziyaret etme niyeti hizmet sektöründe çok büyük öneme sahip bir kavramdır. Tekrar yapılan ziyaretler pek çok destinasyon ve işletmelerde turist ve müşteri sayısını da arttırmaktadır. Müşteri ve turistlerin aldıkları hizmetin ihtiyaç ve isteklerini karşıladıklarını düşünmeleri tekrar ziyaret etme niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir. Bunun aksine müşterilerin istek ve ihtiyaçları karşılanmadığında tekrar ziyaret etme niyetinde bir azalış meydana gelmektedir. Diğer taraftan hizmet alıcıların destinasyon veya işletmeyle duygusal bir bağ kuramamalarına rağmen işletmenin hizmet kalitesinin yüksek olması tekrar ziyaret etme niyetini artırmaktadır (Stylos, 2016; Özer, vd., 2015).

Wang (2004) tekrar ziyaret etme niyetini müşterileri teşvik edecek beş faktör olduğunu belirtmiştir. Bu faktörler;

- Memnuniyetsizliğe neden olabilecek deneyim riskini azaltmak,
- Müşterilerin farklı insanlarla karşılaşacaklarından emin olmak,
- Ziyaret edilen destinasyonla duygusal bağın oluşması,
- Destinasyonun farklı yerlerini keşfedip detaylıca gezmek,
- Memnuniyeti en üst seviyede tutulması ve deneyimlerin başkalarına aktarılmasıdır.

Bu beş faktörden yola çıkarak tekrar ziyaret etme hedefine ulaşmak için doğrudan veya dolaylı bir şekilde tekrarlanan ziyaretlerin öncülleri belirlenmelidir. Böylece tekrarlanan ziyaret sonrası memnun müşterilere ulaşmak daha kolay olacaktır.

Jang Feng (2007), bir destinasyonu ziyaret edenlerin daha önceden ziyaret ettikleri destinasyona yönelik beş yıl içinde tekrar ziyaret etme niyetlerinin olup olmadığını üç bölümde ele almıştır. Bunlar;

- Ziyareti sürekli tekrarlayanlar; zaman içinde yüksek ziyaret etme niyeti olanlar

- Ziyareti erteleyen tekrarlayıcılar; kısa zaman zarfında düşük ziyaret etme niyetinde olanlar lakin orta ve uzun vadede yüksek ziyaret etme niyetinde olanlar
- Sürekli değiştiriciler; zaman içinde düşük ziyaret etme niyetinde olanlar

Tekrar ziyaret etme niyeti turizm sektörü için büyük bir öneme sahip olup davranışsal sadakatin bir alt boyutu olarak değerlendirilmektedir. Tekrar ziyaret etmenin temel bileşenleri vardır. Bunlar; ‘turist memnuniyeti ve turist bağlılığıdır.’ Aynı zamanda turistlerin tekrar ziyaret etme niyetiyle gittikleri destinasyona tekrar ziyaret etme sayıları da bu bileşenlerde etkili olmaktadır. Aynı destinasyonu geçmişte ziyaret eden turistlerin ilk ziyaret edenlere göre daha fazla tekrar ziyaret etme niyetinde oldukları belirtilmektedir (Çetin & Perçin, 2021).

#### **2.4.1. Tavsiye etme niyeti**

Türk Dil Kurumu’na göre tavsiye etme ‘öğütleme, yol gösterme, referans olma gibi anlamlara sahiptir. Müşteriler bir hizmeti satın almadan önce o hizmeti daha önce satın almış bireylerin deneyimlerine ihtiyaç duymaktadırlar (TDK, 2023).

Tavsiye etme niyetinin oluşması için bir hizmetin satın alınmış olması ve bu hizmetten müşterinin memnun olması gerekmektedir. Jin ve arkadaşları (2013) tavsiye etme niyetinin olumlu deneyim sonucunda meydana gelen davranışlar olarak tanımlamaktadır (Jin, vd., 2013). Silik ve Ünlüöner (2018) ziyaretçilerin olumlu deneyimleri sonucunda destinasyonlara karşı sadakat geliştiğini belirtmişlerdir. Tavsiye etme niyeti turistlerin bir destinasyondan aldıkları hizmetten memnun kaldıktan sonra aile, arkadaş ve çevresine deneyimlerini anlatması ve önermesi olarak da tanımlanmaktadır (Silik & Ünlüöner, 2018).

Tavsiye etme niyeti bireylerde farklı duyuşsal durumlar yaratmaktadır. Yarattıkları bu motive edici kaynaklar tavsiye etme niyetinin ziyaretçiler ve deneyimleri üzerindeki önemini ortaya koymaktadır. Her bir turist aynı destinasyonla veya işletmeyle ilgili farklı deneyimler yaşamaktadır. Deneyimledikleri bu hizmet veya destinasyon hakkında diğer bireyleri bu hizmeti almaya motive etmeye çalışmaktadırlar (Silik & Ünlüöner, 2018).

Silverman (2007) çalışmasında tavsiye etme niyetinin bireylerde birdenbire oluşmadığını ve bunun beş aşaması olduğunu belirtmiştir. Birinci aşama; tüketicinin bir mal ve hizmete ihtiyaç duyduğu karar aşamasıdır. İkinci aşama, tüketici ihtiyaç

duyduğu mal ve hizmet konusunda araştırmalar yapar ve tercihte bulunur. Üçüncü aşamada tüketicinin bu hizmeti daha önceden satın almış ve deneyimlemiş müşteri deneyimlerinden yola çıkarak hizmeti test etmek istemesidir. Ancak turizm sektöründe bir hizmeti test etmek çoğunlukla mümkün olmamaktadır. Dördüncü aşamada tüketici aldığı hizmeti deneyimleme aşamasında memnun kalmış ise bu hizmeti tekrar satın almak istemesidir. Son aşama ise memnun kaldığı hizmeti tavsiye etmesidir (Silverman, 2007).

#### **2.4.2.Tavsiye etme niyetinin destinasyona etkileri**

Tavsiye etme niyeti hizmet kalitesi ile birebir bağlantılı bir kavramdır. Aynı zamanda destinasyonun popüler hale gelmesi turist memnuniyeti ile bağlantılı bir kavramdır. Hizmet kalitesinin istek ve ihtiyaçları karşılaması memnuniyeti artıran önemli bir faktördür. Destinasyonda ihtiyaç ve beklentileri karşılanmış olarak ayrılan bir turist deneyimlerini çevresine tavsiye etme eğilimindedir. Destinasyonun imajı tavsiye etme niyetini etkilemektedir. Turistlerin niyetleri genellikle destinasyonların çekiciliklerini etkilediğinden ve özelliklerinden de etkilenmektedir. Turistlerin olumlu niyetleri işletmeye olan duygusal bağlılıklarını arttırmakta ve bu destinasyonu başkalarına tavsiye etme niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir. Turistler tercih yaparken genellikle destinasyonun iklim, güvenlik, eğlence vb. nitelikleri arasından benzer yerlerle karşılaştırarak tercih yapmaktadırlar. Bu durum destinasyon imajı olarak adlandırılmaktadır. Destinasyon imajının olumlu olması turistleri tercih etme ve tavsiye etme niyetlerini etkilemektedir (Çıvgın, 2021; Bayih, vd., 2020; Hepkavaklı, 2021).

Turistler bir destinasyonda hizmet aldıkları işletmelere karşı bir tutum geliştirmektedirler. Bu tutumun olumlu olması hem müşteri sadakatini hem de tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetini olumlu etkilemektedir. Son yıllarda işletmeler turistlerin deneyimlerini paylaşacakları dijital platformlar geliştirmişleridir. Bu dijital platformlarda paylaştıkları deneyimler e-Woom (eletronik ağızdan ağıza iletişim) olarak adlandırılmaktadır. Pozitif e-Woom paylaşımları da müşterilerin tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir(İlban, vd, 2020; Marques, vd., 2021).

Tavsiye etme niyetinin turizm endüstrisinde destinasyonun yanında turistlere de sağladığı birçok katkı bulunmaktadır. Bu katkılar (Wasaya, vd., 2022);

- Tavsiye etme niyeti farklı sosyal yapıda ve farklı kültüre sahip insanları bir araya getirerek sosyalleşmelerini sağlamaktadır. Böylece bu insanlar birbirlerine destinasyon tavsiyelerinde bulunabilirler.
- Turistler tavsiye ettikleri destinasyonun veya tatillerin sahip olduğu değer sayesinde statü kazanabilirler.
- Tavsiye etme niyeti sayesinde bireyler deneyimledikleri turistik hizmetleri arttırarak bilgilendirmekte ve diğerlerine tercihlerinde yardımcı olmaktadır.
- Tavsiye etme niyeti aynı sosyal platformlar ve dijital sitelerde gerçekleşmektedir. Turistler bu platformlar aracılığıyla tanımadıkları bireylerin tavsiyelerine ulaşabilmektedirler. Böylece turistler bir turistik destinasyonu veya işletmeyi tercih ederken bunları göz önünde bulundurmaktadırlar.



### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Gerekçe, Amaç ve Önemi

Dünyada engelli birey oranının toplam nüfus içinde önemli bir sayıya ulaştığı görülmektedir. Engelliler sosyal hayatlarında birçok problem yaşamakta ve bu hayattan kendilerini soyutlamak zorunda kalmaktadırlar. Bu sebeple engelli bireylerin gündelik hayatlarında zor kalmamaları için onlara uygun düzenlemeler yapılmalıdır. Bu durum turizm faaliyetleri için de geçerlidir. Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine aktif olarak katılmaları için ihtiyaçlarının karşılanması gerekmektedir. Engelli bireylerin turizm aktivitelerine katılmalarını engelleyen olumsuzluklar ortadan kaldırılır veya en aza indirilirse bu bireyler turizm faaliyetlerine daha fazla katılabileceklerdir. Aynı zamanda önlerindeki engellerin azalmış olması engelli bireyleri daha mutlu edecektir. Mutlu bir deneyim sonucunda ise engelli bireyler ziyaret ettikleri destinasyonları hem tekrar ziyaret edecek hem de tavsiye edebilecektir. Dünyada birçok destinasyon teknolojik ilerlemelere ve gelişmelere bağlı olarak engelsiz turizm faaliyetlerine büyük önem vermektelerdir. Ülkemizde de Alanya turizm faaliyetlerinin yapıldığı en önemli destinasyonlardan biridir.

Alanya 2000’li yılların başından itibaren özellikle engelli turizm faaliyetlerine önemli yatırımlar yaparak ön plana çıkmaktadır. 2003 yılında Alanya Belediyesi Alanya’da ikamet eden veya Alanya’ya turizm faaliyetleri için gelen engelli bireylerin de turizm faaliyetlerine katılması için “Herkes İçin Alanya (Tourism for all)”projesi ile çalışmalara başlamıştır. Bu proje sayesinde engelli bireylerin yanında çocuk, yaşlı ve hamile olanların da yaşamlarını kolaylaştıracak gerekli düzenlemeleri yapmak ve mevcutta bulunan eksiklikleri tespit ederek engelli bireylerin erişilebilirliğini arttırmayı amaçlamıştır.

Alanya Belediyesi 2003 yılında başlamış olduğu bu projenin uygulanması, altyapının değiştirilmesi, uluslararası pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin yapılabilmesi için 02.12.2011 tarihinde T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, AileveSosyal Politikalar Bakanlığı-Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, AlanyaTuristik İşletmeciler Derneği (ALTİD) ve Alanya Ticaret ve Sanayi Odası (ALTSO)’nın katılımı ile “Engelsiz Turizm Kenti Alanya” protokolünü imzalamıştır. Bu çalışmalara ek olarak Alanya Avrupa Komisyonu tarafından desteklenen engelliler için erişilebilirlik

konusunda çalışmalar yapan ENAT'ın ülkemizdeki ilk üyesi olmuştur. Böylece Alanya bir turizm destinasyonu olarak normal bireyler yanında engelliler için de tercih edilen bir destinasyon olmayı hedeflemiştir. Bu sebeple bu çalışmanın yakın amacı Alanya ilçesinde engelli turistlerin perspektifinden engelli turist algısı, müşteri memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti ve belirleyicilerinin saptanmasıdır. Çalışmanın uzak amacı ise Alanya ilçesinde engelsiz turizm kapsamında geliştirilecek politikalara ve literatüre kaynak sağlamaktır.

### 3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Alanya ilçesini en az bir defa ziyaret eden 4 ve 5 yıldızlı (4 yıldızlı 97 otel ve 5 yıldızlı 85) otellerde kalan engelli turistler oluşturdu. Araştırma verileri Ocak-Ağustos 2023 tarihleri arasında otellere gidilerek yüz yüze toplandı.

Araştırma kapsamına sadece 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin alınmasının sebebi ise “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik”in 18. maddesinde “*Toplam kapasitesi seksen oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde en az bir oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin yüzde biri oranında odada, ayrıca tesis girişi, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme- içme ünitesinde, mola noktaları, temalı parklar ile eğlence merkezlerinde ise kendi türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde bedensel özürliülerin kullanımına uygun düzenlemeler yapılır.*” ifadesidir.

Araştırmanın evrenine ulaşmanın araştırma kısıtları olmasından (zaman ve maliyet) dolayı evren üzerinde onu temsil edebilecek seçkisiz örnekleme (rastgele örnekleme) metodu ile örneklem seçilmiştir. Seçkisiz örnekleme, bir örneklemin seçiminde kullanılan bir teknik olup, tanımlanmış bir evrendeki tüm elemanlara, örnekleme seçilmek için eşit ve birbirinden bağımsız şans verir. Diğer bir deyişle tüm elemanların seçilme olasılığı aynıdır ve bir elemanın seçimi diğer elemanın seçimini etkilememektedir (Gül ve Özen, 2007). Bundan dolayı Alanya ilçesinde bulunan 4 yıldızlı 97 otel ve 5 yıldızlı 85 otelden (<https://www.altid.org.tr/bilgi-hizmetleri/alanya-bolgelere-gore-tesis-sayi/>) çalışmaya katılmayı kabul eden otellerde konaklayan engelli yabancı turist çalışma kapsamına alınacaktır. Engelli misafir sayısının bir ara veri oluşundan dolayı net sayısı bilinmemektedir. Bu nedenle evrendeki veriye ulaşamadığı için araştırmanın örnekleme %95 güven düzeyinde 1.000.000 kişiyi temsil etme özelliğine sahip 384 olarak belirlenmiştir (Gürbüz & Şahin, 2018).

