



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 8 Sayı: 40 Volume: 8 Issue: 40

Ekim 2015 October 2015

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

**KÜLTÜR TURİZM POTANSİYELİNİN SEYAHAT ACENTELERİ BAKIŞ AÇISINDAN  
DEĞERLENDİRİLMESİ: GAZİANTEP İLİNDE BİR ARAŞTIRMA  
CULTURAL TOURISM POTENTIAL'S EVALUATING BY PERSPECTIVE OF TRAVEL AGENCIES: A  
INVESTIGATION IN GAZİANTEP REGION**

**Mahmut BARAKAZI\***  
**Ebru KARAPINAR\*\***

**Öz**

Alternatif turizmin gelişimiyle birlikte kültürel değere sahip turistik ürünlerin önemi artmış ve bunun sonucu olarak kültür turları hızla önem kazanmıştır. Bu araştırmada, Gaziantep ilindeki mevcut seyahat acentelerinin kültür turizm potansiyelini hangi ölçüde değerlendirdiklerini anlamaya çalışılmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Araştırmanın konusunu Kültür turizmi açısından önemli bir destinasyon olan Gaziantep ili oluşturmaktadır. Çünkü Gaziantep ili tarihi geçmişe ve zengin kültürel mirasa sahiptir. Gaziantep'te farklı dinler ait dini yapılar ve önemli inanç merkezleri bulunmaktadır. Ayrıca kültürüne özgü hanlar, hamamlar, kasteller, bedestenler ve tarihi çarşıları barındırmaktadır. Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acenteleri bir program dâhilinde bu çalışmalarını yürütmektedir. Ancak birçok nedenden dolayı kültür turları düzenlemeyen seyahat acente sayılarının düzenleyenlerden daha fazla olduğu ortaya koyulmuştur. Araştırmanın sonuçlarına göre seyahat acentelerinin genel olarak yaptıkları işleri sürdürmesine rağmen kültür turizm potansiyeline sahip Gaziantep'te kültür turlarını yeterince düzenlemedikleri anlaşılmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Alternatif Turizm, Seyahat acentesi, Kültür Turizmi.

**Abstract**

It has increased the importance of touristic products which has cultural values with the development of alternative tourism and as a result cultural tours that has rapid gained importance. In this study, it is tried to understand that travel agencies in gaziantep how is evaluating which extent to cultural tourism potential. The questionnaire was used for data collection methods. Interms of cultural tourism in the subject of the research has forming in Gaziantep province that important cultural tourism destination. Because, Gaziantep has a past history and rich cultural heritage. There are structures which has belong to different religions and important religious belief scenters in Gaziantep. In addition, the culture of inns, baths, Kastel are covered bazaars and historic market place are hosting. Travel agencies has regulated to cultural tours intended for Gaziantep with a including program has continuing. However, because of many reason, it has revealed that travel agencies numbers which did not arranged cultural tours more than arranged cultural tours. According the result of research, travel agencies, despite maintaining the overall work. It had reveals that they did not enough to arrange cultural tours which has cultural tourism potential in Gaziantep province.

**Keywords:** Alternative Tourism, Travel Agencies, Culultural Tourism.

**Giriş**

20. yüzyılın sonlarına doğru kitle turizminden kaynaklanan çevresel ve sosyal bozulmalara karşın, doğaya, kültüre, tarihi eserlere zarar vermeden, bu değerleri muhafaza edebilecek birçok alternatif turistik ürün ortaya çıkmaya başlamıştır. Turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte turistik destinasyonlarda farklı arz ve taleplerin oluşması doğal bir süreçtir. Belirli turizm hareketlerinin turistler açısından artık sıkıcı hale gelmesi, deneyim ve tecrübelerine katkı sağlamaması ve insanların turizm olayı içerisinde farklı arayışlara girişmesi sonucu turizm hareketlerinin çeşitlendiği görülmektedir. Alternatif turizm türlerinden biri olan kültür turizminden, son zamanlarda sıklıkla bahsedilmesinin yanı sıra en popüler alternatif turizm çeşitlerinden biri olduğu görülmektedir (Üsküdar, 2012:47). Teknolojik gelişmeler, ulaşımın rahatlaması ve insan eğitiminin üst düzeylere ulaşması sonrası farklı merak duygularının oluştuğunu söylemek mümkündür. Bunun yanı sıra arkeoloji, sanat ve birçok bilim türüyle bağlantısı nedeniyle kültür turizmi zengin bir turizm çeşididir. Kültürel değerleri içerisinde barından turistik bölgelerde kültür turizmi hızlı bir gelişim göstermektedir.

