

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

**GAZİANTEP İLİNİN KÜLTÜR TURİZMİ POTANSİYELİNİN SEYAHAT
ACENTALARI TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK
BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MAHMUT BARAKAZI

GAZİANTEP
EYLÜL 2015

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

**GAZİANTEP İLİNİN KÜLTÜR TURİZMİ POTANSİYELİNİN
SEYAHAT ACENTALARI TARAFINDAN
DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MAHMUT BARAKAZI

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Atınç OLCAY

GAZİANTEP
EYLÜL 2015

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

GAZİANTEP İLİNİN KÜLTÜR TURİZMİ POTANSİYELİNİN SEYAHAT
ACENTELERİ TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR
ARAŞTIRMA

MAHMUT BARAKAZI

Tez Savunma Tarihi: 08.09.2015

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı

Prof. Dr. Hilmi BAYRAKTAR
SBE Müdürü

Bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak gerekli şartları sağladığını onaylarım.

Yrd. Doç. Dr. Atıncı OLCAY
Enstitü ABD Başkanı

Bu tez tarafımca (tarafımızca) okunmuş, kapsamı ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Yrd. Doç. Dr. Atıncı OLCAY
Tez Danışmanı

Bu tez tarafımızca okunmuş, kapsam ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

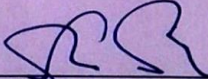
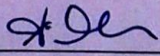
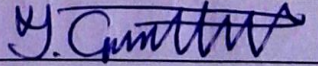
Jüri Üyeleri:
(Unvanı, Adı ve SOYADI)

İmzası

Prof. Dr. Selim ERDOĞAN

Yrd. Doç. Dr. Atıncı OLCAY

Yrd. Doç. Dr. İbrahim GİRİTLİOĞLU

ÖZET

GAZİANTEP İLİNİN KÜLTÜR TURİZMİ POTANSİYELİNİN SEYAHAT ACENTALARI TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

BARAKAZI, Mahmut
Yüksek Lisans Tezi, Turizm İşletmeciliği ABD
Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Atınç OLCAY
Eylül 2015, 116 sayfa

Son zamanlarda, turistler sadece klasik turizm olarak bilinen deniz, kum ve güneş turizmine katılmayı değil aynı zamanda alternatif turizm hareketlerine katılmayı da tercih etmektedirler. Kültür turizmi en önemli alternatif turizm türlerinden biridir. Bu nedenle, konu ile ilgili araştırmalar son yıllarda hızla artmıştır. Seyahat acentaları özellikleri ve fonksiyonları açısından turizm için önem taşımakla beraber kültürel turizm faaliyetleri üzerinde de önemli bir rol oynamaktadır.

Türkiye, kültür turizm potansiyeli bakımından oldukça zengin bir ülkedir. Gaziantep şehri de doğal güzelliklere, tarihi eserlere ve kültürel değerlere sahiptir. Bu araştırmada, Gaziantep'e yönelik düzenlenen kültür turları seyahat acentaları çalışanları tarafından değerlendirilmiştir

Bu araştırmada 2015 yılının Nisan ve Mayıs aylarında Gaziantep ilinde faaliyet gösteren 78 adet A grubu seyahat acentasında çalışan 190 kişiye anket uygulaması yapılmış ve elde edilen verilerin frekans ve yüzde analizleri yapılmıştır.

Bu çalışmanın sonucunda, Gaziantep'e yönelik düzenlenen kültür turlarının yeterli düzeyde olmadığı tespit edilmiştir. Bununla beraber gelecek zaman içerisinde seyahat acentalarının Gaziantep iline yönelik kültür turları düzenleme niyetinde oldukları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Turizm, Kültür Turizmi, Seyahat Acentaları

ABSTRACT

A RESEARCH INTENDED FOR EVALUATING CULTURAL TOURISM POTENTIAL'S IN CITY OF GAZIANTEP BY TRAVEL AGENCIES

BARAKAZI, Mahmut

Master Thesis, Department of Tourism Management

Supervisor: Assist. Prof. Dr. Atınc OLCA Y

September 2015, 116 pages

Recently, tourists not only take on traditional tourism packages including sea, beach and sunshine facilities, but also prefer to take part in alternative tourism activities. Cultural tourism is one of the most desired kinds of these alternative tourism activities. Therefore, the number of studies regarding this subject has increased in recent times. With their features and functions, travel agencies can play a significant role in cultural tourism activities.

Turkey is a rich country regarding its cultural tourism potential. Particularly, Gaziantep province has many natural beauties and historical sites that have cultural value. In this study, some cultural tours to Gaziantep are evaluated by travel agency staff.

In this study, 190 staff, which work at 78 A-level travel agencies in Gaziantep, are given a survey about cultural tourism activities in April and May 2015. The results are evaluated according to frequency and percentage analysis.

In conclusion, it is determined that cultural tours to Gaziantep are not sufficient. However, it is also observed that the travel agencies intend to organize more cultural tours to Gaziantep in near future.

Key Words: Alternative Tourism, Cultural Tourism, Travel Agencies

ÖNSÖZ

Yapılan bu çalışmada, Gaziantep'e yönelik düzenlenen kültür turlarının Gaziantep ilinde faaliyet gösteren seyahat acentası çalışanları tarafından değerlendirilmesi ortaya konulmuştur.

Dikkatli ve titiz bir çalışmanın sonucunda meydana gelen bu araştırma 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırmanın genel bir çerçevesi hakkında kapsamlı bilgi veren giriş kısmı yer almaktadır. İkinci bölümde, kuramsal çerçeve başlığı altında konuyla ilgili literatür bilgileri detaylı bir şekilde anlatılmaktadır. Üçüncü bölümde, araştırmanın problem durumunu, araştırmanın amacını, araştırmanın önemini, araştırmanın evren ve örnekleme ile araştırmanın modeli ve veri toplanmasının yer aldığı materyal ve yöntem kısmı bulunmaktadır. Son bölümde ise araştırmadan elde edilen bulgular kısmı, bulgulardan yola çıkarak elde edilen sonuç kısmı ve son olarak sonuçlar itibariyle oluşturulan öneriler kısmı yer almaktadır.

Yapılan çalışmada anket yöntemi kullanılarak seyahat acentasında çalışan kişilerin bilgileri elde edilmiştir. Elde edilen bilgilerin frekans analizi ve yüzde oranları değerlendirilerek bulgular ortaya koyulmuştur. Buradan hareketle araştırmanın sonuç ve tartışma kısımları oluşturulmuş ve ilgili kişi ile kuruluşlara öneriler verilmiştir.

Bu çalışmada yönlendirmelerini ve desteğini eksik etmeyen, sabır ve anlayış ile bu çalışmanın bitmesinde en önemli rolü oynayan değerli hocam ve danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Atınç OLCAY'a teşekkür ederim.

Yüksek lisans eğitimim sürecinde, bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım değerli hocalarıma şükranlarımı ve saygılarımı sunuyorum.

Araştırma sürecinde fedakârlıklarını, maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen aileme ve arkadaşlarım Melik Onur, Bünyamin, Mehmet, Yunus ve Kemal'e katkılarından dolayı çok teşekkür ediyorum.

Bu tezin hazırlanması sırasında bana sınırsız destek vererek beni sürekli teşvik eden can yoldaşım Ebru KARAPINAR'a sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Eylül, 2015

Mahmut BARAKAZI

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT.....	ii
ÖNSÖZ	iii
İÇİNDEKİLER	iv
TABLolar LİSTESİ.....	viii
BİRİNCİ BÖLÜM	1
1. GİRİŞ	1
İKİNCİ BÖLÜM.....	3
2. KAYNAK ÖZETLERİ	3
2.1. Kuramsal Çerçeve	3
2.1.1. Alternatif Turizm ve Kültür Turizmi	3
2.1.1.1. Alternatif Turizm	3
2.1.1.2 Alternatif Turizmin Tanımı	5
2.1.1.3. Alternatif Turizmin Önemi.....	6
2.1.2. Alternatif Turizmin Başlıca Çeşitleri	9
2.1.2.1. Eko Turizm.....	9
2.1.2.2. İnanç Turizmi	11
2.1.2.3. Spor Turizmi	12
2.1.2.4. Sağlık Turizmi.....	13
2.1.2.5. Kış Turizmi	14
2.1.2.6. Av Turizmi	15
2.1.3. Kültür Turizmi	16
2.1.3.1. Kültür Turizminin Tanımı	16
2.1.3.2. Kültür Turizminin Önemi	17
2.1.3.3. Kültür Turizminin Tarihsel Gelişimi.....	18
2.1.3.4. Kültür Turizminin Özellikleri	19
2.1.4. Dünya’da Kültür Turizmi.....	20

2.1.5. Türkiye’de Kültür Turizmi.....	23
2.1.6. Gaziantep İli Hakkında Genel Bilgi ve Gaziantep İlinin Mevcut Turizm �st Yapı Arzı	25
2.1.6.1. Gaziantep İli Hakkında Genel Bilgi	25
2.1.6.1.2. Coğrafi Yapı.....	26
2.1.6.1.3. Nüfus Durumu.....	27
2.1.6.1.4. Sosyal Yapı	28
2.1.6.1.5. Ekonomik Durumu	29
2.1.7. Gaziantep İlinin Mevcut Turizm �st Yapı Arzı.....	31
2.1.7.1. Konaklama İşletmeleri	31
2.1.7.2. Seyahat İşletmeleri	33
2.1.7.3. Yiyecek İçecek İşletmeleri	34
2.1.7.4. Rekreasyon (Eğlence -Dinlence) İşletmeleri.....	36
2.1.8. Gaziantep’in Kültürel Varlıkları	37
2.1.8.1. Dini Yapılar.....	37
2.1.8.1.1. Boyacı Camii.....	37
2.1.8.1.2. şirvani Camii	37
2.1.8.1.3. Kendirli Kilisesi	38
2.1.8.1.4. Kılıçoğlu Camii.....	38
2.1.8.1.5. �meriye Camii	38
2.1.8.1.6. Karagöz Camii	39
2.1.8.1.7. Ali Nacar Camii	39
2.1.8.1.8. Ahmet Çelebi Camii.....	39
2.1.8.1.9. Ayşe Bacı Camii	39
2.1.8.10. Aziz Bedros Kilisesi (Ömer Ersoy Kültür Merkezi)	40
2.1.8.11. St. Mary Kilisesi (Kurtuluş Camii)	40
2.1.8.12. Kesikbaş Camii	40
2.1.8.2. Tarihi Hanlar	41
2.1.8.2.1. Zeytin Hanı.....	41
2.1.8.2.2. Emir Ali Han	41
2.1.8.2.3. Hışva Han (Selçuk Han).....	42
2.1.8.2.4. Anadolu Hanı	42
2.1.8.2.5. K�rku Hanı	42
2.1.8.2.6. Y�z�ku Hanı.....	43
2.1.8.2.7. İnceoğlu Han (Budeyri Hanı).....	43

2.1.8.2.8. Buğday Hanı.....	43
2.1.8.2.9. Tütün Hanı	44
2.1.8.2.10. Tuz Hanı.....	44
2.1.8.2.11. Mecidiye Hanı.....	44
2.1.8.2.12. Elbeyli Hanı	44
2.1.8.2.13. Millet Hanı	45
2.1.8.2.14. Pir Sefa Hanı	45
2.1.8.2.15. Şire Hanı.....	45
2.1.8.2.16. Yeni Han	45
2.1.8.3. Tarihi Hamamlar	46
2.1.8.3.1. Keyvan Bey Hamamı	46
2.1.8.3.2. Naib Hamamı	46
2.1.8.3.3. Tutlu Hamamı	46
2.1.8.3.4. Şeyh Fetullah Hamamı	47
2.1.8.3.5. Tabak Hamamı	47
2.1.8.3.6. Eski Hamam	47
2.1.8.3.7. Şehitler Hamamı.....	48
2.1.8.4. Müzeler	48
2.1.8.4.1. Hasan Süzer Etnografya Müzesi	48
2.1.8.4.2. Gaziantep Mevlevihanesi Vakıf Müzesi	48
2.1.8.4.3. Gaziantep Savaş Müzesi.....	49
2.1.8.4.4. Arkeolojik Cam Eserler (Medusa Müzesi) Müzesi	49
2.1.8.4.5. Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Panorama Müzesi	49
2.1.8.4.6. Bayaz Han Kent Müzesi.....	49
2.1.8.4.7. Emine Göğüş Mutfak Müzesi	50
2.1.8.4.8. Zeugma Mozaik Müzesi.....	50
2.1.8.4.9. Gaziantep Arkeoloji Müzesi.....	51
2.1.8.4.10. Yesemek Açık Hava Müzesi	51
2.1.8.5. Tarihi Bedestenler	51
2.1.8.5.1. Kemikli Bedesten	52
2.1.8.5.2. Zincirli Bedesten	52
2.1.8.6. Tarihi Kasteller.....	52
2.1.8.6.1. Pişirici Kasteli	52
2.1.8.6.2. Şeyh Fetullah Kasteli	52
2.1.8.6.3. İhsan Bey Kasteli	53

2.1.8.6.4. Ahmet Çelebi Kasteli	53
2.1.8.6.5. Kadı Kasteli.....	53
2.1.9. Gaziantep İlinin Kültür Turizmi Potansiyeli	53
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	57
3. MATERYAL VE YÖNTEM.....	57
3.1. Araştırmanın Problemi.....	57
3.2. Araştırmanın Amacı.....	61
3.3. Araştırmanın Önemi.....	62
3.4. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme	63
3.5. Araştırmanın Modeli ve Verilerin Toplanması	64
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	65
4. BULGULAR.....	65
4.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular.....	65
4.2. Seyahat Acentalarının Faaliyet Türleri, Kültür Turları Düzenleyip Düzenlemedikleri ve Düzenlenen Kültür Turlarının Sıklık Düzeylerine İlişkin Bulgular	67
4.3. Kültür Turları Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programlarına İlişkin Bulgular.....	69
4.4. Kültür Turlarına Katılan Turistlerin Profilini Ortaya Koyan Bilgiler ve Seyahat Acentalarının Kültür Turlarını Çeşitli Açılardan Değerlendirmelerine İlişkin Bulgular	77
4.5. Gaziantep'e Yönelik Kültür Turları Düzenlemeyen Acentaların Kültür Turları Düzenlememe Nedenleri ile Konuya İlişkin Gelecekteki Bakış Açılımlarına İlişkin Bulgular.....	87
SONUÇ ve TARTIŞMA	91
ÖNERİLER.....	97
KAYNAKLAR	99
EKLER.....	112
EK.1. ANKET FORMU	112
ÖZGEÇMİŞ	116

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Kitle Turizm ve Alternatif Turizm Türlerinin Doğal Çevreye Bakışları.....	8
Tablo 2: Kültür Turizminde Tarihsel Gelişim.	18
Tablo 3: Gaziantep Nüfusu Gelişimi.....	28
Tablo 4: Türkiye'nin İller açısından İhracat Rakamları.....	30
Tablo 5: Gaziantep İli Dış Ticaret Görünümü.	30
Tablo 6: Gaziantep İlindeki Konaklama İşletmeleri	32
Tablo 7: 2012-2014 Yıllarında Gaziantep'te Konaklayan Yerli ve Yabancı Turistlere Yönelik Rakamlar.	32
Tablo 8: Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki Yiyecek-İçecek Tesisleri Sayısı	35
Tablo 9: Gaziantep'te Faaliyet Gösteren Yiyecek İçecek İşletmeleri.	35
Tablo 10: Gaziantep'e Gelen Yerli ve Yabancı Turist Sayıları	55
Tablo 11: Ankete Katılanların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	66
Tablo 12: Seyahat Acentalarının Faaliyet Alanına Göre Dağılım Sonuçları	67
Tablo 13: Seyahat Acentalarının Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleme Oranı.....	68
Tablo 14: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Düzenleme Sıklığı.....	68
Tablo 15: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Dâhil Ettiği Dini Yapılar	69
Tablo 16: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Dâhil Ettiği Tarihi Hanlar.....	71
Tablo 17: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Dâhil Ettiği Tarihi Hamamlar.....	73
Tablo 18: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Dâhil Ettiği Tarihi Bedestenler.....	74
Tablo 19: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Dâhil Ettiği Tarihi Kasteller.	74

Tablo 20: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Dâhil Ettiği Müzeler	75
Tablo 21: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Düzenleme Amaçları.....	77
Tablo 22: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Kültür Turlarını Aşağıdaki Faktörler Açısından Değerlendirmesi.....	78
Tablo 23: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Kültür Turları Kapsamında Hedef Kitle Olarak Belirledikleri Ülkeler.....	80
Tablo 24: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Kültür Turları Kapsamında Gelen Ülkeler	82
Tablo 25: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Kültür Turları Kapsamında Hedef Bölgeler	83
Tablo 26: Gaziantep'e Yönelik Düzenlenen Kültür Turlarına Katılan Turistlerin Yaş Grupları	84
Tablo 27: Gaziantep'e Yönelik Düzenlenen Kültür Turlarına Turistlerin Hangi Amaçla Katıldığı	85
Tablo 28: Gaziantep'e Yönelik Düzenlenen Kültür Turlarında Turistlerin Şikâyet Ettiği Hususlar.....	85
Tablo 29: Gaziantep'e Yönelik Düzenlenen Kültür Turlarında Yeterli Bilgiye Sahip Rehber Bulmakta Zorlanma Düzeyi.....	87
Tablo 30: Gaziantep'e Yönelik Kültür Turu Düzenlemeyen Seyahat Acentalarının Kültür Turları Düzenlememe Nedenleri	88
Tablo 31: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Gelecekte Kültür Turları Düzenleme Durumu.....	90
Tablo 32: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Gaziantep'in Gelecekte Önde Gelen Kültür Turizmi Destinasyonlarından Biri Olmasına İlişkin Düşünceleri	90

BİRİNCİ BÖLÜM

1.GİRİŞ

Dünyanın hızlı bir gelişim içerisinde girmesi ile birlikte çevreye olan duyarlılık neredeyse tüm toplumlar tarafından kabul görmeye başlamıştır. Ekonomik etkinlikler içerisinde önemli bir yeri bulunan turizm sektörü de bu hassasiyetin farkındadır. İkinci dünya savaşından sonra insanlar, kitle turizm hareketlerine katılarak gerçekleştirdikleri turizm olayına ek olarak çevreye daha duyarlı ve sürdürülebilir olan alternatif turizm hareketlerine de ilgi göstermeye başlamışlardır. Alternatif turizm kavramı, gelecek yıllardaki turizm gelişmelerine rehberlik edebilecek yeni çözüm önerileri ortaya koyabilmektedir. Alternatif turizm, kısa vadeli olarak çevreye zarar veren turizm uygulamalarının yerine uzun vadeli, sürdürülebilir ve çevreyle uyumlu planlamaları esas almaktadır.

Alternatif turizm hareketleri içerisinde yer alan kültür turizmi; antropoloji, arkeoloji, sosyoloji, sanat bilimleri gibi diğer bilim dallarıyla ilişkisi nedeniyle dikkat çekmektedir. Kültür turizmi, insanların kültürel meraklarını gidermek amacıyla dini seyahatlerine ek olarak yaptıkları iş seyahatleri, sahne sanatları, kültür turları, festivaller ile diğer kültürel olaylara katılma faaliyetlerini oluşturur (WTO, 2015). Kültür turizmine katılan turistlerin seyahatleri esnasında elde ettikleri bilgi ve tecrübeler diğer turizm türlerine göre daha fazladır. Nitekim bu turizm türüne katılan turistlerin eğitim düzeyinin yüksek olduğu ve sosyalleşme açısından etkin bir iletişim kurabildikleri gözlemlenmiştir (Bormann, 2015:3).

Her toplumun kendi benliğini ve özelliklerini ortaya koyan değer ve yargıları vardır. Bu kapsamda değerlendirilen birçok unsur o toplumun kültür alt yapısını oluşturmaktadır. Milletlerin tarihi ve zenginliği sahip oldukları farklı kültürel çeşitliliğine bağlıdır. Kültür farklılıkları ise son yıllarda turistleri daha çok cezbetmeye başlamıştır. Bu nedenle kültür turizmi hareketlerine olan ilgi hızla artmaya başlamıştır. Kültür turizmine katılan turist sayılarının artmasıyla birlikte

kültürel değerlere olan farkındalık düzeyinde de ciddi artışlar görülmüştür (Visser, 2015:150).

Turizm olayının genellikle yaz aylarında yoğunlaşması sağlıklı bir turizm hareketinin önünü tıkamıştır. Kültür turizmi gibi alternatif turizm hareketlerinin de yenilikçi yaklaşımlar sergilemesi ve turizm olayını tüm aylara yayması ile birlikte turizm, çevreye daha duyarlı olmuş ve kırsal bölgelerde ekonomik ve sosyal gelişimi sağlayabilecek bir hale gelmiştir.

Bu araştırma, Gaziantep'e yönelik düzenlenen kültür turlarının Gaziantep ilinde faaliyet gösteren seyahat acentaları çalışanları tarafından değerlendirilmesini amaçlamakta ve bunun neticesinde bölgede kültür turizm hareketlerinin artması için ilgili özel ve diğer kuruluşlara öneriler sunmaktadır.

Bu araştırma 4 bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde; kitle turizm ve alternatif turizm türlerine değinilmiştir. Kültür turizminin tanımı yapılarak turizm içerisindeki önemine vurgu yapılmıştır. Son olarak araştırmanın genel bir çerçevesi ortaya konulmuştur.

İkinci bölümde; kuramsal çerçeve kapsamında araştırmanın konusuyla ilgili detaylı açıklamalara yer verilmiştir. Bu bölümdeki konular dokuz başlık altında incelenerek araştırmanın konusuyla alakalı kapsamlı bilgilerden oluşmaktadır.

Araştırmanın üçüncü bölümünde; materyal ve yöntem kısmı bulunmaktadır. Bu bölümün içerisinde araştırmanın problem durumu, araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, araştırmanın evren ve örnekleme ile araştırmanın modeli ve verilerin toplanması olarak beş başlık altında yer almaktadır.

Araştırmanın son bölümünde ise araştırmadan elde edilen bulguların yanı sıra bulgulardan çıkarılan sonuçlar yer almaktadır. Bu sonuçlardan elde edilen veriler kapsamında seyahat işletmeleri ve çalışanlarına, kültür turizmiyle ilgili olan diğer kuruluşlara yönelik çözüm önerileri verilmektedir. Ayrıca gelecekte Gaziantep ilinde gerçekleşmesi beklenen kültür turizmi hareketlerinde nasıl bir yol izleneceği konusunda bir fikir vermektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. KAYNAK ÖZETLERİ

Kaynak özetleri bölümü kuramsal çerçeve kapsamında yer alan 9 başlıktan oluşmaktadır. Bu bölümde alternatif turizm ve çeşitlerine, kültür turizmine ve bu konuyla ilgili alt başlıklara, Gaziantep ilinde yer alan tarihi ve kültürel değer taşıyan unsurlara ve son olarak Gaziantep ilinin kültür turizm potansiyelini inceleyen bilgilere yer verilerek genel bir çerçeve ortaya konulmaktadır.

2.1. Kuramsal Çerçeve

Bu bölümde ilk olarak alternatif turizm ve çeşitleri ele alınarak konuyla ilgili detaylı bilgilere yer verilmiştir. Bu bölüm kapsamında yer alan başlıklar; alternatif turizm ve kültür turizmi, alternatif turizmin başlıca çeşitleri, kültür turizmi, Dünya’da kültür turizmi, Türkiye’de kültür turizm, Gaziantep ilinin genel bilgisi, Gaziantep ilinin mevcut turizm üst yapı arzı, Gaziantep’in kültürel varlıkları ve Gaziantep ilinin kültür turizmi potansiyeli olmak üzere 9 alt başlıktan oluşur.

2.1.1. Alternatif Turizm ve Kültür Turizmi

Bu bölümde, alternatif turizm hakkında detaylı bilgilere yer verilerek alternatif turizmin çeşitlerinden bir olan kültür turizmi konusuna değinilecektir.

2.1.1.1. Alternatif Turizm

Sanayi Devriminden sonraki süreçte ekonomik gelişmelerde süreklilik sağlanması ve insanların yaşam tarzlarının iyileşmesiyle birlikte insan ihtiyaçlarının çeşitlilik gösterdiği gözlemlenmektedir. Turizmin ortaya çıkışından günümüze dek gelişim gösterdiği zaman diliminde olumlu ve olumsuz farklılıklar ortaya koyduğu ve gerçekleştiği yerde çevreyi etkilediği düşünülmektedir (Simone, 2012:178).

Ülke turizminin son 30 yıllık zaman aralığı içerisinde ağırlıklı olarak klasik turizm olarak bilinen kitle turizmi hareketleri üzerinde yoğunluk kazandığı görülmüştür. Gerçekleştirilen kültürel amaçlı aktiviteler, inanç temelli seyahatler, iş ve toplantı organizasyonu ile planlanan kongreler, özel ilgiden kaynaklanarak yapılan sportif, yat, kuş gözlemciliği, dağcılık vb. faaliyetleri kapsayan alternatif turizm türleri, klasik turizm olayı içerisinde kabul görmekteydi. Ancak barındırdığı özellikler ve çevreye gösterdiği hassasiyet nedeniyle kitle turizmi ile ilgili zıt durumlar ortaya çıkmıştır (Sezgin ve Ünüvar, 2009:396). Kitle turizminin meydana geldiği alanlarda turizmin doyum noktasının üst seviyelere ulaşması, doğal çevreyi tehdit edecek boyutlar kazanması, getirdiği ekonomik sebeplerle bölgenin pahalılaşmasına neden olması ile bu durumun yerel halk üzerinde rahatsızlık oluşturduğu ve belirli dönemlere yoğunlaşması sebebiyle sürdürülebilir turizm hedefinden uzak kalması gibi birçok olumsuz etkisinin olduğunu söylemek mümkündür. Bu etkenlerden dolayı kitle turizminin çevreye verdiği hasarı en aza indirmek amacıyla alternatif turizm kavramları ortaya konulmaktadır. Daha etkin ve başarılı turizm hedeflerini gerçekleştirmek amacıyla alternatif turizm çeşitlerinin uygulanması zorunlu hale gelmiştir (Albayrak, 2011:9).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin turizm hareketlerinde yukarıda bahsedilen sebeplerden dolayı alternatif turizm eğilimleri artmıştır. Tüm bu sebepler alternatif turizmin ortaya çıkışını hızlandırmaktadır. Bazı araştırmacıların görüşleri dikkate alınarak yapılan incelemelerde alternatif turizmin ortaya çıkışı genel anlamıyla şu şekilde özetlenmektedir (Erdoğan 2003; Weaver ve Oppermann, 2000);

- Doğal kaynakların yetersiz kalması ve mevcut kaynakların yok olma tehlikesinin bulunması.
- Çevreyi tahrip eden yapılaşmanın üst düzeye ulaşması.
- Dönemsellik olgusundan çıkılarak sürdürülebilir turizm hedeflerinin amaçlanması.
- Turizmin gerçekleştiği bölgede mevsimsellik probleminin giderilmeye çalışılması.
- Turistlerin farklı merak duygularının tetiklenmesiyle klasik kitle turizminin sıkıcı hale gelmesi.
- Tüketicilere alternatif turizm türleri sunularak turizm amaçlarının çeşitlendirilmesi.
- Doğayla iç içe olma arzusunun daha arzu edilen hale gelmesidir.

Bununla birlikte tüketicilerin taleplerindeki değişim, araştırmacılar ve turizm sektörü tarafından yakından takip edilmektedir. Değişime uyum sağlayabilmek için sektör içerisinde yer alan birçok kuruluş ve işletme faaliyet alanlarını yenilemek zorunda kalmışlardır. Bu yapının önemli bir unsuru olan seyahat acentaları farklı turistik amaçları gerçekleştirmek için av turizmi, macera turizmi, kültür turizmi, inanç turizmi, spor turizmi, yat turizmi gibi alternatif turizm türlerini tüketicilerin hizmetine sunmaya başlamışlardır (Yıldız ve Kalağan, 2005:42).

2.1.1.2 Alternatif Turizmin Tanımı

Alternatif turizm kavramı, çok hızlı bir şekilde ortaya çıkmayan sürdürülebilir hedefleri uygulamak adına mevcut seviyesini koruyarak artan, yüksek kar amacından ziyade optimum karlılık hedefleyen, stratejilerini uzun vadeli zamana yayarak anlık oluşacak değişimlere karşı direnç sağlayabilen ve en önemlisi gerçekleştiği bölgedeki çevre değerlerine yüksek düzeyde saygı gösteren ve hassasiyetini yoğunlaştıran turizm hareketi olarak tanımlanmaktadır (Kozak, 2007:86).

Alternatif turizmin tanımında ise araştırmacılar tarafından farklı görüşler bulunmaktadır. Bazı araştırmacılar özel ilgi turizmi ile alternatif turizmin ilişkisini ayrılmaz bir bütün olarak görmektedir. Nitekim her iki turizm türünde de çevreye karşı hassasiyet ve doğayı tahrip edecek tehditlere karşı koruma amaçları üst noktadır. Bu turizm türlerinin gerçekleştiği bölgede kültürel miras ve değerlerin geliştirilmesi ve yerel halkların geleneksel yapısının etkili bir iletişim yoluyla tecrübe edilmesi en yararlı temel unsurlardan bazılarıdır (Karasoula, 2010:91). Dahası turistik bölgenin kontrollü bir şekilde geliştirilmesi ve yerel halkın teşvik edilmesi sonucunda ekonomik ve sosyal olarak refah düzeyinin artış göstermesi beklenmektedir. Ayrıca özel ilgi turizminin meydana gelmesi ve bu turizm türü için gerekli unsurların bir araya gelerek turistik arz oluşturması bölgenin gelişiminde önemli rol oynayacaktır (Liakara, 2010:34).

Bir diğer görüşe göre, alternatif turizm, kitle turizmine tepki olarak ortaya çıkmıştır. Kitle turizmini sert ve sınırlarını dar olarak ortaya koyarken, alternatif turizm olayını daha yumuşak ve sınırlamalara karşı daha esnek olarak tanımlayabilmektedir. Bunun yanı sıra doğaya karşı tutum ve davranışları nedeniyle eko-turizm ve yeşil turizm çeşitleriyle de sık sık anılmaktadır (Boz, 2004:85).

Alternatif turizmin genel yapısı ve özellikleri dikkate alındığında alınan tedbirler ve uygulanan yöntemlerle insan ve doğa ilişkisini sağlıklı bir şekilde oluşturan, mevcut kaynakları tahrip etmeden ve çevreye zarar vermeyerek bugünün değerlerini gelecek kuşaklara aktarabilen, kültürel mirasın yaşam döngüsüne destek verebilen bir yapıya sahip olduğu görülür. Bununla birlikte ekonomik ve sosyal yönden gerçekleştiği bölgede huzur ve refahın artmasına katkı sağlayarak sürdürülebilir turizm politikaların uygulanmasında önemli bir rolü olan turizm hareketlerinin tümü olarak tanımlamak mümkündür (Oruç, 2004:16).

2.1.1.3. Alternatif Turizmin Önemi

Alternatif turizm, turistik bölgenin mevcut doğal kaynak yapılarına zarar vermeden daha etkin ve yaşanılabilir bir çevre düzeni kurma amacıyla bölgede yaşayan toplumların turizm ile ilgili ilişkilerini geliştirmektedir. Ayrıca doğal çevrenin aslını bozmadan turizmin bölgede gelişimini kontrollü bir şekilde devam ettirmesi sonucu turizm olayına sosyal ve ekonomik yönden katkı sağlamaktadır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008:8).

Turizmde yeni arayışların hız kazanması ile birlikte çeşitli turizm faaliyetlerine katılımların arttığı gözlenmektedir. Turizm açısından önem kaydeden doğal güzellikleri ve tarihi değerleri olan turistik bölge ve alanların bir araya gelmesi sonucu yeni turizm çeşitlerinin meydana gelmesi beklenmektedir. Alternatif turizm çeşitlerinin çoğalması sonucu turizm sektörüne olumlu yönde katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra turistik ürün ve hizmetlerin turizm hareketlerini daha yaygın hale getirmekle beraber farklı bölgelerin de turizm olayına katılımını teşvik edeceği varsayılmaktadır. Birçok turizm çeşidinin bir araya gelmesi sonucu kitle turizminin sebep olduğu olumsuz etkilerin aksine turizm pazarına fayda sağlaması ve pazarın istikrarını sürdürülebilir bir hale getireceği düşünülmektedir. Bu yönüyle ülke turizminin gelişiminde alternatif turizmin önemi sıklıkla bahsedilmektedir (Oktayer vd., 2007:129).

Alternatif turizmin sağladığı pozitif noktaları 3 ana bileşende aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Vagionis, 2010:29);

Kırsal Bölgelerde Alternatif Turizm: Turistik ürünün oluşma süreci büyük bölgelere göre daha hızlı bir şekilde gerçekleşir. Kırsal alanlarda yerel üretimle birlikte hizmet unsurları daha yüksek yüzdelik başarıyla ortaya konulur. Bölgenin istihdamına, kalkınmasına ve alt-üst yapılarda gelişmesine imkân sağlar. Kendisine ait belirgin özellikleriyle turizm pazarında avantaj sağlar.

Sürdürülebilir Çevresel Alternatif Turizm: Turizmin çevredeki doğal kaynaklara adapte olması gayet normaldir. Çünkü sürdürülebilir ve doğal kaynakların olmadığı bir bölgede turistik değerlerden bahsetmek mümkün olmamaktadır. Kitlesel turizm hareketleri doğal kaynaklara zarar veren birçok unsura sahiptir. Alternatif turizm ise turistik bölgenin doğal kaynaklarını, ekonomik kazanç elde etme olarak gören düşüncelerin tam aksine doğal kaynaklara en temel hassasiyeti gösteren turizm olayıdır. Bu yüzden toplumların turistik mirası bugün korunduğu gibi gelecekte de nesiller tarafından korunmaya devam edeceği varsayılmaktadır.

Sosyal Yapıyla Bütünleşme İçin Alternatif Turizm: Bazı sosyal yapıya sahip toplumların yüksek bilinç düzeyi, yetenekleri, sanatsal yönleri, geleneksel üretime dayanmaları gibi birçok alternatif turizm çeşitlerine sahip olması turizme adapte olması konusunda ciddi bir şekilde avantaj sağlamıştır. Yerli üretimin pazarlanması, geleneksel el sanatlarının kullanılması yerel unsurların sıkça kullanılması bölge turizminin çekicilik unsurlarını artırmaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'na göre Türkiye'de gerçekleştirilebilen alternatif turizm çeşitleri şunlardır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015);

Kültür Turizmi	Av Turizmi	İnanç Turizmi
Sağlık-Termal Turizmi	Golf Turizmi	Akarsu Turizmi
Kış Turizmi-Dağcılık	Gençlik Turizmi	Kuş Gözlemciliği Turizmi
Mağara Turizmi	Yat Turizmi	Rekreasyonel Turizm
Yayla Turizmi	Botanik Turizmi	Karavan Turizmi
Kongre Turizmi	Spor Turizmi	

Tablo 1: Kitle Turizm ve Alternatif Turizm Türlerinin Doğal Çevreye Bakışları (Uçkun ve Türkay, 2003:36).

Kitle Turizmi İle Doğal Çevre İlişkisi	Alternatif Turizm İle Doğal Çevre İlişkisi
Taşıma kapasitesini aşırı şekilde zorlama eğilimindedir.	Taşıma kapasitesine hassastır ve zarar verme amacı taşımaz.
Turizmi belirli bir bölgeye ve zamana sıkıştırır.	Turizmi her bölgeye yayar ve zamanı esnek hale getirir.
Hızlı gelişim göstermek ister ve kontrol edilemez.	Sürdürülebilir ve belirli standartlarından taviz vermez.
Büyük yatırımlarla gerçekleşen gelişigüzel konaklama işletmeleri.	Küçük ölçekli turistik konaklama işletmeleri.
Klasik turizm ve yapay görünümlü yapılar.	Çevreye zarar vermeyen, doğal görünümü bozmayan yapılar.
Yerel mimariyi göz ardı eden anonim turizm mimarisi.	Doğal mimariyle uyum içerisindeki yapılar.
Bölge halkı ve turistler arasındaki iletişim bozukluğu.	Bağımsız çalışabilen ve alternatif turizme odaklanan tur operatörleri.
Büyük tur operatörlerine yoğun bağımlılık.	Çevre hassasiyetini bozmayan ekonomik amaçlar.
Geleneksel turistik ürün ve değerlerin anlamlarını yitirmesi.	Bölgenin gelişimine katkı sağlayacak turizm yatırımları.
Yüksek kar amacı güden yatırımlar.	Bölge istihdamına katkı sağlaması.

Tablo 1’de görüldüğü gibi alternatif turizmin kitle turizmine göre birçok noktada daha olumlu yönlerinin olduğu görülmektedir. Kitle turizminin getirmiş olduğu bazı olumsuz etkilerin alternatif turizm ile bir ölçüde giderilmesi mümkün olduğu düşünülmektedir. Ancak alternatif turizmin mevcut durumuna bakılarak yeterli görülmemesi gerekmektedir. Bu yüzden alternatif turizm geliştirilmesi ve olumlu etkilerinin kalıcı olarak sürmesi için şu özellikler dikkate alınmalıdır (Aymankuy ve Aymankuy, 2003:47);

- Ülke turizminin gelişimi için ayrıntılı bir turizm envanteri hazırlanmalıdır.
- Alternatif turizm çeşitliliklerini artırıcı yeni hizmetler sunulmalı ve alternatif turizm daha yaygın hale gelmelidir.
- Alternatif turizm için yapılan yatırımlara teşvik verilmeli ve yeni yatırımlar özendirilmelidir.
- Tanıtım kampanyalarına hız verilerek ülkenin turistik ürün ve değerleri anlatılmaya çalışılmalıdır.