### 3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada verilerin toplanmasında dört form kullanıldı. Bunlar: “Kişisel Tanıtım Formu”, “Engelli Turist Algısı Ölçeği”, “Müşteri Memnuniyeti Ölçeği” ve “Tekrar ziyaret etme ve Tavsiye Ölçeği”. Araştırmada veriler İngilizce ve Türkçe dillerinde yüz yüze ve bırak-topla yöntemi ile toplandı.

**Kişisel tanıtım formu:** Engelli turistlerin sosyo-demografik özelliklerini ortaya çıkarmak için çalışmacılar tarafından oluşturulmuş 23 ifadeden oluşmaktadır.

**Engelli turist algısı ölçeği:** Öndül (2015) tarafından yapılan “*Engelli bireylerin konaklama işletmesi odaklı turizm algıları ve engelli turizmi pazarına ilişkin öneriler: Antalya ili örneği*” çalışmasından alınmıştır. Anket seyahat acenta hizmet algısı, konaklama işletmeleri uygunluğu algısı, bölgelerin uygunluğu algısı ve beklenti ve öneriler alt boyutlarından oluşmaktadır. Ölçek beş dereceli Likert tipi (1= kesinlikle katılmıyorum; 5= kesinlikle katılıyorum) olup 30 maddeden oluşmaktadır. Ankette ters madde bulunmamaktadır. Ölçek puan ortalamasının 5’e yaklaşması engelli turist algısının yüksek olduğu anlamı taşımaktadır. Cronbach's alpha 0,896’dır (Öndül, 2015). Bu çalışmada ölçeğin Cronbach's alpha değeri 0.966belirlendi.

**Müşteri memnuniyeti ölçeği:** Müşteri memnuniyetini ölçmek için Han ve Ryu (2009) tarafından geliştirilen 3 madde ve tek boyuttan oluşan müşteri memnuniyeti (MM) ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçek beş dereceli Likert tipi (1=kesinlikle katılmıyorum; 5=kesinlikle katılıyorum) olup 3 ifadeden oluşmaktadır. Ölçekte ters madde bulunmamaktadır. Ölçek puanlarının yüksekliği memnuniyetin yüksek olduğu anlamı taşımaktadır (Han ve Ryu, 2009; Keskin, vd., 2020). Bu çalışmada ölçeğin Cronbach's alpha değeri 0.916 belirlendi.

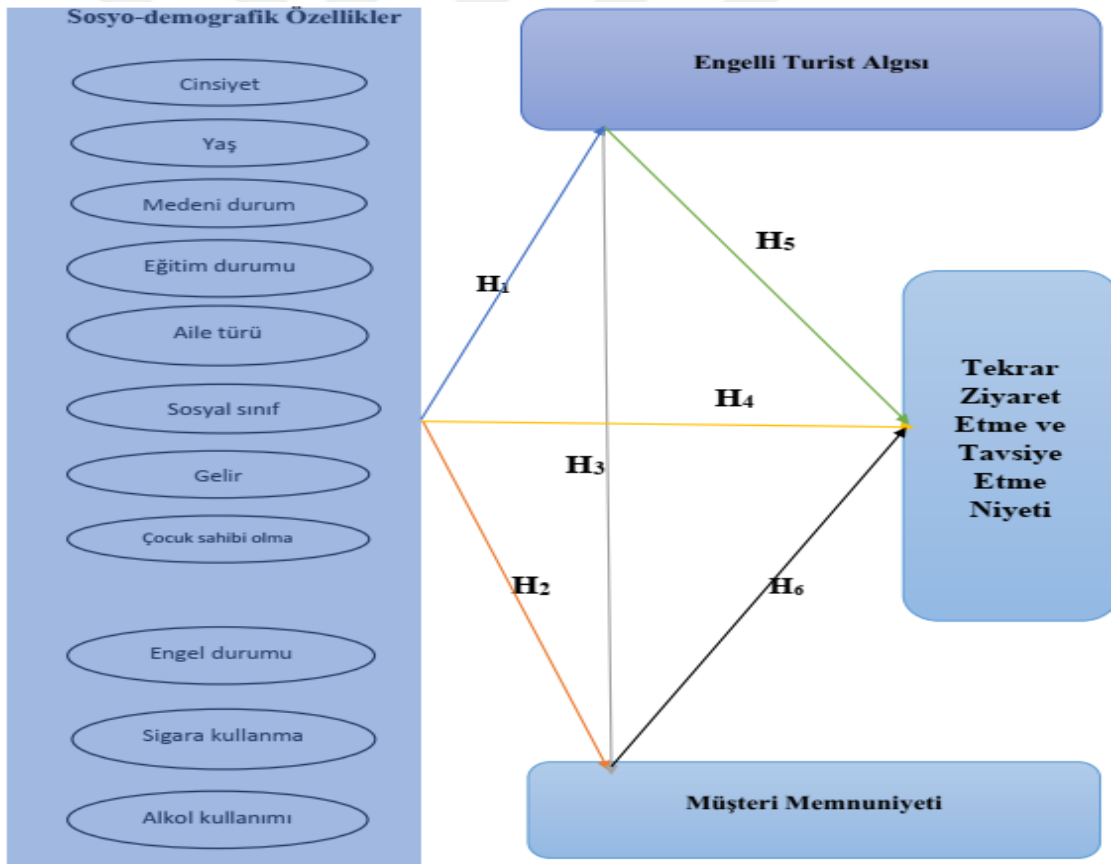
**Tekrar ziyaret etme ve tavsiye ölçeği:** Tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyetlerini ölçmek için Artuğer (2015) ile Hosany ve arkadaşları (2015) tarafından uygulanan ölçekler çalışmaya uyarlanmıştır. Ölçek beş dereceli Likert tipi (1=kesinlikle katılmıyorum; 5=kesinlikle katılıyorum) olup 5 ifadeden oluşmaktadır. Ölçekte ters madde bulunmamaktadır. Ölçek puanlarının yüksekliği Tekrar ziyaret etme ve Tavsiyenin yüksek olduğu anlamı taşımaktadır (Artuğer, 2015; Hosany, vd., 2015). Bu çalışmada ölçeğin Cronbach's alpha değeri 0.967 belirlendi.

### 3.4. Araştırmanın Kısıtları

Araştırma evren ve örnekleminin Alanya ilçesinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otellerde yapılması, araştırmaya yalnızca Türkçe ve/veya İngilizce bilen bireylerin alınması araştırmanın kısıtlılığıdır.

### 3.5. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Literatürde engelli turizm ile ilgili yapılan çalışmada engelli turist algısı ile sosyo-demografik özellikler arasında istatistiksel olarak farklılıklar tespit edilmiştir (Öndül, 2015). Aynı zamanda birçok çalışmada da memnuniyetin tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyetini etkilediği tespit edilmiştir (Kafa & Akyüz, 2023; Wasaya, vd., 2022; İlban, vd, 2020; Marques, vd., 2021). Bu sebeple araştırma modeli aşağıda oluşturulmuştur.



Şekil 3.1 Araştırma Modelleri

## **Araştırma Hipotezleri**

**H<sub>0</sub>:** Engelli turistlerin engelli turist algısı, müşteri memnuniyeti, tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyeti ile sosyo-demografik özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

**H<sub>1</sub>:** Engelli turistlerin sosyo-demografik özellikleri ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

- **H<sub>1.1</sub>:** Cinsiyet ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>1.2</sub>:** Yaş ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>1.3</sub>:** Eğitim durumu ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>1.4</sub>:** Medeni durum ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>1.5</sub>:** Sosyal Sınıf ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>1.6</sub>:** Gelir algısı ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>1.7</sub>:** Aile türü ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>1.8</sub>:** Çocuk sahibi olma ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>1.9</sub>:** Sigara kullanma durumu ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>1.10</sub>:** Alkol kullanma durumu ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>1.11</sub>:** Engel türü ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

**H<sub>2</sub>:** Engelli turistlerin sosyo-demografik özellikleri ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

- **H<sub>2.1</sub>:** Cinsiyet ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

- **H<sub>2.2</sub>:** Yaş ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>2.3</sub>:** Eğitim durumu ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>2.4</sub>:** Medeni durum ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>2.5</sub>:** Sosyal Sınıf ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>2.6</sub>:** Gelir algısı ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>2.7</sub>:** Aile türü ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>2.8</sub>:** Çocuk sahibi olma ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>2.9</sub>:** Sigara kullanma durumu ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>2.10</sub>:** Alkol kullanma durumu ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>2.11</sub>:** Engel türü ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

**H<sub>3</sub>:** Engelli turistlerin engelli turist algısı ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

**H<sub>4</sub>:** Engelli turistlerin sosyo-demografik özellikleri ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

- **H<sub>4.1</sub>:** Cinsiyet ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>4.2</sub>:** Yaş ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>4.3</sub>:** Eğitim durumu ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>4.3</sub>:** Medeni durum ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

- **H<sub>4.4</sub>:** Sosyal Sınıf ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>4.5</sub>:** Gelir algısı ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>4.6</sub>:** Aile türü ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>4.7</sub>:** Çocuk sahibi olma ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>4.8</sub>:** Sigara kullanma durumu ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>4.9</sub>:** Alkol kullanma durumu ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.
- **H<sub>4.10</sub>:** Engel türü ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

**H<sub>5</sub>:** Engelli turistlerin engelli turist algısı ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

**H<sub>6</sub>:** Engelli turistlerin engelli turist algısı, müşteri memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

### **3.6. Verilerin Analizi**

Çalışma sonucunda toplanan veriler Statistical Package for Social Science (SPSS) 25 programına aktarıldı. Analizlerin ilk adımı olan normallik testi yapıldı. Araştırmada kullanılan ölçeklerin çarpıklık ve basıklık (skewness ve kurtosis) değerlerine bakıldı. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1.5 ila +1.5 olduğunda dağılımın normal dağılım olduğu kabul edildi (Tabachnick, vd., 2007). Yapılan analiz sonucunda çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1.5 ila+1.5 arasında belirlendi ve verilerin normal dağıldığı varsayıldı (Tablo 3.1). Bu nedenle verilerin analizinde yüzde, frekans, ortalama, t testi, ANOVA testi, korelasyon ve çoklu regresyon analizi kullanıldı.

**Tablo 3.1**Çarpıklık ve Basıklık Değerleri (Skewnessand Kurtosis)

<b>ÖLÇEKLER</b>	<b>ÇARPIKLIK (SKEWNESS)</b>	<b>BASIKLIK (KURTOSİS)</b>
Engelli Turist Algısı	-0,884	0,354
Müşteri Memnuniyeti Ölçeği	-1,104	0,709
Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Niyeti Ölçeği	-1,071	0,124

Tablo 3.1’de engelli turist algısı ölçeğinin çarpıklık basıklık değeri (-0,884/0,354), müşteri memnuniyet ölçeğinin çarpıklık basıklık değeri (-1,104/0,709) ve tekrar ziyaret ölçeğinin çarpıklık basıklık değeri (-1,071/0,124) olarak tespit edildi. Bu veriler ışığında verilerin normal dağıldığı varsayılmıştır.



## 4. BULGULAR

### 4.1. Katılımcıların Sosyo-demografik Özellikleri

Katılımcıların %56,2'si erkek, %43,8'i kadın, %56,4'u evli, %43,6'sı bekar, %0,5'i 20-29 yaş aralığında, %8,7'si 30-39 yaş aralığında, %20,8'i 40-49 yaş aralığında %21,0'ı 50-59 yaş aralığında, %35,1'i 60-69 yaş aralığında ve %13,8'i 70 üstü yaş aralığındadır. Katılımcıların %22,8'i ilköğretim, %35,9'u lise, %15,1'i önlisans, %22,1'i lisans ve %4,1'i lisansüstü mezundur. Katılımcıların %55,9'u çekirdek aile, %39,7'sinin geliri giderden fazla, %54,4'ü üst sosyal statüde, %55,4'ü çocuk sahibi, %42,3'ünün ortopedik engeli var, %40,0'ı sigara kullanmakta olup %66,9'u hiç alkol kullanmamaktadır (Tablo 4.1).

**Tablo 4.1** Katılımcıların Sosyo-demografik Özellikleri (n: 390)

	n	%
<b>Cinsiyetiniz</b>		
Erkek	219	56,2
Kadın	171	43,8
<b>Yaşınız</b>		
20-29	2	0,5
30-39	34	8,7
40-49	81	20,8
50-59	82	21,0
60-69	137	35,1
70 ve üstü	54	13,8
<b>Medeni Durum</b>		
Evli	220	56,4
Bekar	170	43,6
<b>Eğitim durumunuz</b>		
İlköğretim	89	22,8
Lise	140	35,9
Ön lisans	59	15,1
Lisans	86	22,1
Lisansüstü	16	4,1
<b>Aile Türü</b>		
Geniş aile	87	22,3
Çekirdek aile	218	55,9
Tek ebeveynli aile	85	21,8
<b>Sosyal Sınıf</b>		
Üst sosyal statü	212	54,4
Alt sosyal statü	178	45,6
<b>Sizce geliriniz nasıldır?</b>		
Gelir gideri karşılıyor	87	22,3
Gelir giderden fazla	155	39,7
Gelir giderden az	148	37,9

<b>Çocuğunuz var mı?</b>		
Evet	216	55,4
Hayır	174	44,6
<b>Engel türünüz?</b>		
Ortopedik	165	42,3
İşitme	41	10,5
Dil-konuşma	56	14,4
Kronik hastalık	128	32,8
<b>Sigara Kullanıyor musunuz?</b>		
Evet	156	40,0
Hayır	166	42,6
Bıraktım	68	17,4
<b>Alkol kullanıyor musunuz?</b>		
Hiç içmem	261	66,9
Nadiren	97	24,9
Ayda bir veya birkaç kez	15	3,8
Haftada bir veya birkaç kez	9	2,3
Her gün	8	2,1
<b>TOPLAM</b>		
	390	100

Sosyal sınıf grupları Boratay (1999) çalışmasından yararlanılarak oluşturulmuştur.