Çevreye zarar vermemesi, doğaya saygı duyması, tarihi yapıların onarımı ve tanıtımı, yerel halkın yaşamını tanıma ve kültürel alışveriş konusunda deneyimler kazanması gibi pek çok olumlu yöndeki

\* Gaziantep Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Şahinbey, Gaziantep, mahmutbarakazi@hotmail.com

\*\* Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Antalya, ebrukpinar@hotmail.com

avantajlarından dolayı Türkiye'nin 2023 turizm politikaları arasında önemli bir yeri bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

Tarihi İpek yolu üzerinde bulunan ve Mezopotamya gibi tarihte birçok medeniyete ev sahipliği yapmış toplumlara komşu olan Gaziantep ilindeki kültür turizmi potansiyeli oldukça önemlidir. Gaziantep ilinde faaliyet gösteren seyahat acentesi sayılarının son yıllarda hızla artması sonucu rekabet ortamının oluştuğu görülmektedir. Bu nedenle genellikle bilet satışı, hac ve umre gibi inanç turizmi organizasyonu gerçekleştiren seyahat acenteleri farklı turizm çeşitlerine yönelmeye başlamışlardır. Bu gelişmeler sonucunda diğer alternatif turizm çeşitlerinin gelişim göstereceğini söylemek mümkündür. Gastronomi açısından da özgün ve kültürel turistik değere sahip olan Gaziantep iliiilerleyen zamanlarda turizm çeşitliliği açısından gelişeceğini göstermektedir. Bunun yanı sıra Gaziantep'te kültür turizmi yapabilmek amacıyla bilinçli bir yerel halk ve profesyonel olarak kültür turları gerçekleştirecek seyahat acentelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak kültür turizmi uygulamalarına bakıldığında yüksek turistik ürün potansiyeline sahip Gaziantep ilinde yeterli düzeyde kültür turizmi yapılamadığı gözlemlenmektedir.

### **1. Kültür Turizmi ve Özellikleri**

Her milletin nesilden nesile aktardığı en temel özelliklerinden biri sahip olduğu özgün kültürleridir. Kültür, toplumun sahip olduğu maddî ve manevî değerlerin bir araya gelerek oluştuğu; inanış, yargılar, fikirler ve tutumların bir bütünlüğüdür (Turhan, 1994:45). Kültür barındırdığı değer ve anlam bakımından turizmin her zaman içerisinde yer almıştır. Kültür meydana geldiği yöreye özgü olması sebebiyle ve ayrıca herhangi başka bir alanda bu durumun benzeri bulunmadığı 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 ve seyahat eden kişi veya kişilerin tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde onların hizmetine sunan bir turizm hareketidir. Tarihi geçmişi olmasının yanı sıra günümüzde de anlamını devam ettirmektedir (TÜRSAB, 2015). Dünya Turizm Örgütü(DTÖ)'ne göre kültür turizmi, insanların kültürel meraklarını gidermek amacıyla dini seyahatlerine ek olarak yaptıkları iş seyahatleri, sahne sanatları ve kültür turları, festivaller ve diğer kültürel olaylara katılımları ve tarihi anıtlara yönelik ziyaretlerinden oluşan ve günümüzde uluslararası boyutu olan hareketlerin tümüdür. Ayrıca ziyaret edilen mekân veya alanın içerisinde yaşayan yerli halkın nasıl bir yaşam sürdürdüğünü öğrenmek ve kültür tecrübeleri edinebilmektir (WTO, 2015:2).Kültür turizmi, bir ülke ya da bölgenin turizm işlevinin kültür ile ilişkili alt kümesi olarak düşünülebilir.

Kültür turizmi, öncelikli olarak tarihi yapısı ve mimarisi olan kültürel abideler, müzeler ve tiyatrolar gibi varlıkların bulunduğu bölgeleri kapsamaktadır. Geleneksel festivaller, sanat çalışmalarıyla 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 edindikleri bilginin çokluğu ve doğruluğu etkin ve başarılı bir kültür turizmi olayı gerçekleştiğinin göstergesidir. Turistler kültürel bir bölgeyi gezerken bu bölge hakkında değişik birçok bilgiye sahip olmaktadır (Shackley, 1997:245).