- Paket turlarla alternatif turizmi gerçekleştiren turizm seyahat acentalarına imtiyaz sağlanmalıdır.
- Alternatif turizm potansiyeline sahip bölgelerin turizme kazandırılması hızlanmalıdır.
- Turistik bölgede yaşayan yerel halk üzerinde turizm bilinci oluşturulmalıdır.

2.1.2. Alternatif Turizmin Başlıca Çeşitleri

Alternatif turizm çeşitleri içerisinde birçok farklı turizm türü bulunmaktadır. Bu türler gerçekleştiği turizm bölgesinde kayda değer bir şekilde etki oluşturmaktadır. Eko turizm, inanç turizmi, spor turizmi, sağlık turizmi, kış turizmi, av turizmi ve kültür turizmi bu çeşitler arasında ön plana çıkan önemli alternatif turizm türleridir.

2.1.2.1. Eko Turizm

Eko turizmin kökeni Yunancadan gelmektedir. Oikos (ev) ve logos (kelime)'un birleşmesiyle oluşan kelime, ekoloji bilimine adını veren ve anlam olarak, organizmalar ve onların çevresi ile ilişkilerini inceleyen bilimle adlandırılmaktadır. Sürdürülebilir turizmin adından sıkça bahsettirerek turizm çeşitleri arasında en çok ilgi gören turizm türlerinden biri olmayı başarmıştır. Doğa ve çevre bilimi ile ilişkisi sebebiyle 'eko turizm' ekolojik turizm olarak da karşımıza çıkmaktadır (Kuter ve Ünal, 2009:147).

Ceballos-Lascurain (1991), eko turizmi; hasara uğramamış, doğal dengesini bozmamış bölgelere yapılan, bir misyonu olan, öğrenerek edineceği tecrübeleri birikim halinde var olan doğanın bitki ve hayvan türlerini görmekten zevk alan seyahatler olarak tanımlamaktadır. Bunun yanı sıra Ziffer (1989), özelliğini yerel unsurlardan alarak doğal tarihle iç içe olan bir turizm çeşidi olarak tanımlamıştır. Ruschmann (1992) ise "Katılanların doğayla temas etmek isteğiyle organize ettiği geziler ve bu gezileri basit bir gözlem unsurunun dışında sistemde yürüyen ekolojik dengeyi gezi etkinlikleriyle karakterize eden, özel bir turizm türü olarak belirtmiştir.

Eko turizmin ortaya çıkışındaki en önemli hususlardan biri taşıma kapasitesidir. 1986 yılında Birleşmiş Milletler Çevre Programı ve Dünya Turizm Örgütü'nün tarafından hazırlanan "Turizmde Taşıma Kapasitesi" projesinde taşıma kapasitesi, turizm faaliyetinin yapılacağı yörenin sosyo-kültürel ve ekolojik açıdan uzun hasara uğramadan taşıyabileceği en yüksek turist sayısı olarak tanımlanmıştır.

Bu kapasitenin dikkate alınması eko turizm açısından oldukça önemlidir (Ruschmann, 1992:127).

Ekoloji bilimini perspektifinde ve temasta bulunduğu doğa unsurlarıyla birçok tanıma sahip olan eko turizmin en genel tanımını, FNNPE (Avrupa Ulusal Parklar ve Doğa Parkları Federasyonu) yapmıştır. FNNPE eko turizmi, “doğal ve kültürel değerlerin korunmasını amaçlayan, insanların bu değerleri, işlevleri ve değerleriyle tanınmasını sağlayacak tanıtım ve eğitim faaliyetlerine yer veren, büyük grup yerine küçük ve bireysel faaliyetleri özendirilen etkinlikler” şeklinde tanımlamıştır (Simpson, 1993:6).

Eko turizmin doğaya ve doğal kaynaklara sağladığı fayda tartışılmaz bir gerçektir. Bu sebeple turizm sektörünün sürdürülebilir yapısını korumak için sosyal ve çevresel boyutlarda eko turizm stratejisi belirler (Şenyaz, 2002:72). Bu strateji; yok olma tehdidi altındaki biyolojik çeşitliliğe sahip doğal yaşam alanlarının korunmasını ve yöre halkının kalkınmasını sağlamaktadır (Saner, 1995:39). Eko turizmin 4 temel ögesi şu şekildedir (Buckley, 1994:1430);

- Tabiattan kaynağını sağlaması.
- Doğaya verilen tahribatı en aza indirgemesi ve koruma rolü üstlenmesi.
- Meydana geldiği bölgede değerinin anlaşılması ve eğitici yönüyle ön plana çıkması.
- Çevresel, kültürel ve ekonomik sürdürülebilirliğe imkân vermesi ve topluma faydacı politika izlemesidir.

Eko turizm hareketinin üç hedefi vardır: çevresel koruma, ekonomik gelişme ve toplumsal refahı yükseltmek. Bu üç ilişki, içinde bulunduğu çevresel, ekonomik ve sosyal taşıma kapasiteleri arasındaki denge bütünü sağlanmaktadır (Carpenter, 2000:146).

Son yıllarda ki araştırmalarda öne çıkan eko turizm çeşidi, sürdürülebilir turizm yapısı içerisinde kilit rol oynamaktadır. Ekonomik katkısının yanı sıra destinasyon bölgesine yüksek düzeyde hassasiyet vurgusu yapmaktadır. Bu yüzden gelişmekte olan ülkeler turizm bölgelerindeki eko turizm kapasitelerini artırmaya çalışmaktadır.

Ülke turizminin sahip olduğu uygun iklimsel özellikler ve son zamanlarda gelişen peyzaj kalitesiyle, kırsal öğelerde sık görülen geleneksel yaşam tarzını

turistlere sunmaya başlamıştır. Dağcılık/tırmanışlar, atlı sporlar, yamaç paraşütü, kamp-karavan, çiftlik, ornitoloji, botanik incelemesi gibi doğa sporlarına uygun alanları ile eko turizme son derece elverişlidir (Şenyaz, 2002:73).

2.1.2.2. İnanç Turizmi

İnsanlığın gelişimiyle birlikte yolculuklar, macera, hobi, rahatlama, doğal güzelliklerin keyfine varmak, tarihi ve arkeolojik yerler hakkında bilgi edinmek, inançları gereği haç yapmak gibi birçok yeni boyutta gelişim göstermiştir (Karar, 2010:99).

İnsanların kalıcı olarak ikamet ettiği alanların dışına çıkarak gereksinim duydukları inanç ihtiyaçlarını karşılamaları ve bu süreç içerisinde meydana gelen tüm aşamalarının birleşmesi ile oluşan toplamlar bütününe “İnanç Turizmi” denilmektedir (Bingöl, 2007:1). Bir diğer tanıma göre inanç turizmi; çekim noktalarına, dini inanç ihtiyaçlarını gidermek amacıyla yaptıkları ve bu seyahatleri sırasında genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetlerden faydalanarak süreli konaklamalarından meydana gelen olaylar bütünüdür (Akat, 2000:116).

Genel olarak inanç turizmini, kutsal yerler olarak kabul edilen bir bölgenin bu inanca mensup turistlerce ziyaret edilmesinin, turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi sonucunda ortaya çıkan turizm hareketi olarak tanımlamak mümkündür (Sargın, 2006:3).

Dünya İnanç Turizmi Örgütü (World Religious Travel Association-WRTA) yalnızca Hıristiyanların katıldığı inanç turizminin yaklaşık üç yüz milyon turisti kapsayan bir pazar olduğunu bildirmektedir (Şaman, 2009:17). Dünya inanç turizmi pazarı yaklaşık yirmi milyar dolar iken, Türkiye'nin bu pazardan aldığı pay %5 civarındadır. İnanç turizmi için Türkiye'ye gelen turistler daha çok A.B.D. ve Almanya gibi gelişmiş ülkelere gelen kişiler tarafından oluşmaktadır (Günel ve diğ., 2009:282). Türkiye'de 1994'den 2006'ya kadar inanç pazarı 4,4 milyon kişilik katılımcıdan 14,7 milyon kişilik katılımcıya yükselmiştir (Güzel, 2010:90). 2014 yılı itibarıyla tüm dünyada inanç turizmine katılan kişi sayısının 18 milyon kişiyi geçtiği belirtilmiştir (WRTA, 2015).

İnanç merkezlerinin Türk kültür ve toplum hayatında önemi büyüktür. İnançlara bağlı olarak kültür değerleri Türk kültürünün tarih içindeki görünümünün değişmesine ve gelişmesine paralel olarak bir değişim ve gelişim içerisinde olmuştur.

İnanç merkezlerine bağlı kültür değerleri, yaşayan kültür topluluğunun dünya görüşüne ve değerler sistemine göre şekillenir (Artun, 2000:40).

Kültür ve Turizm Bakanlığının Türkiye’de inanç turizmini geliştirmek amacıyla çalışmaları 1993 yılında başlatmıştır. İnanç turizmi projesi adı verilen bir projeye, üç semavi dinin (Müslümanlık-Hıristiyanlık-Musevilik) günümüze kadar ulaşan önemli dini ziyaret merkezlerinin çevre düzenlemesi, aydınlatma, ulaşım vb. gibi açılardan ele alınarak iyileştirilmesi ve tanıtımının yapılarak ziyaretçi sayısının artırılması hedeflenmiştir (Şaman, 2009:24).

2.1.2.3. Spor Turizmi

Spor turizmi, insanların çeşitli dallarda spor yapmanın yanı sıra yöneldiği bir spor dalını gerçekleştirmek için de yapmış olduğu seyahatleri kapsamaktadır. Meraklıları tarafından uygulanan bir spor dalının veya diğer dallarda spor yapmayı içeren “spor turizmi” türleri alt kollara ayrılmıştır (Hazar, 2007:81). Spor turizmi; sportif aktivitelerine sporcu, yönetici ve sporculara yardımcı unsurlardan oluşan ve bu faaliyetleri görmek amacıyla da yapılan seyahat deneyimlerinin tümü olarak tanımlanmaktadır (Stephen, 2001:42).

Spor ve turizm karşılıklı ekonomik beklentiler içindedirler. Spor turizmi terimi ile sıkça karşılaşılmakta ve turizm sektöründe spor turizmine yönelik birçok program sunulmaktadır (Gündoğdu, 2004:13). Bu gibi programlar sebebiyle modern zamanda geniş perspektifli, çok faydalı, farklı amaçlı ve çeşitli yöntemler geliştirerek spor turizmi evrenselleşmiştir (Yetim, 2005:131). Spor turizminin çevresel etkilerine baktığımızda spor dallarının doğal ortamlar üzerinde negatif ve pozitif yansımaları vardır. Spor etkinlikleri, doğal yapının verimli kullanımına, etkin olarak modernize edilmesine ve yeni tesisler inşa edilmesi açısından yararlı olmaktadır. Ancak bu gibi durumlar var olan toprağın, ağaçların ve bu döngü içerisinde yaşamını sürdüren canlıların zarar görme ihtimallerini de göz önünde bulundurmalıdır (Miçooğulları, 2004:73).

Spor turizmi, bireysel veya kolektif katılımcıların hareket ve üsluplarıyla ziyaret edilen destinasyonu etkileyebilir. Katılımcılar keyifli davranışlarıyla destinasyonda bir bayram havası oluşturabilirler (Weed, 2008:76).

Spor turizminin alt kollarında birçok spor türü vardır. Bu türler, sosyal gelişim, para hareketlerine olan etkisinin yanı sıra, iş hacim oranını artırması ve bağlantılı sektörlerle canlılık kazandırması gibi ekonomik nitelik taşımaktadır.

Ekonomik faaliyetlerin istenilen seviyeye ulaşmasını da beklemektedir. Üst yatırımlarla bölgenin ekonomik dengesine katkı sağlar ve alt yapının gelişmesinde önemli rol oynar. Ülke ekonomilerinde, turizm hareketleri, bir gelir kapısı ve döviz girdisi sağlayan araç olarak görülmektedir. Bölgeler arasındaki ekonomik dengesizlik ve istikrarsızlığın giderilmesi, eksiklerin verimli bir şekilde kapatılması etkili bir spor turizm varlığı ile giderilebilmektedir (Mengütay, 2009:24).

2012 yılı olimpiyat oyunları organizasyonu yapacak Londra kenti, televizyon yayın haklarından gelecek olan gelir, bütçe giderlerinin yaklaşık %60'ını karşılamaktadır. Bütçenin diğer maliyetlerinin ise bilet satışları, destekleyici gelirleri ve hediyelik eşya satışlarından gelen gelirlerle denkleşmesi beklenmektedir (Mengütay, 2009:27). Ayrıca gelirlerin daha da artırılması için televizyondan organizasyonu seyredenlerin nasıl gerçek turizm içine çekilebileceği önemli bir konu olarak ortaya çıkmakta ve bu doğrultuda pazarlama stratejileri uygulanmaktadır (Doğu, 2006:22).

2.1.2.4. Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, sağlık faaliyetleri ile birlikte hizmet sektörü içerisinde yer alan ve birden fazla sektörü bir araya getirerek sosyal ve ekonomik fayda amacı sağlayan önemli bir turizm çeşididir. Sağlık ve turizm her ne kadar farklı olarak üretim ve tüketim sistemlerine sahip olsa da hizmetler açısından benzer özellikler sağlayan iki önemli hizmet sektörü elemanlarıdır (Urry, 1996:1).

Sağlık, birey ve toplum tarafından vazgeçilemez önemde olup ve insan sağlığının kaybedilmesi toplumda büyük hasarlara yol açmaktadır (Sandıkçı, 2008:1). Turizm ise genellikle insanların boş zamanlarını değerlendirme ve zorunlu olmadan tükettiği mal ve hizmetlerin bir araya gelmesidir. Dolayısıyla sağlık insanlar için vazgeçilmez iken turizm daha esnek ve kolaylıkla vazgeçilebilen bir ihtiyaçtır.

Sağlık, ulaşım ve iletişim sektörlerindeki teknolojik ilerlemelerle birlikte medeniyetlerin yaşam standartlarını artmıştır. Sosyal güvencenin temelini oluşturan sağlık hizmetleri, yüksek harcamalar, sosyal güvenlik konusundaki aksaklıkların giderilmesi, sağlık turizmi gelişiminde önemli bir rol oynamıştır (Tengilimoğlu, 2013:51).

İnsanların turizme yönelmelerindeki önemli etkenlerden biri sağlık hassasiyetidir. Bu nedenle insanlar yıllarca çeşitli şekilde meydana gelen

rahatsızlıklarını tedavi etmek için termal su kaynaklarından istifade etmiştir (Şahin, 2007:397). Sağlık turizmi hareketinin ilk dönemlerinde akla ilk gelen termal turizm olmaktadır. Gelir düzeyi yüksek olan insanlar, kaplıcalardan, mineralli sulardan, yenilikçi terapilerden ve Akdeniz'in sağlıklı ikliminden faydalanmak amacıyla seyahat etmekteydiler (Gray ve Susan, 2008:196).

Sağlık turizmi hakkındaki ilk sistemli çalışmalar 1983 yılında 'Italien Association for Tourist Medicine' tarafından turizm sağlığı ile ilgili uluslararası bir örgüt kurmak amacıyla ortaya çıkması sonucu oluşmuştur. 1988 yılında ise Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) turizm sağlığı ile ilgili işbirliği yaptığı bir kuruluş haline gelmiştir (Güler ve Çobanoğlu, 1994:20).

Turistlere alışıldık turizm aktivitelerinin dışında, sağlıklarını geliştirme veya hastalıklarını tedavi ettirmek amacıyla sağlık turizmi kapsamında hizmet sunulmaktadır. Bu kapsamda yer alan sağlık hizmetleri, tıbbi işlem, hidroterapi, kilo kontrolü ve benzeri gibi işlemler olabilir. İsviçre, Almanya Avusturya, Macaristan, İngiltere ve Amerika gibi sağlık turizmi olanakları olan ve sağlık hizmetleri veren pek çok ülke bulunmaktadır (Goodrich, 1991:107-114).

Türkiye jeotermal kaynakların çeşitliliği ve potansiyeli bakımından dünyada ilk yedi ülke arasında yer almakta olup, Avrupa kıtasında birinci sıradadır. Ülkenin termal suları, hem debi ve sıcaklıkları hem de çeşitli fiziksel ve kimyasal özellikleri ile Avrupa'daki termal sulardan daha üstün nitelikler taşımaktadır. Termal sular, natürel yapısı sayesinde verimli, eriyik maden değeri yüksek, kükürt, radon ve tuz bakımından zengindir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014).

2.1.2.5. Kış Turizmi

Kış turizmi, özellikle kar yağışlarının belirli bir yükseltiyeye gelmesiyle birlikte sportif faaliyetlerin gerçekleşmesine imkan tanıdığı sportif ağırlıklı bir turizm çeşidi olarak gösterilmektedir (Ülker, 1992:12). Bu faaliyetler odağında kayak ve kış sporlarının paralelinde karlı ve eğimli alanlara yapılan seyahatler esnasında, konaklama ve diğer tüm hizmetleri bir araya getirerek hizmetler bütününde gerçekleştiren olayların tümüdür (İncekara, 1998:3).

Kış turizmi sosyal ve ekonomik yönden beklenen düzeyde kalkınamayan ve turistik açıdan değer ifade eden dağlık ve ormanlık bölgelerin gelişmesinde rol oynar. Ülke turizm gelirlerinin belirli aylarda yoğunlaşması mevsimsellik

dezavantajını yansıtmaktadır. Turizm gelirlerinin istenilen düzeyde olmadığı aylar genellikle kış aylarıdır. Kış sezonunu hareketlendirmenin en etkili yöntemlerinden biri kış turizm çeşidini önemsemek ve gereken yatırımları yapmaktır (Koşan, 1994:33).

Dünyada kayak merkezi sayısı binlerle ifade edilse de bu sektörün büyük parçasını Fransa ve Avusturya ülkeleri oluşturmaktadır. Büyük kayak merkezi olarak tanımlanan ve yıllık ziyaretçi sayısı 1 milyon ve üzeri olan kayak merkezlerinin önemli bir kısmı bu iki ülkede bulunmaktadır. Fransa'da 14 ve Avusturya'da 14 olmak üzere toplam 28 kayak merkezi yılda 1 milyon ve üzerinde kayakçı ağırlamaktadır. 1 milyon ve üzeri kayakçı ağırlayan kayak merkezlerinin toplam sayısı ise 44 adettir. Bu ülkeler listesinde İsviçre 6 adet kayak merkezi ile üçüncü sırada yer alırken, bunu beşer merkezle ABD ve İtalya takip etmektedir. Türkiye'de kış turizmi arzı ve kapasitesi hızla bir ivmeyle yükselmesine rağmen dünya genelinde rekabet edebilecek düzeyde kış turizmi işletmelerine henüz sahip değildir. Kış turizmine yönelik yatak kapasitesi 2004 yılında 4 bin iken 2014 yılında bu rakam 8896 yatak kapasitesine kadar yükselmiştir. TÜRSAB'ın son rakamlarında kış turizmine hizmet veren işletme sayısı 18 adettir. Türkiye kayak merkezi sıralamasında dünyada 18'inci sırada yer almaktadır (TÜRSAB, 2014).

2.1.2.6. Av Turizmi

Avcılık, hayvanların doğal yaşam alanlarının bilinçli korunması, çevre ile yaban hayvanlarının aralarında gerekli olan dengenin azami şekilde sağlanabilmesi ile mümkün olduğu kadar çok sayıda bu çeşitliliğin devamlı kılınması ve doğada yaşamını sürdürebilmelerini sağlamaktır (Oakes, 2005:14).

Avcılık diğer bir yandan merak ve kültürel kaynaklardan beslenerek biyolojik fonksiyonları içinde barındıran etkili bir iç güdümsel yönlendiricidir. Ziyaretçilerin sahip olduğu içgüdülerini tatmin etme ihtiyacı verirken eş zamanlı olarak doğadan ve tabiatın temiz havasından faydalanmayı amaçlayan seyahatlerdir. Bu seyahatler esnasında çeşitli türdeki canlıları keşfetmek, yakalamak ve doğayla geçirdiği zaman içerisinde ruhsal yönden kendini tatmin etmek istediği olaylar bütünüdür (Olalı ve Timur, 1998:49).

Yirminci yüzyılın son çeyreğine kadar beyaz adamın safari adı altında Afrika, Asya ve Latin Amerika'da yaban hayvanlarını dişleri ve değerli kürkleri için sürüler

halinde katletmelerini hesaba katılmazsa, av turizminin ortaya çıkışı 1960'lı yılların ilk dönemlerine rastlamaktadır (Gürpınar, 1999:16).

Avcılığın önündeki engellerin giderilmesi ile birlikte yüksek refah düzeyine sahip turistlerin avcılığa olan ilgisi artmıştır. Yabancı yaşama ev sahipliği yapan yeni destinasyonlar bu talebe paralel olarak ortaya çıkmıştır. Av turizminin ekonomik fayda girdileri de bu ölçüde artmıştır (Unur, 2000:49). Av turizmi kapasitesini sürdürülebilir bir seviyeye ulaştırmış olan ülkeler, uzmanlaşmış avcılar toplulukları sayesinde bu görevleri yerine getirmektedir (İğircık, 2001:23).

Av turizmi Türkiye’de 1950 yılında başlamıştır. 1970’li yıllara kadar ülkemize gelen yabancılar, kendi olanakları ile avlanmışlardır. Türkiye’de bilinçli ve gerçek anlamda av turizmi, ilk kez 1981 yılında Antalya bölgesinde başlamıştır. Söz konusu bölgedeki yaban keçisi nüfusunun giderek artması üzerine yaban keçisi av turizmine açılmıştır. 1984 yılında ise, Artvin’de yaban keçisi, yaban domuzu, ayı, kurt ve çakalın av turizmi kapsamında avlanmasına izin verilmeye başlanmıştır. Bu avlalarda yabancı avcılarının yanında yerli avcılarında avlanabilmelerine Orman Bakanlığı tarafından izin verilmiştir (Gürpınar, 1999:17).

2.1.3. Kültür Turizmi

Alternatif turizm türlerinden biri olan kültür turizmi, son yıllarda araştırmalara konu olmaya başlamıştır. Kültür turizminin tanımını, önemini, tarihsel gelişimini ve özelliklerini detaylı inceleyerek bu konuyla ilgili literatür bilgileri verilmektedir. Ayrıca Dünya’da ve Türkiye’deki kültür turizminin ne durumda olduğu dikkatlice incelenmiş ve kültür turizminde öne çıkan durumlar belirtilmiştir.

2.1.3.1. Kültür Turizminin Tanımı

Kültür, kelime kökeni olarak Latince ‘Cultura’ ya da ‘Colere’ kelimesinden gelmektedir. Latince Colere; sürmek, ekip biçmek. Cultura ise Türkçedeki “toprağı ekmek” anlamına gelmektedir. Türk Dil Kurumuna göre kültür: ‘Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde oluşturulan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları oluşturmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünüdür’ (TDK, 2015). Bir diğer tanıma göre, toplumun sahip olduğu maddî ve manevî değerlerin bir araya gelerek oluşturduğu ve bununla birlikte kültürün toplumda var olan inanış, yargılar, fikirler ve tutumların bir bütün olmasıdır (Turhan, 1994:45).

Kültür, barındırdığı değer ve anlam bakımından turizmin her zaman içerisinde yer almıştır. Kültür meydana geldiği yöreye özgü olması nedeniyle ve herhangi başka bir alanda bu durumun gerçekleşemeyeceği için turizm çekiciliği oluşturmaktadır (Bahçe, 2011:44).

Kültür turizmi, kültürel değeri olan doğal ve tarihi yerleri, kültürel etkinlikleri ve zamanın sanat eserlerini turistik bir ürün şeklinde seyahat eden kişi veya kişilerin tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde onların hizmetine sunan bir turizm hareketidir. Yalnızca tarihsel olmasının yanı sıra günümüzü de içeren bir anlamı barındırmaktadır (TÜRSAB, 2015). Dünya Turizm Örgütü'nün tanımına göre; kültür turizmi, insanların kültürel meraklarını gidermek amacıyla dini seyahatlerine ek olarak yaptıkları iş seyahatleri, sahne sanatları, kültür turları, festivaller ile diğer kültürel olaylara katılımlarıdır. Ayrıca tarihi anıtlara yönelik ziyaretlerden oluşan ve günümüzde uluslararası boyutu olan hareketlerin tümüdür. Bununla birlikte ziyaret edilen mekân veya alanın içerisinde yaşayan yerli halkın nasıl bir yaşam sürdürdüğünü öğrenmek ve kültür tecrübeleri edinebilmektir (WTO, 2015). Kültür turizmi, bir ülke ya da bölgenin turizm işlevinin kültür ile ilişkili alt kümesi olarak görülebilir.

Kültür turizmi, öncelikli olarak tarihi yapısı ve mimarisi olan kültürel abideler, müzeler ve tiyatrolar gibi varlıkların bulunduğu bölgeleri kapsamaktadır. Geleneksel festivaller, sanat çalışmalarısıyla hazırlanmış turistik yerler ve peyzaj alanları gibi kırsal bölgeleri de içermektedir (Abacılar, 2008:14). Kültür turizmi bazı turizm türlerinin aksine katılımcılara daha farklı deneyimler sunmaktadır. Kültür turizmine katılan ziyaretçilerin seyahatleri esnasında aldıkları bilginin çokluğu ve doğruluğu etkin bir kültür turizm olayında başarının anahtarıdır. Gezi sırasında turistler, kültürel bilgiye görerek, dinleyerek ve yaşayarak değişik şekillerde sahip olmaktadır (Shackley, 1997:245).

2.1.3.2. Kültür Turizminin Önemi

Kültür turizminin neden önemli olduğuna dair birçok araştırma yapılmaktadır. Bu konuda Jelincic'in araştırması kayda değerdir. Kültür turizmi, turizm markalaşmasında daha verimli katkı sağlar. Buna ilaveten bazı araştırmalarda kültür turizmine katılan turistlerin konaklama işletmelerinde, restoranlarda ve diğer tüm hizmetlerde ortalama turistlerin harcamalarına göre daha fazla kazanç sağladığı ortaya konulmuştur (Jelincic, 2005:59). Kültür turizminin faydalarına değinildiğinde, kültürel gelişimlerin milletlerarası toplumları olumlu yönde yakınlaştırarak onları bir

araya getirmek amacıyla başladığını göstermektedir (Education and Culture, 2000:10). Benzer hedefler Avrupa kıtasında milletlerarasındaki iletişimi hızlandırmak için de uygulanmaktadır. Etkin bir kültür turizm hareketinin sadece kültürel zenginlik, çeşitlilik ve kişisel amaçları gerçekleştirmenin yanında kültürel mirasın korunmasında ve kültürün tüm dünya ülkeleri boyunca yüksek düzeyde çeşitlilik göstermesine olanak sağlamaktadır (Cogliandro, 2001:14).

Kültür turizminin oluşmasında birçok faktör rol oynamaktadır. Kültürün kalıtsal boyutuyla geçmişten günümüze kadar geldiği göz önünde bulundurulursa önemli bir yerinin olduğunun farkına varılması kaçınılmazdır. Örneğin İngiltere ulusal kimliğinin tanımlamasını yapabilmek amacıyla, kalıtsal kültürel değerleri bir strateji olarak sık sık kullanmıştır. Birçok kez geçmişte olmayan şeyleri varmış gibi göstermesi sonucu eleştirilmiştir. Ancak bu çabalarla kendisine ait olmayan kalıtsal kültürel değerlerin onlara ait olduğuna inandırmıştır. Bu yöntemle geniş bir kültürel değere sahip ülke konumuna gelmiştir. Bu değerlerin çok popüler olduğunu ve simge unsurlarının milletlerin dayanıklılığını güçlendirdiği gerçeğini de ortaya koymakta fayda vardır (Palmer 1999:315).

2.1.3.3. Kültür Turizminin Tarihsel Gelişimi

Kültür turizminin tarihsel gelişimi Tablo 2’de dönemler itibariyle gösterilmiştir.

Tablo 2: Kültür Turizminde Tarihsel Gelişim (Wan, 2013:15-17).

Roma Dönemi	Roma Döneminde (M.Ö. 27-M.S. 476) seyahatler, askeri amaçlar, politik sebepler ve ülkelerin sahip olduğu diğer bölgelere mesaj göndermek veya diğer devletlerle iletişim kurmak amacı taşıyordu. Seyahatler ayrıca dönemin sanatçıları için önemliydi. Farklı kültürlerden ilham almak ve yenilikler oluşturmak için yolculuk yapıyorlardı. Bu dönemde en önemli seyahat örneğini insanları teşvik eden olimpiyat oyunlarında görmekteyiz. Varlıklı insanların deniz kıyılarında Mısır ve Yunanistan deniz manzarası eşliğinde konaklama, yeme-içme ihtiyaçlarının karşılandığını bilinmektedir.
Orta Çağ Dönemi	Orta çağ zamanında (yaklaşık olarak M.S. 500-M.S. 1400) dinsel amaçlı büyük seyahatler gerçekleştirildi. Müslüman, Hıristiyan ve Yahudiler için hacı olmak amacıyla yaptıkları yolculuklardır. Mekke, Roma ve Kudüs bu kutsal bölgelerden bazılarıdır.

Tablo 2'nin devamı

Rönesans Dönemi	Bu yüzyılda İngiliz ticaret ve iştirakçilerinin seyahatleriyle yeni tür turist tipleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu turistler tecrübelerini paylaşarak turistik bölgeler hakkında bilgiler yaymıştır.
17. yüzyıl Dönemi	Bu zaman diliminde oluşan aristokrasi sınıfı ve üst kısım toplulukları Grand Tour (Büyük Tur) hareketine katılım sağlamaya başlamış ve kitlesel turizm boyutunun temelleri oluşturulmuştur. Bu turlar geleceğin politik liderleri için ilham kaynağı olmuştur.
Endüstri Devrimi	Sanayinin ortaya çıkışı ile Avrupa da büyük turizm hareketliliği meydana geldi. İnsanlar kırsal kesimden ziyade kentlere yerleşerek tarımdan sanayiye geçiş yaptılar. Bu değişim yaşam standartlarına yansdı. Sonucunda orta sınıfa ait toplulukların eğitim seviyesi ve refahı yükseldi. Onların boş zamanları artış gösterdi. Tüm bunların sonucunda turizm aktivitelerine ve özellikle de sağlık turizmine yönelim başladı
Modern Çağ(Teknoloji)	19. yüzyılın başlarında başlayan bu süreç sosyal ve teknolojik gelişmelerle turizm üzerinde devasa bir etki oluşturdu. Bilim ve teknolojide ki mükemmel gelişmeler hızlı, güvenli oldukça ucuz yenilikleri mümkün kıldı. Bunlardan en öne çıkanı kuşkusuz ulaşımır. Demir yolunun 19. yüzyılda ve hava yolunun 20. yüzyılda icadı yolculukları çok daha kolaylaştırmıştır. İkinci dünya savaşından sonra iletişim ve ulaşım konularında ki gelişmeler turizm hareketlerinin önünü açmıştır. Kolaylıkların sağlanması ile birlikte insanlar çeşitli turizm türlerine ilgi göstermiştir. Eğitim ve merak duygusunun yanı sıra milletlerarası kültürü öğrenmek amacıyla yapılan kültür turizmi bu çağda talep görmüştür.

2.1.3.4. Kültür Turizminin Özellikleri

Kültür turizmi içerisinde yer alan sanatsal faaliyetler, tarihi yapı ve kalıntılar, miras turizmi gibi birçok unsur barındırması nedeniyle kültürel değer taşıyan pek çok şey kültür turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Kırsal turizmden başlayarak kentsel turizmi de içine alan bu hareket, kültür turizmi ile iç içe geçmiş durumdadır. Bu yüzden kültür turizminin sınırlarını net bir şekilde ortaya koymak oldukça zordur (Bonet, 2003:189). Dolayısıyla kültür turizminin özelliklerini de birçok ifade ile ortaya koymak mümkündür. Çeşitli şekillerde kültür turizmi özelliklerinin olumlu yönlerinden bahsedilmektedir. Rekabetçi ortamda fayda hususunda diğer turizm türlerine göre daha avantajlıdır ve bölge imajına yüksek düzeyde katkı sağlar (Rudan, 2010:577).

Kültür turizmi taşıdığı özellikler sayesinde sadece belirli bir bölgede sınırlı kalmamaktadır. Bununla birlikte çevresel faktörlere olan olumlu etkisiyle bölgede yaşayanlar açısından refah artırıcı unsurlar barındırmaktadır. Turizmin toplumun üst sınıfından her kesime yayılmasıyla birlikte kültür turizminin özellikleri dünyanın birçok bölgesinde etkisini göstermeye başlamıştır (Urry, 1994:234).

Kültür turizminin özelliklerini bazı araştırmacılar ve kuruluşlar şu şekilde özetlemiştir (UNWTO, Tourism highlights, 2014; Pekin, 2011:152-153; Smith, 2003; Gürbüz, 1999:12);

- Genel olarak kitle turizminin sezonluk hareketlerini yılın tamamına yayar.
- Kültür turizminin gerçekleştiği bölgede sosyal ve ekonomik yönden gelişim sağlar.
- Kültür turizmi destinasyon bölgesinde yaşayan yerel halkın yaşam stilini ve geleneklerini bir bütün içerisinde sentezleyerek bir karakter oluşturur.
- Kültürün özgünlüğünü bozmadan öğrenmeyi sağlar.
- Kültür turizmini tecrübe eden kişilerin farklı kültürleri öğrenmesi ve kültürleri karşılaştırma fırsatı bulması nedeniyle kişisel özgüvenleri artar. Seyahat esnasında alınan kültüre ait eşyalar tecrübelerin kanıtıdır.
- Kültür turizmi çevreye oldukça hassastır. Tarihi yapılar ve kültürel kalıntılara karşı koruma içgüdüğü besler.
- Kültür turizm olayı doğru bir şekilde yönetilmesi halinde tüketilme ihtimali yoktur.
- Kitle turizm hareketlerin turistik çevreye verdiği zararı an aza indirir. Bu hasarlara karşı çözüm yöntemleri sunar.

2.1.4. Dünya’da Kültür Turizmi

Küreselleşme modern çağın getirdiği bazı problemlere karşı çözüm üretici yenilikleri zorunlu hale getirmektedir. Küreselleşme ile birlikte dünya hızlı bir değişim fonksiyonu göstermiştir. Turizm sektörü içerisindeki yansıması daha kontrollü olmuş ve yüksek teknolojinin kullanımını mümkün hale getirmiştir. Dahası coğrafi bölgelerin zorluklarını ve mesafelerini koordineli bir şekilde en aza indirmiştir. Ülkeler arasında değişen politikalar, çevre yasalarıyla ticaretin kolaylaştırılması, turizm ulaşmaları için sınır serbestlikleri ve turistik arz oluşturmak için yapılan yatırımlara esneklik sağlanması küreselleşmenin turizm de oluşturduğu olumlu etkilerdir (Hociung ve Laurentiu, 2012:134-135).

Dünya Turizm Örgütü, 2014 yılı uluslararası turist varışlarında 1.1 milyar kişiye ulaşıldığını belirtmektedir. Bir önceki yıla göre %4.7 oranında bir artış göstermiştir ve örgütün son yayımlanan parametrelerine göre 2015 yılı için yaklaşık olarak %3 ila %4 arasında artış göstermesi beklenmektedir. Bu artışın küresel ekonomideki iyileşmeye katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Sektörün son zamanlarda dikkat çeken önemli unsurlardan biri turistler tarafından talep edilen destinasyon bölgelerinin değişikliğidir. Bu değişim turistik ürünlerin farklılaştığını ve turizm hareketlerinde yenilikler meydana geldiğini kanıtlamaktadır. Özellikle Asya'da yaşanan toplumların kültürünü merak ederek ziyarete giden kültür turistlerinin oranı 2013 yılında bir önceki yıla göre %17 gibi ciddi bir artış göstermiştir. Bu artış sonucunda Asya bölgesinin kültür turizm potansiyelinin turistler tarafından farkına varılması olarak değerlendirilmiştir (UNWTO, Media Press, 2015).

Kültür turizmi için hayati önem taşıyan kültürel mirasın genel bir haritasına bakıldığında, tarihi geçmişi olan ve medeniyetlere ev sahipliği yapan milletlerin topraklarında yoğunlaştığını görebiliriz. Ayrıca yeryüzünde mevcut olan toplamda 1007 kültürel mirasın 779 tanesi kültürel varlığını ziyaretçilere açarken 197 tanesi doğal yapısını hiç bozmamıştır. Bunların içerisindeki 46 tane kültürel miras ise yok olma riski ile karşı karşıyadır (UNESCO, 2015).

Resim 1: Dünya Kültürel Miras Haritası (UNESCO, 2015).