**Tablo 4.2** Katılımcıların Turizm Deneyim Özellikleri

	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Geliş şekliniz</b>		
Kendi imkânı	257	65,9
Seyahat acentesi	88	22,6
Aracı kurum	45	11,5
<b>Alanya'yı tercih etmenizdeki etkili olan faktör nedir?</b>		
Ulaşılabilirlik (Fiyat, mesafe, zaman)	116	29,7
Etkinlikler (sosyal faaliyet, rekreasyon vd.)	135	34,6
Çekicilikler (kültürel, doğal)	100	25,6
Turizm işletmeleri (otel, seyahat acentası)	39	10,0
<b>Burada almış olduğunuz sağlık hizmetini başkalarına tavsiye eder mi siziz?</b>		
Evet	359	92,1
Hayır	31	7,9
<b>Türkiye'ye daha önce geldiniz mi?</b>		
Evet	378	96,9
Hayır	12	3,1
<b>Türkiye'yi tekrar ziyaret eder misiniz?</b>		
Evet	384	98,5
Hayır	6	1,5
<b>Alanya'ya daha önce geldiniz mi?</b>		
Anksiyete	319	81,8
Depresyon	71	18,2

<b>Alanya’da bir olumsuzluk yaşadınız mı?</b>		
Evet	36	9,2
Hayır	354	90,8
<b>Yaşadıysanız bu yaşadığınız olumsuzluk nedir?</b>		
Banyo kısmının çoğu dar olması	2	5,5
Engelli yolu	6	16,6
Engelliler için olumsuz (denize ve sahile ulaşım olmayışı, merkez içinde ulaşım araçları yetersiz olması, ortam)	19	52,7
Kaldırım	7	19,7
Yemekler	2	5,5
<b>Tatilinizde kiminle konaklıyorsunuz?</b>		
Kendim	41	10,5
Ailem	286	73,3
Arkadaşım	63	16,2
<b>Bu tatil deneyiminizi nasıl tanımlarsınız?</b>		
Yeni bir deneyim yaşadım.	62	15,9
Gerçekten keyif aldım.	151	38,7
Heyecan vericiydi.	119	30,5
Önceki deneyimlerimden farklıydı.	38	9,7
Çok kötüydü.	20	5,1
<b>Geldiğiniz ülke?</b>		
Türkiye	241	61,8
İngiltere	55	14,1
Rusya	17	4,4
Finlandiya	15	3,8
Fransa	14	3,6
Diğer	48	12,3
<b>Milliyetiniz</b>		
Türkiye	275	70,5
İngiltere	55	14,1
Almanya	12	3,1
Ukrayna	10	2,6
Finlandiya	5	1,3
Diğer	33	8,4

Katılımcıların %65,9’u kendi imkânı ile gelmiş, %29,7’si ulaşılabilirlik (fiyat, mesafe, zaman), %34,6’sı etkinlikler (sosyal faaliyet, rekreasyon vd.), %25,6’sı çekicilikler (kültürel, doğal), %10’u turizm işletmeleri (otel, seyahat acentası) nedeniyle Alanya’yı tercih etmiş, %92,1’i aldıkları turizm hizmetini tavsiye etme niyetinde ve %98,5’i turizm hizmeti almak için tekrar tercih etme eğilimindedir. Katılımcılardan 19 kişi (52,7) engelliler için olumsuz (denize ve sahile ulaşım olmayışı, merkez içinde

ulaşım araları yetersiz olması, ortam) Őikâyeti yaşamış, 7 kişi (19,7) kaldırım Őikayeti, 6 kişi (16,6) engelli yolu, 2 kişi (5,5) banyo kısmının dar olması ve 2 kişi (5,5) yemekler konusunda problemler yaşamıştır. Katılımcıların geldikleri ũlkeler ise %61,8 ile Tũrkiye, %14,1 ile İngiltere, %4,4 ile Rusya, %3,8 ile Finlandiya, %3,6 ile Fransa ve %12,3 ile diğer ũlkelerdir. Katılımcıların milliyetini %70,5 ile Tũrkiye, %14,1 ile İngiltere, %3,1 ile Almanya, %2,6 ile Ukrayna, %1,3 ile Finlandiya ve %8,4 ile diğer ũlkeler oluşturmaktadır (Tablo 4.2).

#### 4.2. Őlekler ve Puan Ortalamaları

**Tablo 4.3** Őlekler ve Puan Ortalamaları

Őlekler	Min-Max	$\bar{X}$	SS	Cronbach's Alpha
Engelli Turist Algısı Őleđi	1-5	3,305	0,715	0,966
Mũřteri Memnuniyet Őleđi	1-5	3,735	0,948	0,916
Tekrar Ziyaret Etme Őleđi	1-5	3,865	1,161	0,967

Analiz sonucunda katılımcıların engelli turist algısı Őleđi puan ortalaması  $3,305 \pm 0,715$  cronbach's alpha değeri 0,966, mũřteri memnuniyet Őleđi puan ortalaması  $3,735 \pm 0,948$  cronbach's alpha değeri 0,916 ve tekrar ziyaret etme Őleđi puan ortalaması  $3,865 \pm 1,161$  ve cronbach's alpha değeri 0,967 olarak tespit edilmiştir (Tablo 4.4).

#### 4.3. Engelli Turist Algısı ile Sosyo-demografik Özelliklerin Karşılaştırılması

**Tablo 4.4** Cinsiyet Değişkenine GÖre Engelli Turist Algısı Őleđi Analiz Sonuları

Değişkenler	Engelli Turist Algısı	
	$\bar{X}$	SS
<b>Cinsiyetiniz</b>		
Erkek	3,321	0,688
Kadın	3,280	0,749
P		0,630

Katılımcıların cinsiyet değişkeni ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p > 0.05$ ).

**Tablo 4.5** Yaş Değişkenine GÖre Engelli Turist Algısı Őleđi Analiz Sonuları

Değişkenler	Engelli Turist Algısı	
	$\bar{X}$	SS
<b>Yaş</b>		
30 yaş ve altı	3,366	0,612
31 yaş ve ũřtũ	3,118	0,775
P		0,661

Katılımcıların yaş değişkeni ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p>0.05$ ).

**Tablo 4.6** Eğitim Durumu Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Engelli Turist Algısı	
	$\bar{X}$	SS
<b>Eğitim Durumu</b>		
İlköğretim ve altı	3,340	0,608
İlköğretim üstü	3,276	0,742
P		0,144

Katılımcıların eğitim durumu değişkeni ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p>0.05$ ).

**Tablo 4.7** Medeni Durum Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Engelli Turist Algısı	
	$\bar{X}$	SS
<b>Medeni Durum</b>		
Erkek	3,432	0,623
Kadın	3,141	1,791
P		0,000

Katılımcıların medeni durum değişkeni ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ). Erkeklerin olanların engelli turist algısı puan ortalamaları  $3,432\pm 0,623$  ile kadınlardan daha yüksek tespit edilmiştir.

**Tablo 4.8** Sosyal Sınıf Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Engelli Turist Algısı	
	$\bar{X}$	SS
<b>Sosyal Sınıf Durumu</b>		
Üst sosyal sınıf	3,267	0,759
Alt sosyal sınıf	3,350	0,658
P		0,253

Katılımcıların sosyal sınıf değişkeni ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p>0.05$ ).

**Tablo 4.9** Gelir Algısı Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Engelli Turist Algısı	
	$\bar{X}$	SS
<b>Size geliriniz nasıldır?</b>		
Gelir gideri karşılıyor	3,674	1,062
Gelir giderden fazla	3,811	0,942
Gelir giderden az	3,432	0,963
P		0,125

Katılımcıların gelir algısı değişkeni ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p>0.05$ ).

**Tablo 4.10** Aile Türü Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Engelli Turist Algısı		Anlamlılık
	$\bar{X}$	SS	
<b>Aile Türü</b>			
1. Geniş aile	3,816	0,876	
2. Çekirdek aile	3,111	0,899	
3. Tek ebeveynli aile	3,654	0,145	
P		0,129	

Katılımcıların aile türü değişkeni ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p>0.05$ ).

**Tablo 4.11** Çocuk Durumu Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Engelli Turist Algısı	
	$\bar{X}$	SS
<b>Çocuğunuz var mı?</b>		
Evet	3,449	0,581
Hayır	3,127	0,820
P		0,000

Katılımcıların çocuk durumu değişkeni ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ). Çocuğu olanların engelli turist algısı puan ortalamaları  $3,449\pm 0,581$  ile çocuğu olmayanlardan daha yüksek tespit edilmiştir.

**Tablo 4.12** Sigara Durumu Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Engelli Turist Algısı	
	$\bar{X}$	SS
<b>Sigara Kullanıyor musunuz?</b>		
Evet	3,285	0,723
Hayır	3,321	0,694
Bıraktım	3,313	0,754
P		0,900

Katılımcıların sigara durumu değişkeni ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p>0.05$ ).

**Tablo 4.13** Alkol kullanma durumu değişkenine göre engelli turist algısı ölçeği analiz sonuçları

Değişkenler	Engelli Turist Algısı	
	$\bar{X}$	SS
<b>Alkol kullanıyor musunuz?</b>		
Hiç içmem	3,311	0,685
Nadiren / haftada bir / ayda bir	3,314	0,780
Her gün	3,033	0,661
P		0,555

Katılımcıların alkol durumu değişkeni ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p>0.05$ ).

**Tablo 4.14** Engel Türü Değişkenine Göre Engelli Turist Algısı Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Engelli Turist Algısı	
	$\bar{X}$	SS
<b>Engel Türünüz nedir?</b>		
Ortopedik	3,329	0,742
İşitme	3,511	0,637
Dil ve Konuşma	3,173	0,787
Kronik Hastalığa bağlı engel (süreçten hastalık)	3,266	0,659
P		0,118

Katılımcıların engel türü değişkeni ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p>0.05$ ).

#### 4.4. Müşteri Memnuniyeti ile Sosyo-demografik Özelliklerin Karşılaştırılması

**Tablo 4.15** Cinsiyet Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Müşteri memnuniyeti	
	$\bar{X}$	SS
<b>Cinsiyetiniz</b>		
Erkek	3,771	0,904
Kadın	3,688	1,003
P		0,389

Katılımcıların cinsiyet değişkeni ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0.05$ ).

**Tablo 4.16** Yaş Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Müşteri memnuniyeti		Anlamlılık
	$\bar{X}$	SS	
<b>Yaşınız</b>			
30 yaş ve altı	4,000	0,000	
31 yaş ve üstü	3,733	0,951	
P		0,693	

Katılımcıların yaş ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ).

**Tablo 4.17** Eğitim Durumu Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Müşteri memnuniyeti		Anlamlılık
	$\bar{X}$	SS	
<b>Eğitim Durumu</b>			
İlköğretim ve altı	3,973	0,788	
İlköğretim üstü	3,664	0,981	
P		0,007	

Katılımcıların eğitim durumu ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ). İlköğretim ve altı eğitim düzeyine sahip olanların müşteri memnuniyeti puan ortalamaları  $3,973\pm 0,788$  ile ilköğretim üstü eğitim düzeyi olanlardan daha yüksek tespit edilmiştir.



**Tablo 4.18** Medeni Durum Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Müşteri memnuniyeti	
	$\bar{X}$	SS
<b>Medeni Durum</b>		
Erkek	3,872	0,875
Kadın	3,556	1,011
p		0,001

Katılımcıların medeni durum değişkeni ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ( $p < 0.05$ ). Evli olanların müşteri memnuniyeti puan ortalamaları ( $3,872 \pm 0,875$ ), bekarlara ( $3,556 \pm 1,011$ ) göre daha yüksektir.

**Tablo 4.19** Sosyal Sınıf Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Müşteri memnuniyeti	
	$\bar{X}$	SS
<b>Sosyal Sınıf Durumu</b>		
Üst sosyal sınıf	3,917	1,120
Alt sosyal sınıf	3,797	1,212
P		0,631

Katılımcıların sosyal sınıf ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ( $p > 0.05$ ).

**Tablo 4.20** Gelir Algısı Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Müşteri memnuniyeti	
	$\bar{X}$	SS
<b>Sizce geliriniz nasıldır?</b>		
Gelir gideri karşılıyor	3,570	1,061
Gelir giderden fazla	3,830	0,952
Gelir giderden az	3,732	0,863
P		0,125

Katılımcıların gelir algısı ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p > 0.05$ ).

**Tablo 4.21** Aile Türü Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Müşteri memnuniyeti		Anlamlılık
	$\bar{X}$	SS	
<b>Aile Türü</b>			
1. Geniş aile	3,961	0,870	
2. Çekirdek aile	3,711	0,879	2>3
3. Tek ebeveynli aile	3,564	1,145	
<b>P</b>		0,019	

Katılımcıların aile türü değişkeni ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ). Geniş aile olanların müşteri memnuniyeti puan ortalamaları ( $3,961\pm 0,870$ ) ile diğer gruplardan daha yüksek tespit edilmiştir. Gruplar arasında farklılığı belirlemek için Post Hoc TUKEY testi yapılmış ve çekirdek aile ile tek ebeveynli aile arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4.22** Çocuk Durumu Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Müşteri memnuniyeti	
	$\bar{X}$	SS
<b>Çocuğunuz var mı?</b>		
Evet	3,905	0,826
Hayır	3,523	1,045
<b>P</b>		0,000

Katılımcıların çocuk durumu değişkeni ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ( $p<0.05$ ). Çocuğu olanların müşteri memnuniyeti puan ortalaması ( $3,905\pm 0,826$ ), çocuk sahibi olmayanlara ( $3,523\pm 1,045$ ) daha yüksektir.

**Tablo 4.23** Sigara Durumu Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Müşteri memnuniyeti	
	$\bar{X}$	SS
<b>Sigara Kullanıyor musunuz?</b>		
Evet	3,805	0,928
Hayır	3,722	0,924
Bıraktım	3,602	1,046
<b>P</b>		0,333

Katılımcıların sigara kullanma durumu değişkeni ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

**Tablo 4.24** Alkol Kullanma Durumu Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Müşteri memnuniyeti	
	$\bar{X}$	SS
<b>Alkol kullanıyor musunuz?</b>		
Hiç içmem	3,707	0,931
Nadiren / haftada bir / ayda bir	3,818	0,986
Her gün	3,375	0,880
P		0,317

Katılımcıların Alkol kullanma ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 4.25** Engel Türü Değişkenine Göre Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Müşteri memnuniyeti	
	$\bar{X}$	SS
<b>Engel Türünüz nedir?</b>		
Ortopedik	3,771	0,897
İşitme	3,861	0,884
Dil ve Konuşma	3,654	1,131
Kronik Hastalığa bağlı engel (süreçen hastalık)	3,682	0,950
P		0,622

Katılımcıların engel türü ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p>0.05$ ).