Kültür turizminin milletlerarası kültürleri olumlu yönde etkilemek ve farklı kültürleri bir araya getirmek amacıyla başladığı düşünülmektedir (Education and Culture Directorate General, European Commission, 2000:1).

Benzer şekilde, kültür turizminin Avrupa kıtasında milletlerarası iletişimi hızlandırdığı görülmektedir. Öte yandan, Etkin bir kültür turizm hareketi; kültürel zenginlik, çeşitlilik ve kişisel amaçları gerçekleştirmenin yanı sıra kültürel mirasın korunmasına da fayda sağlar. Bu yüzden tüm Avrupa kıtasındaki ülkeler için kültür turizmi önem arz etmektedir (Cogliandro, 2001:28).

Kültür turizminin oluşmasında birçok faktör rol oynamaktadır. Kültürün kalıtsal boyutu bunlardan bir tanesidir. Örneğin İngiltere ulusal kimliğinin tanımlamasını yapabilmesi amacıyla, kalıtsal kültürel değerleri bir strateji olarak sık sık kullanmıştır. Birçok kez geçmişte olmayan tarihi olayları varmış gibi göstermesi sonucu eleştirilmiştir. Bu çabalar sonucu kendilerine ait olmasa da bu kültürel değerlerin herkes tarafından onlara ait olduğunun farkına varılması önemlidir. Bu değerler bir millet için çok etkilidir ve simgelerin milletlerin dayanıklılığını güçlendirdiği gerçeğini ortaya koymaktadır (Palmer, 1999:315).

Sanatsal faaliyetler, tarihi yapı ve mimari kalıntılar gibi kültürel değer taşıyan unsurlar 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 özellikleri birçok şekilde ifade edilebilmektedir. Kültür turizmi, turizm sektörünün yüksek rekabet ortamında sağladığı yarar açısından diğer turizm türlerine göre daha avantajlıdır. Gerçekleştiği ortamda ekonomik kalkınmaya destek sağlar ve bölge imajına yüksek düzeyde olumlu etki yapar. Bununla birlikte çevresel faktörlere olan olumlu etkisiyle de bölgede yaşayanlar açısından refah artırıcı unsurlar barındırmaktadır (Rudan, 2010:74). Kültür

turizmi taşıdığı özellikler sayesinde sadece belirli bir bölgede sınırlı kalmamaktadır. Turizmin toplumun üst sınıfından her kesime yayılmasıyla birlikte kültür turizminin özellikleri dünyanın birçok bölgesinde etkisini göstermeye başlamıştır (Urry, 1994:140).

## **2. Dünya’da Kültür Turizmi**

Küreselleşme modern çağın getirdiği bazı problemlere karşı çözüm üretici yenilikleri zorunlu hale getirmektedir. Küreselleşme ile birlikte dünya hızlı bir değişim göstermiştir. Bu değişimin 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 indirmişdir. Ülkeler arasında değişen politikalar, çevre yasalarıyla ticaretin kolaylaştırılması, turizm ulaşmaları için sınır serbestlikleri ve turistik arz oluşturmak için yapılan yatırımlara esneklik sağlanması küreselleşmenin turizm sektörü üzerinde oluşturduğu etkilerden bazılarıdır (Hociung ve Laurențiu, 2012:134-135).

DTÖ, uluslararası turist varışlarında 2014 yılında bir önceki yıla göre %4,7 oranında bir artış göstererek 1.1 milyar kişiye ulaşıldığını belirtmektedir. DTÖ’nün son yayımlanan istatistiklerine göre 2015 yılı için dünya geneli turist varışlarında 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 Çin kültürünü merak ederek ziyarete giden kültür turistlerinin oranı 2014 yılında bir önceki yıla göre %17 gibi ciddi bir artış göstererek kültür turizm potansiyelinin arttığını ortaya koymuştur (UNWTO, 2014).