Avustralya kıtasında kırsal alanlarda bulunan tarihi geçmişi olan ve ilk yerleşimcileri olarak bilinen Aborjin kültürünün yaşamını devam ettirmesi kıtanın kültür turizmindeki merak ve çekicilik unsurlarını oluşturmaktadır. Yaşam biçimleri ve kendilerine özgü gelenekleriyle farklı kültürde yaşayan insanların ilgilerini çekmeyi başarmış ve bölgenin turistik görünümüne olumlu katkı sağlamıştır. Bugün milyonlarca kültür turisti, Aborjin kültürünü tecrübe etmek için seyahat etmektedirler (Lynch vd. 2011:978).

Kültür turizmin en çok yoğunlaştığı bölge Avrupa kıtasıdır. Birçok medeniyetin bu bölgelerde birbirlerine yakın bir şekilde yaşaması ve dil yapılarını koruyarak kültürlerini yaşatmaları, kültürel mirasın bu alanlarda oluşmasına zemin hazırlamıştır. Asya kıtasının yanı başında olan bu bölge tarihte gelişen kavimler göçü ve benzeri gibi olaylar nedeniyle sık sık diğer kültürlerle etkileşim halinde olmuştur. Gemi ve baharat yolu ticaretleriyle kendi kültürünü de tanıtmaya fırsatı bulmuştur. Özellikle Rönesans'ın etkisiyle sanat ve sosyal alandaki gelişmeler kültür gelişiminde çok büyük katkı sağlamıştır. Bugün Avrupa'nın birçok şehir ve bölgesinde bu değerler iyi muhafaza edilmekte ve korunmaktadır (Robertson, 1993:35). Bu konuda kıtada yapılan araştırmalar gösteriyor ki kültürel varlıkların yüksek değeri, turizm için ayrıcalıklı bir unsur olmaya devam etmektedir (Florida, 2002; Hesmondhalgh, 2002; Scott, 2002). Yaklaşık 400 kültür mirası bu kıtada bulunurken en önde gelen ülkeler ise İspanya ve İtalya'dır.

Hızla gelişerek büyümeye devam eden kültür turizmi bazı sebeplerden dolayı dünyanın her bölgesinde gereken önemi görememektedir. Tanıtım yetersizliği, tüketiciye yönelik pazar boşluğu, kültürel değerlerin yeterince korunmaması ve bölgede yaşayan yerel insanların bu turizm türü için bilinçsiz olması sadece bir kaçıdır. Temelinde çok güçlü kültür zenginliği yatan Asya ülkeleri son zamanlarda kültürel değerlerini yavaş yavaş turistler için açmaya başlamıştır (Bonnemaison vd., 2005). Asya kıtasının pek çok ülkesi kültürel yönden çok zengindir. UNESCO'nun 2015 yılı verilerine göre 200'ü aşkın kültürel miras bu kıtada bulunmaktadır. Örneğin 20. yüzyılın ortalarına dek dış dünyaya açılmayan Çin toprakları, reformlar sonrasında hızlı bir şekilde dünya kültür mirasında önemli bir yeri olduğunu göstermiştir. Şu an itibariyle Asya'nın en büyük kültür mirasına sahip olan Çin toprakları yaklaşık 40 tane önemli kültürel mirası barındırmaktadır. Hindistan, birçok etnik kökeni bir arada bulunduran kültür zenginliğe sahip bir diğer Asya ülkesidir (Yan ve Bramwell, 2008:972).

Dünyanın geri kalan bölgelerinde kültür turizm çeşitliliği farklı bölgelere yayılmıştır. Kuzey ve Güney Amerika, Afrika kıtası ve diğer destinasyonlar dünyanın kültürel zenginliğini gösteren somut ve soyut varlıklara sahiptir (Timothy, 2011:76).

2.1.5. Türkiye’de Kültür Turizmi

Her yıl bir milyardan fazla insanın yaşadıkları ülke sınırlarından geçerek turizm faaliyetlerine katıldığı ve turizm olayının gerçekleştiği alanda büyük sosyo-ekonomik hareketlilik ve gelişme yaşandığı bilinmektedir. Bu hareketlilik değişik bölgelerde çeşitli turizm türleriyle gerçekleşmektedir. Bu turizm hareketlerinin içerisinde yer alan kültür turizmi son yıllarda ön plana çıkmaktadır. İnsanların eğitim düzeyi ve kültür bilincinin artmasıyla kültür turizm hareketi rekabetçi ortamda fayda sağlamanın yanı sıra yeni iş imkânları oluşturmuş, kırsal göçü azaltmış, yapılan turizm yatırımlarını sürdürülebilir kılmış ve toplumlar arası iletişimi etkin bir şekilde gerçekleştirmiştir. Ancak kültürel değerlerin yoğun bir şekilde gelişmesi güzel kullanılması kültür miraslarına zarar vermekte ve turizm devamlılığı için risk unsurları içermektedir (Ferreira ve Esteveo, 2009:93).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler bu turizm türüne büyük bir önem göstermektedir. İlk yaşam ve medeniyetin rol oynadığı Anadolu toprakları bu bakımdan çok zengindir. Geniş tarihi ve gelenekleriyle Türk kültürü her çağ içerisinde kendisine ayrıcalıklı bir konum bulmuştur (Alvarez ve Korzay, 2011:117).

2014 yılı itibariyle Türkiye genelinde bulunan sit alanları 13617 tanedir ve bunların 12725 tanesi arkeolojik sit alanı özelliği taşımaktadır. Ancak keşfedilmeyi bekleyen binlerce kültürel sit alanı bulunmaktadır. Anadolu’da yatan zengin kültürel mirasın ne ölçüde kullanıldığı henüz bilinmemektedir (Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2015). Avrupa’da bulunan gelişmiş ülkelerde eğitim ve ekonomik boyutların gelişim göstermesi ile birlikte turistler yanı başında bulunan Anadolu coğrafyasına ilgi göstermeye başlamışlardır. Turistlerin, kültürel değerleri, gelenek ve görenekleri tecrübe etmesinin yanı sıra farklı dinlerin yaşadığı bu bölgeyi seyahat etmek istedikleri görülmektedir. Özellikle de Osmanlı devletinin son dönemlerinde yapılan İstanbul seyahatleri kültür turlarının gelişiminde önemli bir rol oynamıştır (Gülcan, 2010:102).

Türkiye’nin sahip olduğu binlerce yıllık tarihi topraklar insanlığın gelişiminde önemli roller üstlenmiş pek çok medeniyete ev sahipliği yapmıştır.

Tarihe damgasın vuran ve izlerini bırakan bu medeniyetler birçok kültürel miras bırakmıştır. Hititler, Urartular, Galatlar, Likyalılar, Lidyalılar, İyonlular, Helenler, Romalılar, Selçuklular, Osmanlılar yaşam sürmüşlerdir ve son olarak kurulan Türkiye Cumhuriyeti bu topraklarda hayat sürmeye devam etmektedir (Özdamar, 2011:41). Bu coğrafyadaki değerlerin önümüzdeki yıllarda varlığını sürdürüp sürdüremeyeceği henüz bilinmemektedir. Ancak gelenek ve göreneklerin geçmişten günümüze kadar geçen süreçte binlerce yıl aldığını düşünürsek gelecekte de bu değerlerin var olması Türkiye'nin kültür turizmi değerini sürdürmeye devam edeceğini göstermektedir. Asya ile Avrupa'yı birleştiren bu kültürün yaşaması dünya kültür turizmi için de çok önemlidir (Çakır, 1999:46).

Tüm bu nedenlerden dolayı Türkiye turizm politikaları kapsamında hem genel turizm gelişimi hem de kültür turizminin gelişimi için stratejiler geliştirerek kalkınma planları yapılmıştır. Bu planlar, uygulamaya geçirilerek turizmin gelişimine katkı sağlanması hedeflenmekteydi. Daha önceki zaman içerisinde de uygulanmakta olan hedeflerin gerçek niyeti, ülkenin kitle turizmine yönelik yatırımları desteklemek ve tatil turizmi için gerekli koşulları yerine getirmektir. Zaman içerisinde bu hedeflere ulaşıldı ve Türkiye yabancı turistler için çekici bir destinasyon haline gelerek tanınmış bir ülke imajına sahip oldu. Ancak son yıllarda, bu turizm türlerin olumsuz etkisiyle birlikte yeni çözüm arayışları zorunlu hale gelmiştir. Ülke turizminin sürdürülebilir kalkınma politikalarını devam ettirebilmesi için turizme geniş bir bakış açısıyla odaklanmaya çalışılmış ve dünya turizm eğilimlerine paralel olarak alternatif turizm türlerine önem vermeye başlanmıştır.

Türkiye'de bu yöndeki amaçlarını revize ederek, 2007-2013 kalkınma planı ve 2023 Türkiye turizm stratejisi ile kültür turizmini ve diğer alternatif turizm türlerini ön plana çıkaracak değişimleri ve planlarını, kalkınma politikalarıyla uyumlu hale getirmiştir. 1998 yılında tanıtım ve pazarlama turizm politikaları ilk kez yapılmıştır. Ardından 2002'de ikinci kez olmak üzere toplanılmıştır. 2023 strateji amaçları ise aşağıdaki ortaya koyarak kalkınmanın sürdürülmesi çalışılmaktadır (Stratejik Yönetim, 2015);

- Ulusal, bölgesel ve yerel unsurlarda markalaşma çabalarına yoğunlaşmak.
- Etkili bir imaj oluşturmak ve olumlu etkinin sürekliliğini sağlamak.
- Halkla ilişkiler araçlarını etkin bir biçimde kullanmak.
- Teknolojik gelişmeleri takip ederek kitle iletişim araçlarını kullanmak.

- İnternet ve bilgi teknolojisiyle üretici ve tüketici arasında bağlantı kurmak.
- İnternet pazarını tanıtım, pazarlama ve bilgilendirmeye kadar geniş bir çerçevede kullanmak.
- Turizm çeşitlerine ve turizme katılanların yaş gruplarına göre yenilikçi yaklaşımlar sergilemek.

Türkiye'nin dünya kültür mirasında yer alan kültür değerleri ise şunlardır (Kültür, Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2015);

- İstanbul'un Tarihi Alanları [1985]
- Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası (Sivas) [1985]
- Göreme Milli Parkı ve Kapadokya (Nevşehir) [1985]
- Hattuşaş (Boğazköy) - Hitit Başkenti (Çorum) [1986]
- Nemrut Dağı (Adıyaman - Kahta) [1987]
- Xanthos-Letoon (Antalya - Muğla) [1988]
- Pamukkale-Hierapolis (Denizli) [1988]
- Safranbolu Şehri (Karabük) [1994]
- Truva Antik Kenti (Çanakkale) [1998]
- Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi (Edirne) [2011]
- Çatalhöyük Neolitik Kenti (Konya) [2012]
- Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı (İzmir) [2014]
- Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğunun Doğuşu (Bursa) [2014]
- Diyarbakır Surları ve Hevsel Bahçeleri (Diyarbakır) [2015]
- Efes (İzmir) [2015]

2.1.6. Gaziantep İli Hakkında Genel Bilgi ve Gaziantep İlinin Mevcut Turizm Üst Yapı Arzı

Kültür turizmi açısından önemli bir turizm destinasyonu olan Gaziantep ilinin genel bilgisi, coğrafi yapısı, nüfus durumu, sosyal yapısı ve ekonomik durumu hakkında detaylı bilgilere yer verilmiştir. Bunun yanı sıra Gaziantep ilindeki konaklama, seyahat, yiyecek-içecek ve rekreasyon işletmeleri konularında kapsamlı açıklamalar bu bölümde yer almaktadır.

2.1.6.1. Gaziantep İli Hakkında Genel Bilgi

5600 yıllık bir tarihi geçmişe sahip olan Gaziantep, Kalkolitik dönemden Tunç çağına, Hititlilerden Persler dönemine, Kommagene Krallığı döneminden Roma dönemine, Bizanslılardan Anadolu Beylikleri ve Osmanlı dönemine kadar geçen zamanda birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bunun yanı sıra medeniyetlerden etkilenmiştir. Mezopotamya ile Akdeniz'i birbirine bağlayan stratejik bir noktada yer alan Gaziantep, İpek Yolu'nun da buradan geçmesi sonucu

tarih boyunca önemi sürdürmüştür. Tarihsel bilgilere ek olarak mutfağı, müzikleri ve yöresine ait yerel oyunlarıyla adeta bir kültür abidesi olduğunu göstermektedir (Güzelbey, 1992:63).

Dünyanın en eski şehirlerine bakıldığında Gaziantep ilinin bugün kültür başkentleri olarak adlandırılan birçok turistik destinasyondan daha eski olduğu görülmektedir (Kurian, 1991:419).

– **Gaziantep/Türkiye 5600 yıl**

- Kudüs/İsrail 5000 yıl
- Kerkük/İrak 5000 yıl
- Zürih/İsviçre 5000 yıl
- Konya/Türkiye 4600 yıl
- Giza/Mısır 4568 yıl
- Asyut/Mısır 4160 yıl
- Luxor/Mısır 4160 yıl
- Lizbon/Portekiz 4000 yıl

El sanatlarında; dokumacılık, sedef kakmacılık, yemenicilik ve bakırcılık yaygınken mutfağında ülkenin en meşhur yiyeceklerinden Baklava ve Antep fıstığı üretimi bulunmaktadır. Gaziantep, Batı modernliğini Doğu kültürüyle sentezleyen önemli bir kültür merkezidir. Gazi Mustafa Kemal Atatürk, Antep için “Türküm diyen her şehir, her kasaba ve en küçük Türk köyü, Gaziantep’lileri kahramanlık misali olarak alabilirler” diyerek önemini bir kez daha belirtmiştir (Kaplan, 2011:54).

2.1.6.1.2. Coğrafi Yapı

Gaziantep, Akdeniz Bölgesi ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nin birleştiği noktada yer alır. Anadolu’nun ilk yerleşimlerinden biri olup, Akdeniz ve Güney doğuyu birleştiren yolların kesiştiği bir noktada olan gazi kent, yüzyıllar boyunca insan topluluklarının yerleşim ve ziyaretlerine ev sahipliği yapmaktadır. Kent’in kuzeyi ve batısı dağlık, sınır bölgesi ise düz ovalarla çevrilidir. Halep’in kuzeyinden itibaren gittikçe yükselerek devam eden Gaziantep, deniz seviyesinden ortalama 900 m. yükseklikte engebeli bir arazide, tepeler üzerine kurulmuştur (Özdeğer, 1996:67).

Bölgenin can damarı Fırat akarsuyu, yaşam gereksinimini ve tarım faaliyetlerinin yanı sıra hayvancılık içinde önemli rol oynamaktadır. Arkeoloji araştırmalarında elde edilen Dülük'te bulunan çakmak taşından yapı aletler milattan önce 40.000'ini gösteriyor. Osmanlı İmparatorluğunun egemenliğine kadar birçok isimle anılan şehir Cumhuriyet'e kadar 'Ayıntap' ismiyle tarihe geçmiştir. 1. Dünya Savaşında işgal devletlerine direnen kente, Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından "Gazilik" unvanı verildi. 1928 yılında ise Gaziantep olarak değiştirildi (Güneydoğu Anadolu rehberi, 2007:192).

Gaziantep, doğuda Şanlıurfa'nın Birecik ve Halfeti; kuzeydoğuda Adıyaman'ın Besni; kuzeyde Kahramanmaraş'ın Pazarcık; batıda ise Adana'nın Bahçe, güneybatıda ise Osmaniye ile Hatay'ın Hassa ilçe sınırlarıyla çevrilidir ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer almaktadır (Özdeğer, 1996:68).

2.1.6.1.3. Nüfus Durumu

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin nüfus açısından en büyük popülasyonunu Gaziantep ili oluşturmaktadır (Darkot ve Dağlıoğlu, 1961:64).

Türkiye nüfusu, 2014 tarihi itibarıyla toplam 77.695.904 kişi olmuştur. Bu nüfusun, 38.984.302 kişisini erkekler oluşturmaktadır. 38.711.602 kişisini ise kadınlar oluşturmaktadır. Diğer bir deyişle %50,18'i erkek, %49,82'si kadındır. 2014 yılında Gaziantep'in Nüfus Kayıt Sistemi sayımına göre nüfusu 1.844.438 kişidir ve Türkiye'nin 8. büyük ilidir (TÜİK, 2014).

TÜİK nüfus verilerine göre, 1990 yılında 738,245 kişi olan kent nüfusu 2000 yılında %31.25'lik artışla 1.009.126 kişiye çıkmıştır. 2014 yılında Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi sayımına göre ise 1.844.438 kişilik nüfus rakamları kentin varmış olduğu nüfus çitasını gösterirken cinsiyet dağılımı erkeklerde 930.972 kişi ve kadınlarda 913.466 kişi olarak kayıtlara geçmiştir (TÜİK, 2014). Diğer yandan kentin nüfus oranı 2012 ve 2013 yılının rakamları ele alındığında yıllık nüfus artışı sırasıyla 25,9 ve 24,6 oranında artmış ve doğum haricinde göç aldığından da bir göstergesi olmuştur. Nüfus artışının önemli bir kısmı olan göç genellikle kentin kendi kırsal bölgesinden gelen ve bunu sırasıyla çevre illerin taşra, ilçe ve merkez olmak üzere yoğun şekilde gerçekleştirdiği göçlerdir. Bu göçlerin sebeplerini büyük oranda kentin sahip olduğu iş dinamizmi, ulaşım ağında ki yenilikler, sosyal yaşamdaki alternatif olanaklar ve eğitim imkânları oluşturmaktadır.

Tablo 3: Gaziantep Nüfusu Gelişimi (Türkiye İstatistik Kurumu, 2014).

Yıl	Erkek Nüfusu	Kadın Nüfusu	Toplam Nüfus
2013	930.972	913.466	1.844.438
2012	907.172	892.386	1.799.558
2011	883.086	870.510	1.753.596
2010	855.384	845.379	1.700.763
2009	831.911	821.759	1.653.670
2008	810.768	801.455	1.612.223
2007	779.863	780.160	1.560.023

Tablo 3'e baktığımızda Gaziantep nüfusunun her yıl belirli oranlarda yükseldiği net bir şekilde görülmektedir.

2.1.6.1.4. Sosyal Yapı

Gaziantep ilinin sosyal yapısında doğu kültürünün sentezi olması Antep kültürünün zenginleşmesinde rol oynamıştır. Ayrıca Arap sınırlarına komşuluk yapması bu zenginliğin artmasında önemli diğer bir husustur. Gaziantep, zengin bir yemek kültürüne sahiptir. Bunun sebebi mutfaklarına göstermiş oldukları önemdir. Teknoloji devrine kadar Türk evlerindeki mutfaklar sıklıkla evin dışında bulunmaktaydı. Saray ve konaklarda ise mutfak, binadan oldukça uzakta ve bahçe içinde yer alırdı. Mutfak olarak yapılan binanın içinde büyük bir ocak bulunurdu. Tarihi İpek Yolu güzergahında bulunan Gaziantep'te çeşitli kültürlerin buluşması nedeniyle oluşan zengin mutfağında yaklaşık 250 çeşit yemek türü yer almaktadır (Cansız, 1996:120).

Şehir nüfusunun büyük bölümünü İslamiyet inancını benimsemiş Müslüman halk oluşturmaktadır. İslam dininin Gaziantep ilinde birçok inanç merkezi bulunmaktadır. Bunun yanı sıra diğer inançlarında merkezi olmuştur. Musevi inancını benimsemiş Yahudilerin Mahallesi olarak anılan yerde cemaatleri için yeterli büyüklükte bir havraları bulunmaktadır. Kayıtlardaki Halep Salnamelerinde Havra'nın ilk yapılış tarihi 1886 yılı olarak kayıtlıdır. Hıristiyanlar için inanç

merkezi olan Kendirli Kilisesi ise Kent merkezinde Atatürk Bulvarı üzerinde yer almaktadır. Kilise 1860 yılında yapılmıştır. Fevkani Kilisesi de Nizip ilçesi şehir merkezinde Şıhlar Mahallesi'nde bulunmaktadır. Dini inanç merkezlerinin çeşitli olması Gaziantep'in sosyal özellikleri içerisinde önemli rol oynadığını kanıtlamaktadır (Güzelbey, 1992:88).

Gelişen sanayisi, hızlı büyüyen ihracat rakamları, ulaşım olanaklarında ki yenilikler ve çevresine duyarlı şehir, geçmişinden gelen tecrübe ve kahramanlıklarıyla gelecekte de önemini sürdürebilir kılacağı beklenmektedir.

2.1.6.1.5. Ekonomik Durumu

Gaziantep nüfusu, ekonomik yapısı, turizm potansiyeli ile güçlü göstergelere sahiptir. Kent Güneydoğu Anadolu'yu batıya, Akdeniz ve Ortadoğu'ya bağlayan kara ve demir yollarının önemli bir kavşak noktasıdır. Şehir havalimanının uluslararası standartlara yükselmesi fiziksel ürün, hizmet sektörlerinin üzerinde olumlu etki yaparken, kente gelen ziyaretçi sayısında da önemli artışlara neden olmuştur.

Gaziantep topraklarının 1/4'ü tarım için yeterli uygunluğa sahiptir. Bunun önemli sebeplerinden biri olan etkin sulama için bölgenin can damarı Fırat ırmağıdır. Tarımsal faaliyetlerden dış ticaret amacıyla Antep fıstığı, üzüm, pamuk, zeytin ve kırmızıbiber gibi ekonomik değeri yüksek tarım ürünleri yetiştirilmektedir. İlde özellikle tekstil ve gıda sanayisi gelişmiştir. Konumu itibarıyla, Güneydoğu Anadolu Projesinin (GAP) kilit noktası olmasının yanı sıra, sanayisi ve ticari hacmi görünümü ile projenin gelişiminde önem teşkil eden Gaziantep, ekonomik yönden çevresindeki 18 ili etkilemektedir (TÜİK, 2015).

Tablo 4: Türkiye'nin İller açısından İhracat Rakamları (Türkiye İhracatçılar Meclisi, İhracat raporu, 2015).

Türkiye'de En Fazla İhracat Yapan İlk 10 İl			
İL	2014 – OCAK (Bin\$)	2015 – OCAK (Bin\$)	Değ.
İSTANBUL	5.386.643	4.829.689	-10,3%
KOCAELI	844.640	913.916	8,2%
BURSA	973.174	901.127	-7,4%
İZMİR	794.313	641.180	-19,3%
ANKARA	578.156	521.371	-9,8%
GAZİANTEP	557.441	516.371	-7,4%
MANISA	279.783	228.578	-18,3%
DENİZLİ	265.851	212.415	-20,1%
SAKARYA	219.004	178.078	-18,7%
HATAY	172.905	171.234	-1,0%

Gaziantep ticaret ağında 167 ülkeye ihracat gerçekleştirmektedir. Bu ülkelerden Irak, Suudi Arabistan, ABD, Libya, Almanya, İtalya, Mısır, Rusya, İngiltere ve İran'ın bölge ihracatında ilk sıralarda yer aldıkları görülmektedir.

Tablo 5: Gaziantep İli Dış Ticaret Görünümü (TÜİK, Dış Ticaret Raporu, 2015).

Gaziantep İlinin Son Beş Yıl İçerisindeki İthalat ve İhracat Rakamları		
Yıl	İhracat /TL	İthalat /TL
2010	5.286.187	5.157.343
2011	8.033.116	7.869.953
2012	10.049.444	9.098.536
2013	12.449.815	10.687.623
2014	14.604.524	12.704.390

Tablo 5’te son 5 yılda Gaziantep’in ihracatında sürekli artış olduğu net bir şekilde görülmektedir. 2010 yılında yaklaşık 5,5 milyar TL ihracat yaparken 2014 yılında yaklaşık %275 artış göstererek yaklaşık 14,7 milyar TL olmuştur. Ülkenin önde gelen ihracat potansiyeline sahip illerinden biri olan Gaziantep, bugüne kadar yapılan çalışmaların yanı sıra gelecekte de bölgenin dış ticaret lokomotifi olacağı ön görülmektedir (TÜİK, 2015).

2.1.7. Gaziantep İlinin Mevcut Turizm Üst Yapı Arzı

Bu bölümde, Gaziantep ilinde bulunan konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri ve rekreasyon işletmeleri hakkında detaylı bilgilere yer verilmiştir.

2.1.7.1. Konaklama İşletmeleri

Turistik hizmetler kapsamında konaklama İşletmeleri, konaklama, yeme-içme ve eğlence gibi birçok turizm hizmeti sağlamaktadır. Bu hizmetler çağdaş otelcilik prensiplerine göre yapılmaktadır. Bu durum ülke içi turizmin gelişimine de katkı sağlamaktadır. Gaziantep Turizm İl Müdürlüğünü istatistik verilerine göre, Gaziantep’te konaklama için birçok turistik tesis hizmet vermektedir. Gaziantep ilinde hal-i hazırda aktif olarak konaklama hizmeti sunan toplam 56 adet işletme mevcut olup bunların 39 adedi turizm belgeli, 17 adedi ise belediye belgelidir. Toplam yatak kapasitesi 5.701 olup toplam otellerin oda sayısı ise 3.023’tür (Gaziantep Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2015).

Tablo 6: Gaziantep İlindeki Konaklama İşletmeleri (Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2015).

Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri			
Tesis Sınıfı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Kapasitesi
5 Yıldızlı Otel	4	601	1.219
4 Yıldızlı Otel	9	822	1.523
3 Yıldızlı Otel	11	608	1.124
2 Yıldızlı Otel	11	399	748
Butik Otel	2	18	37
Kır Evi	1	23	68
Uygulama Oteli	1	64	128
Toplam	39	2535	4.847
Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri			
Tesis Sınıfı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Kapasitesi
1.Sınıf Otel	10	348	600
2.Sınıf Otel	2	42	76
Butik Otel	4	88	116
Pansiyon	1	10	62
Toplam	17	488	854
Genel Toplam	56	3023	5.701

Tablo 6'ya göre, Gaziantep ilinde bulunan turizm işletme belgeli 4 adet 5 yıldızlı konaklama tesisi olduğu görülmektedir. Ayrıca 9 adet 4 yıldızlı, 11 adet 3 yıldızlı ve diğer sınıflarda 15 adet konaklama tesisiyle birlikte toplam 39 adet turizm işletme belgeli konaklama işletmesi bulunmaktadır. Bu konaklama işletmelerinin toplam oda sayısı 2535 iken yatak kapasitesi 4847'dir. Gaziantep ilinde belediye belgeli 10 adet 1. sınıf konaklama tesisi ve diğer sınıflarda ise 7 adet olmak üzere toplam 17 adet konaklama tesisi bulunmaktadır. Bu tesislerin toplam oda sayısı 488 iken yatak kapasitesi 854'tür.

Tablo 7: 2012-2014 Yıllarında Gaziantep'te Konaklayan Yerli ve Yabancı Turistlere Yönelik Bilgiler (Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2015).

	YABANCI	YERLİ	TOPLAM
2012	125.274	88.523	213.797
2013	150.102	68.322	218.424
2014	70.189	149.310	219.499

Tablo 7'ye göre, 2012 yılında 125.274 kişilik yabancı turist Gaziantep ilini ziyaret ederken 2014 yılında bu rakam 70189 kişiye düşmüştür. Ancak diğer yandan 2012 yılında Gaziantep ilini ziyaret eden yerli turist sayısı 88.523 iken 2014 yılında bu rakam ciddi bir artışla 149.310 kişiye çıkmıştır. Gaziantep iline yönelik son yıllarda yerli turist ilgisinin arttığını söylemek mümkündür.

2.1.7.2. Seyahat İşletmeleri

Seyahat acentaları, seyahat etmek isteyen kişi veya kişilerin seyahate esnasındaki gerekli ihtiyaçlarını karşılayan ticari işletmelerdir. Bu çalışmalar düzeyinde acentaların, tur düzenleme, transfer, enformasyon, kongre ve konferans organizasyonu, turistik gezi düzenleme, münferit taşıt kiralama, bilet satma, seyahat acentalarının ürünlerini satma, turistik enformasyon ve tanıtım malzemeleri satma gibi hizmetleri sunmaktadır (İçöz, 2000:47). Seyahat acentalarının diğer hizmetleri, tüketicilerine yardımcı olmak amacıyla seyahat rehberliği, sigorta işlemleri, pasaport ve vize işlemleri, özel etkinlikler gibi durumlarda hizmet vermektir (Ahipaşaoğlu, 1997:8). Turizm hizmetlerini bir araya getiren seyahat acentaları, destinasyon belirleme ve ulaşım olanakları ile de turizm hareketinin başlıca unsurudur.

Gaziantep'te 30.04.2015 itibariyle 90 adet A grubu seyahat acentası bulunmaktadır. Acentalardan 15 tanesi Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA) üyesidir. Bu acentalar turizm organizasyonu için hayati öneme sahip olmakla birlikte organizasyon her aşamasında profesyonel tecrübesiyle hizmetin eksiksiz yapılmasına katkı sağlar. Bu acentalar organizasyon için gerekli olan şu aşamalarda görev alırlar (TÜRSAB, 2015);

- Uçak biletlerinin rezervasyonu ve satışı.
- Konaklama ve ulaştırma rezervasyonu ve satışı.
- Turistleri karşılama ve yerleştirme hizmeti.
- Yurt dışı pasaportu, vize ve sağlık sigortası işlemleri.
- Rehber-tercüman hizmetleri.
- Tur ve gezi hizmetlerini sağlamak.

Küresel boyutta hem otel işletmelerinin hem de turizm tesisleri sayısının artışına rağmen turizm talebi kısıtlı düzeyde büyümektedir. Rekabetin gittikçe artmasıyla talep edenlerin seyahat işletmeleri üzerinde pazarlık gücü etkili olmaya başlamıştır. Özellikle küçük ve orta ölçekli otel işletmelerinin yapısal ve fonksiyonel zorluklarına bağlı olarak müşterilerle bağlantı kurmak için seyahat acentalarıyla ortak pazarlama faaliyeti yapmak durumundadır (Buhalis, 2000:117).

Modern turizm içerisinde dağıtım kanalı olarak internet erişimleri ve tanıtım kitapçıkları turistlere birçok bilgi verseler de seyahat acentalarının ve hizmeti sağlayanların yaptığı gibi öneriler ve güven duygularını talepçilere sunamazlar (Pearce ve Schott, 2005:85).

2.1.7.3. Yiyecek İçecek İşletmeleri

Turizm olayına katılan turistlerin seyahatleri sırasında ihtiyaç duydukları en temel ihtiyaçların başında yeme-içme ihtiyaçları gelmektedir. Turizmin etkin ve kaliteli bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için yeterli standartlara sahip yiyecek-içecek işletmelerine gerek vardır. İnsan sağlığının devamı ve fizyolojik ihtiyaçları nedeniyle hijyenik ve taleplere cevap verebilecek bu işletmeler turistik ürünlerin en önde gelenlerinden biridir. Yiyecek-içecek işletmeleri; oluşumu, teknik alt yapısı, sosyal açmaları, kaliteli servis hizmeti sağlayan nitelikli personelleriyle kişilerin besin ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan işletmelerdir (Koçak, 2006:1).

Yiyecek-içecek sektörü, insanların yaşadıkları yerlerin haricinde farklı bölgelere yaptıkları seyahat sürelerinde veya sürekli olmayan ziyaretlerinde besin ihtiyaçlarının giderilmesi amacıyla mal ve hizmet üreten kamu ve özel sektör işletmelerinden meydana gelir (Sökmen, 2006:46).

Yiyecek-içecek işletmelerinden bazıları ticari amaç çerçevesinde tüketicilere yönelik hizmet sağlamaktadır. Bu gibi işletmeler; lokantalar, restoranlar, kafeler, fast food vb. olarak adlandırılmaktadır. Bunun yanı sıra diğer birçok işletme ticari kaygılar taşımadan yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayabilecek hizmetler sunabilir. Bu işletmeler; hastane, insani yardım vakıfları, eğitim kurumları, özel ve kamu işletmeleridir (Koçak, 2007:12).

20. yüzyılın sonlarına doğru çalışma hayatının yoğunlaşması ve zamanın kısıtlı düzeylere inmesi sonucunda yeme-içme ihtiyaçları hızlı bir şekilde artış göstererek dış kaynaklardan sağlanmaya başladığı görülmektedir. İnsanların boş zamanlarını planlarken özelliklede akşam yemekleri için yeme-içme hizmeti

sağlayan işletmeleri tercih etmesi bir kültür haline gelmiştir. Bu nedenle yiyecek-içecek hizmetlerinin öneminin kayda değer bir şekilde yükseldiği gözlemlenmiştir (Çetiner, 2010:8). Tüm bu nedenlerle birlikte her bölgenin yiyecek içecek işletmelerine duyduğu ihtiyaç artmıştır. Her turistik bölgenin pazarlanmasında ve tanıtımında bu işletmeler önemli bir rol üstlenmektedir. Güney Doğu Anadolu Bölgesi'nde faaliyet gösteren belgeli yiyecek içecek işletmelerinin dağılımı aşağıda Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 8: Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki Yiyecek-İçecek Tesisleri Sayısı (Kültür ve Turizm Bakanlığı İstatistikleri, 2014).

Türü ve Sınıfı		Turizm Yatırım Belgeli		Turizm İşletme Belgeli	
		Tesis Sayısı	Kapasite (Kişi)	Tesis Sayısı	Kapasite (Kişi)
Lokantalar		1	210	11	6566
	lüks lokanta				
	1.sınıf lokanta	1	210	10	6066
	2.sınıf lokanta			1	500
Özel Tesis				5	3073
Günübirlik Tesisler				2	980
Mola Noktası				2	1010
Toplam		1	210	20	11629

Tablo 8'e bakıldığında, Güneydoğu Anadolu Bölge'sinde 11629 kişilik kapasiteye sahip 20 tesisin olduğu görülmektedir. Bu tesislerden 11'inin lokantalar olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Gaziantep'te Faaliyet Gösteren Yiyecek İçecek İşletmeleri (Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2014).

TURİZM İŞLETME BELGELİ LOKANTALAR		
LOKANTA SAYISI	SINIFI	RESTAURANT KAPASİTESİ
11	1.SINIF	4808

Tablo 9'a bakıldığında, Gaziantep ilinde 11 adet 1. sınıf turizm işletme belgeli lokantanın mevcut olduğu görülmektedir.

2.1.7.4. Rekreasyon (Eğlence -Dinlence) İşletmeleri

Temel ihtiyaçların karşılanması ardından turistlerin boş zamanlarını verimli bir şekilde değerlendirebileceği aktivitelere yönlendirilmesi ve motivasyonlarını olumlu yönde artıracak faaliyetlere zemin hazırlanması gerekmektedir. Turizm çeşitlerinin yaygınlaşması ile birlikte farklı taleplerin karşılanması yolu açılmış ve turizmi sürdürülebilir ve eğlenceli olması amacıyla rekreasyon faaliyetleri hız kazanmıştır. Özellikle kent belediyelerinin şehir festivalleri kapsamında konser düzenlemeleri, panayır hazırlaması, kültür günleri şenlikleri gibi bir çok rekreasyon faaliyetleri hazırladığı gözlemlenmektedir. Ayrıca otel işletmelerinin konaklayan misafirlerine daha eğlenceli zaman geçirmek amacıyla otel departmanlarından birini bu aktivitelere ayırdığı bilinmektedir. Bu aktivitelerin çoğunluğunu; boş zaman faaliyetleri, dans ve müzikal gösteriler, spor aktiviteleri ile canlı eğlence performanslarını kapsamaktadır (Costa vd., 2004;117).

Rekreasyon, Latince kökenli recreatio kelimesinden türemektedir. Dilimizdeki anlamı genellikle boş zamanları değerlendirmek amacıyla kullanılmaktadır. Kişilerin veya grupların kendi istekleri çerçevesinde eğlenme ve dinlence amaçlarına ulaşmak için gerçekleştirdikleri etkinliklerin tümüdür (Sevil vd., 2012:6). En genel anlamıyla rekreasyon; turistlerin boş vakitlerinde daha keyifli zaman geçirmek amacıyla gönüllü olarak katıldıkları ve onlara bedensel, ruhsal yorgunluklarını giderip fiziksel ve ruhsal açıdan özgün bir güç kazandırarak katılımcılara eğlenceli zaman yaşatan faaliyetler şeklinde tanımlanmaktadır (Hacıoğlu vd., 2003: 29).

Rekreasyonel faaliyetlerin turizm ve sosyal yaşama birçok katkısı bulunmaktadır. Toplumsal anlayışı geliştirmesi ve bütünleşmeye katkı vermesinin yanı sıra daha güçlü bağları olan demokratik toplumların oluşturulmasına da katkı sağlar. Rekreasyonel faaliyetlerin olumlu yönlerini şu şekilde özetlemek mümkündür (Karaküçük, 1997:99);

- Fiziki koşulları iyileştirir.
- Bireyin sosyalleşmesine katkı sağlar.
- Ruh sağlığına pozitif ivme kazandırır.
- Katılımcıların düşünce yönünü geliştirir.
- Kişilerin bilgi, beceri, yetenek, davranış ve tutumların gelişmesini sağlar.
- Psikolojik olarak kişiyi rahatlatır.

- Çalışma hayatında motivasyonu artırır.
- Eğlence yönüyle kişilerin mutlu olmasına katkı sağlar.
- Toplumların yakınlaşması ve ön yargıların kırılmasında rol oynamaktadır.