#### 4.5. Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörler ve Çoklu Regresyon Analizi

Tablo 4.26 Müşteri Memnuniyeti ve Etkileyen Faktörler Çoklu Regresyon Analizi

Değişkenler	B	SH	$\beta$	T	p
Sabit	1,743	0,980		1,780	0,000
Cinsiyet	0,011	0,066	0,006	0,167	0,867
Yaş	-0,255	0,461	-0,019	-0,553	0,580
Medeni Durum	0,110	0,103	0,057	1,059	0,290
Eğitim Durumu	-0,259	0,092	-0,115	-2,823	0,005
Aile Türü	-0,041	0,061	-0,029	-0,675	0,500
Sosyal Sınıf	-0,074	0,070	-0,039	-1,056	0,292
Gelir Durumu	-0,046	0,044	-0,037	-1,036	0,301
Çocuk Durumu	-0,006	0,105	-0,003	-0,059	0,953
Sigara Kullanım	-0,133	0,048	-0,101	-2,757	0,006
Alkol Kullanma	0,071	0,064	0,039	1,106	0,269
Engel Türü	-0,006	0,015	-0,014	-0,404	0,686
Engelli Turist algısı	0,984	0,048	0,742	20,696	0,000
Adjusted R <sup>2</sup> =0.543	F=40.367		p=0.000		
Bağımlı Değişken: Müşteri Memnuniyeti					

Modele Alınan Değişkenler: Cinsiyet (Erkek), Yaş (ref: 31 yaş ve üstü), Eğitim durumu (ref: ilköğretim üstü), Aile türü (ref: geniş aile), Gelir durumu (ref: gelir giderden fazla), Engel Türü (ref: İşitme), Medeni durum (Evlü), Alkol Durumu (Nadiren/hafta bir/ayda bir), Sigara (Evet)

Tablo 4.26’da müşteri memnuniyetini etkileyen faktörler çoklu regresyon modeli ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı olup ( $F(12,378) = 40,367$ ,  $p < 0,001$ ), bağımsız değişkenler müşteri memnuniyeti ölçeğindeki değişimin %54’ünü açıklamaktadır. Bu analiz sonuçlarına göre müşteri memnuniyeti eğitim durumu, sigara kullanma ve engelli turist algısı tarafından açıklanırken diğer değişkenlerin müşteri memnuniyetine anlamlı bir katkısı olmamıştır. Analize göre diğer değişkenler kontrol edildikten sonra engelli turist algısı 1 puan arttığında müşteri memnuniyetine 0,984 puan artacaktır.

#### 4.6. Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye ile Sosyo-demografik Özelliklerin Karşılaştırılması

**Tablo 4.27** Cinsiyet Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye	
	$\bar{X}$	SS
<b>Cinsiyetiniz</b>		
Erkek	3,917	1,120
Kadın	3,797	1,212
p	0,311	

Katılımcıların cinsiyet değişkeni ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ).

**Tablo 4.28** Yaş Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye	
	$\bar{X}$	SS
<b>Yaşınız</b>		
30 yaş ve altı	3,410	0,848
31 yaş üstü	3,867	1,163
P	0,571	

Katılımcıların yaş değişkeni ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ).

**Tablo 4.29** Eğitim durumu Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye	
	$\bar{X}$	SS
<b>Eğitim Durumu</b>		
İlköğretim ve altı	4,159	1,019
İlköğretim üstü	3,778	1,187
p	0,006	

Katılımcıların eğitim durumu ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ). İlköğretim ve altı eğitim düzeyine sahip olanların tekrar ziyaret etme ve tavsiye puan ortalamaları düzeyleri  $4,159\pm 1,019$  ile ilköğretim üstü düzeyinden daha yüksek tespit edilmiştir.

**Tablo 4.30** Medeni Durum Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye	
	$\bar{X}$	SS
<b>Medeni Durumunuz</b>		
Evli	4,123	1,021
Bekar	3,530	3,530
P	0,000	

Katılımcıların medeni durum değişkeni ile Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ). Evli olanların Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye puan ortalamaları  $4,123\pm 1,021$  ile diğer gruplardan daha yüksek tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ).

**Tablo 4.31** Sosyal Sınıf Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye	
	$\bar{X}$	SS
<b>Sosyal Sınıf Durumu</b>		
Üst sosyal sınıf	3,900	1,254
Alt sosyal sınıf	3,823	3,823
P	0,518	

Katılımcıların sosyal sınıf ile Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ )

**Tablo 4.32** Gelir Algısı Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye		Anlamlılık
	$\bar{X}$	SS	
<b>Sizce geliriniz nasıldır?</b>			
1. Gelir gideri karşılıyor	3,611	1,220	
2. Gelir giderden fazla	4,131	1,224	$3>1$
3. Gelir giderden az	3,865	0,998	
P	0,001		

Katılımcıların gelir algısı ile Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ). Geliri giderden fazla olanların geliri Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye puan ortalamaları ( $4,131\pm 1,224$ ) ile diğer gruplardan daha yüksek tespit edilmiştir. Gruplar arasında farklılığı belirlemek için Post Hoc TUKEY testi yapılmış ve Geliri giderini karşılayanların ile geliri giderden fazla olanlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4.33** Aile türü Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye		Anlamlılık
	$\bar{X}$	SS	
<b>Aile Türü</b>			
1. Geniş aile	4,186	1,070	
2. Çekirdek aile	3,865	1,036	1>2
3. Tek ebeveynli aile	3,536	1,443	
P		0,001	

Katılımcıların aile türü ile Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ). Geniş aile türüne sahip olanların Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye puan ortalamaları  $4,186\pm 1,070$  ile diğer gruplardan daha yüksek tespit edilmiştir. Gruplar arasında farklılığı belirlemek için Post Hoc TUKEY testi yapılmış ve geniş aile ile çekirdek aile arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4.34** Çocuk Durumu Değişkenine Göre ve Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye	
	$\bar{X}$	SS
<b>Çocuğunuz var mı?</b>		
Evet	4,174	0,996
Hayır	3,481	1,237
P		0,000

Katılımcıların çocuk durumu değişkeni ile Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Çocuğu olanların Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye puan ortalamaları  $4,174\pm 0,996$  ile diğer gruplardan daha yüksek tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ).

**Tablo 4.35** Sigara Durumu Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye	
	$\bar{X}$	SS
<b>Sigara Kullanıyor musunuz?</b>		
Evet	3,956	1,126
Hayır	3,83	1,109
Bıraktım	3,741	1,352
P		0,390

Katılımcıların sigara kullanma durumu değişkeni ile Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

**Tablo 4.36** Alkol Kullanma Durumu Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye	
	$\bar{X}$	SS
<b>Alkol kullanıyor musunuz?</b>		
Hiç içmem	3,875	1,150
Nadiren / haftada bir / ayda bir	3,869	1,184
Her gün	3,450	1,250
P	0,594	

Katılımcıların alkol kullanma durumu ile Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

**Tablo 4.37** Engel Türü Değişkenine Göre Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Ölçeği Analiz Sonuçları

Değişkenler	Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye		Anlamlılık
	$\bar{X}$	SS	
<b>Engel Türünüz nedir?</b>			
Ortopedik	3,867	1,073	
İşitme	4,156	0,984	
Dil ve Konuşma	3,760	1,438	
Kronik Hastalığa bağlı engel (süreğen hastalık)	3,814	1,187	
P	0,352		

Katılımcıların Engel türü ile Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir ( $p>0.05$ ).

#### 4.7. Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye ve Etkileyen Faktörler Çoklu Regresyon

##### Analizi

**Tablo 4.38** Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye ve Etkileyen Faktörler Çoklu Regresyon Analizi

Değişkenler	B	SH	$\beta$	t	p
Sabit	0,434	1,126		0,385	0,001
Cinsiyet	0,011	0,076	0,005	0,142	0,887
Yaş	0,357	0,529	0,022	0,675	0,500
Medeni Durum	0,052	0,119	0,022	0,437	0,662
Eğitim Durumu	-0,204	0,105	-0,074	-1,935	0,064
Aile Türü	-0,084	0,070	-0,048	-1,202	0,230
Sosyal Sınıf	-0,166	0,080	-0,071	-2,077	<b>0,039</b>
Gelir Durumu	-0,093	0,051	-0,061	-1,828	0,068
Çocuk Sahibi Olma	-0,144	0,120	-0,062	-1,194	0,233
Sigara Kullanma	-0,123	0,055	-0,077	-2,224	<b>0,027</b>
Alkol Kullanma	-0,017	0,074	-0,008	-0,233	0,816
Engel Türü	0,003	0,017	0,005	0,164	0,870
Engelli Turist Algısı	1,225	0,055	0,754	22,425	<b>0,000</b>
Adjusted R <sup>2</sup> =0.602	F=50,041	p=0.000			

Bağımlı Değişken: Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye

**Modele Alınan Değişkenler:** Cinsiyet (Erkek), Yaş (ref: 31 yaş ve üstü), Eğitim durumu (ref: ilköğretim üstü), Aile türü (ref: geniş aile), Gelir durumu (ref: gelir giderden fazla), Engel Türü (ref: İşitme), Medeni durum (Evli), Alkol Durumu (Nadiren/hafta bir/ayda bir), Sigara (Evet)



Tablo 4.38’de Tekrar ziyaret etme ve tavsiyeyi etkileyen faktörler çoklu regresyon modeli ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı olup ( $F(12,378) = 50,041, p < 0,001$ ), bağımsız değişkenler Tekrar ziyaret etme ve tavsiye ölçeğindeki değişimin %60’ını açıklamaktadır. Bu analiz sonuçlarına göre; tekrar ziyaret etme ve tavsiye, sosyal sınıf, sigara kullanma ve engelli turist algısı tarafından açıklanırken diğer değişkenlerin tekrar ziyaret etme ve tavsiyeye anlamlı bir katkısının olmadığı belirlenmiştir. Analizde diğer değişkenler kontrol edildikten sonra engelli turist algısı 1 puan arttığında tekrar ziyaret etme ve tavsiye 1,225 puan artacaktır. Bir başka deyişle tekrar ziyaret etme ve tavsiye arttıkça engelli turist algısı da artmaktadır.

#### 4.8. Korelasyon Analizi Sonuçları

**Tablo 4.39** Engelli Turist Algısı, Müşteri Memnuniyet ve Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye, Pearson Korelasyon Analizi

Ölçekler		1	2	3
1. Engelli Turist Algısı	r	1	0,734	0,762
	p		0,000*	0,000*
2. Müşteri Memnuniyeti	r		1	0,885
	p			0,000*
3. Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye	r			1
	p			

Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Korelasyon analizi sonuçlarına göre engelli turist algısı ile müşteri memnuniyeti arasında yüksek şiddette pozitif yönlü bir ilişki, Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye ile yüksek şiddette pozitif yönlü bir ilişki ve müşteri memnuniyeti ile Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye arasında yüksek şiddette pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir ( $p < 0.01$ ).

## 4.9. Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

Tablo 4.40 Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

HİPOTEZLER		SONUÇ
<b>H<sub>0</sub>:</b>	Engelli turistlerin engelli turist algısı, müşteri memnuniyeti, tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyeti ile sosyo-demografik özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.	
<b>H<sub>1</sub>:</b>	Engelli turistlerin sosyo-demografik özellikleri ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	
<b>H<sub>1.1</sub>:</b>	Cinsiyet ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>1.2</sub>:</b>	Yaş ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>1.3</sub>:</b>	Eğitim durumu ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>1.4</sub>:</b>	Medeni durum ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Kabul
<b>H<sub>1.5</sub>:</b>	Sosyal sınıf ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>1.6</sub>:</b>	Gelir algısı ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>1.7</sub>:</b>	Aile türü ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>1.8</sub>:</b>	Çocuk sahibi olma ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Kabul
<b>H<sub>1.9</sub>:</b>	Sigara kullanma durumu ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>1.10</sub>:</b>	Alkol kullanma durumu ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>1.11</sub>:</b>	Engel türü ile engelli turist algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>2</sub>:</b>	Engelli turistlerin sosyo-demografik özellikleri ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	
<b>H<sub>2.1</sub>:</b>	Cinsiyet ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>2.2</sub>:</b>	Yaş ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>2.3</sub>:</b>	Eğitim durumu ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Kabul
<b>H<sub>2.4</sub>:</b>	Medeni durum ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Kabul
<b>H<sub>2.5</sub>:</b>	Sosyal sınıf ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>2.6</sub>:</b>	Gelir algısı ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>2.7</sub>:</b>	Aile türü ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Kabul
<b>H<sub>2.8</sub>:</b>	Çocuk sahibi olma ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Kabul
<b>H<sub>2.9</sub>:</b>	Sigara kullanma durumu ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>2.10</sub>:</b>	Alkol kullanma durumu ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret

<b>H<sub>2.11</sub>:</b>	Engel türü ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>3</sub>:</b>	Engelli turistlerin engelli turist algısı ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Kabul
<b>H<sub>4</sub>:</b>	Engelli turistlerin sosyo-demografik özellikleri ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	
<b>H<sub>4.1</sub>:</b>	Cinsiyet ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>4.2</sub>:</b>	Yaş ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>4.3</sub>:</b>	Eğitim durumu ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Kabul
<b>H<sub>4.4</sub>:</b>	Medeni durum ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Kabul
<b>H<sub>4.5</sub>:</b>	Sosyal sınıf ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>4.6</sub>:</b>	Gelir algısı ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Kabul
<b>H<sub>4.7</sub>:</b>	Aile türü ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Kabul
<b>H<sub>4.8</sub>:</b>	Çocuk sahibi olma ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Kabul
<b>H<sub>4.9</sub>:</b>	Sigara kullanma durumu ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>4.10</sub>:</b>	Alkol kullanma durumu ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>4.11</sub>:</b>	Engel türü ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Ret
<b>H<sub>5</sub>:</b>	Engelli turistlerin engelli turist algısı ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.	Kabul
<b>H<sub>6</sub>:</b>	Engelli turistlerin engelli turist algısı, tekrar ziyaret etme niyeti ve tavsiye niyeti ile müşteri memnuniyeti ile arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul

## 5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

2003 yılında ortaya çıkan "Herkes için Turizm (Tourism for All)" anlayışı, turizmi sadece ticari kaygılarla sınırlı olmayan bir sektör olarak değerlendiren ve turizmin tüm toplum kesimlerine erişilebilir olması gerektiğini vurgulayan bir yaklaşımı temsil etmektedir. Bu yaklaşımın temel hedef kitlesi, gençler, aileler, yaşlılar ve engelliler gibi farklı grupları içermektedir. Amaç, turizmi sadece belirli bir kesimin değil, toplumun genelinde daha erişilebilir hâle getirmektir. Türkiye gibi dünya turizminin önemli oyuncularından biri olan ülkeler, bu "Herkes için Turizm" anlayışını benimsemek ve uygulamak zorundadır. Bu bağlamda Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2023 turizm stratejik planı hazırlanırken, turizmin çeşitlendirilmesi, farklı bölgelerde ve mevsimlerde turizm faaliyetlerinin teşvik edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca, dezavantajlı grupların, özellikle engellilerin turizm hareketlerine katılmalarını sağlayacak stratejilerin geliştirilmesi de önerilmiştir. Dünya genelinde, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülke, engellilerin turizm hareketlerine katılımını teşvik etmek için özel düzenlemeler ve teşvikler uygulamaktadır. Bu çerçevede, erişilebilir turizm tesislerinin ve hizmetlerinin artırılması, engelli bireylerin seyahatlerini kolaylaştırmak amacıyla yapılan önemli adımlardan biridir. Ancak, Türkiye'de bu alandaki düzenlemelerin ve uygulamaların henüz yeterli olduğunu söylemek mümkün değildir. Engellilerin turizm hareketlerine daha fazla katılımını teşvik etmek için daha fazla çaba ve yatırım gerekebilir. Erişilebilirlik standartlarının iyileştirilmesi, engelliler için özel turizm paketlerinin sunulması ve engelli bireylerin seyahat deneyimlerini kolaylaştırmak için daha fazla farkındalık yaratılması gibi alanlarda daha fazla çalışma yapılması gerekebilir. Bu nedenle bu çalışmada Alanya ilçesinde engelli turistlerin perspektifinden engelli turist algısı, müşteri memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti ve belirleyicileri incelendi.