Dünya kültür turizminin genel bir haritasına bakıldığında tarihi geçmiş olan medeniyetlere ev sahipliği yapan milletlerin topraklarında yoğunlaştığı görülebilmektedir. Toplamda 1007 kültürel mirasın 779 tanesi kültürel varlığını ziyaretçilere açarken 197 tanesi doğal yapısını hiç bozmamıştır. Ancak 46 tane kültürel miras yok olma riski altındadır.

Hızla gelişerek büyümeye devam eden kültür turizmi bazı sorunlardan dolayı dünyanın her bölgesinde eşit düzeyde gerçekleşmemektedir. Bu sorunlar tanıtım yetersizliği, tüketiciye yönelik pazar boşluğu, kültürel değerlerin yeterince korunmaması ve bölgede yaşayan yerel halkın bu turizm türü hakkında çok bilgi sahibi olmamasından kaynaklanmaktadır. Kültür turizmi potansiyeli son derece zengin olan Asya ülkelerinin bu turizm çeşidinin farkına varmasıyla birlikte son zamanlarda turistler için kültürel değerlerini yavaş yavaş tanıtmaya başlamıştır (Bonnemaison vd., 2005). Asya kıtasının pek çok ülkesi kültürel yönden çok zengindir. UNESCO’nun 2015 yılı verilerine göre 200’ü aşkın kültür mirası bulunmaktadır (Mitchell vd., 2015). Her ne kadar Çin’in kültürel değerleri yirminci yüzyılın ortalarına dek dış dünyaya açılmasa da, devlet tarafından yapılan reformlar sonrasında hızlı bir gelişmeyle dünya kültür mirasında önemli bir yeri olduğunu göstermiştir. Şu an itibarıyla Asya’nın en büyük kültür mirasına sahip olan Çin toprakları yaklaşık 40 tane önemli kültür mirası barındırmaktadır. Asya’nın ikinci büyük nüfus yapısına sahip Hindistan ise birçok etnik kökeni bir arada bulundurarak kültür zenginliğinin birçok çeşidini bir arada barındırmaktadır. (Yan ve Bramwell, 2008:972).

Dünyanın geri kalan bölgelerinde ise 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).

## **3. 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 yaşattığı bilinmektedir. Bu hareketlilik değişik bölgelerde çeşitli turizm türleriyle gerçekleşmektedir. İnsanların eğitim düzeyinin ve kültür bilincinin artmasıyla birlikte kültür turizmi yüksek rekabet ortamında diğer turizm çeşitlerine göre daha fazla avantaj sağlamaktadır. Öte yandan bu hareketlilik; yeni iş imkânları oluşturmakta, kırsal göçü azaltmakta, yapılan turizm yatırımlarını sürdürülebilir kılmakta ve toplumlar arası etkili iletişimi gerçekleştirmektedir. Bunun yanı sıra, kültürel değerlerin yoğun bir şekilde gelişmiş güzel kullanılması kültür miraslarına zarar vermekte ve turizm devamlılığı için risk unsurları oluşturmaktadır (Ferreira ve Esteveo, 2009:45).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler kültür turizmine büyük önem göstermektedir. İlk yaşam ve medeniyetine ev sahipliği yapan Anadolu toprakları kültürel ve turistik değerler açısından oldukça zengindir. Geniş tarihi ve özgün gelenekleriyle Türk kültürü her çağın içerisinde kendisine ayrıcalıklı bir konum bulmuştur. Bu nedenle kültür turizm bakanlığı, gelecek yıllar için oluşturacağı turizm geliştirme stratejilerine içerisinde kültür turizmine önem vermekte ve bu konu üzerine odaklanmayı önemsemektedir (Alvarez ve Korzay, 2011:103).

Türkiye genelinde 2014 yılı itibarıyla sit alanları 13617 tanedir ve bunların 12725 tanesi arkeolojik sit alanı özelliği taşımaktadır. Gaziantep ilinde bu sayı 249’dur. Ancak keşfedilmeyi bekleyen binlerce kültürel

sit alanı bulunmaktadır. Anadolu'da var olan kültürel mirasın ne ölçüde kullanıldığı henüz bilinmemektedir. En önemlisi var olan kültür değerlerin medeniyetlerin gelişiminde gösterdiği izlere sahip olmasıdır. Bu yüzden bu değerlerin etkin bir şekilde kullanılmasının gerekliliği vurgulanmaktadır (Kültür Varlıkları, 2015).