Gaziantep ilinde gece kulübü, alıveriş merkezlerinin eğlence bölümleri, kafeler, konser ve fuar alanları gibi eğlence-dinlence işletmelerinin yeterli sayıda olduğunu söylemek mümkün değildir. Ancak son zamanlarda yapılan çalışmalarla bu işletmelerin geliştirilmeye çalışıldığı gözlemlenmektedir.

2.1.8. Gaziantep'in Kültürel Varlıkları

Gaziantep ilinde bulunan kültürel değerler önemle incelenmesi gereken konuların başında gelmektedir. Kültür turizmi potansiyelini oluşturan dini yapılar, tarihi hanlar ve hamamlar, kasteller ile bedestenler ve müzeler önemli kültürel varlıklardan bazılarıdır.

2.1.8.1. Dini Yapılar

Kültür turizmi kapsamında gerçekleştirilen kültür turlarının içerisinde yer alan dini yapılar turistik destinasyon için oldukça önemlidir. Bu bölümde, Gaziantep ilinde önde gelen dini yapılar yer almaktadır.

2.1.8.1.1. Boyacı Camii

Gaziantep'in en büyük camilerinden birisi Boyacı Cami'dir. Hamdi Kutlar Caddesi ile Kutlar Sokağının kesiştiği noktada yer almaktadır. Kadı Kemalettin için inşa edilmiştir. Camiinin minberi üzerindeki oyma kitabede inşa yılı olarak 759 Hicri (1358 Miladi) tarihi yazmaktadır. Ancak bu tarihten daha evvel inşa edildiği düşünülmektedir. Çünkü camii minberinin alttan kızaklı olması ve duvarda özel olarak yapılan bölmesine daha eski zamanlarda kullanılan mimariye aittir. Kaynaklarda Kadı Kemalettin Camii olarak da geçer. Ancak zamanın medrese eğitimi almış kişileri de camiiye Cami-i Kebir ismini vermişlerdir (Güzelbey, 1992:65).

2.1.8.1.2. Şirvani Camii

1677 yılından önce Şirvani Seyit Muhammet Efendi tarafından inşa ettirilmesinden dolayı Şirvani Camii olarak adlandırılmıştır. Gaziantep'in tarihi kalesinin batısında bulunan Sefer Paşa Mahallesiinde yer almaktadır. Tarihi Gaziantep camileri içerisinde minaresi iki şerefeli olan tek cami özelliği

taşımasından dolayı yerli halk tarafından "İki Şerefeli Camii" olarak da adlandırılmaktadır. Şirvani Seyit Muhammet Efendinin Peygamber soyundan geldiği söylene de bu bilgiyi doğrulayacak kanıtlara henüz rastlanılmamıştır (Cengiz, 2008:29).

2.1.8.1.3. Kendirli Kilisesi

Kilisenin ilk yapımı 1860 yılını göstermektedir. Gaziantepli Katolik Ermenilerin kilisenin inşası için yeterli parayı bulamamasından dolayı Fransa Kralı III. Napolyon'dan, Fransız misyonerlerinden ve Katolik camiasından maddi destek alınarak yapıldığı düşünülmektedir. Bir süre sonra işlevini yitiren kilisenin yeniden yapılması için geniş yardım kampanyası düzenlenmiştir. Eski kilise yıkılarak yerine 1898 yılında günümüzdeki görünümünü kazanan kilisenin inşasına başlanmıştır. Kilisenin yapımı iki yıl sürmüş ve 1900 yılında büyük bir törenle açılışı yapılmıştır. Kilisenin planı Roma'daki Saint Fransua Kilisesi'nden örnek alınmıştır. Kilise planı Vatikan'dan Papalık makamından gönderilmiştir. Kilise geniş bir bahçe içerisinde siyah kesme taştan temel üzerine, beyaz kesme taştan yapılmıştır. Dikdörtgen planlı ve kırma çatılıdır. Üç basamakla giriş kapısına ulaşılmaktadır (Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2015).

2.1.8.1.4. Kılıçoğlu Camii

Kılıçoğlu camisinin Molla Halil tarafından yaptırıldığı bilinmektedir. Bu camiinin tarihteki kaynaklara göre çok zahmetler çekilerek inşa edildiği söylenmektedir. Molla Halil'in taş ustalığı yaparak camiinin yapım masraflarını karşıladığı söylenmektedir. Birçok farklı kaynakta camiinin yapım yılı ile ilgili bilgiler mevcuttur. Ortak fikir ise camiinin 1100 yılından önce yapıldığıdır (Güzelbey, 1992:107).

2.1.8.1.5. Ömeriye Camii

Camiinin ismi bazı kaynaklarda 'Ömereyn' olarak geçmektedir. Ancak en genel olarak bilinen ismiyle Ömeriye Camiisi Gaziantep tarihi camiiiler içerisinde en eski geçmişe sahip dini yapıdır. Camii'de bulunan kitabenin yazılı kaynağında 607 yılında tamir edildiği belirtilmiştir. Bundan dolayı camiinin inşa süresi daha eskiye dayandığı kanıtlanmaktadır. Halk arasında bu camiinin her geçen yıl içerisinde yerin

dibine doğru eğilim gösterdiğine inanılmaktadır. Camii tamamen yer altına indiğinde ise kıyametin kopacağına inanılmaktadır (Güzelbey, 1992:139-141).

2.1.8.1.6. Karagöz Camii

Kitabe ve vakfiyesine göre 18. yüzyılda Koca Battal tarafından mescitten camiiye çevrilmiştir. İlk yapılışı ise bilinmemektedir. 1799-1800 tarihli onarım kitabesi vardır. Enine dikdörtgen planlıdır. Kibleye paralel iki bölümlü olan camiinin bir bölümü geç dönemlerde yola katılmış olup, yalnızca tek bölüm günümüze gelebilmiştir. Ana mekân üç çapraz tonozla örtülmüştür. Camiinin portalı, mihrabı ve son cemaat yeri onarımlarla özgünlüğünü kaybetmiştir. Camii ve minare kesme taştan yapılmıştır. Minare, camii bedeninin üstüne oturmakta olup gövdesi yivlerle hareketlendirilmiştir. Mukarnaların altında rozet, palmet ve çini tabaklar bulunmaktadır. 2007 yılı içerisinde Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından onarımı yapılmıştır (<http://www.gaziantepkilishalep.com/tr/41-eser>).

2.1.8.1.7. Ali Nacar Camii

Ali Nacar Camiisinin ne zaman yapıldığına dair net bir bilgi henüz bulunmamaktadır. Ancak camiiye ait kitabede 1816 yılı kesin olmasa da camiinin yapım tarihi olarak gösterilmektedir. Evliya Çelebi'nin seyahatnamesinde 'Alüyünnacar Camiisi' olarak isminin geçtiği de iddia edilmektedir. Gaziantep ilindeki en eski camiilerden biridir. Alleben deresinin kenarında bulunan camiinin medresesi günümüzde varlığını kaybetmiştir (Gaziantep İl Özel İdaresi, 2008:125).

2.1.8.1.8. Ahmet Çelebi Camii

Mihrabı üzerindeki yazılı kaynaklardan 1083 tarihinde yapıldığı anlaşılmaktadır. Hacı Osman Oğlu Şeyh Ramazan Efendi tarafından inşa edilmiştir. Bazı kayıtlarda 'Ramazaniye camii' olarak da geçmektedir. Bu cami kasteli de içinde barındıran bir külliye özelliği taşımaktadır. Cami ismini yanında bulunan medreseyi inşa eden Ahmet Çelebi adıyla anılmaktadır. Bu caminin iç kısmında yer alan zarif ahşap işçiliği dikkat çekmektedir (Gaziantep İl Özel İdaresi, 2008:126).

2.1.8.1.9. Ayşe Bacı Camii

Mehmet oğlu Hacı Ali Ağa tarafından inşa edilen Ayşe Bacı Camiisi günümüzde İnönü caddesinde yer almaktadır. Kızının ismini verdiği bu tarihi camii 1722 yılında yapılmıştır. Gaziantep savunması sırasında hasar görmesi nedeniyle

1961 yılında restore edilip minare eklenmiştir. Camii tonuz biçiminde olup, diğer bölümler düz betondur (Güzelbey, 1992:44).

2.1.8.10. Aziz Bedros Kilisesi (Ömer Ersoy Kültür Merkezi)

Kilisenin 1723 yılında Gregoryan tarafından inşa ettirildiği düşünülmektedir. Üst yapı çalışmaları esnasında keşfedilmiştir. Kilisenin yer altındaki tünellerden biri kilisenin karşısındaki papazın evine, diğeri ise Şehreküstü'ye gitmektedir. Cuma ve cumartesi günleri ayinden sonra alttaki tünelden evine gidermiş. Zamanla üst yapı çalışmalarından dolayı bu tüneller işlevini yitirmiştir. Kilisenin içinde papazın çalışma odası bulunmaktadır. Aynı zamanda şarap mahzeni olarak da kullanıldığı düşünülmektedir. Tavanı kaplayan on iki pencere vardır. Tavanda melek resimleri ve haç işareti vardır. Kilise uzun yıllar dini amaçlı kullanılmıştır 450 yıllık geçmişi vardır. Savunmadan sonra kilise uzun yıllar boş kalmış, daha sonra kentin önemli simalarından biri olan Ömer Ersoy Almanya'dan getirdiği dokuma makinesiyle tül fabrikası kurmuştur. Kilise fabrikada dokunan tüllerin korunduğu depo olarak kullanılmıştır. Ömer Ersoy kiliseyi valiliğe çok cüzi bir fiyata satmış, Ersoy'a duyulan minnet duygusundan dolayı tarihi yapıya Ömer Ersoy Kültür Merkezi adı verilmiştir (Kaplan, 2011:53).

2.1.8.11. St. Mary Kilisesi (Kurtuluş Camii)

1892 yılında St. Mary (Meryem Ana) Ermeni Gregoryan Kilisesi olarak yapılmıştır. Ancak daha sonra Tepebaşı Mahallesinde bulunan bu kilise Gaziantep savunma savaşının ardından kısa bir süre hapisane olarak kullanılmıştır. Belirli bir süre geçtikten sonra mimari yapısında değişiklikler yapılır ve minareler eklenerek camiye dönüştürülmüştür. Camiye çevrilmesi sonucu Kurtuluş Camii ismini almıştır. Gotik tarzda yapılan kilisenin mimarisi ana hatları sabit kalınarak çan kulesi minareye çevrilmiştir. Gaziantep tarihi camiileri içerisinde en büyük iç genişliğe sahip olanlardan biridir (Cengiz, 2011:28).

2.1.8.12. Kesikbaş Camii

Kesikbaş Camiisinin adı Ali Ağa Camii olarak da bazı kaynaklarda yer almaktadır. Ancak halkın benimsediği inanışa göre camiinin kurucusu Ali Ağa'nın başının kesilerek idam edilmesi sonucu Kesikbaş Camiisi olarak bilinmektedir. Bu camiinin mihrabı üzerindeki kitabenin tahribata uğraması sonucu yazılı kaynaklara

yeterince ulaşamadığı anlaşılmaktadır. Camiinin ne zaman yapıldığı bilinmemekle birlikte 1101 yılındaki bazı kayıtlarda ismi geçtiği görülmektedir. 1982 yılında birkaç hayırseverin yardımıyla camii restore edilmiştir (Güzelbey, 1992:115-116).

2.1.8.2. Tarihi Hanlar

Bu bölümde, Gaziantep'te bulunan ve kültür turizmi bakımından son derece önemli olan otantik ve tarihi izleriyle Han'lar yer almaktadır.

2.1.8.2.1. Zeytin Hanı

Geçmiş yıllar içerisinde sabun üretimi yapan üç katlı bir yapıdan oluşmaktadır. Zeytin Han'ının iç bölümünde on adet zeytinyağı kuyusu bulunmaktadır. Bu kuyulardan her birinin yaklaşık otuz ton yağ aldığı bilinmektedir. Kuyuların sadece dört tanesi işlev görmektedir. Fakat bunlar kullanımdan ziyade teşhir amacıyla hizmet görmektedir. Zeytinin hasat olmasından sonra dışarıdan gelen yağlar kuyularda saklanmış, her gün bir ton sabun yapılması amaçlanmıştır. Sabunlar bölgeye yakın yabancı ülkelere ve Türkiye'nin çeşitli şehirlerine satış amacıyla gönderilmiştir. GAP projesiyle kenti ziyarete gelen turistler zeytinyağı ürünleriyle turistik ürün oluşturan bu hanı ziyaret etmektedirler. Han, geçmişteki işlevini günümüzde de taşımaktadır. Geleneklerini koruyarak geçmişin izleriyle etkin bir şekilde pazarlanmaktadır (Kaplan, 2011:74).

2.1.8.2.2. Emir Ali Han

Kunduracı Çarşısı'nda bulunan, Şeker Hanı karşısındaki Emir Ali Hanı'nın kitabesi bulunmamaktadır. Şer'i Mahkeme sicillerine göre 1719 yılında Sekkatoğlu Esseyit Ali Bey tarafından yaptırıldığı anlaşılmaktadır. Hanın sivri kemerli bir girişi bulunmaktadır. Aynı zamanda tonoz örtülü eyvan biçimindedir. Han, iki katlı hanlar gurubundandır. Hanın birinci katında avluya açılan odalar sıralanmıştır. İkinci katın önüne direklerin taşıdığı bir revak yapılmış, bunların arkasına da odalar sıralanmıştır. Yaklaşık 300 yıl önce 2700 metrekare alan üzerine yapılan ve içerisinde bir mağara ile 64 işyeri bulunan Emir Ali Han, birçok değişikliğe karşılık orijinalliğini kısmen de olsa koruyabilmiştir. Emir Ali Han'ın birinci dünya savaşı sırasında Fransızlara karşı gösterilen direnişte büyük katkısı olduğu, Fransız zulmünden kaçan Gaziantep halkının bir bölümü Amir Ali Hanı içinde bulunan büyük mağaraya sığınarak can

güvenliklerini sağladıkları, Şahinbey'in buraya gelerek Fransız işgaline karşı halkı örgütlediği söylenmektedir (Güzelbey, 1992:64).

2.1.8.2.3. Hışva Han (Selçuk Han)

Handan Bey isminde Osmanlı paşalarından biri Gaziantep'i Bizanslılardan almış ve Handan Bey Camiisi'ni, Tarihi Paşa Hamamı'nı ve Hışva Hanı'nı yaptırdığı söylenmektedir. Handan Bey kaleyi alıp bir süre burada ikamet etmiş, askerleri ise Hışva Han'da konaklamıştır. Askerlerin atlarını alt katta bir yerde barındırmışlardır. Hışva Han günümüzde kullanıma müsait değildir (Kaplan, 2011:67).

2.1.8.2.4. Anadolu Hanı

Osmanlı han mimarisine uygun şekilde iki avlulu, iki katlı han olarak inşa edilmiştir. 1892 yılında Muhsinzade Hacı Mehmet Bey tarafından yaptırılan handa sağlamlığıyla dikkat çeken kesme taş kullanıldığı görülmektedir. Anadolu Hanı, yolculuk yapanlara yönelik hizmet vermek amacıyla yapılmıştır. Zemin katı bölümünde atlar için ahır ve depo yer almaktadır. Üst katlarında ise yolculuk yapanların konaklamasını sağlayan odalar bulunmaktadır. Mülkiyeti Vakıflar Bölge Müdürlüğüne ait olan Anadolu Hanı restore edilerek halıcı esnafının kullanması amacıyla hizmete açılmıştır (Gaziantep İl Özel İdaresi, 2008:110).

2.1.8.2.5. Kürkçü Hanı

120 yıllık iki katlı bir han olan Kürkçü Hanında, 2009 yılından itibaren restorasyon çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Gaziantep hanları içerisinde giriş kapısının zarafeti ile ön plana çıkmaktadır. Memluklu ve Zengi mimarisini andıran giriş kapısının siyah ve beyaz taşlarla güneş ışıklarını farklı şekillerde yansıtarak ilgi çekici olmayı başarmıştır. Ayrıca Kürkçü Hanı'nda vazoyu anımsatan sekiz parça taş yan yana dizilmiş ve böylece estetik bir görünüm kazanmıştır. Yazılı kaynağı olan kitabesinde 1890 yılında yapıldığı belirtilmektedir. Ardından yapılan yenileme çalışmaları sonucu günümüze kadar varlığını yitirmeden gelmeyi başarmıştır. Avlu geçidinin doğu-batı paralelinde sivri beşik tonozunun ortasında, hafif kabartma olarak yapılmış altı kollu yıldız motifi bulunmaktadır (Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2015).

2.1.8.2.6. Yüzükçü Hanı

Yüzükçü Han'ın yapılış tarihinin 1735'ten daha önce olduğu yazılı kitabesinde belirtilmektedir. Bu kitabe Gaziantep hanları içerisinde ender bulunan kaynaklardan biri olma özelliği taşımaktadır. Osmanlı mimarisi tarzında yapılan bu han diğer hanlarda olduğu gibi üst katlarında odalar bölümü bulunmaktadır. Alt katlarda ise yüzükçü esnafına ait iş yerleri olan tarihi bir handır. Han eskiden harap bir durumda ve ziyarete kapalıydı. 1897 yılında restore edilerek yenilenmiştir. Han, Gaziantep'in önemli restoranlarından biri olan İmam Çağdaş tarafından kiralanmış ve restoran bölümü eklenmiştir. İmam Çağdaş, yerli ve yabancı turistler tarafından en çok ziyaret edilen yerlerden biridir. Hanın otantik yapısına zarar verilmeden kaliteli bir restoran haline gelmesi amaçlanmaktadır (Kaplan, 2011:69).

2.1.8.2.7. İnceoğlu Han (Budeyri Hanı)

Yapım tarihi kesin olarak bilinmeyen İnceoğlu Han'ın, 20. yüzyılın başında yapıldığı düşünülmektedir. Osmanlı han mimari tipolojisi içinde iki katlı, tek avlulu hanlar grubuna girmektedir. Klasik Osmanlı hanlarından ayrılan bazı özellikleri vardır. Bu özellikler, mekânlar avluyu dört taraftan kuşatmayıp, sadece güney ve kuzeyden çevrelemektedir. Güney tarafta yer alan mekânlar tek katlı, kuzey taraftakiler ise iki katlı olarak inşa edilmiştir. Aynı şekilde plan tipi de diğer hanlarda görülmemektedir. Kuzey kanadının alt katındaki mekânlar avlu ile irtibatı bulunmayan ve caddeye açılan dükkânlardan ibarettir. Üst kat ise bir revakın arkasına yerleştirilen yolcu odaları şeklinde tanzim edilmiştir. Güney kanatta avluya açılan 15 mekân yer almaktadır. Han'ın ahır kısmı her biri üç sıra halinde doğu batı istikametinde yedişer ayak üzerine oturtulan çapraz tonozlu otuz iki hacimden meydana gelmektedir. Han, belediye hanının restorasyon programı dahilinde ele alınarak 2004 yılında restore edilmiştir (Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2015).

2.1.8.2.8. Buğday Hanı

Gaziantep'in Buğday Arsası semtinde bulunan 200 yıllık tarihi geçmişi bulunan Buğday Hanı, 2007 yılında yapılan restorasyon çalışmalarının ardından tekrar eski işlevini kazanmıştır. Toplamda 360 metrekarelik kullanım alanına sahip olan tarihi Buğday Hanı, içerisinde hububat ticaretine imkan sağlayan 14 farklı iş

yerine ev sahipliği yaptığı görülmektedir. Tavanın mimarisi otantik havasını devam ettirmek amacıyla ahşap kullanılarak kaplanmıştır (Cengiz, 2008:38).

2.1.8.2.9. Tütün Hanı

Gaziantep şehir merkezinde yer alan hanın ilk sahibi Nur Ali Ağa Oğlu Hüseyin Ağa'dır. Tütün Hanı, 1790-1799 yılları arasında yapıldığı tahmin edilmektedir. Bu han, Osmanlı han mimarisinde iki katlı tek avlulu hanlar gurubu arasındadır. İç bölümünde sade bir süslemenin yanı sıra siyah ve beyaz taşın kullanıldığı temiz bir işçilik görülür. Orta kısmında kare şeklinde bir avlu ve bu avlunun etrafındaki odalardan oluşan iki katlı bir han yapısında inşa edilmiştir. Daha alt kısımlarında bulunan mağara içerisinde iç içe geçmiş beş ayrı bölümden şark odaları bulunmaktadır. Tütün Hanı 2006 yılında restore edilerek alışveriş merkezi ve modern bir yöresel ev yemekleri olarak hizmet vermeye devam etmektedir (Wikipedia, 2015).

2.1.8.2.10. Tuz Hanı

Tuz Hanı, Osmanlı han mimarisine benzer bir şekilde tek avlulu ve iki katlı olarak inşa edilmiştir. Yapım tarihinin Hicri 11. yüzyıla ait Antep Şer'i Mahkeme sicillerine ait olan kayıtlarda ve Gaziantep'e 1648 yılında gelen Evliya Çelebi'nin Seyahatname adlı eserinde ismi geçen Tuz Hanı'nın 16. yüzyılın sonlarına doğru inşa edildiği düşünülmektedir (Gaziantep İl Özel İdaresi, 2008:112).

2.1.8.2.11. Mecidiye Hanı

Hacı Osman Efendi vakfına ait olan Mecidiye Hanı, yolcular için konaklama imkânı sağlamak ve ticaret için elverişli bir mekân olma özelliği taşımaktaydı. Mecidiye Hanı, ismini çok bereketli ticaret olmasından ve ekonomiye çok iyi katkıda bulunmasından dolayı almıştır. Yapıldığı ilk yıllarda han olarak kullanılmış olsa da, Cumhuriyet döneminde buğday pazarı olarak hizmet vermiştir. Restore edilmemesinden dolayı günümüzde yıkılma tehlikesiyle karşı karşıyadır (Kaplan, 2011:81).

2.1.8.2.12. Elbeyli Hanı

Elbeyli Hanın, Osmanlı Devletinin yıkılış döneminde inşa edildiği düşünülmektedir. Fakat net bir tarih söylemek mümkün olmamaktadır. Yine Osmanlı mimarisine benzeyen mimari yapısıyla içerisinde odalar bölümü ve sabun üretmek

amacıyla imalathane bulunmaktadır. Gaziantep ilinde zeytinyağlı sabunların tanıtımı ve satışını gerçekleştirmiştir. Günümdede ise tekstil sektörüne hizmet vermektedir (Kaplan, 201:71).

2.1.8.2.13. Millet Hanı

1575 yılında Keçeciler Bedesteni olarak yaptırılmış olan Millet Hanı, 1868-1869 yılları arasında üst katının ilave dilmesiyle bugünkü görünümüne kavuşmuştur. Cumhuriyet Döneminden önce ‘Aziziye’ olarak yazılı kayıtlarda ismi geçen bu han, Atatürk’ün Gaziantep’i ziyareti sırasında Atatürk Hanı olarak değiştirilmek istenmiştir. Ancak Mustafa Kemal Atatürk’ün ‘Bu han benim değil, milletin hanı olsun’ sözlerinin ardından Millet Hanı olarak adlandırılmıştır. Millet Hanı, Gaziantep ekonomisine katkı sağlamayı sürdürmektedir (Cengiz, 2008:37).

2.1.8.2.14. Pir Sefa Hanı

Gaziantep Mevlevihane’sinin karşısında yer alan Pir Sefa Hanın kapısındaki kitabede, yapım tarihi olarak 1887 yılı yazmaktadır. Ancak han, bu tarihten önce 2 defa yanmıştır. İlk inşa tarihinin 400 yıl önce olduğu tahmin edilmektedir. Tarih boyunca, konaklama ve sabun imalathanesi gibi çeşitli amaçlar için kullanılan han, 2008 yılında restore edilerek Gaziantep turizmüne kazandırılmıştır. Günümdede turistik eşya satan dükkânlar, lokanta, kafeterya ve tatlıcı dükkânlarının yer aldığı bir turistik mekân olarak hizmet vermektedir (Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğu, 2015).

2.1.8.2.15. şire Hanı

1185 yılında inşası tamamlanan ve yapım aşaması 25 yıl süren şire Hanı diğer hanlardan ayıran birçok özelliği bulunmaktadır. Bunların içerisinde en farklı özelliği üç cephesinde bulunan anıtsal taç kapılarının olmasıdır. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından asli unsurları bozulmadan restore edilerek turizme kazandırılmıştır. Belediye caddesi üzerinde yer alan bu han, içerisinde bulunan dükkânlarda satılan yöreye özgü üzüm, pestil, sucuk, pekmez, bal, tereyağı, fıstık gibi ürünlerden dolayı ismini buradan almıştır (Cengiz, 2008:37).

2.1.8.2.16. Yeni Han

Yeni Han’ın inşasında siyah ve sarımtırak renkte küfeki kesme taşlar kullanılmıştır. Osmanlı han mimarisine uyum sağlayarak iki katlı ve tek avlulu tarihi

bir han özelliği taşımaktadır. Yazılı kaynaklara bakıldığında 1757-1785 yılları arasında inşa edildiği tahmin edilmektedir. Zemin katında depo olarak kullanılan bir bölümün yanı sıra ahır bölümü de mevcuttur. Üst katlarında ise konaklama imkânı sağlayan odalar bölümü bulunmaktadır (Gaziantep İl Özel İdaresi, 2008:110).

2.1.8.3. Tarihi Hamamlar

Tarihi hamamlarıyla adından sıkça bahsettiren Gaziantep, birçok farklı mimaride yapılmış tarihi hamamları günümüze kadar yaşatmıştır. Bu bölümde, Gaziantep ilinde bulunan önemli tarihi hamamlar yer almaktadır.

2.1.8.3.1. Keyvan Bey Hamamı

Yapıda herhangi bir kitabeyle rastlanılmayıp plan özelliğine bakıldığında yapının 17.yüzyılın ilk yarısında inşa edildiği sanılmaktadır. Keyvan Bey'in çok varlıklı biri olduğu ve bu hamamında inşasında önemli rolü olduğu düşünülmektedir. Çeşitli zamanlar içerisinde restore edilen hamamın inşaat plan özellikleri şu şekildedir; Soğukluk, ılıklik, sıcaklık ve külhandan oluşan bölümlerden meydana gelmektedir. Soğuk kısmının ilk inşasında kubbeyle örtülü olduğu tarihi kaynaklarda geçmektedir. Ancak mimarisi hakkında bilgilerin sınırlı kaldığı görülmektedir. Kişi mülkiyetine ait hamam 2000 yıllık kahvehane hizmeti verdiği düşünülmektedir. Sıcaklık kısmı ise hamam olarak kullanılmaktadır (Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2015).

2.1.8.3.2. Naib Hamamı

Gaziantep Kalesi'nin kuzey tarafında yer alan Naib Hamamı, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından, Avrupa Birliği'nden alınan hibe fonları ile restore edilerek 2007 yılı eylül ayında hizmete açılan tarihi hamamlardan biridir. 1640 yılında Hacı Mehmet oğlu Ramazan tarafından inşa edilmiştir. Tarihi hamam, Osmanlı hamam mimarisinin özgün havasını taşımakta olan bir mekândır. Bugün içerisinde birçok hizmeti bir arada sunan modern bir hizmet sunmaktadır (Cengiz, 2008:34).

2.1.8.3.3. Tutlu Hamamı

Tutlu Hamamın ne zaman inşa edildiğine dair yazılı bir kaynak bulunmamaktadır. Bahçesinde yetişen dut ağaçlarından dolayı ismini buradan aldığı düşünülmektedir. Gaziantep halkının en çok rağbet gösterdiği hamamlardan biriyken

hamamın büyük bir kısmı 1950'li yıllarda yeniden düzenlenerek iş yeri haline getirilmiştir. Bugün Tutlu Hamamı, hırdavatçı ticareti yapan bir iş yeri haline getirilmiştir. Geri kalan kısmı da depo olarak işlev görmektedir (Çam, 2006:511).

2.1.8.3.4. Şeyh Fetullah Hamamı

Hamam, Şeyh Fetullah Camii ile zaviyenin doğu cephesine yakın bir yerde bulunmakta ve 1559 yılında inşa edildiği düşünülmektedir. Hamam, camiinin ihata duvarının üzeri beşik tonozla örtülü bir geçitle bağlanmıştır. Şeyh Fetullah, camiinin güneyinde yer alan hazirenin içinde, camii mihrap çıkıntısının doğusunda üzeri açık bir mezarda yatmaktadır. Mezarın bulunduğu bu hazire, halk arasında Şıh Ocağı diye anılmaktadır. Şeyh Fetullah Hamamı ve mezarı Ermenilerce kutsal sayılmaktadır. Şeyh Fetullah'a Sürp Ağa adını vererek, yılın belli üç gününde kendilerine tahsis edilen hamama yıkanmaya geldiklerinde, türbesini de ziyaret ederlerdi. Bu ziyaret sırasında Müslümanlar gibi yanlarında getirdikleri mumları mezara bırakır ve kurban keserlerdi. Hastalık nedeniyle gelemeyenlere ise hamamın suyundan götürürlerdi (Topkaraoğlu, 1990:208).

2.1.8.3.5. Tabak Hamamı

Evliya Çelebinin Seyahatnamesi'nde ismi geçen Tabak Hamamı, 17. yüzyıldan önce inşa edildiği belirtilmektedir. İri kesme taş maddesinden haç biçiminde eyvanlı mimari tarzında ve tek hamam özelliği taşımaktadır. Hamamın ne zaman inşa edildiğine dair net bir bilgi bulunmamaktadır. Hamamın ortasında sekizgen köşeli bir havuz ve bunun üzerini kaplayan kubbe ile kaplıdır. Üç tarafında eyvanların yer aldığı ılıkılıkta, kubbe örtülü merkezi bir mekân bulunmaktadır. Tabak Hamamı bugün hala hamam işlevini sürdürmektedir (Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2015).

2.1.8.3.6. Eski Hamam

Eski Hamam, yöreye özgü tarzda inşa edilerek büyük kısmı yerin altında bulunmaktadır. 15. yüzyılda inşa edildiği tahmin edilmektedir. Kadın ve erkeklere ayrı ayrı hizmet verebilen tek çifte hamam özelliği taşımaktadır. Bugün hala çok sayıda kişi tarafından ziyaret edilmektedir ve hamam hizmetini sürdürmektedir (Çam, 2006:375).

2.1.8.3.7. Şehitler Hamamı

Hamamın yapım tarihi kesin olarak bilinmemekle beraber 19. yüzyılda yapıldığı düşünülmektedir. Ana mekâna eklerle genişletilmiş ve onarım geçirmiştir. Kare planlı olan soğukluk odası nişlerle genişletilmiş olup, ortasında sekizgen bir havuz yer almaktadır. Bu hamam ortasında aydınlık feneri bulunan kubbe ile örtülüdür. Bütün bölümleri günümüze ulaşan hamam çalışır durumdadır (Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2015).

2.1.8.4. Müzeler

Bu bölümde, kültür turizminin önemli bir unsurunu oluşturan Gaziantep ilinin önde gelen müzeleri yer almaktadır. Bu müzelerin detaylı bilgilerine yer verilmiştir.

2.1.8.4.1. Hasan Süzer Etnografya Müzesi

Müze binası, 19. yüzyılın başlarında kaya üzerine oyulmuş mahzen üzerine inşa edilmiş, kesme taş duvarları ve kiremitli kırma çatısı olan geleneksel bir Gaziantep evidir. 1985'de restorasyonu tamamlandıktan sonra "Hasan Süzer Etnografya Müzesi" olarak kullanılmak şartıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağışlandı. Gaziantep Müzesi'nde bulunan Etnografya bölümü bu binaya taşındı ve konak-müze olarak düzenlendi. Üç kattan oluşan binanın ikisi ana yola diğeri ara yola açılan üç giriş kapısı bulunmaktadır (Güney Doğu Anadolu Rehberi, 2007:170).

2.1.8.4.2. Gaziantep Mevlevihanesi Vakıf Müzesi

Gaziantep Mevlevihanesi Vakıf Müzesi, 1639 yılında Mustafa Ağa adında bir Türkmen Beyi tarafından cami ve Mevlevihane olarak inşa edilmiştir. 2007 yılında Gaziantep Mevlevihanesi Vakıf Müzesi olarak düzenlenerek hizmet vermeye başlamıştır. Güney Doğu Anadolu Bölgesinin ilk İslam eserleri müzesi olarak nitelendirilen bu müzede, mevlevilik kültür eserleri ve Türk vakıf hat sanatlarından örnekler yer almaktadır. Kesme taştan inşa edilen binada bir avlu yer almaktadır. Avluda biri üç, diğeri iki katlı selamlık yapılar bulunmaktadır. Birçok zengin birikimi içerisinde barındıran müze aynı zamanda mevlevihaneler arasında en eski yapılardan biridir (Cengiz, 2008:44).

2.1.8.4.3. Gaziantep Savaş Müzesi

Gaziantep Şahinbey Belediyesi tarafından yaptırılan 12 odalı, avlulu geleneksel bir Gaziantep evi daha sonra restore edilerek Savaş müzesine dönüştürülmüştür. Müzede, Kurtuluş Savaşında kullanılan malzemeler, 86 bilgi panosu ve müzenin zemin kısmında yer alan mağarada savunma ile ilgili bilgiler mankenlerle canlandırılarak anlatılmaktadır (Cengiz, 2008:46).

2.1.8.4.4. Arkeolojik Cam Eserler (Medusa Müzesi) Müzesi

Medusa Cam Eserler Müzesi, 15 yıllık bir birikimin sonucunda ortaya çıkan koleksiyonu daha geniş kitlelere sanat severlere, bilim adamlarına sunmak için hayata geçmiştir. Medusa Cam Eserler Müzesi, tarihe tanıklık eden Gaziantep Kalesi civarında eski bir Antep Evinin restore edilmesiyle kurulmuştur. Müzede yaklaşık 1500 eser bulunmaktadır. Bu eser grubunun %70'ini cam eserler %20'sini bronz ve pişmiş toprak eserler %10'unu ise Roma ve İslami döneme ait altın, bronz sikkeler ve altın takılar oluşturmaktadır. Müzenin bahçesinde yapılan cam ocağında cam eserlerin kopyaları üfleme tekniğiyle yapılarak ziyaretçilerin beğenilerine sunulmaktadır. Medusa Cam Eserler Müzesi, ülkemizin ilk özel cam eserler müzesi olması sebebiyle çok önemli bir müzedir (Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2015).

2.1.8.4.5. Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Panorama Müzesi

Gaziantep ilindeki tarihi kale sınırları içerisinde yer alan müze, kurtuluş savaşı sırasında şehrin savunmasında yaşanan kahramanlıkları anlatan eserlerle hizmet vermektedir. Gaziantep savunması, kronolojik olarak resimler, heykeller, rölyefeler ve maketler ile anlatılmaktadır. Ayrıca 2000'e yakın figürün sergilendiği müzede 16 monitör bulunmaktadır. Bu monitörler aracılığıyla ziyaret edenlere, müzeyi "İstiklal Sevgisinin Abidesi Gaziantep Savunması Belgeseli" eşliğinde gezme olanağı sunulmaktadır (Cengiz, 2008:45).

2.1.8.4.6. Bayaz Han Kent Müzesi

Bayaz Ahmet Efendi tarafından 1909 yılında yaptırılmış olan Bayaz Han'ın mülkiyeti 2005 yılında Gaziantep Büyükşehir Belediyesine geçmiş olup röleve, restitüsyon ve restorasyon projeleri hazırlanmış, Adana Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu tarafından da onaylanmıştır. Belediyenin yapmış olduğu görüşmeler

neticesinde TOKİ tarafından restorasyonu tamamlanmıştır. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından yenilenen Bayazhan Gaziantep Kent Müzesi sesli rehber sistemi ile anlatılmaktadır. Odalardaki plazmalarda oynayan filmlerin sesleri ve maketlerin bilgileri otomatik olarak kulaklıktan dinlenmekte olup, kiosklardan kent rehberine ulaşılmaktadır. Gaziantep'i her yönü ile anlatan ve çeşitli güzelliklerini tek mekânda seyrettirmeyi amaçlayan müze ziyaretçilerine Gaziantep hakkında çok geniş bilgi sunmaktadır (Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2015).

2.1.8.4.7. Emine Göğüş Mutfak Müzesi

Gaziantep Kalesinin güneyinde bulunan Göğüş Konağı tarihi dokunun içerisinde yer almaktadır. 1905 yılında inşa edildiği düşünülen konak, Kethüacade Göğüş İbrahim Efendi Konağı olarak adlandırılmaktaydı. Konağın “Emine Göğüş Mutfak Müzesi” olarak tanzim ve teşhir işleri yapıldı. Müzede Gaziantep'in geleneksel mutfak kültürü tanıtılmaktadır. Bu kapsamda mutfak malzemeleri olan kap-kacaklar özel vitrinlerde sergilenmektedir. Antep mutfak kültürünün önemli bir örneği olan yuvarlama yemeğinin yapılması, kış gecelerinde eskiden tandır başında bastık, sucuk, ceviz gibi yenilmesi ve içecek kültürünün tanıtılması amacıyla kahve-mırra pişirilmesi-içilmesi konuları Antep yöresine özgü kıyafetler giymiş mankenler yardımıyla canlandırılmaktadır. Gaziantep'te bulunan Türkiye'nin ilk Mutfak Müzesi, ziyaretçilerinin ilgisini en üst düzeyde çekmeye devam etmektedir (Kent Müzeleri, 2015).