Çalışma sonucunda Alanya'yı ziyaret eden engelli turistlerin %56,2'si erkek, %43,8'i kadın, %56,4'u evlidir. Öndül (2015) yılında "Engelli bireylerin konaklama işletmesi odaklı turizm algıları ve engelli turizmi pazarına ilişkin öneriler: Antalya ili örneği" yaptığı çalışmada katılımcıların %66,1'i erkek, %33,9'u kadındır (Öndül, 2015). Toker ve Kaçmaz (2015) Alanya'da yaptıkları çalışmaya katılan engelli turistlerin % 43.8'i kadın, %56.2'si erkek ve % 59.3'ü evlidir (Toker & Kaçmaz, 2015).

Katılımcıların %42,3'ü ortopedik engellidir. Öndül (2015) yılında “Engelli bireylerin konaklama işletmesi odaklı turizm algıları ve engelli turizmi pazarına ilişkin öneriler: Antalya ili örneği” yaptığı çalışmada katılımcıların % 63,3'ü bedensel engellidir (Öndül, 2015). Toker ve Kaçmaz (2015) “Engelli Bireylerin Turizm Deneyimlerine Yönelik Bir Araştırma: Alanya Örneği” adlı çalışmalarında katılımcıların %60,8'inin fiziksel engelliği olduğu tespit edilmiştir (Toker & Kaçmaz, 2015). Bu çalışmalarla ilgili çalışma sonucu benzerlik göstermektedir.

Katılımcıların geldikleri ülkeler ise %61,8 ile Türkiye, %14,1 ile İngiltere, %4,4 ile Rusya, %3,8 ile Finlandiya, %3,6 ile Fransa ve %12,3 ile diğer ülkelerdir. Katılımcıların milliyetini %70,5 ile Türkiye, %14,1 ile İngiltere, %3,1 ile Almanya, %2,6 ile Ukrayna, %1,3 ile Finlandiya ve %8,4 ile diğer ülkeler oluşturmaktadır. (Öndül, 2015). Bulgan ve Çarıkçı (2016) tarafından yapılan çalışmada da katılımcıların çoğunluğunun orta yaş grubunu temsil ettiği ve çoğunluğun Alman, Rus ve Türk misafirlerden oluştuğu tespit edilmiştir (Bulgan & Çarıkçı, 2016). Toker ve Kaçmaz (2015) “Engelli Bireylerin Turizm Deneyimlerine Yönelik Bir Araştırma: Alanya Örneği” adlı çalışmalarında katılımcıların Almanya, Norveç ve Rusya'dan geldikleri belirlenmiştir (Toker & Kaçmaz, 2015). Bu çalışmalar ile çalışma sonucu benzerlik göstermektedir. Bu veriler, Alanya'nın engelli turistler için çeşitli ülkelere gelen ziyaretçilere ev sahipliği yaptığını ve bu ziyaretçiler arasında cinsiyet, medeni durum, engel türü, ülke ve milliyet açısından çeşitlilik olduğunu göstermektedir. Bu tür veriler, destinasyon yöneticileri ve turizm işletmeleri için engelli turistlere yönelik hizmetlerin planlanması ve geliştirilmesinde önemli bilgiler sağlayabilir.

Çalışma sonucunda engelli turistlerin memnuniyetinin eğitim durumu, medeni durum, aile türü ve çocuk sahibi olma değişkenleri ile arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edildi ( $p < 0.05$ ). Diğer sosyo-demografik özelliklerle memnuniyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmedi. Toker ve Kaçmaz (2015) tarafından Alanya'yı ziyaret eden 151 engelli turist ile yapılan çalışmada da memnuniyet ile sosyo-demografik özellikler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Kılıç ve Baş (2015) tarafından tesadüfi seçilen 315 engelli turist ile yapılan çalışmada da sosyo-demografik özelliklerle memnuniyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Literatürde yapılan birçok çalışmada turist memnuniyetinin farklı sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşmadığı belirlenmiştir (Eid, vd., 2019; Metin & Kalay, 2020; Pai, vd.,

2020; Huete Alcocer & López Ruiz, 2020; Purwanto, 2022; Libre, vd., 2022). Bu çalışmalar ile çalışma bulguları farklılık göstermektedir. Bu sonuçlar, bu özelliklerin turist memnuniyetini etkilemediği veya çalışmanın örneklem büyüklüğü veya veri analizi yöntemleri gibi faktörler nedeniyle istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamış olabileceğini göstermektedir.

Çalışmanın diğer bir sonucunda da engelli turistlerin tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyeti ile eğitim durumu, medeni durum, gelir algısı, aile türü ve çocuk sahibi olma değişkenleri ile arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edildi. Diğer sosyo-demografik özelliklerle tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmedi. Küçüker ve diğerleri (2019) tarafından yapılan çalışmada turistlerin tekrar ziyaret etme niyetleri, cinsiyet, yaş, medeni durum ve gelir durumu gibi demografik faktörlere bağlı olarak farklılık göstermezken, eğitim durumu ve destinasyon faktörüne bağlı olarak farklılık gösterdiği belirlenmiştir (Küçüker, vd., 2019). Metin ve Kalay (2020) yaptıkları çalışmada tekrar ziyaret etme niyeti ve tavsiyenin sosyo-demografik özelliklere göre farklılaşmadığını tespit etmişlerdir (Metin & Kalay, 2020). Yine Metin ve Kalay tarafından yapılan çalışma sonuçlarına benzer şekilde literatürde yapılan çalışmalarda bizim çalışmamızdan farklı olarak tekrar ziyaret etme niyeti ve tavsiye ile sosyo-demografik özellikler arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir. (Keskin, vd., 2020; Mancı, 2022; Tüzüntürk, 2020; Su, vd., 2020).

Çalışmada yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre; engelli turistlerin turist memnuniyetinin eğitim durumu, sigara kullanma ve engelli turist algısı değişkenlerinden; tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyetinin ise sosyal sınıf, sigara kullanma ve engelli turist algısından etkilendiği tespit edildi. Korelasyon analizi sonuçlarına göre ise; engelli turist algısı, turist memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyeti arasında ilişki olduğu tespit edildi. Keskin ve diğerleri (2020) tarafından yapılan çalışmada memnuniyetin tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyet arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ve tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyetinin memnuniyetten etkilendiği belirlenmiştir. Mancı (2022) tarafından yapılan çalışmada da memnuniyetin tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyeti üzerinde pozitif yönlü bir etkisi olduğu belirlenmiştir.

Öktem ve Akdu (2022) tarafından yapılan çalışmada da memnuniyet ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye üzerinde pozitif yönlü bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Uluslararası literatürde yapılan çalışmalarda da turist memnuniyeti ile tekrar ziyaret etme ve tavsiye üzerinde pozitif yönlü bir ilişki olduğu ve tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyetinin memnuniyetten etkilendiği tespit edilmiştir (Zeng, vd., 2021; Kanwel, vd., 2019; Santoso, 2019; Marques, vd., 2021; Shi, vd., 2022). Bu çalışmalarla çalışma sonuçları benzerlik göstermektedir. Literatürde yapılan çalışmalarda destinasyon imajının turist memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde en önemli etken olduğunu göstermektedir (Saçlı, vd., 2019; Türkeri & Akyürek, 2021; Afshardoost, & Eshaghi, 2020; Lam, vd., 2020; Pan, vd., 2021; Wang, vd., 2021; Jeong & Kim 2020; Uner, vd., 2023). Bu sonuca göre özellikle engelli turizm destinasyonu olmayı hedefleyen ve "Herkes için Turizm (TourismforAll)" anlayışını benimseyen destinasyonların engelli turistleri çekmek için yeni destinasyonlarını engelli turistlere uygun hale getirmeleri gerekmektedir.

Çalışma sonuçları, engelli turistlere yönelik hizmetlerin ve pazarlama stratejilerinin belirli sosyo-demografik özelliklere göre özelleştirilebileceğini veya daha fazla dikkate alınabileceğini göstermektedir. Bu bilgiler, turizm işletmelerinin engelli turistlere daha iyi hizmet sunmak için stratejilerini planlamalarına yardımcı olabilir. Turist memnuniyetinin farklı sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşması oldukça doğaldır ve bu farklılıkların birçok nedeni olabilir. Bölgesel farklar, turist memnuniyeti, çalışma yapılan bölgenin özelliklerine bağlı olarak değişebilir. Bir bölgede sunulan turistik hizmetler, doğal güzellikler, kültürel zenginlikler veya iklim koşulları farklılık gösterebilir. Bu nedenle, farklı bölgelerde yapılan çalışmalarda memnuniyet düzeyleri farklılık gösterebilir. Sosyo-Demografik farklılıklar, turistlerin sosyo-demografik özellikleri, tatil tercihlerini ve beklentilerini etkileyebilir. Örneğin, yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir seviyesi gibi faktörler, turistlerin tatil deneyimlerini farklı şekillerde etkileyebilir. Bu nedenle, farklı sosyo-demografik gruplardan gelen turistler arasında memnuniyet farklılıkları olabilir. Deneyim düzeyi, turistlerin seyahat deneyimi, memnuniyetlerini etkileyebilir. Daha deneyimli turistler, daha fazla seyahat tecrübesine sahip oldukları için beklentileri farklı olabilir. Yeni seyahat edenler ise farklı beklentilere sahip olabilir. Turistik ürün ve hizmet çeşitliliği, farklı bölgelerde sunulan turistik ürünler ve hizmetler, turistlerin tatil deneyimlerini etkileyebilir. Bir bölgede doğa turizmi ağırlıklıyken başka bir bölge kültürel turizme odaklanabilir. Bu da turist memnuniyetini etkileyen bir faktör olabilir. Kişisel tercihler; her turistin kişisel tercihleri farklıdır. Kimi turistler doğa ile iç içe

olmayı tercih ederken, kimileri şehir tatili yapmayı sever. Bu kişisel tercihler de memnuniyeti etkileyebilir. Sonuç olarak, turist memnuniyeti çalışmalarının sonuçları birçok faktörden etkilenebilir ve farklı sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşabilir. Bu nedenle, turizm sektörü ve araştırmacılar, farklı turist gruplarını daha iyi anlamak ve hizmetlerini onların beklentilerine uygun şekilde uyarlamak için bu faktörleri dikkate almalıdır.

Yine çalışma sonuçlarına göre, engelli turizmde destinasyon imajı, engelli turistlerin bir destinasyonu ziyaret etmeye yönelik algıları, beklentileri ve izlenimlerini ifade eder. Bu imaj, engelli turistlerin tatil tercihlerini, destinasyon seçimlerini ve seyahat deneyimlerini etkileyebilir. Erişilebilirlik, engelli turistler için bir destinasyonun erişilebilirliği, destinasyon imajının merkezi bir unsuru olabilir. Engelli turistler, tekerlekli sandalye erişimi, engelsiz taşıma araçları, rampalar ve özel tesisler gibi erişilebilirlik faktörlerini değerlendirirler. Bir destinasyonun bu açıdan olumlu bir imaja sahip olması, engelli turistlerin o destinasyonu tercih etme olasılığını artırabilir. Misafirperverlik ve duyarlılık; destinasyon imajı, bir yerin engelli turistlere yönelik ne kadar misafirperver ve duyarlı olduğunu yansıtabilir. Engelli turistler, tatil deneyimlerinin olumlu veya olumsuz olmasını büyük ölçüde bu faktörlere bağlayabilirler. Duyarlı ve yardımsever personel, olumlu bir destinasyon imajı oluşturabilir. Çeşitli aktiviteler ve deneyimler, bir destinasyonun engelli turistlere sunabileceği çeşitli aktiviteler ve deneyimler, destinasyon imajını etkiler. Engelli turistler, tatil sırasında çeşitli aktiviteleri deneyimlemek isterler. Bu nedenle, bir destinasyonun bu tür seçeneklere sahip olması, pozitif bir imaj yaratır. Güvenlik, destinasyon imajının önemli bir parçasıdır. Engelli turistler, seyahat ettikleri yerde kendilerini güvende hissetmek isterler. Bir destinasyonun güvenliği hakkında olumlu izlenimler, turistlerin o yerde tatil yapma isteğini artırabilir. Destinasyon imajı, tanıtım ve iletişim yoluyla oluşturulabilir. Bir destinasyon, engelli turistlere yönelik erişilebilirlik ve hizmetlerini tanıttığında ve bu konuda iletişim kurduğunda, pozitif bir imaj oluşturabilir. Müşteri incelemeleri ve itibar, engelli turistlerin daha önceki ziyaretçilerin incelemelerini ve geri bildirimlerini göz önünde bulundurması yaygındır. Olumlu müşteri incelemeleri ve iyi bir destinasyon itibarı, engelli turistlerin güvenini kazanabilir.

Çalışmanın önemli bir sonucu engelli turist algıları arttıkça müşteri memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti artmasıdır. Diğer önemli sonucu ise



sosyoekonomik düzeyin belirleyici olduğu, sosyoekonomik düzeyi daha iyi olanların müşteri memnuniyetleri ve tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetinin diğerlerine göre daha kötü olduğudur.