Avrupa'daki gelişmiş ülkelerde eğitim düzeyinin yükselmesi ve ekonomik boyutların gelişim göstermesi ile birlikte Avrupalı turistler en yakın komşusu olan Anadolu coğrafyasına ilgi göstermeye başlamışlardır. Kültürel değerleri barındıran mimari yapılar, tarihi kalıntıların yanı sıra sanatsal faaliyetler, yeni kültürlerle tanışma ve yöreye özgü gelenekleri yerinde görme gibi pek çok şey tecrübe etme imkânı Anadolu coğrafyasında mümkündür. Ayrıca farklı inançların merkezi olan bu bölge dini ibadethaneler bakımından kültür turizmi içerisinde geniş yer almaktadır. Bölgenin büyük yerleşim yerleri kültürel çeşitlilik açısından son derece özgün ve zengindir. Özellikle Osmanlı devletinin son dönemlerinde Avrupa'dan İstanbul'a yapılan kültür seyahatleri ilgi çekici özellikler taşımıştır (Gülcan, 2010:102).

Türkiye'nin binlerce yıldır üzerinde bulunduğu tarihi topraklar insanlığın gelişiminde önemli roller üstlenmiş ve pek çok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bu medeniyetler tarihi gelişimleri içerisinde dünyaya kendi izlerini bırakmanın yanı sıra birçok kültürel mirası da arkalarında bırakmışlardır. Bu topraklarda Hititler, Urartular, Galatlar, Likyalılar, Lidyalılar, İyonlular, Helenler, Romalılar, Selçuklular, Osmanlılar yaşam sürmüştür. Son olarak bu topraklarda kurulan Türkiye Cumhuriyeti varlığını sürdürmektedir (Özdamar, 2011:41).

Bu coğrafyadaki değerlerin ilerleyen yıllarda varlığını sürdürüp sürdüremeyeceği henüz bilinmemektedir. Ancak gelenek ve göreneklerin geçmişten günümüze kadar geçen süreçte binlerce yıl aldığını düşünenecek olursak gelecekte de bu değerlerin var olması düşünülmektedir. Nitekim Türkiye kültür turizm değerlerinin farkına varmalı ve bu tarihi değerlerin varlığını sürdürmeye devam etmelidir. Asya ile Avrupa'yı birleştiren bu kültürün yaşaması dünya kültür turizmi açısından da çok önemlidir (Çakır, 1999:46).

Tüm bu nedenlerden dolayı hem Türkiye'nin turizm politikaları hem de kültür turizminin gelişimi için geliştirici stratejiler ve kalkınma planları yapılmıştır. Bu planlar, uygulamaya geçirilerek turizm gelişimine katkı sağlanması hedeflenmektedir. Daha önceki yıllarda uygulanmakta olan hedeflerin gerçek amacı, Ülkenin kitle turizmine yönelik yatırımları desteklemek ve deniz 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 türlerinin olumsuz etkileriyle birlikte yeni çözüm arayışları zorunlu hale gelmiştir. Turizmin sürdürülebilir kalkınma politikalarına hizmet edilebilmesi için turizme yönelik geniş bir bakış açısıyla odaklanmaya başlanmış ve dünya turizm eğilimlerine paralel olarak alternatif turizm türlerine önem verilmeye başlanmıştır (Eser vd., 2010:29).

#### 4. Gaziantep Kültür Turizm Potansiyeli ve Seyahat Acenteleri

Gaziantep ili ülkenin ekonomik ve sosyal yönden önemli şehirlerinden biridir. Kurtuluş savaşının ardından hızla gelişmeye başlayarak başta nüfus ve sanayi olmak üzere gelişimini sürdürmektedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yer alan Gaziantep ili bölgesinin nüfus açısından en büyük popülasyonunu oluşturmaktadır (Darkot ve Dağlıoğlu 1961: 64). Ekonomik yönden 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, 2014.). Tüm bunların yanı sıra turizm açısından önemli bir yatırım bölgesidir. Gaziantep ilinde turizm işletmelerinin istatistikleri incelendiğinde; (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015, Eriş: 22.05.2015).