2.1.8.4.8. Zeugma Mozaik Müzesi

Zeugma Mozaik Müzesi, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi ve Kültür ve Turizm Bakanlığı işbirliği sonucunda 2008 yılında yapımına başlanmış ve 2010 yılında tamamlanmasıyla birlikte büyük bir sergileme alanı elde edilmiştir. Müzenin tam kapasiteyle hizmete açılışı 9 Eylül 2011 tarihiyle gerçekleşmiştir. Gaziantep'te var olan bir fabrika arazisi üzerine inşa edilen müze binası, toplam alanı 30.000 metrekaredir. Müzenin oluşturulması esnasında mümkün oldukça Zeugma'ya ve yöreye ait ürünler kullanılarak sergi yapılması amaçlanmıştır. Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi bu özelliklerinden dolayı dünyanın en önemli müzeleri içerisinde önemli bir yeri bulunmakta ve her geçen zamanla dünyadaki birçok müze meraklısına ev sahipliği yapmayı sürdürmektedir. Dünya'nın en büyük mozaik

müzesi olma özelliğini taşıyan bu müzede ayrıca dünyaca ünlü "Çingene Kızı" mozaïği bulunmaktadır (Ersoy, 2014:971).

2.1.8.4.9. Gaziantep Arkeoloji Müzesi

Gaziantep Arkeoloji Müzesi 3500 metrekarelik teşhir alanına sahiptir. Zeugma kurtarma kazılarında bulunan 550 metrekarelik mozaik, 120 metrekarelik fresk ve heykeller sergilenirken, diğerk bölümlerde 1752 adet eser teşhir edilmektedir. Zeugma mozaiklerinin sergilendiğı müzede, 16 adet teşhir salonu bulunmaktadır. Yapılan kazılarda Poseidon ve Euphrates villalarının sütunlu avlusu, yemek odası, iç avlusu, mozaikleriyle, freskleriyle ve orijinal mimarisiyle birlikte sergilenmektedir. Bu bölümde savaş tanrısı Mars'ın heykeli de yer almaktadır. Ayrıca ülkenin en büyük mozaik ve fresk müzesi Gaziantep Arkeoloji Müzesi'dir (Gaziantep İl Özel İdaresi, 2008:110).

2.1.8.4.10. Yesemek Açık Hava Müzesi

Yesemek Açık hava Müzesi, Gaziantep'in İslâhiye ilçesine 23 km. uzaklıktaki Yesemek köyü yakınında bir tepenin güneydoğuyamacında yer alır. Bu geniş yamaç dolarit olarak bilinen gri ve mor tonlardaki bazalt kayalarla kaplıdır. İlk araştırma ve kazılar Alkım (1974) tarafından 1958-1961 yılları arasında yapılmış ve yaklaşık 200 kadar heykel ortaya çıkarılmıştır. Yesemek antik yakın doğuda bilinen en büyük heykel atölyesidir. Taş ocağı önce İmparatorluk döneminde ve daha sonra da Sam'al Krallığı bünyesinde Geç Hitit döneminde kullanılmaktaydı (Duru, 2004:147). Tepenin üst kesiminde kayaların çıkarıldığı taş ocağının izleri halen görülmektedir. Yesemek kaynaklı heykellerin yakın çevredeki birçok Hitit yerleşkesinde bulunması, burasının taş ocağı ve heykel atölyesi olarak kullanıldığını doğrulamaktadır. Son kazı çalışmaları ile ortaya çıkarılan heykel sayısı 300'ü geçmesine rağmen daha birçoğunun toprak altında olduğuna inanılmaktadır. Yakın zamanda kazı alanı Gaziantep Müzesi yönetimince bir açık hava müzesi olarak düzenlenmiştir (Temizsoy, 1991:89).

2.1.8.5. Tarihi Bedestenler

Bu bölümde, Gaziantep ilinde önemli iki tarihi bedesten yer almaktadır. Bu bedestenler; Kemikli Bedesten ve Zincirli Bedesten'dir.

2.1.8.5.1. Kemikli Bedesten

19. yüzyılda Müftü Hacı Osman Efendi tarafından yaptırılan bedestende 72 iş yeri mevcuttur. Kemikli Bedesten, iki bölümden oluşan dikdörtgenli ve kesme taştan yapılmış bir bedestendir. Temelini kazarken bulunan kemiklerden dolayı adına kemikli bedesten denildiği düşünülmektedir. Ancak asıl ismi Mecidiye Bedesteni'dir. Çatısı oval şekilde yapılmış olan bedestenin, doğu ve batı bölümlerinde ikişer giriş bulunmaktadır (Gaziantep İl Özel İdaresi, 2008:104).

2.1.8.5.2. Zincirli Bedesten

18. yüzyılın ilk çeyreğinde Hüseyin Paşa tarafından yaptırılan Zincirli Bedesten, halk arasında 'Kara Basamak Bedesteni' olarak bilinir. 80 iş yeri bulunan bu bedesten de et ticareti yapan iş yerleri bulunmaktadır. Beş kapısı bulunan bu bedestenin Güney kapısında ki yazılı kaynakları Kusuri'ye aittir. Biri kuzeyden güneye, diğeri doğudan batıya uzanan ve birbiri ile kesişen iki bölümden meydana gelmektedir. Üstü kapalı ve tek katlı bir yapıdır (Cengiz, 2008:34).

2.1.8.6. Tarihi Kasteller

Geçmişte halkın su ihtiyacını karşılayabilmek amacıyla kasteller inşa edilmiştir. Kasteller özellikle Antep mimarisıyla ön plana çıkmaktadır. Bu bölümde, Gaziantep ilinde yer alan tarihi kasteller yer almaktadır.

2.1.8.6.1. Pişirici Kasteli

Gaziantep'teki kastellerin hiçbirinde kitabe bulunmaması sebebiyle, yapım tarihlerini söylemek zor ve şüpheli olmaktadır. Gaziantep Halkevi Broşürü'nde çıkan bir yazılı kaynakta, en eski mescit olarak vasıflandırdığı Pişirici Mescidi (Kasteli) için Hicri 681 (1283) tarihini vermektedir. Pişirici Kasteli ve Mescidi, Gaziantep ilindeki tarihî yapılar içerisinde, günümüze ulaşan kastellerin en eskilerinden birisidir. Kastelin üst örtüsü yol seviyesinde olup, biri kuzeyden, diğeri doğudan olmak üzere, iki merdivenle inilmektedir. Kelime anlamı olarak "suyun taksim edildiği yer" anlamına gelmektedir (Çam, 1982:164).

2.1.8.6.2. Şeyh Fetullah Kasteli

1563 senesinde Abdülkerim'in oğlu Fetullah tarafından inşa edilmiş olan Şeyh Fetullah Hamamı ve camii külliyesinin bir parçasıdır. Kastele giriş merdivenler aracılığıyla olmaktadır ve Kastel Şeyh Fetullah Camiisinin içindedir. Buradaki suyun

Pişirici Kastel'inden geldiği düşünölmektedir. Kastelin inşa edilmekteki asıl amacı diğer kastelerde olduğu gibi insanların su ihtiyaçlarını gidermektir (Bozgeyik, 1994:117).

2.1.8.6.3. İhsan Bey Kasteli

Ertene oğlu Esenbek tarafından 14. yüzyılda inşa edildiği söylenmektedir. Paralel iki bölümlü enine dikdörtgen planlıdır. Kuzey bölümünde ve taçlı kapısında farklı renkli taşlarla kaplıdır. Şerefe üstü külâhsız, kubbeli ve ahşap saçaklıdır. Şerefe altı mukarnalarının taş işçiliği dikkat çekici özgün örneklerdendir. İhsan Bey Kasteli camiinin altında su ihtiyacını karşılamak amacıyla yapılmıştır. Kastel, abdest alınıp ibadetin yapıldığı insanların dinlenme ve susuzluklarını giderme yeri olarak kullanılmaktaydı. Kastele avlu kapısının hemen önünden kara taştan yapılmış 25 merdivenle inilir. Kastel kısmen kaya oyma, kısmen kesme taştır. Kare biçimli bir havuz, dinlenme sekileri ve özgün su kanalları vardır. 2006 yılında Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından restorasyonu yapılmıştır (Çam, 1982:166).

2.1.8.6.4. Ahmet Çelebi Kasteli

17. yüzyılda inşa edildiği düşünölen kastel, 1713 yılında Ahmet Çelebi Medresesi'nin ismi ile anılmaktadır. Kasteli değerli kılan mimari özellikleri değil, sanatsal niteliği olan ahşap işçiliğidir. Düzgün kesme taştan inşa edilen camiinin altında yer alan Ahmet Çelebi Kasteli, insanların su ve temizlik ihtiyaçlarını karşılayan önemli bir rolü bulunmaktaydı. Kastele kısmen kesme taş ve kısmen kaya oyma merdivenlerle inilir. Kastel içerisinde küçük bir havuz vardır. Ayrıca bir havalandırma bacası bulunmaktadır (Eloğlu, 2014:903).

2.1.8.6.5. Kadı Kasteli

Kadı Kasteli, 1710 yılında yapıldığı sanılmaktadır. İsmi hakkında kesin bir bilgi olmamasına rağmen zamanın kadılarından biri tarafından yapıldığı bilinmektedir. Kastel, Buğday Pazarı ve Elmacı Pazarı arasındaki meydanda olup, 2004 yılında restore edilerek halkın hizmetine açılmıştır (Çam, 1982:165).

2.1.9. Gaziantep İlinin Kültür Turizmi Potansiyeli

İnsan ırkının göçebe yaşam tarzını bırakarak yerleşik hayata geçmesiyle birlikte şehirlerin önemi artmış ve doğal kaynaklara sahip bölgeler değer kazanmıştır. Bu özelliklere sahip olan ve Tarihi İpek Yolu üzerinde bulunan Gaziantep, Anadolu

ve Arap yarımadası için önemli bir stratejik noktada bulunmaktadır (Yüksel, 2007:9). Tarihte olduğu gibi bugün de Gaziantep, stratejik konum önemini sürdürmektedir. Gaziantep ili Türkiye'nin en gelişmiş 8. büyük kentidir. Ayrıca bulunduğu Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin en gelişmiş kenti olma özelliğini de taşımaktadır. Gaziantep; demografik yapısı, istihdama katkısı, eğitim düzeyi, sağlık hizmetleri, alt yapı olanaklarının değişkenleri gibi sosyal değişkenler ile hesaplanan şehirlerin sosyo-ekonomik refah sıralamasında kendisine ait endeks oranıyla, Güneydoğu şehirler arasında Türkiye ortalamasını geçen tek şehirdir (Eren vd., 2012:371).

Ekonomik göstergelerinin olumlu olmasının nedenini Gaziantep'in gelişen sanayisini örnek göstermek mümkündür. Son 20 yıldır yapılan yatırımların desteğiyle bölgesinin en büyük sanayi gücünü Gaziantep oluşturmaktadır (Geniş, 2009:24).

Bu olumlu özelliklerinin yanı sıra Gaziantep, geniş sosyal ve kültürel avantajlara sahiptir. Gaziantep, bulunduğu coğrafi konum sebebiyle çağlar boyunca birçok medeniyetin etkisine maruz kalmış bir yerleşim alanıdır. İlk çağdan beri yaşam izlerine sahip olan Gaziantep, medeniyetlerin kültürleriyle zenginleşmiş ve gelişimini zaman içerisinde sürdürmüştür (Kanalıcı, 2012:25).

Gaziantep, yöresine özgü kültürü, tarihi yapıları, el sanatları, gastronomisi ve turistik arzıyla bir turizm destinasyonu özelliği taşıdığını kanıtlamaktadır.

Gaziantep'te 62 adet otel, 90 adet seyahat acentası ve 12 adet birinci sınıf lokanta ve 1 tane eğlence tesisi bulunmaktadır. Ancak daha fazla geliştirilmesi açısından 2023 stratejisi hedefleri oluşturulmuştur. Kültürel gelişim bölgeleri, koridorları, turizm şehirleri gibi kavramlar tanımlayarak Gaziantep ilinin kültür turizminin yanı sıra golf turizmi, sağlık turizmi, gençlik turizmi, eko-turizm, yamaç paraşütü, dağ yürüyüşü, su sporları, kanoculuk, kuş gözleme, kongre turizmi ve büyük çaplı kültür-inanç turizmi alanlarında geliştirme hedefleri belirlemektedir (Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2015). Bu hedefler Gaziantep açısından yapılabilecek hedefler olarak görülmektedir. Nitekim Gaziantep zengin turistik değerlere sahip bir destinasyondur.

Gaziantep turizminin gelişimini aşağıda ki tablo en iyi şekilde özetlemektedir.

Tablo 10: Gaziantep'e Gelen Yerli ve Yabancı Turist Sayıları (Gaziantep Turizm İstatistikleri, 2015).

Sınır Kapılarından Kara, Hava ve Demiryolu İle Giriş Yapan Turist Sayısı			
Yıllar	Yerli Turist Sayısı	Yabancı Turist Sayısı	Toplam
2004	56.941	40.816	97.757
2014	149.310	70.189	219.499

Tablo 10'a göre, 2004 yılında Gaziantep iline gelen yerli ve yabancı turist sayısı 97.575 iken bu sayı 2014 yılında 219.499 kişiye çıkmıştır. Yerli ve yabancı turist sayılarındaki ciddi artış Gaziantep ilinin turizm kapsamında geliştiğini göstermektedir.

Gaziantep'e gelen turist artışları göz önüne alındığında, turizm yatırımlarının önemli bir rolü olduğunu söylemek mümkündür. Ancak sadece turizm yatırımıyla sürdürülebilir bir başarı elde etmek mümkün değildir. Bu yüzden turistik bölgenin farklı turizm çekiciliklerine ihtiyaç duyulmaktadır. Gaziantep bu noktada sahip olduğu özgün kültürü, zengin mutfağı ve yöreye ait sanatsal el işlerinin yanı sıra tarihi geçmişi ile kültür turizmi açısından güçlü potansiyele sahip bir turizm bölgesidir (Eren vd., 2012:372).

Bir bölgenin yerel kültürünü oluşturan kaynakların başında da yöresel el sanatları gelmektedir. El sanatları, Türk Dil Kurumuna göre "El tezgâhlarında bir yardımcı araç kullanılarak yapılan işlerin hepsi" şeklinde tanımlanmaktadır. Kadınlarının giyim-kuşamı, evlerinin mimari yapısı, düğünleri, günlük yaşam tarzı ve el sanatı uğraşları ile kendine özgü gelenek ve göreneklere sahip olan Gaziantep, yöreye gelen ziyaretçilerin beklentilerine cevap verebilecek potansiyele sahiptir (Etikan ve Çukur, 2011:2).

Türkiye'de en çok tercih edilen madenlerden biri bakırdır. Gaziantep'te bulunan bakır işlemeli el sanatının tarihi insanlığın tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. Gaziantep şehrinde üretilen ve şehrin imajına önemli katkıları bulunan bakır ürünler, Mutfak Ürünleri, Banyo Ürünleri ve Dekoratif Ürünler olarak üç gruba ayrılarak incelenmektedir (Kaya, 2010:73).

Toplumların yaşamlarında temel ihtiyaçlarının karşılanmasının yanı sıra birçok sosyal veya psikolojik gereksinimleri gidermesinde etkin rolü oynayan yemek kültürüdür. Diğer bir deyişle, toplantılarda, eğlence aktivitelerinde, sosyalleşme

boyutunda, özel günlerin kutlanmasında ve farklı kültürlerin lezzetlerini tecrübe etmek açısından oldukça önemlidir (Mitchell ve Hall, 2003:67). Bu yüzden yemek kültürü, toplumlar için bir kültürü ifade etmenin yanı sıra kişiler açısından da sanat ve estetiğin birleştiği bir bütünlük arz etmektedir (Deveci vd., 2013:33).

Yemek kültürü, turizm içerisindeki boyutu göz ardı edilemeyecek kadar önemlidir. Günümüzde bu kültür, gastronomi adı altında gelişim göstermektedir. TÜRSAB 2014 yılı Gastronomi Turizmi Raporu'nda dünyada turistlerin %88,2'si 'Destinasyon seçerken yemek çok önemli' dedikleri ortaya konulmuştur. 2014 yılı içerisinde Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından şehrin yeme içme kültürünün UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Miras programına girmesi için başvuru yapmasıyla birlikte Gaziantep, "Dünya, Yiyecek ve İçecek Turizmi 2019" yılına da aday olmuştur (Gastronomi Turizm Raporu, 2014).

Gaziantep tüm bunların yanı sıra Halk oyunları, festivalleri, yöresel düğün gelenekleri ve pek çok kendisine özgü kültürel değerleriyle kültür turizm potansiyeli açısından bölgesinde önemli ve zengin bir destinasyondur.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. MATERYAL VE YÖNTEM

Alternatif turizm çeşitleri içerisinde önemli bir yeri bulunan kültür turizmi kapsamında, Gaziantep'e yönelik düzenlenen kültür turlarının seyahat acentaları çalışanları tarafından değerlendirilmesini ortaya koyan bu araştırma, kültür turizminin gelişiminin yanı sıra bölgenin ekonomik ve sosyal gelişimine de katkı sağlayacaktır. Araştırmanın bu safhasında, yürütülen yöntem hakkında detaylı bilgilere yer verilmiştir. İlk olarak araştırmanın problemi belirlenmeye çalışılmıştır. Daha sonra araştırmanın amacı ve önemi ortaya koyulmaktadır. Son olarak ise araştırmanın evreni ve örneklemini ile araştırmanın modeli ve verilerin toplanması başlıklar halinde ifade edilmeye çalışılmıştır.

3.1. Araştırmanın Problemi

Turizm genel olarak sürekli ikamet edilen yerin dışında tüketime yönelik olarak tatil, dinlenme ve eğlenme gibi ihtiyaçların giderilmesi için yapılan seyahat ve sürekli olmayan konaklama hareketleridir (Bayer, 1992:3). Turizmin ortaya çıkış süreci belirli grupların veya kişilerin katılımıyla başlamış olsa da turizm hareketinin kitlesel boyuta ulaşması 19. yüzyılın sonlarına kadar tam olarak sağlanamamıştır. Bu dönemden önce turizm, üst sosyal sınıfların katılımıyla varlığını sürdüren bir yapıya sahipti. Bu dönemde bireysel ya da belirli bir gruba yönelik basit şekilde hizmet üreten turizm ürünleri mevcuttur (Kozak, 2007:26). Endüstri devriminin başlamasıyla turizm faaliyetleri dünyada artmaya başlamıştır. Ayrıca turizmin sağladığı ekonomik katkılar, istihdam üzerindeki olumlu etkisi ve kültürler arası yakınlığının olumlu yönde artırması hizmetler sektörü içerisinde önemli bir yere sahip olduğunu kanıtlamaktadır (Şenel, 2001:66). Olumlu gelişmelerin yanı sıra

turizme katılan kişi veya grupların ekonomik yönden bütçelerini artırması, boş zamanlarının çoğalması, merak duygularının tetiklenmesi ve ulaşım konusunda büyük teknolojik yeniliklerle kıtalar ve bölgeler arası mesafenin azalması turizmi daha yaygın bir hale getirmiştir.

Turizmin dünya genelinde anlaşılması ve araştırmalara konu olmasıyla uluslararası turizm hareketleri hızla artmaya başladı. Bu hızı artıran en büyük unsur şüphesiz ulaşımın gelişmesi ve ülkelerin birbirleri arasında geçişi sağlamada kolaylıklar sağlamasıdır (Wong ve Wang, 2009:252). Bu kolaylıklar kitlelerin turizm hareketlerine katılımını artırmıştır. Kitle turizmi, turizm hareketlerinin belirli bir zaman diliminde ve belirli bir mekânda yoğunlaşması sonucunda turizm ürününe yönelik kitlesel üretim ve tüketim faaliyetlerinin oluşturduğu bir turizm türüdür (Dinçer, 1993:181). Kitle turizmi, modern zamanın en çok kullanılan turizm hareketi olmasının yanı sıra planlı işleyişi ve oluşturduğu olumlu etkiyle birçok ülkenin dikkatini çekmektedir (Poirier, 1995:269). Ancak kitle turizm faaliyetlerinin deniz, kum ve güneş turizmi olarak bilinen turizm hareketinde sınırlı kalması turizm olayına olumsuz etki oluşturmuştur. Bu nedenle turizm destinasyonları belirli tarihler arasında sıkışmış ve turizm istenilen seviyede gelişmemiştir (John, 1996:1). Bu yüzden gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler sıkışan turizm hareketlerini genişletmek ve turizm olayını daha geniş alanlara yaymak amacıyla alternatif turizm hareketlerine yönelmişlerdir.

Alternatif turizm; “sosyal ve ekolojik uyuma, yerel ve yabancı girişimcilerin işbirliğine ve gelişmede yerli malzeme kullanılmasına öncelik verme amacını güden bir turizm çeşididir” şeklinde tanımlanmaktadır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008:8). Alternatif turizm kavramının ortaya çıkmasını sağlayan temel etkenler ise, turizmin gittikçe artan olumsuz çevresel etkilerinin fark edilmeye başlanması, yeni turistik aktiviteler arayan turist sayısındaki artış, ekonomik ve çevresel etkenlerin giderek önem kazanması ve turizm pazarındaki genel eğilimlerin alternatif turizm çeşidine doğru kayması olarak sıralanabilir (Yıldız ve Kalağan, 2009:43). Özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinde kitle turizminden kaynaklanan çevresel ve sosyal bozulmalara karşı doğaya, kültüre, tarihi eserlere zarar vermeden bu değerleri de turistik faaliyetlere katma düşüncesiyle birçok alternatif turistik ürün ortaya çıkmaya başlamıştır.

Alternatif turizm türlerinden biri olan kültür turizmi, son zamanlarda sıklıkla bahsedilmesinin yanı sıra en popüler alternatif turizm çeşitlerinden birisidir

(Üsküdar, 2012:47). Kültür turizmi, geçmiş kültürleri ve yeni kültürleri tanıma temeline dayanan, insanların kendi kültürlerine ve diğer grupların kültürlerine açık olan yanlarıyla ilgili turizm faaliyetidir. Özellikle kırsal yerleşim yerlerine gidip yöresel yemekleri tatmak ve folklorik özellikleri tanımak amacıyla seyahatler yapılmaktadır (Batman ve Oğuz, 2008:191). Kültür turizmi hakkında birçok tanım bulunmasına karşın kesin bir tanımlama yapılamamaktadır (Jafari, 1992:576). Ancak araştırmacıların ortak olduğu nokta kültür turizminin ülkesel veya bölgesel bazda ekonomik büyümeye paralel bir şekilde geliştiğidir (Walle, 1995:874). Kültür turizmi ve diğer alternatif turizm çeşitlerini bir turizm faaliyeti haline getiren en önemli husus seyahat acentalarının oluşturduğu paket turlardır. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununun 6/C hükmüne göre, paket tur: Ulaştırma, konaklama, yeme-içme, animasyon, günübirlik geziler gibi aktiviteleri belirli bir plan dâhilinde içine alan ve belirli bir satış fiyatından tüketicilere sunan kapsamlı seyahatlere denir. Paket turları gerçekleştirenleri çeşitli şekillerde sınıflandırmak mümkündür (Tepelus, 2005:102):

- Kitle turizmi tur operatörleri.
- Uzmanlaşmış tur operatörleri.
- Yurt içi tur düzenleyen tur operatörleri.
- Dışarıdan getirici(karşılıklı) tur operatörleri şeklinde sıralanabilir.

Bu paket turlarını düzenleyen kuruluşlar ve işletmeler, 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanununun 4'üncü ve 10'uncu maddeleri hükmüne göre gerekli koşulu sağlayan seyahat acentalarıdır. Seyahat acentası: Kâr amacı ile turistlere turizm ile ilgili bilgiler vermeye, paket turları ve turları oluşturmaya, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence hizmetlerini görmeye yetkili olan, oluşturduğu ürünü kendi veya diğer seyahat acentaları vasıtası ile pazarlayabilen ticarî kuruluştur (TURSAB, 2015). Bu nedenle kültür turlarının düzenlenmesinde rol alan seyahat acentaları bu turizm çeşidinin oluşmasında ve gelişiminde önem taşımaktadır. Kültür turizm talebini ortaya çıkaran unsurlar ise şöyle sıralanabilir (İçöz, 2003:3).

- Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerinin nüfusunun artması.
- Endüstrileşmiş ülkelerde refah düzeyinin yükselmesi.
- Ulaşım araçlarının gelişmesi ile birlikte hız, konfor ve ucuzluğun sağlanması.
- Doğayı arama ve doğayla iç içe olma isteği.
- Yoğun reklam ve promosyonların yapılması.

- Otellerin yanı sıra ucuz kampların, tatil köylerinin, pansiyonların konaklama sektöründe yerlerini almaları.
- Çalışma şartlarının ve saatlerinin yoğunlaşması ile tatile yoğun bir gereksinim duyulması.
- Merak duygusunun artmasıyla kültürel değeri olan turistik ürünlere yönelim.
- Teknolojinin gelişimiyle yeni turistik yerlerin keşfi.

Tüm bu nedenlerle birlikte kültür turizmi turlarının doğru bir şekilde hayata geçirilmesi ve uygulamaların başarılı olabilmesi için üst düzeyde bu hareketliliği kontrol edebilecek ve yerine getirebilecek organizasyonlara ihtiyaç duyulacaktır. Bu noktada seyahat acentaları gerekli bileşenleri bir araya getirerek sorumluluk üstlenmektedir. Kültür turizmi turlarına olan ilgi gün geçtikçe artmaktadır. Ancak küreselleşen dünyada artan rekabet seyahat acentalarını olumsuz etkilemektedir. Ekonomik kazancın artırılması amacıyla hizmet standartlarında bazı önemli hususları kültür turlarında göz ardı edilebilmektedir. Bu gibi durumlar kültür turlarına katılan turistlerin memnuniyet düzeylerini düşürmekte ve ülke imajını olumsuz etkilemektedir (Prentice, 2004:128). Seyahat acentalarının etkin bir organizasyon oluşturması halinde ortaya koyduğu olumlu etkilerden bazıları şunlardır;

- Gelen turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etmesi.
- Ağızdan ağıza pazarlamayla talebin artması.
- Yüksek memnuniyetle birlikte kültüre olan saygının artması.
- Ülkenin başka kültürel değere sahip alanlarına ilgi duyulması.
- Yerel halka karşı daha samimi davranışlara sebep olması.
- Daha fazla para harcama eğilimine yol açmasına katkı sağlamasıdır.

Kültür turizmine yönelik yapılan kültür turlarının seyahat acentaları tarafından değerlendirilmesi konusunda yapılan literatür araştırmasında bu konuya yönelik yapılan araştırmaların çok fazla olmadığı saptanmıştır. Araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalarda kültür turizminin farklı boyutları değişik şekillerde incelenmesine rağmen seyahat acentası çalışanları tarafından değerlendirilmesi yeterince çalışılmamıştır. Benzer şekilde Gaziantep ilinde düzenlenen kültür turlarının değerlendirilmesine yönelik de herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

3.2. Araştırmanın Amacı

Günümüzde yaşam standartlarının artması, eğitim düzeyinin üst noktalara ulaşması ve merak duygusunun gelişmesiyle beraber insanlar farklı turizm çeşitlerine yönelmektedir. Kitle turizminin artık değişim arayan turistleri tatmin etmemesi nedeniyle turistler alternatif turizm çeşitlerine yönelmişlerdir. Bu değişimle birlikte alternatif turizm çeşitliliği artmıştır. Bu çeşitler içerisinde öne çıkan kültür turizmi, tarihi mekânları, inanç merkezleri, geleneksel aktiviteler ve destinasyona özgü diğer çekicilikleri bir araya getirmesi nedeniyle turistler için popüler bir hale gelmiştir. Dünyanın birçok alanında geleneksel ve kültürel turizm faaliyetleri inşa edilmekte veya yeniden restore edilerek turizme kazandırılmaktadır. Ayrıca bugün geleneksel giysiler, yemekler ve sanat aktiviteleri sadece gelen turistlerin sıklıkla karşılaşmasının yanı sıra küresel boyutta tanıtıma, çekiciliğe ve potansiyel turistlerin merak duygularının artmasına neden olmaktadır (MacCannell, 1992:1). Bu tarzda yapılan seyahatlerin artış göstermesi, dünya üzerinde farklı alanlarda kültür turlarının düzenlenmesini sağlamıştır. Önceleri büyük ve marka şehirlerde bu turlar düzenlense de zamanla daha yerel ve daha geniş bölgelerde yapılmaya başlanmıştır. Her turistik bölge farklı çekicilik unsurlarını kullanarak, dünyanın değişik bölgelerinde kültür turlarının düzenlenmesini sağlamıştır. Gaziantep ili tarihi geçmişi, kültürel varlıkları ve turistik ürün çeşitlilikleriyle önemli destinasyonlardan biri olma yolunda ilerlemektedir.

Bu çalışmanın temel amacı yüksek derecede kültür turizm potansiyeline sahip Gaziantep iline yönelik düzenlen kültür turlarının seyahat acenta çalışanları tarafından değerlendirilmesidir. Bununla beraber çalışmanın diğer amaçları da şunlardır;

- Gaziantep ilinde mevcut seyahat acentalarının faaliyet alanlarının belirlenmesi.
- Gaziantep ilinde mevcut seyahat acentalarının kültür turlarını düzenlemedeki amaçlarının ortaya konulması.
- Gaziantep ilinde mevcut seyahat acentalarının kültür turları kapsamında hedeflediği ülkeler ve yurt içi bölgelerinin belirlenmesinin yanı sıra en çok ziyaretçi olarak gelen yerli ve yabancı turistlerin belirlenmesi.
- Gaziantep ilinde mevcut seyahat acentalarının kültür turizmi konusunda yeterli düzeyde donanıma sahip rehber bulmakta zorlanıp zorlanmadıklarının belirlenmesi.

- Kültür turizmine katılan turistlerin kültür turizmini tercih etme nedenlerinin ortaya konulması.
- Kültür turizmine katılan turistlerin yaş guruplarının ve Şikâyet ettikleri konuların belirlenmesi.
- Gaziantep ilinde mevcut seyahat acentalarının kültür turları düzenlememe nedenlerinin belirlenmesi.
- Gaziantep ilinde kültür turları düzenlemeyen mevcut seyahat acentalarının, gelecekte kültür turları düzenleyip d zenlemeyeceklerinin belirlenmesidir.

3.3. Araştırmanın  nemi

Dünya ekonomisini oluşturan bileşenlere baktığımızda 2014 yılı itibariyle turizm gelirleri, tüm dünyada ki gelirlerinin yaklaşık %10'unu oluşturmaktadır. Buna ilaveten her on bir istihdamdan birini oluşturmasının yanı sıra 1.4 trilyon Amerikan dolar büyüklüğünde pazara sahip bir ekonomik g c olmaktadır (UNWTO, Tourism Highlights, 2014 edition). Bu genel turizm yapısının içerisinde birçok turizm türü ve dolaylı bağlantılar vardır. Kitle turizmin zararlı etkenlerinin fark edilmesi sonucu bazı kararlar alındı. Bu kararlar kitle turizm zararlarının azaltılmasının yanı sıra turizmin mevsimsellik problemin ortadan kaldırılmasına ve birçok bölgenin turizm hareketlerine dâhil edilerek turistik bölgelerde refah düzeylerinin artmasına imkân sağlamaktır. Alternatif turizm eşitleri içerisinde en yüksek talep oranına sahip olan ve alternatif turizme yönelimdeki amaçların içerisinde en popüler olan, kültür turizmidir (Tourism Report, 2014). Turizmin olumlu gelişimini ve sürekliliğini kaybetmemesi için konaklama işletmeleri, seyahat acentaları, yiyecek içecek işletmeleri ve diğer hizmet türlerinin bir araya getirilerek verimli bir Şekilde alışması gerekmektedir (Emir, 2010:1245). Seyahat acentalarının gerek ulaşım gerekse konaklama ve diğer hizmetleri sağlaması nedeniyle önemli bir rolü vardır. Bu araştırma da ulaşılacak bilgilerle seyahat acentalarının kültür turlarını organize etmesinin yanı sıra konaklama, yeme içme, ulaşım ve profesyonel tur rehberlerinin doğru bir Şekilde organize edilmesiyle kültür turu oluşturduğu bilinmektedir (Emir, 2011:4240).

Bu alışma düzenlenen kültür turları hakkında bilgi eksikliğinin bir ölçüde giderilmesi, alternatif turizm çeşitlerinden biri olan kültür turizminin geliştirilmesi, kültür turlarının nerelere düzenlendiğinin belirlenmesi, Gaziantep ilinin kültür

turizmi kapsamında bazı faktörlerle analiz edilmesi ve kültür turlarının düzenlenmeme nedenlerini araştırması yönüyle ayrı bir önem taşımaktadır.

Yapılan incelemelerde Gaziantep'te faaliyet gösteren seyahat acentalarının kültür turlarını değerlendiren herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle bu çalışmanın sonuçları Gaziantep ilinde gelecekte düzenlenecek kültür turları açısından önem taşımaktadır.

3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Evren, araştırma sonuçlarının genellemek istediği elemanlar bütünüdür. Her araştırmanın kendine özgü evreni, belli özelliklere belli değişkenlere göre sınıflandırılıp tanımlanır. Evrenin sınıflandırılması ve tanımlanması araştırmacının amacı doğrultusunda ve onun isteğiyle olmaktadır (Karasar, 2012:110). Bu araştırmanın evrenini Gaziantep'te mevcut faaliyetini sürdüren 90 adet A grubu seyahat acentasının çalışanları oluşturmaktadır. Evrene ulaşmanın maliyet, kontrol ve teknik bakımından zor olması örneklem çalışmalarını gerektirmektedir. Örneklem belli bir evrenden, belli kurallara göre seçilmiş ve seçildiği evreni temsil yeterliği kabul edilen küçük kümedir (Karasar, 2012:111). Araştırmalar çoğunlukla örneklem kümeler üzerinde yapılır ve alınan sonuçlar ilgili evrene genellenebilir (Balcı, 2011:87).

Seyahat acentaları organizasyon kapasitelerine göre değişik şekillerde sınıflandırılmaktadır. Seyahat acentalarının farklı büyüklükteki durumları değerlendirildiğinde kesin çizgileri belirlemek oldukça zor bir durumdur. Acentalarda çalışanların pozisyonları hiyerarşik sıralamada acenta sahibi, genel müdür, operasyon müdürü, satış müdürü, enformasyon memuru ve bilet satış elemanı olarak sıralanmaktadır. Genel olarak A grubu acentalarda çalışan personel sayısının yapılan hesaplamalara göre en az 3 kişi olması gerektiği belirlenmiştir. Bu nedenle bu araştırma kapsamında 270 kişi üzerinde anket uygulanması amaçlanmıştır. Araştırmada tam sayım yapılması hedeflenmiştir. Bu nedenle ön saha araştırmaları yapılmıştır. Yapılan ön saha araştırmasında 12 adet seyahat acentasına iş değişikliği durumundan dolayı ulaşılamamıştır. Dolayısıyla araştırma evreni 78x3:234 kişi olarak belirlenmiştir. Yapılan anket çalışması sonucunda 190 acenta çalışanına ulaşılmıştır. Araştırmanın evreni ve çalışmanın örnekleme göz önüne alındığında, böyle bir çalışmanın kabul edilebilir bir örneklem büyüklüğüne sahip olduğu görülmüştür (Altunışık vd., 2007:127).

3.5. Araştırmanın Modeli ve Verilerin Toplanması

Gaziantep'e yönelik düzenlenen kültür turlarının seyahat acentalarının çalışanları tarafından değerlendirilmesi amacıyla yapılan bu çalışmada kullanılacak olan anket formu, benzer konudaki çeşitli çalışmalardan elde edilen anketlerin derlenmesinden oluşturmuştur. Ankette yer alan sorular daha önce Aksoy (1998), Usta (2005) ve Avcı (2012) tarafından yüksek lisans çalışmalarında kullanılmıştır. Birtakım düzeltmelerle birlikte ankete son şekli verilmiştir. Uygulanan anket formu beş bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde, katılımcıların demografik özelliklerini belirleyen 5 soru yer almaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde, seyahat acentaların faaliyet türleri ve Gaziantep'e yönelik kültür turizmi düzenleyip düzenlemedikleri ile ilgili 3 soru yer almaktadır. Anket formunun üçüncü bölümünde, Gaziantep'e yönelik kültür turizmi düzenleyen seyahat acentalarının tur programlarına ilişkin 6 soru yer almaktadır. Anket formunun dördüncü bölümünde, kültür turizmine katılan turistlerin profilini ortaya koyan, kültür turu esnasında karşılaştıkları şikâyet ve değerlendirmelerini belirlemeye çalışan 10 soru yer almaktadır. Anket formunun beşinci bölümünde ise Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenlemeyen acentaların kültür turları düzenlememe nedenlerini ve konuya gelecekteki bakış açılarını ortaya koyan 3 soru yer almaktadır.