Çalışma sonucunda konaklama tesislerine ve sağlık turizmi çalışanlarına yönelik şu öneriler sunulabilir;

- Personelin, engelli turistlere nasıl yardımcı olacağı ve özel ihtiyaçları konusunda eğitim alması sağlanmalıdır.
- Empati ve duyarlılık eğitimleri düzenleyerek personelin engelli turistlerle daha iyi iletişim kurmalarını teşvik edilmelidir.
- Engelli turistlerin ihtiyaçlarına uygun bilgilere ve rezervasyon seçeneklerine kolay erişim sağlanmalıdır.
- İnternet siteleri ve tanıtım materyalleri engelli kullanıcılar için erişilebilir hale getirilmelidir.
- Engelli turistlerin ilgi alanlarına uygun aktiviteler ve turlar düzenlenmelidir.
- Engelli turist gruplarını ağırlamaya yönelik özel paketler veya indirimler sunulmalıdır.

Çalışma sonucunda sağlık turizmi çalışanlarına yönelik şu öneriler sunulabilir;

- Engelli turistlerle iletişim kurarak tatil deneyimlerini sürekli olarak iyileştirmek için geri bildirim toplanmalıdır.
- Engelli turizmin gelişimi için farklı gruplarla yönelik çalışmalar yapmak.

Çalışma sonucunda destinasyona yönelik şu öneriler sunulabilir;

- Havalimanı transferleri ve şehir içi taşıma için engelli turistlere uygun araçlar sağlanmalıdır.
- Destinasyonun ve işletmenin engelli dostu olduğunu tanıtmak için pazarlama faaliyetleri düzenlenmelidir.
- Engelli turizmiyle ilgili yerel ve ulusal yasalara uygunluk sağlanmalıdır.
- Erişilebilirlik standartlarına ve düzenlemelere uyum sağlanmalıdır.

Çalışma sonucunda politika yapıcılara yönelik şu öneriler sunulabilir;

- Engelli topluluklar ve engelli sivil toplum kuruluşları ile iş birliği yaparak engelli turizmini desteklenmelidir.
- Sosyal sorumluluk projeleri ve etkinlikler düzenlenmelidir.

## KAYNAKLAR

- Afshardoost, M. ve Eshaghi, M. S. (2020). Destination image and tourist behavioural intentions: A meta-analysis. *Tourism Management*, 81,104154.  
DOI: 10.1016/j.tourman.2020.104154
- Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı (2023).  
[https://www.aile.gov.tr/media/98625/eyhgm\\_istatistik\\_bulteni\\_ocak\\_2022.pdf](https://www.aile.gov.tr/media/98625/eyhgm_istatistik_bulteni_ocak_2022.pdf)  
Erişim Tarihi: 10.06.2023
- Akdağ, A.Ş. (2011). Engellilik Temelinde Ayrımcılığın İzlenmesi Raporu. İstanbul Bilgi Üniversitesi. *İnsan Hakları Uygulama ve Araştırma Merkezi*.
- Akgün, B. P. (2015). *Ortopedik Engelli Bireylerin Umutsuzluk Düzeyi ile İntihar Olasılığı Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akıncı, Z. (2013). Management of Accessible Tourism and Its Market in Turkey, *International Journal of Business and Management Studies*, 2, 413-426.
- Akıncı, Z., Çelik, M. ve Elinç, H. (2021). Erişilebilir (engelli dostu) konaklama işletmelerinin standartlarının belirlenmesine yönelik bir çalışma. *Journal of Applied Tourism Research*, 2(2), 91-114.
- Al Halbusi, H., Jimenez Estevez, P., Eleen, T., Ramayah, T. and Hossain Uzir, M. U. (2020). The roles of the physical environment, social servicescape, co-created value, and customer satisfaction in determining tourists' citizenship behavior: Malaysian cultural and creative industries. *Sustainability*, 12 (8), 3229. DOI: 10.3390/su12083229.
- Ankara, F. Ü. ve Aslan, B. G. (2020). Engelli Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi; Dünya ve Türkiye Örnekleri. *Ulusal Çevre Bilimleri Araştırma Dergisi*, 3 (2), 52-57.
- Aracı, Ü. E. (2016). Müşterilerin sosyo-demografik özellikleri ile tekrar satın alma ve daha fazla ödeme niyetleri arasındaki ilişkinin incelenmesi: restoran müşterileri örneği. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4), 54-66.
- Ardani, W., Rahyuda, K., Giantari, I. ve Sukaatmadja, I. (2019). Customer satisfaction and behavioral intentions in tourism: A literature review. *International Journal of Applied Business and International Management (IJABIM)*, 4 (3), 84-93. DOI:10.32535/ijabim.v4i3.686
- Arıcı, S. (2010). *Bedensel Engellilerin Turizm Sektöründen Beklentilerinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Arslan, Y., Şahin, H. M., Gülnar, U. ve Şahbudak, M. (2014). Görme Engellilerin Toplumsal Hayatta Yaşadıkları Zorluklar (Batman Merkez Örneği). *Yaşam Bilimleri Dergisi*, 4 (2), 1-14.
- Artuğer, S. (2015). The effect of risk perceptions on tourists' revisit intentions. *European Journal of Business and Management*, 7 (2), 36-43.

- Ayyıldız, T., Hakan, A. T. A. Y. ve Yazıcı, A. (2014). Konaklama İşletmelerinin Engelliler İçin Olanakları ve Yöneticilerin Görüşleri: Kuşadası Örneği. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (2), 84-100.
- Bağcı, E. (2017). *Engelli Bireylerin Turizme Katılma Motivasyonları ve Kısıtları*, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek lisans Tezi, Antalya.
- Bakır, A. (2018). *Müşteri memnuniyetini etkileyen faktörler ve müşteri memnu-niyetinin müşteri sadakati üzerindeki etkisi: Bir vakıf üniversitesi yüksek lisans öğrencileri üzerinde uygulama* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Balcı, M. (2021). *Engelli Turizmi: Çanakkale*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Barbotte, E., Guillemin F., Chau N. and The Lor handicap Group (2001). "Prevalence of impairments, disabilities, handicap sand quality of life in the general population: a review of recent literature", *Bulletin of the World Health Organization*, 79 (11), 1047–1055.
- Baş, M. (2012). *Duygusal Emek-Müşteri Memnuniyeti İlişkisi: Engelli Turizm Pazarında Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Bayih, B. E. and Singh, A. (2020). Modeling domestic tourism: motivations, satisfaction and tourist behavioral intentions. *Heliyon*, 6 (9), e04839. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04839>
- Birleşmiş Milletler Sakat Hakları Bildirisi, Engelliler. biz. Platformu. <https://www.engelliler.biz/forum/ayrimcilikla-mucadele-insan-toplum-siyaset-bugun-yarin/5578-birlesmis-milletler-sakat-haklari-bildirisi>. (Erişim Tarihi: 03.02.2023).
- Bulgan, G. (2014). *Engelli Turizmi: Antalya İlindeki Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Bulgan, G. ve Çarıkçı, İ. (2016). Engelli Turizmi: Antalya İlindeki Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (13), 15-42.
- Burak, Y. (2018). *Konaklama Tesislerinin Engelli Bireylere Uygunluk Açısından Değerlendirilmesi: Sivil Toplum Kuruluşlarındaki Engelli Üyelerin Bakış Açısı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çaha, H. (2016). Engellilerin toplumsal hayata katılmasına yönelik politikalar: Türkiye, ABD ve Japonya örnekleri. *İnsan ve Toplum*, 5 (10), 123-150. DOI: [dx.doi.org/10.12658/human.society.5.10.M0122](https://doi.org/10.12658/human.society.5.10.M0122)
- Çakmak, N. M. (2006). *Türk Kamu Hukuku Açısından Engellilerin Hukuki Statüsü*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çelik, S. (2019). Engelli Turizm'i ve Engelli Bireylerin Turizm'de Yaşadığı Sorunlar: Kilis Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (67), 851-858. DOI:10.17719/jisr.2019.3773

- Çetin, B. ve Perçin, N. Ş. (2021). Japon turistlerin seyahat motivasyonlarının turist memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisi: Kapadokya örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (25), 598-623.
- Çıvgın, H. (2021). *Otantikliğin Tavsiye Etme Niyeti ve Destinasyon Tatmini Üzerindeki Etkisinde Algılanan Destinasyon İmajının Aracılık Rolü*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Çizel, B. ve Çizel, R. (2014). Engellilerin Turizm Kısıtları ve Turist Olma Niyeti İlişkisinde Aracı Değişkenler: Motivasyon Gücü ve Öğrenilmiş Çaresizlik, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25 (2), 176-189.  
DOI: 10.17123/atad.vol25iss280747
- Çizel, B., Akıncı, Z. ve Sönmez, N., (2012). Antalya’da Engelli Turizminin Gelişimi İçin Arz ve Talep Üzerine Bir Araştırma, *Akdeniz Üniversitesi Proje Geliştirme, Uygulama ve Araştırma Merkezi*.
- Demir, H. (2020). *Engellilerin Anayasal ve Yasal Hakları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Düşünür Y. S. (2019). *Zihinsel Engelli Bireylerin Topluma Kazandırmasında Turizm Faaliyetlerinin Rolü Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.
- Eid, R., El-Kassrawy, Y. A., and Agag, G. (2019). Integrating destination attributes, political (in) stability, destination image, tourist satisfaction, and intention to recommend: A study of UAE. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43 (6), 839-866. DOI: 10.1177/1096348019837750
- ENAT European Network for Accessible Tourism (2007), Services and Facilities for Accessible Tourism in Europe, <http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.Reports>, (Erişim Tarihi: 15.03.2023).
- Eryılmaz, B. (2010). *Turizmde Engelli Pazarının Değerlendirilmesi ve Bodrum Örneği*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- Han, H. and Ryu, K. (2009). The roles of the physical environment, price perception, and customer satisfaction in determining customer loyalty in the restaurant industry. *Journal of hospitality & tourism research*, 33 (4), 487-510.  
DOI:10.1177/1096348009344212
- Hepkavaklı, N. (2021). *Yamaç Paraşütü Faaliyetine Katılanların Güdülerinin Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Etme Niyetine Etkisi: Fethiye Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hosany, S., Prayag, G., Deesilatham, S., Caušević, S. and Odeh, K. (2015). Measuring tourists’ emotional experiences: Further validation of the destination emotion scale. *Journal of Travel Research*, 54 (4), 482-495.  
DOI: 10.1177/0047287514522878
- <http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.forums.1201>  
(Erişim Tarihi: 11.01.2023).

- <http://www.ceis.org.tr/dergi/2011kasim/makale1.pdf>.  
(Erişim Tarihi: 05.01.2023)
- <https://www.who.int/teams/noncommunicable-diseases/sensory-functions-disability-and-rehabilitation/world-report-on-disability>. (Erişim tarihi: 01.03.2023).
- <https://www.worldbank.org/en/topic/disability>. (Erişim tarihi: 28.02.2023).
- Huete Alcocer, N. and López Ruiz, V. R. (2020). The role of destination image in tourist satisfaction: the case of a heritage site. *Economic research-Ekonomiska istraživanja*, 33 (1), 2444-2461. DOI: 10.1080/1331677X.2019.1654399
- Irmak, S. (2023). *Sivil Toplum Örgütlerinin Engellileri Sosyalleştirme Çalışmalarına Dair Bir Alan Araştırması: Niğde İli Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- İlban, M. O., Demir, M. Ö., Arsezen, P. and Gündoğdu, M. (2021). Tatile çıkmadan önceki bilgi arayışlarının ağızdan ağıza iletişim ve davranışsal niyet üzerindeki etkisi: Edremit körfezi örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18 (1), 166-184. DOI:10.24010/soid.796497
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi Özürlüler Müdürlüğü (2012). Özürlüler yerel hizmet rehberi İSÖM modeli. İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Basımevi, s. 500-507.
- Jang, S. S. and Feng, R. (2007). Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction. *Tourism management*, 28 (2), 580-590. DOI:10.1016/j.tourman.2006.04.024
- Jeong, Y. and Kim, S. (2020). A study of event quality, destination image, perceived value, tourist satisfaction, and destination loyalty among sport tourists. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32 (4), 940-960. DOI: 10.1108/APJML-02-2019-0101
- Jin, N., Line, N. D. and Goh, B. (2013). Experiential value, relationship quality, and customer loyalty in full-service restaurants: The moderating role of gender. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22 (7), 679-700. DOI:10.1080/19368623.2013.723799
- Kahveci, A. (2016). Sürdürülebilir Turizm Çerçevesinde Engelsiz Turizm Potansiyelinin İncelenmesi: Taraklı Örneği. *Bahçeşehir Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek lisans Tezi, İstanbul*.
- Kanwel, S., Lingqiang, Z., Asif, M., Hwang, J., Hussain, A. and Jameel, A. (2019). The influence of destination image on tourist loyalty and intention to visit: Testing a multiple mediation approach. *Sustainability*, 11 (22), 6401. DOI:10.3390/su11226401
- Karaağaç, Ş. (2017). *Sosyal Belediyecilik Anlayışı Üzerinden Engellilere Yönelik Hizmetler: İBB Engelliler Müdürlüğü Örneği*, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Karaca, K. Ç. ve Köroğlu, Ö. (2018). Restoran Atmosferinin Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi: Akış Deneyiminin Aracılık Rolü. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6 (15), 776-797. DOI:10.33692/avrasyad.510224

- Kaya, F. A. ve Akyüz, A. M. (2023). Engelli bireylerin müşteri memnuniyeti ve destinasyon sadakatlerine etki eden pazarlama faktörlerinin incelenmesi üzerine bir çalışma. *The Journal of International Scientific Researches*, 8 (1), 107-131. DOI:10.23834/isrjournal.1225734
- Keskin, E., Sezen, N. ve Dağ, T. (2020). Unutulmaz turizm deneyimi, müşteri memnuniyeti, tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkiler: Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlere yönelik araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7 (2), 239-264. DOI:10.31771/jrtr.2020.63
- Ketboğa, S. (2016). *İstanbul İli Örneğinde Otel İşletmelerinin AB Erişilebilirlik Standartlarına Uygunluğunun Karşılaştırmalı Analizi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kılıç, B. and Merve, B. A. Ş. (2015). Engelli turistlerin duygusal emek algısının müşteri memnuniyetine etkisi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5 (1), 15-24.
- Kırlar, B. (2013). *İzmir İli Örneğinde Otel İşletmelerinin Ulaşılabilirlik Standartlarına Uygunluğu Üzerine Bir Durum Analizi ve Otel Yöneticilerinin Engelli Turizmine Bakış Açıları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Koca, C. (2010). *Engelsiz Şehir Planlaması Bilgilendirme Raporu*. <https://engellileriz.blogspot.com/2013/01/engelsiz-sehir-planlamasi-bilgilendirme>. İstanbul, (Erişim Tarihi: 11.03.2023).
- Koçbek, A. D. (2005). *Yiyecek ve içecek sektöründe hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti: etnik restoranlara yönelik bir araştırma* (Doctoral dissertation, Anadolu University (Turkey)).
- Küçükler, C., Çolakoğlu, Ü. ve Yurcu, G. (2019). Rus turistlerin tekrar ziyaret etme niyetlerinin demografik değişkenler açısından incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 646-659. DOI: 10.26677/TR1010.2019.183
- Lam, J. M., Ismail, H. and Lee, S. (2020). From desktop to destination: User-generated content platforms, co-created online experiences, destination image and satisfaction. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 100490. DOI: 10.1016/j.jdmm.2020.100490
- Libre, A., Manalo, A. and Laksito, G. S. (2022). Factors influencing Philippines tourist's visit intention: the role and effect of destination image, tourist experience, perceived value, and tourist satisfaction. *International Journal of Quantitative Research and Modeling*, 3 (1), 1-12.
- Luiza, M. S. (2010). Accessible Tourism – The Ignored Opportunity. *Annals of Faculty of Economics*, 1 (2), 1154-1157.
- Makas, R. (2011). Korunmalı Yeri. *Çimento Endüstrisi verenleri Sendikası Management*, 85, 104293.
- Mancı, A. R. (2022). Destinasyon özelliklerine ilişkin memnuniyetin tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyetine etkisi: Şanlıurfa örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 344-357. DOI:10.26677/TR1010.2022.999