Anket formu seyahat acentalarının tur operasyonlarında çalışan personele uygulanmıştır. Anket uygulaması tamamlandıktan sonra, anket formunda yer alan sorular kodlanarak veri seti oluşturulmuş ve SPSS 22.0 programı ile analiz edilmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. BULGULAR

Araştırma kapsamında elde edilen bulguların analizine bu bölümde yer verilmektedir. Bulgular kısmı 5 başlık altında incelenmektedir. Birinci başlıkta, araştırmaya katılan seyahat acentası çalışanlarının demografik bilgileri yer almaktadır. İkinci başlıkta, seyahat acentalarının faaliyet türleri ve Gaziantep'e yönelik kültür turizmi düzenleyip düzenlemedikleri ile düzenlen kültür turlarının sıklık düzeyleriyle ilgili cevaplar yer almaktadır. Üçüncü başlıkta, Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentalarının tur programlarına ilişkin bilgiler yer almaktadır. Dördüncü başlıkta, kültür turizmine katılan turistlerin profilini ortaya koyan bilgiler ve acentaların kültür turlarını çeşitli açılardan değerlendirmeleri yer almaktadır. Son başlıkta ise Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenlemeyen acentaların kültür turları düzenlememe nedenlerini ve konuya gelecekteki bakış açılarını ortaya koyan bilgiler yer almaktadır.

4.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde araştırmaya katılan seyahat acentası çalışanlarının demografik özelliklerine yönelik analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Araştırmaya katılım sağlayan seyahat acentası çalışanlarının; yaş, cinsiyet, eğitim, mesleki turizm eğitimi alıp almadığı ve turizm sektör tecrübesinin ne kadar olduğunu belirlemeye yönelik 5 soru yer almaktadır. Elde edilen bulgular aşağıda Tablo 11 'te gösterilmiştir.

Tablo 11: Ankete Katılanların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Demografik Özellikler	Demografik Özelliklerin Bölümlendirilmesi	f	%
Cinsiyet	Erkek	100	52,6
	Kadın	90	47,4
	TOPLAM	190	100,0
Yaş	18-29	67	35,3
	30-41	81	42,6
	42-53	25	13,2
	54-ve üzeri	17	8,9
	TOPLAM	190	100,0
Eğitim seviyesi	İlköğretim	12	6,3
	Ortaöğretim	71	37,4
	Önlisans	60	31,6
	Lisans	46	24,2
	Lisansüstü	1	0,5
	TOPLAM	190	100,0
Mesleki turizm eğitimi	Evet	65	34,2
	Hayır	125	65,8
	TOPLAM	190	100,0
Turizm Sektöründe Çalışma Tecrübesi	1 yıldan az	45	23,7
	1-3 yıl	59	31,1
	4-6 yıl	54	28,4
	7-9 yıl	19	10,0
	10 yıl-üzeri	13	6,8
	TOPLAM	190	100,0

Katılımcıların %52,6'sını erkekler, %47,4'ünü ise kadınlar oluşturmaktadır.

Katılımcıların %42,6'sı 30-41yaş, %35,3'ü 18-29 yaş, %13,2'si 42-53 yaş, %8,9'u ise 54 ve üzeri yaştadır.

Katılımcıların %37,4'ünün eğitimi ortaöğretim düzeyindedir, %31,6'sının eğitimi ön lisans düzeyinde, %24,2'sinin eğitimi lisans düzeyindedir. Eğitimi ilköğretim ve yüksek lisans düzeyinde olan katılımcıların oranı ise %6,8'dir.

Katılımcıların %65,8'i turizm ile ilgili eğitim almamış, %34,2'si ise turizm ile ilgili eğitim almıştır.

Katılımcıların %31,1'i 1-3 yıldır, %28,4'ü 4-6 yıldır, %23,7'si 1 yıldan azdır, %10'unu 7-9 yıldır, %6,8'i ise 10 yıldan fazla turizm sektöründe çalışanlar tarafından oluşmaktadır.

4.2. Seyahat Acentalarının Faaliyet Türleri, Kültür Turları Düzenleyip Düzenlemedikleri ve Düzenlenen Kültür Turlarının Sıklık Düzeylerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu safhasında, acentaların faaliyet türleri, kültür turları düzenleyip düzenlemedikleri ve düzenlenen kültür turlarının sıklık düzeylerine ilişkin analizler yer almaktadır. Elde edilen bulgular aşağıda Tablo 12,13 ve 14'te gösterilmiştir.

Tablo 12: Seyahat Acentalarının Faaliyet Alanına Göre Dağılım Sonuçları

Faaliyetlerinizde hangi turizm çeşidine ağırlık vermektedir?			
1. Öncelik		f	%
	Kültür turizmi	101	53,2
	İnanç turizmi	77	40,5
	Kış turizmi	1	0,5
	Sağlık turizmi	11	5,8
	TOPLAM	190	100
2. Öncelik		f	%
	Kültür turizmi	47	40,2
	İnanç turizmi	54	46,2
	Kış turizmi	4	3,4
	Sağlık turizmi	11	9,4
	Av turizmi	1	0,9
	TOPLAM	117	100,0
3. Öncelik		f	%
	Kültür turizmi	6	10,3
	İnanç turizmi	4	6,9
	Kış turizmi	10	17,2
	Sağlık turizmi	28	48,3
	Av turizmi	2	3,4
	Spor turizmi	8	13,8
	TOPLAM	58	100

Araştırmaya katılan seyahat acentalarının 1. öncelikli olarak turizm faaliyetlerinde %53,2'si kültür turizmine, %40,5'i inanç turizmine, %5,8'i sağlık turizmine ve %0,5'i kış turizmine yönelmektedir.

2. öncelikli olarak %46,2'si inanç turizmine, %40,2'si kültür turizmine, %9,4'ü sağlık turizmine, %3,4'ü kış turizmine ve %0,9'u av turizmine yönelmektedir.

3. öncelikli olarak %48,3'ü sağlık turizmine, %17,2'si kış turizmine, %13,8'i spor turizmine, %10,3'ü kültür turizmine, %6,9'u inanç turizmine ve %3,4'ü av turizmine yönelmektedir.

Gaziantep ilinde faaliyet gösteren seyahat acentalarının kültür turları düzenleme düzeyine ilişkin soru sorulmuştur. Elde edilen veriler aşağıda Tablo 13'te gösterilmiştir.

Tablo 13: Seyahat Acentalarının Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleme Oranı

	f	%
Evet	78	41,1
Hayır	112	58,9
TOPLAM	190	100,0

Araştırmaya katılan acentaların %41,1'i Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenlerken %58,9'u Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenlememektedir. Bulgulara bakıldığında, Gaziantep'te faaliyet gösteren A grubu seyahat acentalarının çoğunluk kısmının kültür turları düzenlemediği tespit edilmiştir.

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentalarının düzenledikleri kültür turlarının sıklık düzeyine ilişkin soru sorulmuştur. Elde edilen veriler aşağıda Tablo 14'te gösterilmiştir.

Tablo 14: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Düzenleme Sıklığı.

	f	%
Ayda 1-3	55	71,4
Ayda 4-6	15	18,2
Ayda 7-9	8	10,4
TOPLAM	78	100,0

Kültür turları düzenleyen seyahat acentalarının %71,4'ü ayda 1-3 kez, %18'i ayda 4-8 kez ve %10,4'ü 7-9 kez kültür turları düzenlemektedir. Kültür turları düzenleyen seyahat acentalarının kültür turlarını yoğun olarak ayda 1-3 kez gerçekleştirdiği görülmektedir.

4.3. Kültür Turları Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programlarına İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu safhasında, seyahat acentaları tarafından Gaziantep'e yönelik düzenlenen kültür turları programlarının içerisinde yer alan; dini yapılar, tarihi hanlar, tarihi hamamlar, kasteller, bedestenler ve müzelere ilişkin analizler yer almaktadır. Elde edilen bulgular aşağıda Tablo 15, 16, 17, 18, 19 ve 20'de gösterilmiştir.

Tablo 15: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Dâhil Ettiği Dini Yapılar

Dini Mekânlara Yapılan Turlarda 1. Öncelik	f	%
Boyacı Camiisi	20	27,4
Şirvani camiisi	7	9,6
Ömeriye Camiisi	3	4,1
Karagöz Camiisi	4	5,5
Ali Nacar Camiisi	7	9,6
Aziz Bedros Kilisesi (Ömer Ersoy Kültür Merkezi)	1	1,4
St. Mary Kilisesi (Kurtuluş Camiisi)	10	13,7
Kendirli Kilisesi	21	28,8
TOPLAM	73	100,0
Dini Mekânlara Yapılan Turlarda 2. Öncelik	f	%
Boyacı Camiisi	14	19,7
Şirvani camiisi	6	8,5
Ömeriye Camiisi	7	9,9
Karagöz Camiisi	6	8,5
Ali Nacar Camiisi	1	1,4
Ahmet Çelebi Camiisi	3	4,2
Ayşe Bacı Camiisi	2	2,8
Aziz Bedros Kilisesi (Ömer Ersoy Kültür Merkezi)	2	2,8
St. Mary Kilisesi (Kurtuluş Camiisi)	12	16,9
Kendirli Kilisesi	18	25,4
TOPLAM	71	100,0

Tablo 15'in devamı

Dini Mekânlara Yapılan Turlarda 3. Öncelik	f	%
Boyacı Camiisi	1	1,7
Şirvani camiisi	6	10,3
Kılıçoğlu Camiisi	3	5,2
Ömeriye Camiisi	10	17,2
Kesikbaş Camiisi	3	5,2
Karagöz Camiisi	9	15,5
Ali Nacar Camiisi	3	5,2
Aziz Bedros Kilisesi (Ömer Ersoy Kültür Merkezi)	7	12,1
St. Mary Kilisesi (Kurtuluş Camiisi)	14	24,1
Kendirli Kilisesi	2	3,4
TOPLAM	58	100,0

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentalarının 1. öncelikli olarak %28,8'i Kendirli Kilisesine, %27,4'ü Boyacı Camiisine, %13,7'si St. Mary Kilisesi (Kurtuluş Camiisi)'ne, %9,6'sı Şirvani Camiisi ve Ali Nacar Camiisine, %5,5'i Karagöz Camiisine, %4,1'i Ömeriye Camiisine ve %1,4'ü ise Aziz Bedros Kilisesi (Ömer Ersoy Kültür Merkezi)'ne düzenlemektedir.

2. öncelikli olarak %25,4'ü Kendirli Kilisesine, %19,7'si Boyacı Camiisine, %16,9'u St. Mary Kilisesi (Kurtuluş Camiisi)'ne, %9,9'u Ömeriye Camiisine, %8,5'i Şirvani Camiisi ve Karagöz Camiisine, %2,8'i Ayşe Bacı Camiisi ve Aziz Bedros Kilisesi (Ömer Ersoy Kültür Merkezi)'ne ve %1,4'ü ise Ali Nacar Camiisine düzenlemektedir.

3. öncelikli olarak %24,1'i St. Mary Kilisesi (Kurtuluş Camiisi)'ne, %17,2'si Ömeriye Camiisine, %15,5'i Karagöz Camiisine, %12,1'i Aziz Bedros Kilisesi (Ömer Ersoy Kültür Merkezi)'ne, %10,3'ü Şirvani Camiisine, %5,2'si Kesikbaş Camiisi ve Kılıçoğlu Camiisine, %3,4'ü Kendirli Kilisesine ve %1,7'si ise Boyacı Camiisine düzenlemektedir. Düzenlenen kültür turlarının dini yapılar içerisindeki programlarında bütün dini yapılara belirli ölçütlerde yer verildiği görülmektedir.

Tablo 16: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Dâhil Ettiği Tarihi Hanlar.

Tarihi Hanlara Yapılan Turlarda 1. Öncelik	f	%
Kürkçü Hanı	14	19,7
Yüzükçü Hanı	3	4,2
Buğday Hanı	9	12,7
Tütün Hanı	12	16,9
Tuz Hanı	4	5,6
Mecidiye Hanı	3	4,2
Millet Hanı	1	1,4
Şire Han	19	26,8
Zeytin Hanı	6	8,5
TOPLAM	71	100,0
Tarihi Hanlara Yapılan Turlarda 2. Öncelik	f	%
Anadolu Hanı	12	19,4
Kürkçü Hanı	11	17,7
Yüzükçü Hanı	2	3,2
Buğday Hanı	1	1,6
Tütün Hanı	3	4,8
Tuz Hanı	6	9,7
Mecidiye Hanı	3	4,8
Elbeyli Hanı	2	3,2
Millet Hanı	3	4,8
Pir Sefa Hanı	3	4,8
Şire Han	12	19,4
Zeytin Hanı	2	3,2
Yeni Han	2	3,2
TOPLAM	62	100,0

Tablo 16'nın devamı

Tarihi Hanlara Yapılan Turlarda 3. Öncelik	f	%
Hışva Han (Selçuk Han)	3	7,1
Anadolu Hanı	2	4,8
Kürkçü Hanı	7	16,7
Yüzükçü Hanı	2	4,8
Buğday Hanı	3	7,1
Tütün Hanı	3	7,1
Tuz Hanı	4	9,5
Mecidiye Hanı	5	11,9
Millet Hanı	9	21,4
Pir Sefa Hanı	2	4,8
Yeni Han	2	4,8
TOPLAM	42	100,0

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentalarının 1. öncelikli olarak %26,8'i Şire Hanına, %19,7'si Kürkçü Hanına, %16,9'u Tütün Hanına, %12,7'si Buğday Hanına, %8,7'si Zeytin Hanına, %5,6'sı Tuz Hanına, %4,2'si Yüzükçü Hanı ve Mecidiye Hanına ve %1,4'ü ise Millet Hanına düzenlemektedir.

2. öncelikli olarak %19,4'ü Anadolu Hanı ve Şire Hanına, %17,7'si Kürkçü Hanına, %9,7'si Tuz Hanına, %4,8'i Pir Sefa Hanı, Millet Hanı ve Tütün Hanına, %3,2'si Yeni Han, Zeytin Hanı ve Elbeyli Hanına ve %1,6'sı ise Buğday Hanına düzenlemektedir.

3. öncelikli olarak %21,4'ü Millet Hanına, %16,7'si Kürkçü Hanına, %11,9'u Mecidiye Hanına, %9,5'i Tuz Hanına, %7,1'i Tütün Hanı, Hışva Han (Selçuk Han) ve Buğday Hanına ve %4,8'i Anadolu Hanı, Yüzükçü Hanı, Pir Sefa Hanı ve Yeni Han'a düzenlemektedir. Emir Ali Han ve İnceoğlu (Budeyri Hanı)'na ise hiçbir seyahat acentası kültür turu programlarında yer vermemektedir.

Tablo 17: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Dâhil Ettiği Tarihi Hamamlar

Tarihi Hanlara Yapılan Turlarda 1. Öncelik	f	%
Keyvan Bey Hamamı	5	6,9
Eski Hamam	1	1,4
Naip Hamamı	60	83,3
Şeyh Fetullah Hamamı	3	4,2
Şehitler Hamamı	3	4,2
TOPLAM	72	100,0
Tarihi Hanlara Yapılan Turlarda 2. Öncelik	f	%
Keyvan Bey Hamamı	17	35,4
Eski Hamam	6	12,5
Naip Hamamı	8	16,7
Tutlu Hamamı	3	6,3
Şeyh Fetullah Hamamı	5	10,4
Tabak Hamamı	3	6,3
Şehitler Hamamı	6	12,5
TOPLAM	48	100,0
Tarihi Hanlara Yapılan Turlarda 3. Öncelik	f	%
Keyvan Bey Hamamı	9	34,6
Eski Hamam	1	3,8
Tutlu Hamamı	4	15,4
Şeyh Fetullah Hamamı	6	23,1
Tabak Hamamı	3	11,5
Şehitler Hamamı	3	11,5
TOPLAM	26	100,0

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentalarının 1. Öncelikli olarak %83,3'ü Naip Hamamına, %6,9'u Keyvan Bey Hamamına, %4,2'si Şehitler Hamamı ve Şeyh Fetullah Hamamına ve %1,4'ü Eski Hamama düzenlenmektedir.

2. öncelikli olarak %35,4'ü Keyvan Bey Hamamına, %16'sı Naip Hamamına, %12,5'i Eski Hamam ve Şehitler Hamamına, %10,4'ü Şeyh Fetullah Hamamına, %6,3'ü Tutlu Hamamı ve Tabak Hamamına düzenlenmektedir.

3. öncelikli olarak %34,6'sı Keyvan Bey Hamamına, %23,1'i Şeyh Fetullah Hamamına, %15,4'ü Tutlu Hamamına, %11,5'i Şehitler Hamamı ve Tabak Hamamına, %3,8'i Eski Hamama düzenlenmektedir. Düzenlenen kültür turlarının

tarihi hamamlar içerisindeki programlarında bütün hamamlara belirli ölçütlerde yer verildiği görülmektedir.

Tablo 18: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Dâhil Ettiği Tarihi Bedestenler

Tarihi Bedestenlere Yapılan Turlarda 1. Öncelik	f	%
Kemikli Bedesten	7	9,5
Zincirli Bedesten	67	90,5
TOPLAM	74	100,0
Tarihi Bedestenlere Yapılan Turlarda 2. Öncelik	f	%
Kemikli Bedesten	41	91,1
Zincirli Bedesten	4	8,9
TOPLAM	45	100,0

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentalarının 1. öncelikli olarak %90,5'i Zincirli Bedestene ve %9,5'i Kemikli Bedestene düzenlemektedir.

2. öncelikli olarak %91,1'i Kemikli Bedestene, %8,9'u Zincirli Bedestene düzenlemektedir. Düzenlenen kültür turlarının tarihi bedestenler içerisindeki programlarında bütün bedestenlere belirli ölçütlerde yer verildiği görülmektedir.

Tablo 19: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Dâhil Ettiği Tarihi Kasteller.

Tarihi Kastellere Yapılan Turlarda 1. Öncelik	f	%
Piştirici Kasteli	44	88,0
Ahmet Çelebi Kasteli	4	8,0
Kadı Kasteli	2	4,0
TOPLAM	50	100,0
Tarihi Kastellere Yapılan Turlarda 2. Öncelik	f	%
Piştirici Kasteli	3	7,9
Şeyh Fetullah Kasteli	9	23,7
İhsan Bey Kasteli	5	13,2
Ahmet Çelebi Kasteli	12	31,6
İmam-ı Gazali Kasteli	3	7,9
Kadı Kasteli	6	15,8
TOPLAM	38	100,0

Tablo 19'un devamı

Tarihi Kastellere Yapılan Turlarda 3. Öncelik	f	%
Piştirici Kasteli	3	7,9
Şeyh Fetullah Kasteli	9	23,7
İhsan Bey Kasteli	5	13,2
Ahmet Çelebi Kasteli	12	31,6
İmam-ı Gazali Kasteli	3	7,9
Kadı Kasteli	6	15,8
TOPLAM	38	100,0

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentalarının 1. öncelikli olarak %88'i Piştirici Kasteline, %8'i Ahmet Çelebi Kasteline, %4'ü ise Kadı Kasteline düzenlemektedir.

2. öncelikli olarak %31,6'sı Ahmet Çelebi Kasteline, %23,7'si Şeyh Fetullah Kasteline, %15,8'i Kadı Kasteline, %13,2'si İhsan Bey Kasteline, %7,9'u ise İmam-ı Gazali Kasteli ve Piştirici Kasteline düzenlemektedir.

3. öncelikli olarak %31,6'sı Ahmet Çelebi Kasteline, %23,7'si Şeyh Fetullah Kasteline, %15,8'i Kadı Kasteline, %13,2'si İhsan Bey Kasteline, %7,9'u ise Piştirici Kasteli ve İmam-ı Gazali Kasteline düzenlemektedir. Düzenlenen kültür turlarının tarihi kasteller içerisindeki programlarında bütün kastellere belirli ölçütlerde yer verildiği görülmektedir.

Tablo 20: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Dâhil Ettiği Müzeler

Müzelere Yapılan Turlarda 1. Öncelik	f	%
Hasan Süzer Etnografya Müzesi	5	6,5
Gaziantep Savaş Müzesi	4	5,2
Arkeolojik Cam Eserler (Medusa) Müzesi	1	1,3
Emine Göğüş Mutfak Müzesi	3	3,9
Zeugma Mozaik Müzesi	51	66,2
Gaziantep Arkeoloji Müzesi	13	16,9
TOPLAM	77	100,0

Tablo 20'nin devamı

Müzelere Yapılan Turlarda 2. Öncelik	f	%
Hasan Süzer Etnografya Müzesi	1	1,3
Gaziantep Mevlevihanesi Vakıf Müzesi	3	3,9
Gaziantep Savaş Müzesi	10	13,0
Arkeolojik Cam Eserler (Medusa) Müzesi	1	1,3
Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Müzesi	1	1,3
Bayaz Han	9	11,7
Emine Göğüş Mutfak Müzesi	25	32,5
Zeugma Mozaik Müzesi	14	18,2
Gaziantep Arkeoloji Müzesi	13	16,9
TOPLAM	77	100,0
Müzelere Yapılan Turlarda 3. Öncelik	f	%
Gaziantep Savaş Müzesi	19	24,7
Arkeolojik Cam Eserler (Medusa) Müzesi	8	10,4
Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Müzesi	7	9,1
Bayaz Han	11	14,3
Emine Göğüş Mutfak Müzesi	16	20,8
Zeugma Mozaik Müzesi	3	3,9
Gaziantep Arkeoloji Müzesi	13	16,9
TOPLAM	77	100,0

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentalarının 1. öncelikli olarak %66,2'si Zeugma Mozaik Müzesine, %16,9'u Gaziantep Arkeoloji Müzesine, %6,5'i Hasan Süzer Etnografya Müzesine, %5,2'si Gaziantep Savaş Müzesine, %3,9'u Emine Göğüş Mutfak Müzesine ve %1,3'ü ise Arkeolojik Cam Eserler (Medusa) Müzesine düzenlemektedir.

2. öncelikli olarak %32,5'i Emine Göğüş Mutfak Müzesine, %18,2'si Zeugma Mozaik Müzesine, %16,9'u Gaziantep Arkeoloji Müzesine, %13'ü Gaziantep Savaş Müzesine, %11,7'si Bayaz Han'a, %3,9'u Gaziantep Mevlevihanesi Vakıf Müzesine, %1,3'ü ise Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Müzesi ve Arkeolojik Cam Eserler (Medusa) Müzesi düzenlemektedir.

3. öncelikli olarak %24,7'si Gaziantep Savaş Müzesine, %20,8'i Emine Göğüş Mutfak Müzesine %16,9'u Gaziantep Arkeoloji Müzesine, %14,3'ü Bayaz Hana, %10,4'ü Arkeolojik Cam Eserler (Medusa) Müzesine, %9,1'i Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Müzesine ve %3,9'u ise Zeugma Mozaik Müzesine düzenlemektedir. Düzenlenen kültür turlarının müzeler içerisindeki programlarında bütün müzelere belirli ölçütlerde yer verildiği görülmektedir.

4.4. Kültür Turlarına Katılan Turistlerin Profilini Ortaya Koyan Bilgiler ve Seyahat Acentalarının Kültür Turlarını Çeşitli Açılardan Değerlendirmelerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu kısmında, acentaların kültür turları düzenleme amaçları, kültür turlarını bazı faktörler açısından değerlendirmeleri, hedef kitle olarak belirledikleri ülkeler ve ulusal bölgeler, en çok katılımın sağlandığı ülkeler ve ulusal bölgeler, kültür turlarına katılan turistlerin yaş aralığı ve en çok hangi amaçla katıldığı, turistlerin şikâyetçi olduğu hususlar ve yeterli rehber bulma düzeyleri yer almaktadır. Elde edilen bulguların analizi aşağıda Tablo 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29'da gösterilmiştir

Tablo 21: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Düzenleme Amaçları

Kültür Turizmine Yönelik Tur Düzenlemenizin Amaçları	f	%
Kâr payının yüksek olması	36	23,2
Turistlerin talebi	54	34,8
Tur operatörlerinin talebi	30	19,4
Son yıllarda popüler hale gelmesi	33	21,3
Diğer	2	1,3
TOPLAM	155	100

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentalarında çalışanların %34,8'i turistlerin talebi, %23,2'si kâr payının yüksek olması, %21,3'ü son yıllarda popüler hale gelmesi, %19,4'ü tur operatörlerinin talebi ve %1,3'ü ise diğer nedenlerden dolayı kültür turları düzenlemektedir. Turistlerin talebi, kültür turlarının düzenlenmesindeki en önemli etkidir.

Tablo 22: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Kültür Turlarını Aşağıdaki Faktörler Açısından Değerlendirmesi

Altyapı	f	%
Çok Yetersiz	0	0
Yetersiz	8	10,4
Ne yeterli ne yetersiz	38	49,4
Yeterli	25	32,5
Çok Yeterli	6	7,8
TOPLAM	77	100,0
Yeme İçme	f	%
Yetersiz	3	3,9
Ne yeterli ne yetersiz	13	16,9
Yeterli	32	41,6
Çok Yeterli	27	35,1
Çok Yetersiz	2	2,6
TOPLAM	77	100,0
Konaklama	f	%
Ne yeterli ne yetersiz	17	22,1
Çok Yetersiz	0	0
Yetersiz	0	0
Yeterli	45	58,4
Çok Yeterli	15	19,5
TOPLAM	77	100,0
Çevre Temizliği	f	%
Yetersiz	4	5,2
Ne yeterli ne yetersiz	41	53,2
Çok Yetersiz	0	0
Yeterli	24	31,2
Çok Yeterli	8	10,4
TOPLAM	77	100,0
Müze ve Ören Yerlerinin Temizlik ve Bakımı	f	%
Çok Yetersiz	0	0
Yetersiz	6	7,8
Ne yeterli ne yetersiz	29	37,7
Yeterli	35	45,5
Çok Yeterli	7	9,1
TOPLAM	77	100,0

Tablo 22'nin devamı

Güvenlik	f	%
Çok Yetersiz	0	0
Yetersiz	6	7,8
Ne yeterli ne yetersiz	27	35,1
Yeterli	35	45,5
Çok Yeterli	9	11,7
TOPLAM	77	100,0
Yerel Halkın Tutumu	f	%
Çok Yetersiz	3	3,9
Yetersiz	2	2,6
Ne yeterli ne yetersiz	20	26,0
Yeterli	43	55,8
Çok Yeterli	9	11,7
TOPLAM	77	100,0
Ulaşım	f	%
Çok Yetersiz	0	0
Yetersiz	4	5,2
Ne yeterli ne yetersiz	18	23,4
Yeterli	38	49,4
Çok Yeterli	17	22,1
TOPLAM	77	100,0
Eğlence İşletmelerinin Sayısı ve Niteliği	f	%
Çok Yetersiz	5	6,5
Yetersiz	13	16,9
Ne yeterli ne yetersiz	23	29,9
Yeterli	27	35,1
Çok Yeterli	9	11,7
TOPLAM	77	100,0
Turistik Arz ve Çekicilik Unsurları	f	%
Çok Yetersiz	3	3,9
Yetersiz	6	7,8
Ne yeterli ne yetersiz	27	35,1
Yeterli	26	33,8
Çok Yeterli	15	19,5
TOPLAM	77	100,0

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentaları altyapı faktörünü %49,4'ü ne yeterli ne yetersiz, %32,5'i yeterli, %10,4'ü yetersiz ve %7,8'i çok yeterli olarak değerlendirmektedir.

Yeme-içme faktörünü %41,6'sı yeterli, %35,1'i çok yeterli, %16,9'u ne yeterli ne yetersiz, %3,9'u yetersiz, %2,6'sı çok yetersiz olarak değerlendirmektedir.

Konaklama faktörünü %58,4'ü yeterli, %22,1'i ne yeterli ne yetersiz, %19,5'i çok yeterli olarak değerlendirmektedir.

Çevre temizliği faktörünü %53,2'si ne yeterli ne yetersiz, %31,2'si yeterli, %10,4'ü çok yeterli, %5,2'si yetersiz olarak değerlendirmektedir.

Müze ve ören yerlerinin temizlik ve bakımı faktörünü %45,5'i yeterli, %37,7'si ne yeterli ne yetersiz, %9,1'i çok yeterli, %7,8'i yetersiz olarak değerlendirmektedir.

Yerel halkın tutumu faktörünü %55,8'i yeterli, %26'sı ne yeterli ne yetersiz, %11,7'si çok yeterli, %3,9'u çok yetersiz, %2,6'sı yetersiz olarak değerlendirmektedir.

Ulaşım faktörünü %49,4'ü yeterli, %23,4'ü ne yeterli ne yetersiz, %22,1'i çok yeterli, %5,2'si yetersiz değerlendirmektedir.

Eğlence İşletmelerinin Sayısı ve Niteliği faktörünü %35,1'i yeterli, %29,9'u ne yeterli ne yetersiz, %16,9'u yetersiz, %11,7'si çok yeterli, %6,5'i çok yetersiz olarak değerlendirmektedir.

Turistik Arz ve Çekicilik Unsurları faktörünü %35,1'i ne yeterli ne yetersiz, %33,8'i yeterli, %19,5'i çok yeterli, %7,8'i yetersiz, %3,9'u çok yetersiz olarak değerlendirmektedir.

Tablo 23: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Kültür Turları Kapsamında Hedef Kitle Olarak Belirledikleri Ülkeler

1. Öncelikli Hedef Ülkeleri	f	%
İngiltere	8	20,0
Suriye	3	7,5
Hollanda	4	10,0
Almanya	18	45,0
Fransa	1	2,5
Azerbaycan	3	7,5
Irak	3	7,5
TOPLAM	40	100,0

Tablo 23'ün devamı

2. Öncelikli Hedef Ülkeleri	f	%
A.B.D	2	5,0
İngiltere	7	17,5
Hollanda	19	47,5
Almanya	8	20,0
Fransa	2	5,0
Irak	2	5,0
TOPLAM	40	100,0
3. Öncelikli Hedef Ülkeleri	f	%
A.B.D	4	10,5
İngiltere	2	5,3
Avusturya	2	5,3
Hollanda	6	15,8
Almanya	4	10,5
Fransa	5	13,2
Azerbaycan	4	10,5
İspanya	4	10,5
Rusya	4	10,5
Irak	2	5,3
İsrail	1	2,6
TOPLAM	38	100,0

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentalarının 1. öncelikli hedef ülke olarak %45 ile Almanya, %20 ile İngiltere, %10 ile Hollanda, %7,5 ile Irak, Azerbaycan ve Suriye'yi, %2,5 ile Fransa'yı görmektedir.

2. öncelikli hedef ülke olarak %47,5 ile Hollanda, %20 ile Almanya, %17,5 ile İngiltere, %5 ile A.B.D. ile Irak ve Fransa'yı görmektedir.

3. öncelikli hedef ülke olarak %15,8 ile Hollanda, %10,5 ile A.B.D., Almanya, Azerbaycan, İspanya ve Rusya'yı, %5,3 ile İngiltere, Avusturya, ve Irak'ı, %2,6 ile İsrail'i görmektedir.

Tablo 24: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Kültür Turları Kapsamında Gelen Ülkeler

Kültür Turlarına Katılan Ülkeler (1. Öncelik)	f	%
A.B.D	2	5,0
İngiltere	2	5,0
Suriye	2	5,0
Hollanda	1	2,5
Almanya	23	57,5
Azerbaycan	4	10,0
İspanya	3	7,5
Diğer	3	7,5
TOPLAM	40	100,0
Kültür Turlarına Katılan Ülkeler (2. Öncelik)	f	%
A.B.D	4	11,1
İngiltere	6	16,7
Avusturya	3	8,3
Hollanda	1	2,8
Almanya	3	8,3
Fransa	1	2,8
Azerbaycan	2	5,6
Rusya	4	11,1
İsrail	1	2,8
Kore	6	16,7
İran	5	13,9
TOPLAM	36	100,0
Kültür Turlarına Katılan Ülkeler (3. Öncelik)	f	%
A.B.D	3	7,5
İngiltere	7	17,5
Avusturya	2	5,0
Hollanda	11	27,5
Almanya	2	5,0
Fransa	3	7,5
Azerbaycan	1	2,5
İspanya	4	10,0
Rusya	2	5,0
Gürcistan	1	2,5
İsrail	3	7,5
İran	1	2,5
TOPLAM	40	100,0

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentalarının kültür turlarına katılan ülkelerde 1. öncelik %57,5'i Almanya, %10'u Azerbaycan, %7,5'i İspanya ve diğer ülkeler, %5'i A.B.D, İngiltere ve Suriye, %2,5'i Hollanda'dır.

2. öncelik olarak %16,7'si Kore ve İngiltere, %13,9'u İran, %11,1'i A.B.D. ve Rusya, %8,3'ü Almanya ve Avusturya, %5,6'sı Azerbaycan, %2,8'i Hollanda, Fransa ve İsrail'dir.

3. öncelik olarak %27,5'i Hollanda, %17,5'i İngiltere, %10'u İspanya, %7,5'i İsrail, Fransa ve A.B.D., Avusturya, Almanya ve Rusya, %2,5'i İran, Gürcistan ve Azerbaycan'dır.

Tablo 25: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Kültür Turları Kapsamında Hedef Bölgeler

Hedef Bölgelerde (1. Öncelik)	f	%
Güney Doğu Anadolu Bölgesi	34	44,2
İç Anadolu Bölgesi	6	7,8
Doğu Anadolu Bölgesi	2	2,6
Akdeniz Bölgesi	12	15,6
Marmara Bölgesi	14	18,2
Karadeniz Bölgesi	9	11,7
TOPLAM	77	100,0
Hedef Bölgelerde (2. Öncelik)	f	%
Güney Doğu Anadolu Bölgesi	10	13,0
İç Anadolu Bölgesi	23	29,9
Doğu Anadolu Bölgesi	7	9,1
Ege Bölgesi	4	5,2
Akdeniz Bölgesi	15	19,5
Marmara Bölgesi	14	18,2
Karadeniz Bölgesi	4	5,2
TOPLAM	77	100,0
Hedef Bölgelerde (3. Öncelik)	f	%
Güney Doğu Anadolu Bölgesi	3	3,9
İç Anadolu Bölgesi	3	3,9
Doğu Anadolu Bölgesi	22	28,6
Ege Bölgesi	10	13,0
Akdeniz Bölgesi	3	3,9
Marmara Bölgesi	16	20,8
Karadeniz Bölgesi	20	26,0
TOPLAM	77	100,0

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentalarının hedef bölgelerinde 1. öncelik olarak %44,2 ile Güney Doğu Anadolu Bölgesini, %18,2 ile Marmara Bölgesini, %15,6 ile Akdeniz Bölgesini, %11,7 ile Karadeniz Bölgesini, %7,8 ile İç Anadolu Bölgesini ve %2,6 ile Doğu Anadolu Bölgesi yer almaktadır.

2. öncelik olarak %29,9 ile İç Anadolu Bölgesini, %19,5 ile Akdeniz Bölgesini, %18,2 ile Marmara Bölgesini, %13 ile Güney Doğu Anadolu Bölgesini, %9,1 ile Doğu Anadolu Bölgesini, %5,2 ile Karadeniz ve Ege Bölgesi yer almaktadır.

3. öncelik olarak %28,6 ile Doğu Anadolu Bölgesini, %26 ile Karadeniz Bölgesini, %20,8 ile Marmara Bölgesini, %13 ile Ege Bölgesini, %3,9 ile Güney Doğu Anadolu Bölgesini, İç Anadolu Bölgesi ve Akdeniz Bölgesi yer almaktadır.

Tablo 26: Gaziantep'e Yönelik Düzenlenen Kültür Turlarına Katılan Turistlerin Yaş Grupları

Yaş Grupları	f	%
25-34	11	14,3
35-44	29	37,7
45-54	28	36,4
55 ve üzeri	9	11,7
TOPLAM	77	100,0

Gaziantep'e yönelik düzenlenen kültür turlarına katılan turistlerin yaş grupları içerisinde %37,7'si 35-44, %36,4'ü 45-54, %14,3'ü 25-34, %11,7'si 55 ve üzeri yaş aralığında bulunmaktadır. Kültür turlarına katılan turistlerin en çok 35-44 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Bu yüzden kültür turlarında orta yaş gruplarının etkin olduğunu belirtmek mümkündür.

Tablo 27: Gaziantep'e Yönelik Düzenlenen Kültür Turlarına Turistlerin Hangi Amaçla Katıldığı

	f	%
Merak	66	32,2
Farklı kültürlerle tanışma	52	25,4
Uzmanlık alanı-Araştırma	4	2,0
Boş zamanı değerlendirme	45	22,0
Psikolojik nedenler	18	8,8
Dini amaçlar	16	7,8
Diğer	4	2,0
TOPLAM	205	100,0

Gaziantep'e yönelik düzenlenen kültür turlarına katılan turistler içerisinde %32,2'si merak, %25,4'ü farklı kültürlerle tanışma, %22'si boş zamanı değerlendirme, %8,8'i psikolojik nedenler, %7,8'i dini amaçlar, %2'si uzmanlık alanı-araştırma ve diğer amaçlardan dolayı katılım göstermektedirler. En çok katılma amacı merak duygusundan kaynaklanmaktadır. Tarihi kültürel değerleri yakından görmek ve kültürel mirasa şahitlik etmek merak duygusunu tetiklemektedir. Farklı kültürlerle tanışma isteği turistlerin katılımında önemli rol oynarken diğer unsurlarda belirli düzeyde katılım gerçekleşmesine neden olmaktadır.

Tablo 28: Gaziantep'e Yönelik Düzenlenen Kültür Turlarında Turistlerin Şikâyet Ettiği Hususlar

1. Öncelik	f	%
Rehberlerin bilgisinin yetersiz olmasından	5	6,6
Ulaşım imkânlarının yetersiz olmasından	7	9,2
Müze ve ören yerlerinin bakımsız olmasından	6	7,9
Yerel halkın tutum ve davranışlarının kötü olmasından	14	18,4
Gelen turistlerin ürün ve hizmetlerin fiyatlarını yüksek bulmasından	43	56,6
Diğer	1	1,3
TOPLAM	76	100

Tablo 28'inin devamı

2. Öncelik	f	%
Tur organizasyonu ile ilgili konulardan	10	13,3
Rehberlerin bilgisinin yetersiz olmasından	3	4,0
Ulaşım imkânlarının yetersiz olmasından	25	33,3
Konaklama imkânlarının yetersiz olmasından	3	4,0
Müze ve ören yerlerinin bakımsız olmasından	6	8,0
Yerel halkın tutum ve davranışlarının kötü olmasından	24	32,0
Gelen turistlerin ürün ve hizmetlerin fiyatlarını yüksek bulmasından	4	5,3
TOPLAM	75	100
3. Öncelik	f	%
Tur organizasyonu ile ilgili konulardan	7	10,6
Rehberlerin bilgisinin yetersiz olmasından	14	21,2
Ulaşım imkânlarının yetersiz olmasından	13	19,7
Konaklama imkânlarının yetersiz olmasından	1	1,5
Müze ve ören yerlerinin bakımsız olmasından	10	15,2
Yerel halkın tutum ve davranışlarının kötü olmasından	9	13,6
Gelen turistlerin ürün ve hizmetlerin fiyatlarını yüksek bulmasından	12	18,2
TOPLAM	66	100

Gaziantep'e yönelik düzenlenen kültür turlarında turistlerin şikâyet ettiği hususlar içerisinde 1. öncelik olarak %56,6'sı gelen turistlerin ürün ve hizmetlerin fiyatlarını yüksek bulmasından, %18,4'ü yerel halkın tutum ve davranışlarının kötü olmasından, %9,2'si ulaşım imkânlarının yetersiz olmasından, %7,9'u müze ve ören yerlerinin bakımsız olmasından, %6,6'sı rehberlerin bilgisinin yetersiz olmasından ve %1,3'ü diğer sebepler bulunmaktadır.

2. öncelik olarak %33,3'ü ulaşım imkânlarının yetersiz olmasından, %32'si yerel halkın tutum ve davranışlarının kötü olmasından, %13,3'ü tur organizasyonu ile ilgili konulardan, %8'i müze ve ören yerlerinin bakımsız olmasından, %5,3'ü gelen turistlerin ürün ve hizmetlerin fiyatlarını yüksek bulmasından, %4'ü rehberlerin bilgisinin yetersiz olmasından ve konaklama imkânlarının yetersiz olmasından dolayı sebepler bulunmaktadır.

3. öncelik olarak rehberlerin bilgisinin yetersiz olmasından, %19,7'si ulaşım imkânlarının yetersiz olmasından, %18,2'si gelen turistlerin ürün ve hizmetlerin fiyatlarını yüksek bulmasından, %15,2'si müze ve ören yerlerinin bakımsız olmasından, %13,6'sı yerel halkın tutum ve davranışlarının kötü olmasından, %10,6'sı tur organizasyonu ile ilgili konulardan ve %1,5'i konaklama imkânlarının yetersiz olmasından dolayı sebepler bulunmaktadır.

Tümüne bakıldığında, turistlerin en çok şikâyet ettiği hususlar içerisinde gelen turistlerin ürün ve hizmetlerin fiyatlarını yüksek bulması, yerel halkın tutum ve davranışlarının kötü olması ve ulaşım imkânlarının yetersiz olması ön sıralarda yer alırken konaklama imkânlarının yetersiz olması, tur organizasyonu ile ilgili konulardan ve diğer hususlar az şikâyet edilen hususlar içerisinde yer almaktadır.

Tablo 29: Gaziantep'e Yönelik Düzenlenen Kültür Turlarında Yeterli Bilgiye Sahip Rehber Bulmakta Zorlanma Düzeyi

	f	%
Evet	14	18,2
Kısmen	50	64,9
Hayır	13	16,9
TOPLAM	77	100

Gaziantep'e yönelik düzenlenen kültür turlarında yeterli bilgiye sahip rehber bulmakta zorlanma düzeyi konusunda %64,9'u Kısmen, %18,2'si Evet ve %16,9'u Hayır olarak değerlendirmektedir. Düzenlenen kültür turları kapsamında kısmen olarak verilen cevabın çok yüksek bir oranda olması gelecekte düzenlenmesi düşünülen kültür turları için bir risk oluşturacağı düşünülmektedir.

4.5. Gaziantep'e Yönelik Kültür Turları Düzenlemeyen Acentaların Kültür Turları Düzenlememe Nedenleri ile Konuya İlişkin Gelecekteki Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenlemeyen acentaların kültür turları düzenlememe nedenleri ile gelecekteki bakış açılarını ortaya koyan 3 soru yer almaktadır. Elde edilen bulgular aşağıda Tablo 30, 31 ve 32'de gösterilmiştir.

Tablo 30: Gaziantep'e Yönelik Kültür Turu Düzenlemeyen Seyahat Acentalarının Kültür Turları Düzenlememe Nedenleri

1. Öncelik	f	%
Alt ve üst yapının yetersiz olması	7	6,2
Güvenliğin yetersiz olması	1	0,9
Konaklama ve yeme içme imkânlarının yetersiz olması	2	1,8
Yerel halkın tutumunun olumsuz yönde olması	9	8,0
Gaziantep ve ilçelerinin kültür turizmi açısından potansiyelinin yetersiz olması	6	5,3
Turistlerin bu yöndeki talebinin yetersiz olması	24	21,2
Tur operatörlerinin bu yöndeki talebinin yetersiz olması	16	14,2
Kültür turizmi konusunda yeterli bilgiye sahip rehberlerin bulunmaması	2	1,8
Kültür turizmine yönelik turların kâr payının düşük olması	25	22,1
Ulaşım ağının istenilen düzeyde yer almaması	15	13,3
Diğer turizm işletmelerinin yetersizliği(Eğlence İşletmeleri, Hediyelik Eşya Mağazaları)	1	0,9
Diğer	5	4,4
TOPLAM	113	100
2. Öncelik	f	%
Alt ve üst yapının yetersiz olması	4	3,5
Güvenliğin yetersiz olması	8	7,1
Konaklama ve yeme içme imkânlarının yetersiz olması	2	1,8
Yerel halkın tutumunun olumsuz yönde olması	5	4,4
Gaziantep ve ilçelerinin kültür turizmi açısından potansiyelinin yetersiz olması	9	8,0
Turistlerin bu yöndeki talebinin yetersiz olması	24	21,2
Tur operatörlerinin bu yöndeki talebinin yetersiz olması	28	24,8
Kültür turizmi konusunda yeterli bilgiye sahip rehberlerin bulunmaması	6	5,3
Kültür turizmine yönelik turların kâr payının düşük olması	14	12,4
Ulaşım ağının istenilen düzeyde yer almaması	11	9,7
Diğer turizm işletmelerinin yetersizliği(Eğlence İşletmeleri, Hediyelik Eşya Mağazaları)	2	1,8
TOPLAM	113	100
3. Öncelik	f	%
Alt ve üst yapının yetersiz olması	12	10,7
Güvenliğin yetersiz olması	7	6,3
Konaklama ve yeme içme imkânlarının yetersiz olması	3	2,7

Yerel halkın tutumunun olumsuz yönde olması	6	5,4
Gaziantep ve ilçelerinin kültür turizmi açısından potansiyelinin yetersiz olması	9	8,0
Turistlerin bu yöndeki talebinin yetersiz olması	11	9,8
Tur operatörlerinin bu yöndeki talebinin yetersiz olması	8	7,1
Kültür turizmi konusunda yeterli bilgiye sahip rehberlerin bulunmaması	5	4,5
Kültür turizmine yönelik turların kâr payının düşük olması	22	19,6
Ulaşım ağının istenilen düzeyde yer almaması	21	18,8
Diğer turizm işletmelerinin yetersizliği(Eğlence İşletmeleri, Hediyelik Eşya Mağazaları)	8	7,1
TOPLAM	112	100

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenlemeyen seyahat acentalarının kültür turları düzenlememe konusunda 1. öncelik olarak %22,1'i kültür turizmine yönelik turların kâr payının düşük olması, %21,2'si turistlerin bu yöndeki talebinin yetersiz olması, %14,2'si tur operatörlerinin bu yöndeki talebinin yetersiz olması, %13,3'ü ulaşım ağının istenilen düzeyde yer almaması, %8'i yerel halkın tutumunun olumsuz yönde olması, %6,2'si alt ve üst yapının yetersiz olması, %5,3'ü Gaziantep ve ilçelerinin kültür turizmi açısından potansiyelinin yetersiz olması, %4,4'ü diğer sebeplerin olması, %1,8'i konaklama ve yeme içme imkânlarının yetersiz olması ve kültür turizmi konusunda yeterli bilgiye sahip rehberlerin bulunmaması, %0,9'u güvenliğin yetersiz olması ve diğer turizm işletmelerinin yetersizliği gibi nedenlerden dolayı yapmamaktadır.

2. öncelik olarak tur operatörlerinin bu yöndeki talebinin yetersiz olması, %21,2'si turistlerin bu yöndeki talebinin yetersiz olması, %12,4'ü kültür turizmine yönelik turların kâr payının düşük olması, %9,7'si ulaşım ağının istenilen düzeyde yer almaması, %8'i Gaziantep ve ilçelerinin kültür turizmi açısından potansiyelinin yetersiz olması, %7,1'i güvenliğin yetersiz olması, %5,3'ü kültür turizmi konusunda yeterli bilgiye sahip rehberlerin bulunmaması, %4,4'ü yerel halkın tutumunun olumsuz yönde olması, %3,5'i alt ve üst yapının yetersiz olması, %1,8'i konaklama ve yeme içme imkânlarının yetersiz olması ve diğer turizm işletmelerinin yetersizliği gibi nedenlerden dolayı yapmamaktadır.

3. öncelik olarak %19,6'sı kültür turizmine yönelik turların kâr payının düşük olması, %18,8'i ulaşım ağının istenilen düzeyde yer almaması, %10,7'si alt ve üst

yapının yetersiz olması, %9,8'i turistlerin bu yöndeki talebinin yetersiz olması, %8'i Gaziantep ve ilçelerinin kültür turizmi açısından potansiyelinin yetersiz olması, %7,1'i tur operatörlerinin bu yöndeki talebinin yetersiz olması ve diğer turizm işletmelerinin yetersizliği (eğlence işletmeleri, hediyelik eşya mağazaları), %6,3'ü güvenliğin yetersiz olması, %5,4'ü yerel halkın tutumunun olumsuz yönde olması, %4,5'i kültür turizmi konusunda yeterli bilgiye sahip rehberlerin bulunmaması ve %2,7'si konaklama ve yeme içme imkânlarının yetersiz olması gibi nedenlerden dolayı yapmamaktadır.

Tablo 31: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Gelecekte Kültür Turları Düzenleme Durumu.

	f	%
Evet	119	62,6
Kararsızım	53	27,9
Hayır	18	9,5
TOPLAM	190	100

Seyahat acentalarının gelecekte Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyip düzenlemeyeceği sorusuna %62,6'sı Evet, %27,9'u Kararsızım ve %9,5'i Hayır cevabı vermiştir. Bu duruma bakıldığından gelecekte kültür turlarının düzenlenmesi açısından Gaziantep ilinin gelişim göstereceği düşünülmektedir.

Tablo 32: Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Gaziantep'in Gelecekte Önde Gelen Kültür Turizmi Destinasyonlarından Biri Olmasına İlişkin Düşünceleri

	f	%
Evet	137	72,1
Belki	45	23,7
Hayır	8	4,2
Toplam	190	100

Gaziantep ilinin gelecekte önde gelen kültür turizmi destinasyon olacağına ilişkin soruya seyahat acentalarının %72,1'i Evet, %23,7'si Belki ve %4,2'si Hayır cevabı vermiştir. Verilen cevaplara bakıldığında gelecekte Gaziantep ilinin turizmi için çok olumlu bir görüşün yaygın olduğu görülmektedir.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Dünyada ki ekonomik gelişimler sürdükçe yenileşme ve inovasyon süreçleri de var olacaktır. Bu gelişmeler turizm sektörü içerisinde de etkisini sürdürmektedir. Zamanın şartlarına uygun olarak turizm hareketleri bu değişim sürecinde birçok yeniliği benimsemiştir. Özellikle klasik turizm hareketlerinin yoğunlaşmasıyla birlikte alternatif turizme olan ihtiyacın arttığı göz önüne alınırsa yenileşmenin turizm sektörü açısından kaçınılmaz olduğu anlaşılmaktadır.

Turizmin önemli hizmet unsurlarından birini seyahat işletmeleri oluşturmaktadır. Bu işletmeler turizm sektörüne sağladığı katkıların yanı sıra hizmet kalitesinin artmasına olanak sağlamıştır. Ayrıca bu işletmelerin alternatif turizm hareketlerinin etkin bir şekilde gerçekleştirilmesinde önemli bir rolü bulunmaktadır. Gerçekleştirilen bu araştırmada, Gaziantep ilinin kültür turizmi potansiyelinin seyahat acentaları tarafından değerlendirilmesi sağlanmıştır.

Belirli bir turistik destinasyonun sahip olduğu kültür turizmi potansiyelini seyahat acentaları tarafından değerlendirmesini ele alan herhangi bir ulusal ve uluslararası çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışmanın literatüre bu bakımdan katkı sağladığı ve kültür turizminin gelişmesinde önemli bir rol oynayan kültür turlarının Gaziantep ilindeki profilini ortaya koyarak bölgenin turizm gelişimine olumlu bir yönde fayda sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan ilgili literatür çalışmalarında konuyla bağlantılı doğrudan bir çalışmanın olmadığı gözlemlenmiştir. Ancak kültür turizmi ile alakalı kısmen örtüşen noktalar olduğu da görülmüştür (Korunovski ve Marinovski, 2012; Avcı, 2012; Liu vd., 2001; Lambert, 2010; Usta, 2005; MacDonald ve Jolliffe, 2003; Ryan, 2002; Aksoy, 1998).

Konuyla ilgili daha önce yapılan araştırmalar dikkatlice incelenmiş ve bu araştırmanın sonucundan elde edilen verilerle aşağıda benzer çalışmalarla tartışması yapılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, seyahat acentalarının alternatif turizm çeşitleri içerisinde en çok yoğunlaştığı turizm çeşidi kültür turizmidir. Bunun yanı sıra inanç turizmi seyahat acentalarının önem verdiği bir diğer alternatif turizm çeşididir. Üsküdar (2012), alternatif turizm çeşitleri içerisinde en popüler turizm türünün kültür turizmi olduğunu belirterek bu sonucu desteklemiştir.

Ankete katılan seyahat acentası çalışanlarının yaklaşık 2/3'lük kısmı Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenlemediği sonucu elde edilmiştir. Dolayısıyla Gaziantep'te faaliyet gösteren seyahat acentalarının büyük kısmının kültür turizmine hizmet etmediğini söylemek mümkündür.

Araştırma sonuçlarına göre, kültür turları düzenleyen seyahat acenta çalışanlarının yaklaşık 3/4'lük kısmı kültür turlarını ayda 1 ila 3 defa arasında düzenlemekte olduğu görülmüştür. Bunun sonucunda kültür turları düzenleyen acentaların genellikle yoğun bir çalışma göstererek aynı ayın içerisinde birden fazla kültür turları düzenlediği sonucuna varılmıştır. Bugün kültür turizmine karşı artan bir ilginin varlığı bu sonucun bir yansıması düşünülmektedir. Gnoth ve Zins (2013), yaptıkları çalışmalarında benzer şekilde kültür turlarının düzenleme sıklık oranının yükseldiğini ortaya koymuşlardır.

Araştırma sonuçlarına göre, Gaziantep ilindeki kültürel değere sahip turistik ürünlere olan ilginin arttığı görülmüş ve bu turistik ürünlerin kültür turistleri için önemli olduğu belirlenmiştir. Korunovski ve Marinoski (2012), Turistlerin yeni turizm çeşitlerine yönelmesiyle birlikte turistik değeri olan camii, kilise ve sinagogların yanı sıra sanatsal açıdan büyük öneme sahip olan hanlar, hamamlar, bedestenler, kasteller ve müzelere olan taleplerin arttığını belirterek bu sonucu desteklemiştir. Ayrıca Alberti ve Giusti (2012), yaptıkları çalışmada mimari ve estetiğin bir arada olduğu yapılar ve tarihi eserlerin taşıdıkları özellikler sayesinde turistik ürünler arasında hizmet talep edenler için önemli bir husus olduğunu belirterek araştırma sonucuna paralel bir benzerlik ortaya koymuştur.

Gaziantep'e yönelik düzenlenen kültür turu programlarında en çok yer alan dini yapılar içerisinde, Kendirli Kilisesi, Boyacı Camii ve Ömeriye Camii bulunmaktadır. Fakat Kesikbaş Camii, Ayşe Bacı Camii ve Karagöz Camii kültür turu programlarına yeterince dâhil edilmediği görülmüştür.

Kültür turu programları içerisinde yer alan tarihi hanlardan, Şire Hanı, Kürkçü Hanı ve Millet Hanı en çok rağbet gören turistik hanlardandır. Ancak Zeytin Hanı, Yüzükçü Hanı ve Yeni Han kültür turu programlarında yeterli düzeyde yer

alamamaktadır. Emir Ali Han ve İnceoğlu Hanı hiçbir seyahat acentasının kültür turlu programlarında yer almamaktadır.

Kültür turlu programlarında yer alan tarihi hamamlar içerisinde Naip Hamamı, Keyvan Bey Hamamı ve Şeyh Fetullah Hamamı en çok programa dahil edilen kültürel varlıklardır. Buna karşın en az programa dahil edilen tarihi hamamlar ise Şehitler Hamamı, Tabak Hamamı ve Eski Hamam'dır. Düzenlenen kültür turlarının tarihi hamamlar içerisindeki programlarında bütün hamamlara belirli ölçütlerde yer verildiği görülmektedir.

Gaziantep'in tarihi ve kültürel zenginliği olan Zincirli ve Kemikli Bedestenin seyahat acentaların kültür turlu programlarında önemli ölçüde yer aldıkları görülmüştür.

Gaziantep'e yönelik tur düzenleyen seyahat acentalarının tur programına en çok dâhil ettiği tarihi kasteller; Pişirici Kasteli, Ahmet Çelebi Kasteli ile Şeyh Fetullah Kasteli'dir.

Kültür turlu programlarında yer alan müzeler içerisinde, Zeugma Mozaik Müzesi, Emine Göğüş Mutfak Müzesi ve Gaziantep Arkeoloji Müzesi en çok tur programlarına dâhil edilen müzelerdir. Arkeolojik Cam Eserler (Medusa) Müzesi, Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Müzesi ile Hasan Süzer Etnografya Müzesi ise en az kültür turlu programlarına dâhil edilen müzelerdir. Buna karşın düzenlenen kültür turlarında bütün müzelere belirli ölçütlerde yer verildiği görülmektedir.

Seyahat acentalarının kültür turlu düzenlemesinde en öncelikli amaçları; turistlerin talebi ile kültür turlarındaki kâr payının yüksek olmasıdır. Bu nedenle ekonomik unsurların kültür turlarının oluşmasına zemin hazırladığı sonucuna varılmıştır. Dicks (2003), yaptığı çalışmada kültür turlarının oluşumunda ekonomik kârlılığın önemine vurgu yaparak bu sonucu desteklemiştir.

Bu araştırmada, Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentalarından yarısı 'altyapı ve çevre temizliği' faktörlerini ne yeterli ne yetersiz olarak değerlendirdiği görülmüştür. Acentaların 2/3'lük kısmı 'konaklama ve yerel halkın tutumu' faktörlerini yeterli olarak değerlendirmişlerdir. Yine seyahat acentalarından yarısı 'müze ve ören yerlerinin temizlik ve bakımı ile yeme-içme ve ulaşım faktörünü' yeterli görmüşlerdir. Seyahat acentalarının 1/3'lük kısmı ise 'eğlence işletmelerinin sayısı ve niteliği faktörünü' yeterli olarak görürken 'turistik arz ve çekicilik unsurları' faktörünü ne yeterli ne yetersiz olarak gördüğü sonucu elde edilmiştir. Tüm bu sonuçlar değerlendirildiğinde bakıldığında genel olarak

Gaziantep’te faaliyet gösteren seyahat acentalarının söz konusu faktörler açısından Gaziantep ile ilgili olumlu bir görüş taşıdığı sonucuna varılmıştır.

Bu araştırmada, Gaziantep’e yönelik tur düzenleyen seyahat acentalarının kültür turları kapsamında hedef kitle olarak belirledikleri ülkelerin en önde gelenleri; Almanya, Hollanda ve İngiltere’dir. Hedef kitle olarak belirledikleri ulusal bölgeler ise Güney Doğu Anadolu Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi ile Doğu Anadolu Bölgesidir. Bununla birlikte kültür turları kapsamında en çok varış yapan ülkeler ise hedef kitle pazarına uygun bir şekilde Almanya, İngiltere ve Hollanda’dır. Dolayısıyla hedef kitle ülkelerin ziyaret varışlarında da ilk sıralarda yer alması seyahat acentalarının bu konuda başarı sağladığının bir göstergesidir. Gaziantep iline ulusal bölge olarak kültür turu kapsamında en çok ziyaretçi sağlayan bölgeler ise Güney Doğu Anadolu Bölgesi, Karadeniz Bölgesi ile Marmara Bölgesi’dir.

Araştırma sonuçlarına göre; kültür turlarına katılan yaş grupları arasında en fazla yoğunluğu, 35-44 yaş aralığındaki turistler oluşturmaktadır. Squire (2004), yaptığı araştırmada orta yaş grubunun kültürel aktivitelere yoğun katılım gösterdiğini belirterek bu araştırmanın sonucunu desteklemiştir. Ancak Tang (2005), kültür turizmi ziyaretçilerinin genellikle üçüncü yaş grubu kişiler olduğunu ortaya koymuştur.

Bu araştırma sonucuna göre, kültür turlarına katılan turistleri bu turizm çeşidine iten nedenlerin başında ‘merak duygusu, farklı kültürlerle tanışma ve boş zamanı değerlendirme’ gelmektedir. Podoshen ve Hunt (2015), yaptıkları çalışmalarında kültür turizmine katılan kültür turistlerini motive eden bu unsurların ön plana çıktığını ortaya koyarak bu sonucu desteklemişlerdir.

Araştırma sonuçlarına göre kültür turlarına katılan turistlerin yaklaşık %90’a yakın bir kısmının çeşitli hususlardan dolayı rahatsızlık duyduğu görülmüştür. Bu şikâyetler önem sırasına göre; ‘gelen turistlerin ürün ve hizmetlerin fiyatlarını yüksek bulması, yerel halkın tutum ve davranışlarının kötü olması, ulaşım imkânlarının yetersiz olması ve rehberlerdeki yetersizlikler, konaklama imkânlarının sınırlı olması ve ören yerlerinin bakımsızlığı’ olarak sıralanabilir.

Bu araştırmada kültür turları düzenlemeyen seyahat acentalarının en öncelikli düzenlememe nedenin yeterli talep olmadığı görülmüştür. Buna karşın Swarbrooke (1996), yaptığı çalışmada kültür turlarının gelişim gösterdiği ve kültür turlarına katılımlarının sürekli arttığı sonucuna varmıştır.

Bu araştırma sonucunda, tur operatörlerinin Gaziantep'e yönelik kültür turlarına yetersiz ilgi göstermesi, Gaziantep kültür turizminin yeterince gelişmemesine sebep olduğu görülmüştür. Abi (2012), tur operatörlerinin kültür turizmi ile ilişkisi konusunda yaptığı bir araştırmada, tur operatörlerinin hizmet kapasitelerini genişletmesi ve kalitelerini arttırmalarıyla, Türkiye'deki kültür turizminin daha önemli noktalara ulaşacağını ve pazarda rakiplerinden daha güçlü bir konumuna geleceğini ortaya koymuştur.

Ulaşım ağının istenilen düzeyde olmaması ile alt ve üst yapının yetersiz olması, turistik bölgenin plansızlığı gibi nedenler Gaziantep kültür turizmi gelişiminin önündeki engeller arasındadır. Oysaki Çalışkan (2009), yılında yaptığı bir çalışmada Türkiye'nin kültür turizmi potansiyelini, sürdürülebilirlik özelliğini göz ardı etmeden, turizmin hizmetine taşıyabilmek ve ulaşım olanaklarını geliştirmek ciddi, bilinçli ve bilimsel bir çalışmayı gerekli kılmakta olduğunu belirtmiştir.

Bazı seyahat acentalarının Gaziantep'teki kültür turizmi potansiyelini yeterli görmediği veya farkında olmadığı elde edilen bir başka sonuçtur. Ancak Gaziantep ilinin kültür turizm potansiyelinin ortaya konulması amacıyla bir takım çalışmalar yapılmıştır. Yapılan bu çalışmalar, tarihin izlerini barındıran mimarisi, eşsiz güzelliğe sahip gelenekleri, mutfak kültürü ve pek çok kültürel değerleriyle Gaziantep ilinin kültürel manada ön plana çıktığını göstermiştir (Kaplan, 2011; Cengiz, 2008; Güzelbey, 1992).

Gaziantep ilindeki bazı seyahat acentalarının kültür turizmi konusunda yeterli bilgiye sahip rehberler bulamaması nedeniyle kültür turları düzenlemediği elde edilen bir başka sonuçtur. Fakat kültür turlarının başarısındaki en önemli aktörlerden biri profesyonel turist rehberleridir. Profesyonel turist rehberlerinin nitelikleri ve etkileri üzerinde yapılan araştırmalarda, profesyonel turist rehberinin bu fonksiyonu açık bir şekilde ortaya konulmuştur (Zhang ve Chow, 2004; Behrenfeld, 2003; Cohen, 1985; Köroğlu, 2013).

Yine bu çalışmanın sonucunda, yerel halkın tutumunun olumsuz yönde olması ve diğer turizm işletmelerinin yetersizliği gibi hususlar kültür turlarının düzenlenmesi noktasında bir diğer engel teşkil ettiği görülmüştür. Benzer şekilde yerel halk ile turistlerin birbirlerini anlamada zorluklar yaşabileceğini ve olumsuz sonuçlar doğabileceğini de bazı araştırmacılar ortaya koymuşlardır (Wood, 1980; Antolovic, 1997; Xavier, 2004; McIntosh 2002; Hargrove, 2002; Prohaska vd, 1995).

Gaziantep ilinde kültür turlarının düzenlememe nedenlerine genel olarak bakıldığında en büyük engellerin; ‘turistlerin bu yöndeki talebinin yetersiz olması olduğu, kültür turizmine yönelik turların kâr payının düşük olması ve tur operatörlerinin bu yöndeki talebinin yetersizliği’ olduğu görülmektedir. Bu konudaki en küçük engellerin ise ‘konaklama ve yeme içme imkânlarının yetersiz olması, kültür turizmi konusunda yeterli bilgiye sahip rehberlerin bulunmaması ile diğer turizm işletmelerinin yetersizliğidir’.

Gaziantep ilindeki seyahat acentalarının gelecekte kültür turları düzenleyip düzenlemeyecekleri sorulduğunda yaklaşık 2/3’ü ‘evet’, 1/4’ü ‘kısmen’ derken 1/10’u ise ‘hayır’ demiştir. Bu sonuçlara bakıldığında, seyahat acentalarının gelecekte kültür turları düzenleme konusunda olumlu düşünmektedirler. Bu durum, önümüzdeki yıllar içerisinde Gaziantep ilinde gerçekleşecek kültür turlarının sayısında ciddi bir artış olacağı düşüncesini doğurmaktadır.

Gaziantep ilinin gelecekte önde gelen kültür turizmi destinasyonlarından biri olup olamayacağı sorusuna katılımcılar büyük bir oranda ‘evet’, çok küçük bir oranda ise ‘hayır’ cevabını vermişlerdir. Bu sonuçlar göz önünde bulundurulduğunda, seyahat acentaları Gaziantep’in ilerleyen yıllarda kültür turizmi konusunda önemli bir noktada olacağını düşünmektedirler.

Tüm bu sonuçlar göz önünde bulundurulduğunda bu çalışmayla seyahat acentası çalışanları tarafından Gaziantep’e yönelik gerçekleştirilen kültür turlarının genel bir çerçevesi ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu araştırmanın öne çıkan çarpıcı sonuçlarından biri, Gaziantep’te faaliyet gösteren seyahat acentalarının 5/8’inin kültür turizmine hizmet vermediğidir. Dolayısıyla bu sonuç Gaziantep kültür turizmi potansiyelinden yeterince faydalanılamadığını göstermektedir. Bir diğer çarpıcı sonuç ise kültür turları düzenlemeyen seyahat acentalarının talep ile kâr payını yetersiz görmesidir. Aslında bu sonuç, turizm sektörünün gelişiminde ve sürdürülebilirliği konusunda etkin rol oynayan kültür turizminin Gaziantep ilindeki geleceği için bir tehdidin varlığına işaret etmektedir. Ancak bu araştırmaya katılan seyahat acentalarının kültür turizminin gelecek yıllarda olumlu bir gelişim göstereceği beklentisine de sahip olduğu görülmüştür. Bu yüzden ilerleyen yıllarda Gaziantep’te kültür turları sayısının artacağı ihtimalinin güçlü olması bu araştırmada ortaya çıkan kayda değer bir başka sonuçtur.

ÖNERİLER

Araştırma sonuçlarını dikkate alarak Gaziantep ilindeki seyahat acentalarına, kültür turizmine hizmet veren turizm işletmelerine ve ilgili resmi kuruluşlara verilecek öneriler aşağıda gösterilmiştir;

- Gaziantep ilinde faaliyet gösteren seyahat acentalarının kültür turizmine daha fazla önem vermeleri teşvik edilmelidir. Düzenlenen kültür turlarının sıklık düzeyleri artırılmalıdır.
- Dini yapıların çeşitlilik gösterdiği ve inanç merkezlerinden biri olan Gaziantep ilinde daha çok dini yapının kültür turlarına dâhil edilmesinin kültür turizmine daha fazla fayda sağlayacağı düşünülmektedir.
- Müze turizm olanaklarının sadece belirli ve çok bilinen müzelerden ibaret olmadığı, farklı zamanlara ve toplumlara ait çok sayıda müze yerlerinin de Gaziantep İl sınırları içerisinde bulunduğu konusunda bilgilendirme yapılmalı ve acentalar bu yönde teşvik edilmelidir.
- Gaziantep'te kültür turlarına genellikle yerli turistler katılmaktadır. Bu nedenle hedef pazar kitlesine yabancı turistlerin dâhil edilmesi gerekmektedir.
- Kültür turları her yaş grubu turistler için cazip bir hale getirilmelidir.
- Turistlerin kültür turizmine katılım amaçları dikkatle incelenmeli ve bu yönde adımlar atılmalıdır.
- Turistik destinasyonlarda alt ve üst yapı olanaklarının geliştirilmesi ve eksikliklerinin giderilmesi gerekmektedir. Özellikle turistik alanların çevresindeki düzenlemelerin yeterli seviyeye ulaşması kültür turlarının gerçekleşmesinde kolaylık sağlayacağı düşünülmektedir.
- Turistik üst yatırım arzı, bir turizm bölgesinin gelişiminde kilit rol oynamaktadır. Bu nedenle kültür turizminin gelişiminde konaklama ve yeme-içme imkânlarının yetersiz olması bir sorun teşkil etmektedir. İhtiyaca cevap verebilecek yiyecek-içecek işletmelerinin çevreye duyarlı bir şekilde inşa edilmesi gerekmektedir.

- Gaziantep ilinde kültürel varlıklarla ilgili daha çok araştırmanın yapılması ve tanıtımının doğru ve etkin bir şekilde yapılması gerekmektedir.
- Kültür turistlerinin merak duyguları tetiklenmeli ve kültürel miras en iyi şekilde pazarlanarak talebin yönünü Gaziantep'e çevrilmesi sağlanmalıdır.
- Yeterli bilgiye sahip profesyonel turist rehberleri eksikliğinin ilgili kuruluşlar tarafından giderilmesi gerekmektedir.
- Gerek yurt içi gerekse de yurt dışında önemli bir kültür turizmi bölgesi olmak için daha fazla yatırımların teşvik edilmesi, turizm çalışanların eğitim düzeyinin artırılması, konaklama, seyahat, yiyecek-içecek ve diğer turistik işletmelerin uyum içinde çalışması ve yerel halka turizm bilincinin aşılması gerekmektedir.
- Bu konuyla ilgili ilerleyen zamanda yapılacak bilimsel çalışmaların daha verimli olması için zaman unsuru ve araştırma sahasının daha geniş tutulması araştırmacılara önerilir.

KAYNAKLAR

- Abacılar, P. (2008). *Doğal ve Kentsel Sit Alanlarında Kültür Turizmi ve Yönetimi "Boğaziçi Arnavut köy Örneği"*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ahipaşaoğlu, S. (1997). *Seyahat İşletmelerinde Tur Planlaması Yönetimi ve Rehberliğin Meslek Olarak Seçilmesinin Nedenleri Üzerine Bir Uygulama*. Ankara, Varol Matbaası.
- Ahipaşaoğlu, S. (2005). *Turizm ve Coğrafi Bilgi Sistemleri* (1.Baskı) Ankara: Gazi Kitapevi.
- Akat, O. (2008). *Turizm İşletmeciliği*. Bursa: Ekin Kitapevi.
- Albayrak, A. (2011). Tüketicilerin Karar Alma Sürecinde Bilgi Kaynağı Olarak İnternetin Rolü ve Konaklama İşletmeleri İçin Bir Öneri. *Journal of Travel and Tourism Research (Online)*, 188.
- Avcı, E. (2012). *İzmir'in İnanç Turizmi Potansiyelinin Seyahat Acentaları Açısından Değerlendirilmesi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aksoy, M. (1998). *Türkiye'de İnanç Turizmi ve Seyahat Acentalarının İnanç Turizmine olan İlgilerine Yönelik Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Ankara.
- Alberti, F. G. ve Giusti, J. D. (2012). Cultural heritage, tourism and regional competitiveness: The Motor Valley cluster. *City, culture and society*, 3 (4), 261-273.
- Alkım, B. (1974). *Yesemek Taşocağı ve Heykel Atölyesinde Yapılan Kazı ve Araştırmalar*. Ankara: TTK.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS uygulamalı*. Sakarya yayıncılık.

- Alvarez, M. D. ve Korzay, M. (2011). Turkey as a heritage tourism destination: The role of knowledge. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20. 425–440.
- Artun, E. (2000). *Adana Halk Kültürü Araştırmaları*, Adana.
- Aymankuy, Y. ve Aymankuy, Ş. (2003), 7. ve 8. Beş Yıllık Kalkınma Planlarında Alternatif Turizm Çeşitleri İle İlgili Hedef, İlke ve Politikaların İncelenmesi, *Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı*, Ankara Üniversitesi, Çankırı Meslek Yüksek Okulu, Çankırı.
- Bahçe, S. (2011). *Kültürel Miras Yönetimi*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Batman, O. ve Oğuz, S. Ç. (2008). Kültür Turizmi. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, *Nobel Yayınları*, Ankara, Şubat, 189-208.
- Behrenfeld, S.M. (2003). *Evaluating Monitoring Practices of Community-Based Eco Tourism Projects*. The Faculty of The Department of Environmental Studies, San Jose State University, Masters Thesis. San Jose, California.
- Bingöl, Z. (2007). *Gelenekten Evrensel Anadolu'da İnanç Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bonet, L. (2003). *Cultural Tourism, A Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham-UK: Edward Elgar Publishing Inc.
- Bonnemaison, J., Blanc-Pamard, C., Lasseur, M. ve Thibault, C. (2005). *Culture and Space: Conceiving a New Cultural Geography* (J. Penot-Demetry, Trans.). London, New York: I. B. Tauris.
- Bormann, F. (2015). Cultural Tourism and Sustainable Development: A Case Study of the Ava time Amu (Rice) Festival in Volta Region, Ghana. *Global Journal of Human-Social Science Research*, 15(1).
- Boz, M. (2004). *Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizmin Pazarlamasının Önemi*, Çanakkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale.
- Bozgeyik, B. (1994). *İstiklal Harbinde Gaziantep*. Ziya Ofset, İstanbul, ss. 35-37
- Buckley, R. (2007). "Adventure Tourism Products: Price, Duration, Size, Skill, Remoteness." *Tourism Management* 28.6. 1428-1433.
- Buhalis, D. (2000). *Relationships in the Distribution Channel of Tourism: Conflicts Between Hoteliers and Tour Operators in the Mediterranean Region*.

- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, 21(1), 97-116.
- Cansız, İ. (1996). *Şer'iyye Sicillerine Göre XIX. Yüzyıl Sonlarında Yozgat Sancağı*, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara
- Carpenter, B. (2000). *An Ethnography of Japanese Ecotourism in The Northwest Territories: A Case Study of Yellowknife*. Resources and The Environment Program, Faculty of Graduate Studies, University of Calgary. Master Thesis. Calgary, Alberta.
- Ceballos-Lascurain H. (1991). *Tourism, Eco tourism and Protected Areas*. Parks. 2, 31-35.
- Cengiz, İ. (2008). Gaziantep-Halep Kültür ve Turizm Zenginliklerinin Tanıtım Rehberi. *Gaziantep büyükşehir Belediyesi Yayınları*, Gaziantep, ss. 27-46.
- Wan, C. (2013). 'Tourism and hospitality studies'. Introduction to tourism. 5(1),7-19.
- Cogliandro, G. (2001). *European Cities of Culture for the Year 2000*. Association of the European Cities of Culture of the Year 2000.
- Cohen, E. H., Ifergan, M. ve Cohen, E. (2002). "A New Paradigm in Guiding-The Matric as a Role Model", *Annals of Tourism Research*, 29/4, 919-932.
- Costa, G., Glinia, E., Goudas, M. ve Antoniou, P. (2004). Recreational services in resort hotels: Customer satisfaction aspects. *Journal of Sport & Tourism*, 9(2), 117-126.
- Coşkun, İ. ve Işık M. (2007). "Computer Aided Microcontroller Education", The Proceeding of 7. International Educational Technology Conference, Near East University, page 438-442, 3-5 May 2007, Lefkoşa, North Cyprus.
- Çakır, N. (1999). *Eski Kentsel Yerleşim Birimlerimizin Kültür Turizmimizdeki Yeri ve Önemi Safranbolu Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çam, N. (2006). *Türk Kültür Varlıkları Envanteri: Gaziantep 27*. Türk Tarih Kurumu.
- Çam, N. (1982). Gaziantep'te Kastel Adı Verilen Su Tesisleri: *Gaziantep 27. Milletlerarası Türkoloji Kongre Bildirisi*. İstanbul. 165-174.
- Çetiner, H. (2010). "Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Hijyen, Sanitasyon ve Personelin Hijyen Kurallarına İlişkin Davranışlarında Eğitimin Faktörü", yayınlanmamış

- yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Çubukçu, M. (1999). “Küreselleşme Süreci İçinde Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü” Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Darkot, B. ve Dağlıoğlu, H. T. (1961). “Ayıntap”, İslam Ansiklopedisi, C. II, M.E.B. Yayınevi, İstanbul.
- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3 (2), 29-34.
- Diamantis, D. (1998). "Consumer Behavior and Ecotourism Products", *Annals Of Tourism Research*, Volume: 25, Issue: 2, April 1998, pp.515-518.
- Diñer, M. Z. (1993). Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm. *Filiz Kitabevi*, İstanbul.
- Doğu, G. (2006). *Rekreasyonun Sosyal ve Ekonomik Faydaları*. Sağlıklı Kentler Birliği Toplantısı, Eskişehir, 18-27.
- Dowling, K. ve Fennell, A. (2003). The Context of Eco tourism Policy and Planning. *Ecotourism Policy and Planning*. London: CABI Publishing, pp.1-20.
- Duru, R. (2004). Eski Ön Asya Dünyasının En Büyük Heykel Atölyesi Yesemek, İstanbul: *TURSAB*. Ss.147.
- Eloğlu, S. (2014). Gaziantep Ahmet Çelebi Camii; Kadınlar Mahfili'nin Kalem İçi Süslemeleri. *Electronic Turkish Studies*, 9(5).
- Emir, O. (2010). Otel İşletmelerinin Pazarlanmasında Seyahat Acentalarının Rolü: Otel İşletmeleri Tarafından Bir Değerlendirme. *Ege Akademik Bakış*, 10(4), 1245-1256.
- Emir, O. (2011). Customer Complaints And Complaint Behaviours İn Turkish Hotel Restaurants: An Application İn Lara And Kundu Areas Of Antalya. *African Journal of Business Management*, 5(11), 4239-4253.
- Erdogan, N., (2003). Çevre ve (Eko) Turizm. *Erk Yayını*, 317 s, Ankara.
- Eren, M. V. (2012). Yerel Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Rolü: Gaziantep Örneği. In *International Conference on Eurasian Economies, Almaty* (pp.369-373).
- Ersoy, N. (2014). Zeugma Mozaik Müzesini Ziyaret Eden Yerli ve Yabancı Turistlerin Destinasyon İmaj Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *Journal Of International Social Research*, 7(34).

- Etikan, S. ve Çukur, T. (2011). Kırsal Turizm Faaliyetlerinin Çomakdağ-Kızıllağaç Köyü El Sanatları Üzerine Etkisi. *SDÜ Arte-Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 4(8).
- European Parliament and the Council of the European Union. (1999). EU Decision 1419/1999EC *Guidelines Relating to the Capital of Culture Competition*. Brussels: Author.
- Ferreira, J. ve Esteveao, C. (2009). *Regional Competitiveness of Tourism Cluster: Aconceptual model proposal*. MPRA paper No.14853.
- Florida, R. (2002). *The Rise of The Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Fung, T. ve Wong, F. (2007). Eco tourism Planning Using Multiple Criteria Evaluation with GIS, *Geocarto International*, 22(2), 87-105.
- Geniş, Ş. (2009). Gaziantep Kırsalında Sanayileşme ve Toplumsal Değişim: Dülük Köyü Örneği. *University of Gaziantep Journal of Social Sciences*, 8(1).
- Gray, H. ve Susan, C. (2008). "Medical tourism: Crossing Borders To Access Health Care." *Kennedy Institute of Ethics Journal* 182: 193-201.
- Gnoth, J. ve Zins, A. H. (2013). Developing A Tourism Cultural Contact Scale. *Journal of Business Research*, 66(6), 738-744.
- Goodrich, J. ve Goodrich, G. (1991) "Health-Care Tourism, Managing Tourism, edited by Medlik, S.", Oxford: Butterworth-Heinemann, p.107-114.
- Güler, Ç. ve Çobanoğlu, Z. (1994). *Turist Sağlığı, T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Çevre Sağlığı Temel Kaynak Dizisi No: 25*, Ankara: Aydoğdu Ofset, Birinci Baskı.
- Gülcan, B. (2010). Türkiye'de Kültür Turizminin Ürün Yapısı ve Somut Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklılaştırma İhtiyacı, *İşletme Araştırmaları Dergisi* 2/1 (2010) 99-118.
- Günel, S., Gerek, O. N., Ece, D. G. ve Edizkan, R. (2009). The Search For Optimal Feature Set In Power Quality Event Classification. *Expert Systems with Applications*, 36(7).
- Gündoğdu, N. (2004). *Olimpizm ve Olimpiyat Organizasyonları, Ders Notları, Türkiye Turizm Stratejisinin Belirlenmesi ve Geliştirilmesi*, İstanbul.
- Güney Doğu Anadolu Rehberi, (2007). Ss.140-180.

- Gürbüz, A. (1999). *Kültür Turizmi İçinde Müzelerin Yeri Ve Önemi*, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Safranbolu Meslek Yüksek Okulu Turizm-Otelcilik Programı Kültür Turizmi Semineri Yayınlanmış Bildirileri, 45-48.
- Gürpınar, T. (1999). Av ve Yaban Hayatı Yönetiminde Yeni Yaklaşımlar. *Av günü Dergisi*, Sayı:31, Ankara.
- Güzel, F. Ö. (2010), Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi C.2, S.2. s.87-100*.
- Güzelbey, C. (1992). *Gaziantep Camileri Tarihi*. Türk- İslam Eğitim, Kültür ve Yardımlaşma Vakfı Yayınları, Gaziantep, ss. 17-180.
- Güzelbey, C. (1992). *Gaziantep'ten kesitler*. Ar Ajans.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2008), Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, *Nobel Yayınları*, Ankara.
- Hacıoğlu, N. Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2003). *Boş Zaman &Rekreasyon Yönetimi Örnek Animasyon Uygulamaları*, Editör: Ayhan Gökdeniz, Detay Yayıncılık: Ankara
- Hargrove, C. M. (2002). Heritage tourism. *Cultural Resource Managment Bulletin*, 25(1), 10–11.
- Hazar, A. (2007). *Spor ve Turizm*, Detay Yayıncılık, s.80-81, Ankara.
- Hesmondhalgh, D. (2002). "The Cultural Industries."
- Hobsbawm, E.(1995). *Zeitalter der Extreme*, Münschen.
- Hociung, G. ve Laurențiu, G. (2012). "Globalization–Tourism–Communication, Competitiveness Triangle on the Market Affected by the Economic Crisis." *Theoretical and Applied Economics* 7.7.
- Iğrcık, M. (2001). *Türkiye'nin Av Potansiyelinin Geliştirilmesine İlişkin Sosyo-Ekonomik Çözümleme*. İ.Ü.Fen Bilimleri Enstitüsü. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul.
- İncekara, A. (1998). *Doğu Anadolu'da Kış Turizmi ve Gelişme Olanakları*, İstanbul, İstanbul Ticaret Odası Yayın No: 1998-18.
- İçöz, O. (2000). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi*, Ankara, Turhan Kitabevi.
- İçöz, O. ve Kozak, M. (2002). "Turizm Ekonomisi", Turhan Kitabevi, Ankara.
- Jafari, J. (1992). Cultural Tourism And Regional Development. *Annals of Tourism Research*, 19(3), 576-577.

- John, U. (1996). *Tourist Gaze Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Sage Publications, London, s. 1.
- Jelincic, D. (2001). Cultural and Nautical Tourism as Coordinated Sectors in Development Strategy for Croatia: Possible Solutions. *Acta Turistica*. Vol 13 (1), 42-63.
- Kanalıcı, K. (2012). *Geleneksel Gaziantep Evleri Yapı Üretimi Analizi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Yakın Doğu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Karar, A. (2010). Impact of Pilgrim Tourism At Haridwar. *Antropologist*, Yıl:2, Sayı:12, 99-105.
- Kaplan, T. (2011). *Gaziantep Kültür Turizmine Halkbilimsel Bir Yaklaşım*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karasar, N. (2012). Bilimsel Araştırma Yöntemi, 23. Basım. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karaküçük, S. (1997). Rekreasyon (Boş Zamanları Değerlendirme) Kavram, *Kapsam ve Bir Araştırma*. (İkinci Baskı), Ankara: Seren Ofset.
- Karasoula, K. (2010). *The Competitiveness Of Greece In The Touristic Sector*. The Case Of Prefecture Achaea And The Development Of The Specific And Alternative Forms Of Tourism. (MBA thesis), University of Patras, Patras.
- Kaya, F. (2010). *Gaziantep ve Şanlıurfa İllerinde Yapılan Bakırcılık Sanatının İncelenmesi*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü El Sanatları Eğitimi Anabilim Dalı, Dekoratif Sanatlar Eğitimi Bilim Dalı Yüksek lisans Tezi, Ankara.
- Kurian, G. ve James, M. (1991). "new book of world rankings."
- Kuter, N. ve Ünal, H. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Eko turizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri. Kastamonu Üniversitesi, *Orman Fakültesi Dergisi*, s: 146-156, Kastamonu.
- Küçükaslan, N. (2007), *Özel İlgi Turizmi*, Bursa: Ekin Yayınevi.
- Koçak, N. (2006), "Yiyecek-İçecek Hizmetleri Yönetimi", Detay Yayıncılık, Ankara.
- Korunovski, S. ve Marinovski, N. (2012). Cultural tourism in Ohrid as A Selective Form Of Tourism Development. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 104-113.

- Koşan, A. (1994). *Turizm Faktörünün Bölgeler Arası Dengesizliği Gidermede Etkisi Ve Erzurum Palandöken Kış Sporları Turizm Merkezi Projesi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Kozak, R. (2007). *Türkiye’de Turizm Çeşitlendirmesi*. (Tarım Turizmi).
- Köroğlu, Ö. Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerine Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı 16, 2013, Sayfa 91-112*.
- Lambert, T. (2011). Gazing From Home: Cultural Tourism And Art Museums. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 403-421.
- Liakara, E. (2010), Demandfor Alternative Forms of Tourism (Master thesis), Harokopio University, Athens.
- Lynch, M. F., Duinker, P. N., Sheehan, L. R.ve Chute, J. E. (2011). The Demand For Mi’kmaw Cultural Tourism: Tourist perspectives. *Tourism Management*, 32(5), 977-986.
- MacCannell, D. (1992). Empty meeting grounds: *The tourist papers*. Psychology Press.
- McDonald, M. (2003). *European Community Tourism Law And Policy*. Blackhall.
- Mengütay, S. (2009). *Uluslararası Turizm Sektöründe Sporun Önemi*.
- Mitchell, R.,& Hall, M. C. (2003). Consuming tourists: Food Tourism Consumer Behaviour, *Food Tourism Around The World: Development, Management And Markets*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Miçooğulları, O. B. (2004). *Türkiye Turizm Stratejisinin Belirlenmesi ve Geliştirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi. Muğla Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Oakes, T. (2005). *Tourism and Modernity in China* (Vol. 10). Routledge.
- Oktayer, N., Susam, N. ve Çak, M. (2007), *Türkiye’de Turizm Ekonomisi*, İstanbul.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık*, İzmir, 1988.
- Oruç, O. (2004). *Bir Alternatif Turizm Türü Olan Doğa-Atlı Spor Turizminin Kastamonu Örneği Üzerinde İrdelenmesi*. Yıldız Teknik Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Ozan, B. ve Kozak, M. (2006). *Turizm Ekonomisi*, Detay Yayıncılık, Ankara, s.207.

- Özdamar, M. (2011). *Şanlıurfa'da Kültür Turizmi: Şanlıurfa'ya Kültür Turizmi Kapsamında Seyahat Acentaları ile Gelen Yerli Turistlerin Profilini ve Anlık Satın Alma Davranışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdeğer, H. (1996). Gaziantep. *Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi* (Cilt XIII, s. 466). İstanbul: Güzel Sanatlar Matbaası. Güneydoğu Anadolu rehberi, 2007:192).
- Palmer, C. (1999). Tourism and the Symbols of Identity. *Tourism Management* 20, pp. 313-321.
- Page, S. J. ve Dowling, R. K. (2002). Ecotourism (Themes in Tourism). *Harlow: Prentice Hall*.
- Pearce, D., Tan, R. ve Christian S. (2004). Tourism Distribution Channels in Wellington, New Zealand. *International Journal of Tourism Research*, 6 (6): 397-410.
- Pekin, F. (2011). *Çözüm: Kültür Turizmi*. İstanbul: İletişim Yayınları. 2011:152-153.
- Podoshen, J. S., Hunt, J. M. ve Andrzejewski, S. A. (2015). Attribution Processes in Cross-Cultural Heritage Tourism. *Journal of International Consumer Marketing*, 27 (2), 123-136.
- Prentice, R. (2004). Tourist motivation and typologies. *A companion to tourism*, 261-279.
- Prohaska, S., Conlin, M. ve T. Baum, (1995). "Trends in Cultural Heritage Tourism." *Island Tourism: Management Principles and Practice*.:33-52.
- Poirier, R. A. (1995). Tourism and Development in Tunisia. *Annals of Tourism Research*, 22 (1), 157-171.
- Robertson, I. (1993). Taiwan: Fast Track Development. *Sloan Management Review*, 31-37.
- Ruschmann, D. (1992). Ecotourism in Brasil, *Tourism Management*. March, 126-128.
- Rudan, E. (2010). The Development of Cultural Tourism in Small Historical Towns. *Tourism & Hospitality Management*, 10, 577-586.
- Ryan, C. (2002). Tourism And Cultural Proximity: Examples From New Zealand. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 952-971.

- Sandıkçı, M. (2008), *Termal Turizm İşletmelerinde Sağlık Beklentileri ve Müşteri Memnuniyeti*, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi, Afyonkarahisar.
- Sargın, S. (2006). “Yalvaç’ta İnanç Turizmi”. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (2), 1-18.
- Scott, N. (2002). *Product Market Perspective Of Self-Drive Tourism*.
- Sevil, Ö., Şimşek, Ö., Katırcı, H., Çelik, A., Çeliksoy, Ö. ve Kocaekşi, S. (2012). Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi. *T.C. Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını*, (2497/1468).
- Sezgin, M. ve Ünüvar, Ş. (2009). Kùltürler Arası İletişimde Turizmin Önemi, Alternatif Turizm ve Pazar Olgusu.
- Shackley, M. (1997). Saving Cultural Information: The Potential Role Of Digital Databases In Developing Cultural Tourism, *Journal Of Sustainable Tourism* 5, (3), 244-249.
- Simone, E. (2012). Non-Residents’attitudes Towards Heritage: Exploring Tourist Typologies By Cultural Consumption. *Acta turistica*, 24(2), 177-208.
- Simpson, R. (1993). Sustainable Tourism for Europe’s Protected Areas–Guideliness and Ways Forward. *The tourist Review*, No:3, 3-7s.
- Smith, M.K. (2003). *Issues in Cultural Tourism Studies*. London: Routledge
- Sökmen, A. (2006). *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği*. (3. Baskı). Ankara. Detay Yayıncılık.
- Stephen, D. R. (2001). “Developing Sports Tourism” Laboratory for Tourism and e Commerce, July, Austria.
- Squire, S. J. (1994). Accounting for Cultural Meanings: The İnterface Between Geography And Tourism Studies Re-Examined. *Progress in Human Geography*, 18 (1), 1-16.
- Swarbrooke, J. (1996). Culture, Tourism And The Sustainability Of Rural Areas İn Europe. *Managing Cultural Resources For Tourism, Sunderland (Great Britain)*, Centre for Travel and Tourism, Business Education Publishers, 447-470.
- Şahin, F. (2007). “Sağlık Turizmi Açısından Erzincan İçmeleri ve Çevresel Etkileri”, Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı. s. 393-401, İzmir.

- Şaman, E. (2009). *Mersin İli İnanç Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Mersin'de İnanç Turizmine Katılanların Profili Üzerine Bir Araştırma*. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Şenel, Y. (2001). “*Turizm Pazarlaması ve Turizm Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Karşılaşmış Oldukları Sorunlara İlişkin Nevşehir Bölgesinde Bir Uygulama*”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü), Niğde.
- Şenyaz, A. (2002). Turizm, Eko-Turizm ve Sürdürülebilir Kalkınma. *Türkiye Dağları I. Ulusal Sempozyumu*. Ilgaz Dağı. Kastamonu.
- Temizsoy, İ. (1988). Gaziantep Müzeleri. Dönmez Off set Müze Eserleri. *Turistik yayınları*, 88 sayfa.
- Temizsoy, İ. (1992). “1991 Yılı Yesemek Açık hava Müzesi Kazı Raporu,” III. Müze Kurtarma Seminerleri 27-30 Nisan, s: 87- 101.
- Tengilimoğlu, D. (2013). *Sağlık Turizmi*. Siyasal Kitapevi. Ankara.
- Tepelus, C. M. (2005). Aiming For Sustainability In The Tour Operating Business. *Journal of Cleaner Production*, 13(2), 99-107.
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural Heritage and Tourism*. Channel View Publications.
- TUIK. (2013). *Turkey's Statistical Yearly Book*. Ankara: TUIK.
- Turhan, M. (1994). *Kültür Değişmeleri (Sosyal Psikoloji Bakımından Bir Teknik)*, İstanbul: Marmara Üniversitesi. İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.
- Topkaraoğlu, Nadir. (1990). Gaziantep Şeyh Fetullah Camii ve Zaviyeleri.
- Uçkun, G. ve Türkay, O. (2003). Alternatif turizm Türlerinin Sürdürülebilirliği. *Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı*, Ankara Üniversitesi, Çankırı Meslek Yüksek Okulu, Çankırı.
- Urry, J. (1994). *Cultural Change and Contemporary Tourism*. 13, 233-238.
- Usta, K. M. (2005). *İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İznik'in Değerlendirilmesi*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir.
- Ülker, İ. (1992). *Dağ Turizmi*, T.C. Turizm Bakanlığı, Devran Matbaacılık, Ankara. Turizm Gazetesi.
- Üsküdar, Ş., Çakır, M. ve Temizkan, S. P. (2014). Yerli Turistlerin Eskişehir'in Kültür Turizmine İlişkin Algıları. The Perception of. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 67, 76.

- Vagionis, N. (2010). Alternative tourism in Bulgaria: diversification and sustainability. *Research Gate*. p.29-46
- Visser, G. (2015). African Hosts And Their Guests: Cultural Dynamics Of Tourism Cultural Tourism and Identity: Rethinking İndigeneity. *African Affairs*,114(454), 149-151.
- Weaver, D. ve Oppermann, M. (2000). *Tourism Management, First Published*, John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Weed, M. (2008). "Exploring the Sport Spectator Experience: Virtual Football Spectatorship in the pub 1." *Soccer & Society* 9.2. 189-197.
- Wong, J. ve Wang, C. (2009). Emotional Labor of the Tour Leaders: An Exploratory Study, *Tourism Management*, 30, 249-259.
- Wood, R. E. (1980). International Tourism and Cultural Change in South East Asia. *Economic Development and Cultural Change*, 561-581.
- Wright, K.J. (2007), Religious Travel & Tourism.
- Xavier, G. (2004). "Is Heritage an Asset or a Liability? Journal of Cultural Heritage. s:301-309.
- Yan, H. ve Bramwell, B. (2008). Cultural Tourism, Ceremony and the State in China. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 969-989.
- Yetim, A. (2005). Sosyoloji ve Spor, Morpa Kùltür yayınları, İstanbul.
- Yıldız, Z. ve Kalağan, G. (2005). Alternatif Turizm Kavramı Ve Çevresel Etkileri. *Yerel Siyaset Dergisi*, ss: 42-44.
- Yüksel, D. (2007). Gaziantep ve Çevresinde Doğumla İlgili İnanış ve Uygulamalar. Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı.
- Zhang, H. ve Chow, Q. I. (2004). "Application of Importance-Performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence From Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong", *Tourism Management*, 25/1, 81-91.
- Ziffer, K. (1989). *Eco Tourism: The Uneasy Alliance*. Conservation International. Ernst and Young. Washington DC.

Elektronik Kaynaklar:

Türkiye'de Eko Turizm Kaynakları

<http://www.anamur.gen.tr/sura2/turizm.doc>. (28.05.2015).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, İstatistikler.

- <https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop> (20.06.2015).
- <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights> (10.07.2015).
- <http://www.unwto.org/facts/menu.html> (04.05.2015).
- Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, Gaziantep.
- <http://www.gaziantepturizm.gov.tr/TR,95179/turizm-istatistikleri.html> (30.05.2015).
- <http://www.gaziantepturizm.gov.tr/TR,127978/oteller-ve-lokantalar.html>
(28.03.2015)
- <http://www.gaziantepturizm.gov.tr/TR,95182/turizm-seyahat-acentalari.html>
(16.04.2015).
- <http://www.gaziantepturizm.gov.tr/TR,130351/hanlar.html> (19.04.2015),
- <http://www.gaziantepturizm.gov.tr/TR,52362/tarihi-gaziantep-camileri.html>
(20.04.2015).
- <http://www.gaziantepturizm.gov.tr/TR,52359/hamamlar.html> (13.05.2015).
- <http://www.gaziantepturizm.gov.tr/TR,131846/muzeler.html> (17.06.2015).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- <http://www.kultur.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx> (01.07.2015).
- Türkiye Cumhuriyeti 2023 Turizm strateji Planı.
- http://www.sp.gov.tr/documents/Turizm_Strateji_2023.pdf (12.07.2015)
- Dünya’da İnanç Turizminin Boyutu.
- <http://www.travelagentcentral.com/industry/world-religious-travel-association-launches> (09.05.2015).
- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, Basın Bölümü.
- <http://media.unwto.org/press-release/2015-01-27>
- Dünya Kültürel Miras Görünümü.
- <http://whc.unesco.org/en/list> (11.06.2015)
- Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü.
- <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44972/sit-alanlari.html>. (10.05.2015).
- Gaziantep Turizm Elçileri Derneği.
- <http://www.turizmelcileri.org/Yayinlar.aspx?KonuID=187> (23.06.2015).
- TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu, İstatistik, Veri.
- <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> (08.05.2015).
- <http://tuikapp.tuik.gov.tr/Gosterge/?locale=tr>
- Güneydoğu Anadolu Rehberi
- <http://www.guneydogumirasi.org/> (29.06.2015).

Anket No:

EKLER**EK.1. ANKET FORMU****ANKET FORMU**

Sayın Katılımcı

Bu çalışma, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalında “**Gaziantep Kültür Turizm Potansiyelinin Seyahat Acentaları Perspektifinden Değerlendirilmesi**” isimli yüksek lisans çalışması için yapılmaktadır. Toplanan veriler yalnızca bu araştırma için kullanılacaktır ve değerlendirmede işletme adı kesinlikle kullanılmayacaktır. Katılımınız için teşekkür ederiz.

Mahmut Barakazı
Gaziantep Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Yrd. Doç. Dr. Atınç OLCAY
Gaziantep Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Soru 1) Yaşınız nedir?

18-29 30-41 42-53 54 ve üzeri

Soru 2) Cinsiyetiniz nedir?

Bay Bayan

Soru 3) Eğitim seviyeniz nedir?

İlköğretim Ortaöğretim Ön Lisans Lisans Lisansüstü

Soru 4) Mesleki turizm eğitimi aldınız mı?

Evet Hayır

Soru 5) Kaç yıldır turizm sektöründe çalışıyorsunuz?

1 yıldan az 1-3 yıl 4-6 yıl 7-9 yıl 10 yıldan fazla

Soru 6) Faaliyetlerinizde hangi turizm çeşidine ağırlık vermektensiniz? (Lütfen öncelik sırasına göre

numaralandırınız. 1: En öncelikli ...)

Kültür Turizmi Sağlık Turizmi Diğer (belirtiniz).....
 İnanç Turizmi Av Turizmi
 Kış Turizmi Spor Turizmi

Soru 7) Gaziantep turizmine yönelik kültür turları düzenliyor musunuz? (**DİKKAT:** Cevabınız hayır ise **25**

numaralı soruya geçiniz)

Evet Hayır

Soru 8) Kültür turizmine yönelik turları hangi sıklıkta düzenliyorsunuz?

Ayda 1-3 Ayda 4-6 Ayda 7-9 Ayda 10-12 Ayda 13 ve fazlası

Soru 9) Aşağıdaki dinî mekânlardan hangilerini tur programına dâhil ediyorsunuz? (Lütfen öncelik sırasına göre numaralandırınız. En öncelikli 3 tane seçiniz. 1: En öncelikli ...)

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Boyacı Camii | <input type="checkbox"/> Karagöz Camii | <input type="checkbox"/> Aziz Bedros Kilisesi(Ömer |
| <input type="checkbox"/> Şirvani Camii | <input type="checkbox"/> Ali Nacar Camii | Ersoy Kültür Merkezi) |
| <input type="checkbox"/> Kılıçoğlu Camii | <input type="checkbox"/> Ahmet Çelebi Camii | <input type="checkbox"/> St. Mary Kilisesi(Kurtuluş |
| <input type="checkbox"/> Ömeriye Camii | <input type="checkbox"/> Ayşe Bacı Camii | Camisi) |
| <input type="checkbox"/> Kesikbaş Camii | | <input type="checkbox"/> Kendirli Kilisesi |

Soru 10) Aşağıdaki tarihî hanlardan hangilerini tur programına dâhil ediyorsunuz? (Lütfen öncelik sırasına göre numaralandırınız. En öncelikli 3 tane seçiniz. 1: En öncelikli ...)

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Emir Ali Han | <input type="checkbox"/> Buğday Hanı | <input type="checkbox"/> Pir Sefa Hanı |
| <input type="checkbox"/> Hışva Han (Selçuk) | <input type="checkbox"/> Tütün Hanı | <input type="checkbox"/> Şire Han |
| <input type="checkbox"/> Anadolu Hanı | <input type="checkbox"/> Tuz Hanı | <input type="checkbox"/> Zeytin Hanı |
| <input type="checkbox"/> Kürkü Hanı | <input type="checkbox"/> Mecidiye Hanı | <input type="checkbox"/> Yeni Han |
| <input type="checkbox"/> Yüzükü Hanı | <input type="checkbox"/> Elbeyli Hanı | |
| <input type="checkbox"/> İnceoğlu (Budeyri Hanı) | <input type="checkbox"/> Millet Hanı | |

Soru 11) Aşağıdaki tarihî hamamlardan hangilerini tur programına dâhil ediyorsunuz? (Lütfen öncelik sırasına göre numaralandırınız. En öncelikli 3 tane seçiniz. 1: En öncelikli ...)

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Keyvan Bey Hamamı | <input type="checkbox"/> Tutlu Hamamı | <input type="checkbox"/> Şehitler Hamamı |
| <input type="checkbox"/> Eski Hamam | <input type="checkbox"/> Şeyh Fetullah Hamamı | |
| <input type="checkbox"/> Naip Hamamı | <input type="checkbox"/> Tabak Hamamı | |

Soru 12) Aşağıdaki tarihî bedestenlerden hangilerini tur programına dâhil ediyorsunuz? (Lütfen öncelik sırasına göre numaralandırınız. En öncelikli 2 tane seçiniz. 1: En öncelikli ...)

- Kemikli Bedesten Zincirli Bedesten

Soru 13) Aşağıdaki tarihî kastlelerden hangilerini tur programına dâhil ediyorsunuz? (Lütfen öncelik sırasına göre numaralandırınız. En öncelikli 3 tane seçiniz. 1: En öncelikli ...)

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Pişirici Kasteli | <input type="checkbox"/> İhsan Bey Kasteli | <input type="checkbox"/> İmam-ı Gazali Kasteli |
| <input type="checkbox"/> Şeyh Fetullah Kasteli | <input type="checkbox"/> Ahmet Çelebi Kasteli | <input type="checkbox"/> Kadı Kasteli |

Soru 14) Aşağıdaki müzelerden hangilerini tur programına dâhil ediyorsunuz? (Lütfen öncelik sırasına göre numaralandırınız. En öncelikli 3 tane seçiniz. 1: En öncelikli ...)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hasan Süzer Etnografya Müzesi | <input type="checkbox"/> Bayaz Han |
| <input type="checkbox"/> Gaziantep Mevlevihanesi Vakıf Müzesi | <input type="checkbox"/> Emine Göğüş Mutfak Müzesi |
| <input type="checkbox"/> Gaziantep Savaş Müzesi | <input type="checkbox"/> Zeugma Mozaik Müzesi |
| <input type="checkbox"/> Arkeolojik Cam Eserler (Medusa) Müzesi | <input type="checkbox"/> Gaziantep Arkeoloji Müzesi |
| <input type="checkbox"/> Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Müzesi | |

Soru 15) Kültür turizmine yönelik tur düzenlemenizin amacı nedir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- Kâr payının yüksek olması Tur operatörlerinin talebi Diğer(belirtiniz).....
- Turistlerin talebi Son yıllarda popüler hale gelmesi

Soru 16) Gaziantep'te düzenlediğiniz kültür turlarını aşağıdaki faktörler açısından değerlendiriniz.

	Çok Yeterli	Yeterli	Ne Yeterli Ne Yetersiz	Yetersiz	Çok Yetersiz
Altyapı					
Konaklama					
Yeme İçme					
Çevre Temizliği					
Müze ve Ören Yerlerinin Temizlik ve Bakımı					
Güvenlik					
Yerel Halkın Tutumu					
Ulaşım					
Eğlence İşletmelerinin Sayısı ve Niteliği					
Turistik Arz ve Çekicilik Unsurları					

Soru 17) Kültür turizmi kapsamında düzenlediğiniz turlarda hedef kitleniz hangi ülkelerdir? (Öncelik sırasına göre numaralandırınız. En öncelikli 3 tane seçiniz. 1: En öncelikli ...)

- A.B.D Fransa Gürcistan
- İngiltere Azerbaycan İran
- Suriye İspanya Diğer (belirtiniz).....
- Avusturya Rusya
- Hollanda Irak
- Almanya İsrail

Soru 18) Kültür turizmi kapsamında düzenlediğiniz turlara en çok hangi ülkeden katılım oluyor? (Öncelik sırasına göre numaralandırınız. En öncelikli 3 tane seçiniz. 1: En öncelikli ...)

- A.B.D Almanya Gürcistan
- İngiltere Fransa İsrail
- Suriye Azerbaycan Kore
- Avusturya İspanya İran
- Hollanda Rusya Diğer (belirtiniz).....

Soru 19) Kültür turizmi kapsamında düzenlediğiniz turlarda hedef kitleniz ülkemizin hangi bölgeleridir? (Öncelik sırasına göre numaralandırınız. En öncelikli 3 tane seçiniz. 1: En öncelikli ...)

- Güney Doğu Anadolu Bölgesi Ege Bölgesi Karadeniz Bölgesi
- İç Anadolu Bölgesi Akdeniz Bölgesi
- Doğu Anadolu Bölgesi Marmara Bölgesi

Soru 20) Kültür turizmi kapsamında düzenlediğiniz turlara en çok hangi bölgeden katılım oluyor? (Öncelik sırasına göre numaralandırınız. En öncelikli 3 tane seçiniz. 1: En öncelikli ...)

- Güney Doğu Anadolu Bölgesi Ege Bölgesi Karadeniz Bölgesi
- İç Anadolu Bölgesi Akdeniz Bölgesi
- Doğu Anadolu Bölgesi Marmara Bölgesi

Soru 21) Kültür turizmine yönelik düzenlediğiniz turlara en çok hangi yaş grubundan turist katılmaktadır?

- 15-24 35-44 55 ve üzeri
 25-34 45-54

Soru 22) Turistler en çok hangi amaçla kültür turizmine katılmaktadırlar? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- Merak Boş zamanı değerlendirme Diğer(belirtiniz).....
 Farklı kültürlerle tanışma Psikolojik nedenler
 Uzmanlık alanı- Araştırma Dini amaçlar

Soru 23) Kültür turizmine katılan turistler en çok hangi konularda şikâyetçi olmaktadır?

(Öncelik sırasına göre numaralandırınız. En öncelikli 3 tane seçiniz. 1: En öncelikli ...)

- Tur organizasyonu ile ilgili konulardan
 Rehberlerin bilgisinin yetersiz olmasından
 Ulaşım imkânlarının yetersiz olmasından
 Konaklama imkânlarının yetersiz olmasından
 Müze ve ören yerlerinin bakımsız olmasından
 Yerel halkın tutum ve davranışlarının kötü olmasından
 Gelen turistlerin ürün ve hizmetlerin fiyatlarını yüksek bulmasından
 Diğer (belirtiniz).....

Soru 24) Kültür turizmine yönelik tur düzenlerken konu ile ilgili yeterli bilgiye sahip donanımlı rehber bulmakta zorlanıyor musunuz?

- Evet Kısmen Hayır

Soru 25) Gaziantep kültür turizmine yönelik tur **düzenlememe** nedenleriniz nelerdir?

(Lütfen öncelik sırasına göre numaralandırınız. En öncelikli 3 tane seçiniz. 1: En öncelikli ...)

- Alt ve üst yapının yetersiz olması
 Güvenliğin yetersiz olması
 Konaklama ve yeme içme imkânlarının yetersiz olması
 Yerel halkın tutumunun olumsuz yönde olması
 Gaziantep ve ilçelerinin kültür turizmi açısından potansiyelinin yetersiz olması
 Turistlerin bu yöndeki talebinin yetersiz olması
 Tur operatörlerinin bu yöndeki talebinin yetersiz olması
 Kültür turizmi konusunda yeterli bilgiye sahip rehberlerin bulunmaması
 Kültür turizmine yönelik turların kâr payının düşük olması
 Ulaşım ağının istenilen düzeyde yer almaması
 Diğer turizm işletmelerinin yetersizliği(Eğlence İşletmeleri, Hediyelik Eşya Mağazaları)
 Diğer (belirtiniz).....

Soru 26) Gelecekte kültür turizmine yönelik tur düzenlemeyi düşünüyor musunuz?

- Evet Kararsızım Hayır

Soru 27) Sizce Gaziantep gelecekte önde gelen kültür turizmi destinasyonlarından biri olabilir mi?

- Evet Belki Hayır

Zaman Ayırdığınız İçin Teşekkür Ederiz

ÖZGEÇMİŞ

Mahmut Barakazı 1989 yılında Şanlıurfa’da doğdu. Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Konaklama İşletmeciliği Bölümünden 2012 yılında mezun oldu. Mahmut Barakazının Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisinde “ Kültür Turlarının Önündeki Engeller: Gaziantep ilindeki Seyahat Acentaları Üzerine Bir Araştırma” adlı makalesi yayımlanmıştır. Mahmut Barakazı ileri derecede İngilizce ve Rusça bilmektedir. İstanbul Kültür Sanat Vakfının Şanlıurfa’da bir üyesidir. Toplum Gönüllüleri Vakfının bir üyesidir. 2007 yılından beri Turizm sektörünün içerisinde gerek yurt içi gerekse de yurtdışında ki otellerde çalışma tecrübeleri bulunmaktadır. Polonya’da bulunan Państwowej Wyższej Szkoły Techniczno-Ekonomicznej im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu Üniversitesinde ‘Türkiye’nin kültürü ve Turizmi’ konusunda konferans vermiştir.

VITAE

Mahmut Barakazı was born in Şanlıurfa in 1989. He graduated from the Department of High School Tourism and Hotel Management, Accommodation Management at Afyon Kocatepe University in 2007. He has an article published in the Turkish Journal of Social Research about “Obstacles To The Cultural Tour: A Reserch On Travel Agencies İn Gaziantep Province”. He knows English and Russian in advance degree. He is the member of the Istanbul culture and arts foundation in Şanlıurfa. He is a member of Community Volunteers Foundation. He has working experiences both domestic and abroad hotels in tourism sector since 2007. he has given the conference about 'Turkey's culture and tourism' in university of Państwowej Wyższej szkoły Techniczno-Ekonomicznej im. ks. Bronisław Markiewicz in Jaroslaw which is located in Poland.