- Marques, C., da Silva, R. V. and Antova, S. (2021). Image, satisfaction, destination and product post-visit behavior's: How do they relate in emerging destinations? *Tourism Management*, 85, 104293.  
DOI:10.1016/j.tourman.2021.104293
- Maxwell, J., Beiser C. W. and David, D. (2007). A health hand book for women with disabilities. *Berkeley: Hesperian Foundation*, 15-16.
- Mayer, S. (2003). "What is a Disadvantaged Group?", <https://studylib.net/doc/8720705/what-is-a-%E2%80%9Cdisadvantaged-group%3F%E2%80%9D>, (Erişim Tarihi: 07.03.2023).
- Meriç, S. and Hamit, I. ř. I. K. (2019). Van İlindeki Otellerin Engelli Bireylere Uygunluğunu Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 520-529. DOI: 10.21733/ibad.603413
- Meşhur, H. F. A. (2011). Ortopedik Engellilerin İstihdamında Tele Çalışmaya İlişkin Tutumlar Açışından Bir Uygulama. *Akdeniz İ. İ. B. F. Dergisi*, 22, 72-118.
- Metin, D. ve Kalay, H. A. (2021). Algılanan Destinasyon İmajının Turist Memnuniyeti ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Van'ı Ziyaret Eden İranlı Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (54), 325-352. DOI:10.53568/yyusbed.1052574
- Oktar, M. N. (2015). *Engelli Bireylerle Çalışanlarda Algılanan Örgütsel Destek ve Tükenmişlik Düzeyinin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi: İstanbul İli Beykoz İlçesi Örneği*, Yalova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Bursa.
- Öktem, E. and Serap, A. K. D. U. (2022). Unutulmaz Turizm Deneyiminin Müşteri Memnuniyetine ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi. *Erciyes Akademi*, 36 (2), 964-981. DOI:10.48070/erciyesakademi.1127494
- Öndül, G. (2015). *Engelli Bireylerin Konaklama İşletmesi Odaklı Turizm Alguları ve Engelli Turizm Pazarına İlişkin Öneriler: Antalya İli Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Özbalcı, S., (2018). *Engelliler İçin Yapılacak Mimari Düzenlemelerin Dış Ticaret ve Uluslararası Turizm Üzerine Etkileri: Türkiye ve ABD Örneği*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Özel Eğitim ve Rehberlik Hizmetleri Genel Müdürlüğü. (2015). *"İşitme Engelliler İçin Öğretmen Kılavuz Kitabı"*, Milli Eğitim Bakanlığı.
- Özer, L., Kement, Ü. ve Gültekin, B. (2015). Genişletilmiş Planlanmış Davranış Teorisi Kapsamında Yeşil Yıldızlı Otelleri Tekrar Ziyaret Etme Niyeti. *Hacettepe University Journal of Economics & Administrative Sciences / Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33 (4). DOI:10.17065/huiibf.08815
- Özeren, M. (2019). *Turizm Paydaşlarının Bakış Açılışlarıyla Engelli Turizmi: Konya Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Özgökçeler, S. ve Alper, Y. (2010). Özürlüler Kanunu'nun Sosyal Model Açışından Değerlendirilmesi, *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 33-54.

- Öztürk, M. (2013). *Hayata Renk Katanlar*. Ağrı: Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Yayınları.
- Öztürk, N., (2003). *Engellilerin Toplumsal Gelişimin Yönelik Proje: Türkiye’de Engelliler Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Konaklama Tesislerindeki Alt Yapı İmkanlarının Araştırılması*”, Ankara.
- Özürülüler Kanunu ve İlgili Mevzuat, T. C. Başbakanlık Özürülüler İdaresi Başkanlığı Yayınları, Yayın No: 43, Üçüncü Baskı Ankara, 2008.
- Pai, C. K., Liu, Y., Kang, S. and Dai, A. (2020). The role of perceived smart tourism technology experience for tourist satisfaction, happiness and revisit intention. *Sustainability*, 12 (16), 6592. DOI:10.3390/su12166592
- Pan, X., Rasouli, S. and Timmermans, H. (2021). Investigating tourist destination choice: Effect of destination image from social network members. *Tourism Management*, 83, 104217. DOI:10.1016/j.tourman.2020.104217
- Purwanto, A. (2022). Tourist satisfaction and performance of tourism industries: how the role of innovative work behaviour, organizational citizenship behaviour?. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*. DOI:10.7777.1/jiemar
- Rehman, A. U., Abbas, M., Abbasi, F. A. and Khan, S. (2023). How tourist experience quality, perceived price reasonableness and generative tourism involvement influence tourist satisfaction: A study of Ha’il Region, *Saudi Arabia*. *Sustainability*, 15 (2), 1340. DOI:10.3390/su15021340
- Resmi Gazete (2005). “*Engelliler Hakkında Kanun*”, 1.7.2005/5378, RG. 7.7.2005/25868, Yayımlandığı Düstur: Tertip: 5. Cilt: 44, Madde: 3 <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5378.pdf> (Erişim Tarihi:03.12.2022).
- Retief, M. ve Letšosa, R. (2018). Models Of Disability: A Brief Overview. *HTS Theologiese Studies / Theological Studies*, 74 (1), 1-8. DOI:10.4102/hts.v74i1.4738
- Saçlı, Ç., Ersöz, B. ve Kahraman, C. Ö. (2019). Etkinlik Katılımcılarının Destinasyon İmajı Algılarının Tekrar Ziyaret Etme Eğilimleri Üzerine Etkisi: Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28 (1), 178-190.
- Sánchez-Rebull, M. V., Rudchenko, V. and Martín, J. C. (2018). The antecedents and consequences of customer satisfaction in tourism: a systematic literature review. *Tourism and hospitality management*, 24 (1), 151-183. DOI: 10.20867/thm.24.1.3
- Santoso, S. (2019). Examining relationships between destination image, tourist motivation, satisfaction, and visit intention in Yogyakarta. In *Examining relationships between destination image, tourist motivation, satisfaction, and visit intention in Yogyakarta: Santoso, Singgih*.
- Shi, H., Liu, Y., Kumail, T. and Pan, L. (2022). Tourism destination brand equity, brand authenticity and revisit intention: the mediating role of tourist satisfaction and the moderating role of destination familiarity. *Tourism Review*, 77 (3), 751-779. DOI:10.1108/TR-08-2021-0371



- Silik, C. E. and Ünlüöner, K. (2018). Hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve tavsiye etme niyeti arasındaki ilişki: kayak merkezlerine yönelik bir inceleme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (4), 333-357. DOI:10.20491/isarder.2018.526
- Silverman, G. (2007). *Ağızdan Ağıza Pazarlama, Dünyanın En Güçlü Pazarlama Yönetimi Womm'un 28 Sırrı* (Çev: Ender Orfanlı), Media Cat Kitapları, 2. Baskı İstanbul.
- Sözen, H. (2023). *Büyükşehir Belediyelerinde Engelli Vatandaşlara Sunulan Hizmetlerin Karşılaştırmalı Bir Analizi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya.
- Stylos, N., Vassiliadis, C. A., Bellou, V. and Andronikidis, A. (2016). Destination images, holistic images and personal normative beliefs: Predictors of intentions to revisit a destination. *Tourism management*, 53, 40-60. DOI:10.1016/j.tourman.2015.09.006
- Su, L., Gong, Q. and Huang, Y. (2020). How do destination social responsibility strategies affect tourists' intention to visit? An attribution theory perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 102023. DOI:10.1016/j.jretconser.2019.102023
- Surahman, I. G. N., Yasa, P. N. S. and Wahyuni, N. M. (2020). The Effect of Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction in Tourism Villages in Badung Regency. *Journal Ekonomi&Bisnis Jagaditha*, 7(1), 46-52. DOI:10.22225/jj.7.1.1626.46-52
- Şen, N., Yetim, Ç. A. ve Bilici, S. N. (2014). Kültür Varlıkları ve Müzelerin Engelli Turist Ziyaretine Uygunluğunu Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (1), 1-16.
- T. C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı. [https://www.aile.gov.tr/media/130921/eyhgm\\_istatistik\\_bulteni\\_ocak\\_23.pdf](https://www.aile.gov.tr/media/130921/eyhgm_istatistik_bulteni_ocak_23.pdf) (Erişim tarihi: 15.03.2023).
- Talapatra, S., Santos, G. and Gaine, A. (2022). Factors Affecting Customer Satisfaction In Eatery Business-An Empirical Study From Bangladesh. *International Journal for Quality Research*, 16 (1). DOI:10.24874/IJQR16.01-11
- Taştan, G. (2022). *İleri Yaş ve Engelli Turizmi Kapsamında Erişilebilir Hastane Mimarisinin İncelenmesi: SCÜ Sıcak Çermik FTR Merkezi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- TDK (2023). <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 25.03. 2023)
- Temel, B. A. ve Yakıncı, C. (Ed.) (2015). *Hemşirelik Terimleri Sözlüğü*. Türk Dil Kurumu Yayınları. Ankara.
- Tengilimoğlu D. and Tosun N. (2020). *İleri Yaş ve Engelli Turizmi*, Tengilimoğlu D. (Ed.). Sağlık Turizmi. Ankara: Siyasal Kitapevi. S: 121-182.
- Toker, B. ve Kaçmaz, Y. (2015). Engelli Bireylerin Turizm Deneyimlerine Yönelik Bir Araştırma: Alanya Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (2), 235-257. DOI:10.16953/deusbed.82688

- Tozlu Ö, E. (2017). Engelli Bireylerin Turizm Faaliyetlerine Yönelik Motivasyon ve Beklentilerinin Analizi: Muğla Örneği, *Uluslararası Toplumsal Araştırmaları Dergisi*, 7 (13), 706-725. DOI:10.26466/opus.365256
- Tunç, H. (2017). *Dicle Üniversitesi Kampus Alanındaki Eğitim Yapılarının Engelli Kullanıcı Açısından Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dicle Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Diyarbakır.
- Türkeri, İ. ve Akyürek, S. (2021). Yerel halkın destinasyon imajı algısı ile turizm gelişimine verdiği destek arasındaki ilişki. *Turizm Akademik Dergisi*, 8 (1), 45-59.
- Türköz S. F. (2013). *İşitme Engelli Bireylerde Görsel Algı*, İstanbul Arel Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tüzüntürk, S. (2020). Yerli Turistlerin Alanya'yı Tekrar Ziyaret Etme Niyetleri İle İlişkili Değişkenlerin Uyum Analizi Kullanılarak İncelenmesi. *Ekonomi Maliye İşletme Dergisi*, 3 (2), 118-140. DOI:10.46737/emid.812204
- Uluocak, Ş. ve Aslan, C. (2012). *Toplum ve Engelliler*. Akademibokhandeln Direkt, Çanakkale.
- Uner, M. M., Karatepe, O. M., Cavusgil, S. T. and Kucukergin, K. G. (2023). Does a highly standardized international advertising campaign contribute to the enhancement of destination image? Evidence from Turkey. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6 (3), 1169-1187. DOI:10.1108/JHTI-04-2022-0141
- Uygun, E. (2010), *Fiziksel Engelli Ailelere sahip Bireylerin Tatil Kararlarına Fiziksel Engelli Fertlerin Etkisi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Wang, D. (2004). Tourist behavior and repeat visitation to Hong Kong. *Tourism Geographies*, 6 (1), 99-118. DOI:10.1080/14616680320001722355
- Wang, J., Li, Y., Wu, B. and Wang, Y. (2021). Tourism destination image based on touris muser generated content on internet. *Tourism Review*, 76 (1), 125-137. DOI:10.1108/TR-04-2019-0132
- Wasaya, A., Prentice, C. and Hsiao, A. (2022). The influence of norms on tourist behavioral intentions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50,277-287. DOI:10.1016/j.jhtm.2022.02.023
- Yavuz, N. (2019). *Engelli Hakları ve Engellilerin Kente Erişebilirliğinin Kentli Hakları Perspektifinden Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bedensel Engelliler Pazarına Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma: Anatolia. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 87-97.
- Yeh, T. M., Chen, S. H. and Chen, T. F. (2019). The relationships among experiential marketing, service innovation, and customer satisfaction—A case study of tourism factories in Taiwan, *Sustainability*, 11 (4), 1041. DOI:10.3390/su11041041

- Yenişehirlioğlu, E. (2013). Engelli Turistlerin Konaklama İşletmelerinde Kabul Görme Düzeyine Yönelik Algılama ve Sorunlar: Karşılaştırmalı Nitel Bir Araştırma, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- Yıldız, Z., Yıldız, S. ve Karaçayır, E. (2017). Dünyada ve Türkiye’de Engelli Turizmi Pazarının Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (2), 61-80.
- Yüksel, E. (2021). *Engelli Turizm Açısından Destinasyon Uygunluğunun Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Zawadka, J., & Gabryjończyk, P. (2020). The importance and popularity of tourism among disabled people in Poland. *Turystyka i Rozwój Regionalny*, (13), 151-162. DOI: 10.22630/TIRR.2020.13.13
- Zeng, L., Li, R. Y. M. and Huang, X. (2021). Sustainable mountain-based health and wellness tourist destinations: The interrelationships between tourists’ satisfaction, behavioral intentions, and competitiveness. *Sustainability*, 13 (23), 13314. <https://doi.org/10.3390/su132313314>
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B. (2013). Bodrum Destinasyonunda Engelli Turizm Pazarının Değerlendirilmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 6 (11): 51-74.

## EKLER

### EK-1. Anket Formları – (1)

<b>ENGELSİZ TURİZM: ALANYA ÖRNEĞİ “ENGELLİ TURİSTLERİN DESTİNASYONA İLİŞKİN ALGILARININ MEMNUNİYET, TEKRAR ZİYARET ETME VE TAVSİYE ETME NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ”</b>	
<i>Değerli Katılımcılar; Bu çalışma, “Engelsiz turizm: Alanya Örneği “Engelli Turistlerin Destinasyona İlişkin Algılarının Memnuniyet, Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Etme Niyeti Üzerine Etkisi” başlıklı doktora tez çalışması amacıyla yapılmaktadır. Sorulara vereceğiniz yanıtlar, gizli tutulacak ve yalnız araştırmacı tarafından değerlendirilecektir. Araştırmanın güvenilir olması için her soruyu içtenlikle ve doğru olarak cevaplamanızı rica eder, gösterdiğiniz ilgi ve yardımlar için şimdiden teşekkür ederim.</i>	
<b>1. Cinsiyetinizi belirtir misiniz?</b>	<input type="checkbox"/> Erkek <input type="checkbox"/> Kadın
<b>2. Yaşınız</b>	
<b>3. Medeni Durumunuz</b>	<input type="checkbox"/> Evli <input type="checkbox"/> Bekar
<b>4. Milliyetiniz</b>	
<b>5. Geldiğiniz ülke</b>	
<b>6. Eğitim durumunuz</b>	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Önlisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Lisansüstü
<b>7. Aile Türü</b>	<input type="checkbox"/> Geniş aile <input type="checkbox"/> Çekirdek aile <input type="checkbox"/> Tek ebeveynli aile
<b>8. Çalışma durumunuz (Emekli iseniz emekli olmadan önceki durumunuz)</b>	<input type="checkbox"/> İşveren (emrinde en az 3 veya daha fazla insan çalışıyor) <input type="checkbox"/> Yüksek eğitilmiş (emrinde en çok 2 kişi çalıştırıyor veya tek başına) <input type="checkbox"/> Küçük esnaf/zanaatkar (yanında en çok 2 kişi çalıştırıyor veya tek başına) <input type="checkbox"/> İş buldukça çalışanlar (düzenli aylık geliri yok) <input type="checkbox"/> Yüksek eğitimli (ücretli) <input type="checkbox"/> Memur/büro çalışanı (beyaz yakalı) <input type="checkbox"/> Sanayi işçisi (mavi yakalı) <input type="checkbox"/> Nitelsiz işlerde çalışanlar (kamuda veya özel sektörde düzenli aylık geliri var) <input type="checkbox"/> İşsiz (en az 6 aydır gelir getiren işi yok)
<b>9. Sizce geliriniz nasıldır?</b>	<input type="checkbox"/> Gelir gideri karşılıyor <input type="checkbox"/> Gelir giderden fazla <input type="checkbox"/> Gelir giderden az
<b>10. Çocuğunuz var mı?</b>	<input type="checkbox"/> Evet (kaç tane..... ) <input type="checkbox"/> Hayır
<b>11. Sigara Kullanıyor musunuz?</b>	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/> Bıraktım..... ay/yıl önce

<b>12. Alkol kullanıyor musunuz?</b>	<input type="checkbox"/> Hiç içmem <input type="checkbox"/> Nadiren <input type="checkbox"/> Ayda bir veya birkaç kez <input type="checkbox"/> Haftada bir veya birkaç kez <input type="checkbox"/> Her gün
<b>13. Engel Türünüz</b>	<input type="checkbox"/> ortopedik <input type="checkbox"/> görme <input type="checkbox"/> işitme <input type="checkbox"/> zihinsel <input type="checkbox"/> dil-konuşma <input type="checkbox"/> kronik hastalık <input type="checkbox"/> diğer.....
<b>14. Geliş şekliniz</b>	<input type="checkbox"/> kendi imkanı <input type="checkbox"/> seyahat acentası <input type="checkbox"/> aracı kurum
<b>15. Türkiye'ye daha önce geldiniz mi?</b>	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
<b>16. Türkiye'yi tekrar tercih eder misiniz?</b>	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır (neden....)
<b>17. Alanya'ya daha önce geldiniz mi?</b>	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
<b>18. Alanya'yı tercih etmenizdeki etkili olan faktör nedir?</b>	1. ulaşılabilirlik (fiyat, mesafe, zaman) 2. etkinlikler (sosyal faaliyet, rekreasyon vd.) 3. çekicilikler (kültürel, doğal) 4. turizm işletmeleri (otel, seyahat acentesi) 5. diğer....
<b>19. Alanya'da bir olumsuzluk yaşadınız mı?</b>	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
<b>20. Yaşadıysanız bu yaşadığınız olumsuzluk nedir?</b>	
<b>21. Burada almış olduğunuz turizm hizmetini başkalarına tavsiye eder misiniz?</b>	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
<b>22. Halen yapmakta olduğunuz tatilinizde kiminle konaklıyorsunuz?</b>	1. Kendim 2. Ailem 3. Arkadaşım 4. Diğer
<b>23. Bu tatil deneyiminizi nasıl tanımlarsınız?</b>	<input type="checkbox"/> Yeni bir deneyim yaşadım. <input type="checkbox"/> Gerçekten keyif aldım. <input type="checkbox"/> Heyecan vericiydi. <input type="checkbox"/> Önceki deneyimlerimden farklı <input type="checkbox"/> Çok kötüydü

## EK-1 Anket Formları – (2) Engelli Turizm Algısı Ölçeği

Engelli Turizm Algısı Ölçeği						
Aşağıdaki ifadelerle belirtilen ifadelerden size uygun seçeneği işaretleyiniz		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Seyahat acentaları konaklama işletmeleri hakkında yeterli bilgi vermektedir					
2	Seyahat acentaları konaklama işletmeleri hakkında doğru bilgi vermektedir					
3	Seyahat acentaları tarafından engellilere yönelik özel turlar düzenlenmektedir					
4	Seyahat acentaları işletme transfer esnasında engellilerin karşılaştığı problemlere çözüm üretmektedir					
5	Seyahat acentalarının personeli engellilere yönelik hizmet vermede yeterli eğitime sahiptir.					
6	Hazırlanan turlar fiyat olarak uygundur					
7	Konaklama işletmelerinin park alanları engellilerin kullanımına uygundur.					
8	Konaklama işletmelerinin asansörleri engellilerin kullanımına uygundur.					
9	Konaklama işletmelerinin odaları engellilerin kullanımına uygundur.					
10	Konaklama işletmelerinin banyoları engellilerin kullanımına uygundur.					
11	Konaklama işletmelerinin merdivenleri engellilerin kullanımına uygundur.					
12	Konaklama işletmelerinin tuvaletleri engellilerin kullanımına uygundur.					
13	Konaklama işletmelerinin yüzme havuzu engellilerin kullanımına uygundur.					
14	Konaklama işletmelerinin bar ve diskoları engellilerin kullanımına uygundur.					
15	Konaklama işletmelerinin restoranları engellilerin kullanımına uygundur.					
16	Konaklama işletmelerinin plaj ve güneşlenme alanları engellilerin kullanımına uygundur.					
17	Konaklama işletmelerinin çevresel düzenlemeleri engellilerin kullanımına uygundur.					
18	Konaklama işletmelerinin odaları refakatçi ile birlikte konaklamaya uygundur					
19	Konaklama işletmelerinin personeli engelli misafire yönelik hizmet vermede yeterli eğitime sahiptir.					
20	Konaklama işletmelerinin bulunduğu bölgedeki ulaşım araçları engellilerin erişimine uygundur.					
21	Konaklama işletmelerinin bulunduğu bölgedeki ulusal parklar engellilerin erişimine uygundur.					
22	Konaklama işletmelerinin bulunduğu bölgedeki alışveriş merkezleri engellilerin erişimine uygundur.					
23	Konaklama işletmelerinin bulunduğu bölgedeki müzeler merkezleri engellilerin erişimine uygundur.					
24	Konaklama işletmelerinin bulunduğu bölgedeki tarihi mekanlar merkezleri engellilerin erişimine uygundur.					
25	Konaklama işletmelerinin bulunduğu bölgedeki kaldırım ve üst geçitler merkezleri engellilerin erişimine uygundur.					
26	Engelliler için özel tasarlanmış oteller inşa edilmelidir					
27	Engelliler için özel turizm hareketleri düzenlenmelidir.					
28	Engellilerin turizm faaliyetlerine katılmaları için devlet teşvik vermelidir.					
29	Mevcut konaklama işletmelerinin fiziki düzenlemeleri engellilere hizmet verecek şekilde yeniden yapılandırılmalıdır					
30	Turizm işletmelerinde çalışan hizmet personeli özel eğitimden geçirilmelidir.					

### EK-1 Anket Formları – (3) Müşteri Memnuniyeti Ölçeği

Müşteri Memnuniyeti						
Aşağıdaki ifadelerle belirtilen ifadelerden size uygun seçeneği işaretleyiniz.		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Alanya'da kendimi oldukça mutlu hissettim.					
2	Genel olarak Alanya hakkında olumlu duygular hissediyorum.					
3	Gelecekte Alanya'ya tekrar geleceğim.					

### EK-1. Anket Formları – (4) Tekrar ziyaret etme niyeti ve Tavsiye Ölçeği

Tekrar ziyaret etme niyeti ve tavsiye						
Aşağıdaki ifadelere belirtilen ifadelerden size uygun seçeneği işaretleyiniz		katılmıyorum (1)	Katılmıyorum (2)	Kararsızım (3)	Katılıyorum (4)	Kesinlikle katılıyorum (5)
1	Gelecekte Alanya'yı ziyaret etme niyetindeyim.					
2	Alanya seyahat ederken tatile gitmek için ilk tercihim olacaktır					
3	Gelecekte Alanya'yı seyahat etmeyi planlıyorum.					
4	Alanya hakkında olumlu şeyler söyleyeceğim.					
5	Alanya'yı arkadaşlarıma ve yakın çevrem'e önereceğim.					



## EK-2. Etik Kurul İzni

Evrak Tarih ve Sayısı:  
Evrak Tarih ve Sayısı:

T.C.

### ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ

Sağlık Bilimleri Alanı Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurul Kararı Ek-4

TOPLANTI SAYISI	KARAR SAYISI	KARAR TARİHİ
05	04	22.12.2022

Karar Numarası: 2022/02

Doç. Dr. Selika ÖZPINAR'ın araştırmanın yürütücüsü olduğu (Diğer araştırmacı – Üniversitemiz Sağlık Turizmi Alanında Doktora Öğrencisi Pinar KARAKUŞ (ORUÇ)) "Engelsiz Turizm: Alanya Örneği "Engelli Turistlerin Destinasyona İlişkin Algılarının Memnuniyet, Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Etme Niyeti Üzerine Etkisi" adlı doktora tez çalışmasına ait başvurusu,

Doç. Dr. Selika ÖZPINAR'ın araştırmanın yürütücüsü olduğu (Diğer araştırmacı – Üniversitemiz Sağlık Turizmi Alanında Doktora Öğrencisi Pinar KARAKUŞ (ORUÇ)) "Engelsiz Turizm: Alanya Örneği "Engelli Turistlerin Destinasyona İlişkin Algılarının Memnuniyet, Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Etme Niyeti Üzerine Etkisi" adlı doktora tez çalışmasına ait etik kurul başvurusunun fikri, hukuki ve telif hakları bakımından motif ve ölçeğine ilişkin sorumluluğun başvurucaya ait olmak üzere araştırma sürecince uygulanmasının etik olarak uygun olduğuna oybirliği ile karar verildi, 22.12.2022

(e-İmzalıdır)

Prof. Dr. Aysegül GÖZALAN  
Kurul Başkanı

(Mazeretli)

Prof. Dr. Gülsün YILDIRIM  
Kurul Başkan YRD.

(e-İmzalıdır)

Prof. Dr. Zülfiyar KARABULUT  
Üye

(e-İmzalıdır)

Prof. Dr. Tarkan ERGÜN  
Üye

(e-İmzalıdır)

Prof. Dr. Minevver ÇAN YAŞAR  
Üye

(e-İmzalıdır)

Prof. Dr. Davran ÇİÇEK  
Üye

(e-İmzalıdır)

Prof. Dr. Mehmet ŞİÇER  
Üye

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

## EK-3. İntihal Raporu

ORJİNALLİK RAPORU			
% <b>20</b>	% <b>19</b>	% <b>7</b>	% <b>9</b>
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ
BİRİNCİL KAYNAKLAR			
<b>1</b>	<b>acikbilim.yok.gov.tr</b> İnternet Kaynağı		% <b>5</b>
<b>2</b>	<b>www.tutad.org</b> İnternet Kaynağı		% <b>1</b>
<b>3</b>	<b>acikerisim.akdeniz.edu.tr</b> İnternet Kaynağı		% <b>1</b>
<b>4</b>	<b>acikerisim.karabuk.edu.tr:8080</b> İnternet Kaynağı		% <b>1</b>
<b>5</b>	<b>www.jotags.org</b> İnternet Kaynağı		% <b>1</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Trakya University</b> Öğrenci Ödevi		% <b>1</b>
<b>7</b>	<b>www.researchgate.net</b> İnternet Kaynağı		% <b>1</b>
<b>8</b>	<b>acikerisim.karatay.edu.tr:8080</b> İnternet Kaynağı		% <b>1</b>
<b>9</b>	<b>Submitted to The Scientific &amp; Technological Research Council of Turkey (TUBITAK)</b> Öğrenci Ödevi		% <b>1</b>

## ÖZGEÇMİŞ

Adı – Soyadı : Pınar KARAKUŞ

### Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- 2015, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Yüksek Lisans
- 2011, Selçuk Üniversitesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Lisans
- 2015-2017 Konya Özel Anıt Hastanesi
- 2018-devam etmekte Yalçın Eğitim Kurumları

### Yüksek Lisans Tez Başlığı (özeti ekte) ve Tez Danışmanı:

Oruç, P., & Yüceler, A. (2019). Sağlık Çalışanlarında Kariyer Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Konya İlinde Bir Uygulama. Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 1(2), 82-90.

### Yabancı Dil Bilgisi:

Yabancı Diller (Puan ve Yılı): İngilizce, YÖKDİL, 77.50