**Tablo 1: Gaziantep Turizm İşletmeleri İstatistikleri (2015)**

TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ OTELLERİ		
OTEL SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
39	2649	5333
TURİZM YATIRIM BELGELİ OTELLER		
OTEL SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
23	2481	5224
TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ LOKANTALAR		
LOKANTA SAYISI	SINIFI	RESTAURANT KAPASİTESİ
11	1.SINIF	4808
TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ SEYAHAT ACENTALARI		
SEYAHAT ACENTASI SAYISI	A GRUBU	C GRUBU
89	89	0

Kaynak: <http://www.gaziantepturizm.gov.tr/TR,127978/oteller-ve-lokantalar.html>

Gaziantep ilinin çeşitli turizm faaliyetleri için geniş bir yatırım içerisinde olduğu görülmektedir. Turizmin gelişiminin önemi açısından dikkat çeken bu unsurların yanı sıra Gaziantep ilinin tarihi kültürel değerleri de oldukça zengindir. Geniş bir kültür turizm potansiyeline sahip Gaziantep ilinde bu değerlerin tanıtımını yapabilecek, pazarlayacak, organizasyonunu gerçekleştirebilecek, ekonomik ve sosyal açıdan Gaziantep için fayda sağlayacak seyahat acentelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Seyahat acenteleri; seyahat etmek isteyen kişi veya kişilerin seyahate esnasında ki gerekli ihtiyaçlarını karşılayan ticari işletmelerdir. Bu çalışmalar düzeyinde acentelerin, tur düzenleme, transfer, enformasyon, kongre ve konferans organizasyonu, turistik gezi düzenleme, münferit taşıt kiralama, bilet satma, seyahat acentelerinin ürünlerini satma, turistik enformasyon ve tanıtım malzemeleri satma gibi hizmetler sunmaktadır (İçöz, 2000:47). Ancak diğer sektörlerde olduğu gibi rekabet kavramı turizm sektöründe de varlığını kanıtlamaktadır. Rekabetin gittikçe artmasıyla tüketicilerin seyahat işletmeleri üzerinde değişim gücü etkili olmaya başlamıştır ve alternatif turizm çeşitlerine yönlendirmiştir (Buhalis, 2000:117). Kültür turizmi ise bünyesinde barındırdığı birçok olumlu özellikle Gaziantep ilinde etkili olması beklenen önemli bir turizm çeşididir.

## **5. YÖNTEM**

### **5.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Bu araştırmanın amacı, kültür turizm potansiyeline sahip Gaziantep ilinde faaliyet gösteren seyahat acentelerinin düzenledikleri kültür turlarının çeşitli açılardan değerlendirilmesidir. Bununla beraber çalışmanın diğer amaçları ise şunlardır;

- Seyahat acentelerinin hangi turizm çeşidine daha çok ağırlık verdiği belirlenmesi.
- Seyahat acentelerinin kültür turlarını hangi sıklıkta düzenlediklerinin belirlenmesi.
- Seyahat acentelerinin kültür turlarında öncelikli olarak yer verdikleri dini yapılar, hamamlar, hanlar, bedestenler, kasteller ve müzelerin belirlenmesi.
- Seyahat acentelerinin kültür turlarını düzenleme amaçlarının ortaya konulması.
- Kültür turlarına katılan turistlerin en çok hangi yaş grubundan olduğunun belirlenmesi.
- Kültür turlarına katılan turistlerin en çok hangi amaçla kültür turizmine katıldıklarının belirlenmesi.
- Kültür turlarına katılan turistlerin en çok şikayet ettiği hususların belirlenmesi.
- Seyahat acentelerinin kültür turları düzenlerken yeterli rehber bulup bulmadıklarının belirlenmesi.

Seyahat acentelerinin geleneksel olarak yaptıkları faaliyetler içerisinde sıkışması sonucu hizmet unsurlarını çeşitlendiremez ve yenileyemez hale gelmiştir. Bunun sonucu olarak seyahat acenteleri hizmet kapasitelerini geliştirmek için yeni arayışlara girişmiştir. Ulusal ve uluslararası turizm pazarında başarılı olabilmek için hizmet türlerini geliştirmek hayati önem taşımaktadır (Emir, 2010:10). Bu yüzden bu araştırma seyahat acentelerinin alternatif turizm çeşitlerinden biri olana kültür turizmi yönüyle daha güçlü bir yapıya kavuşması açısından önemlidir. Ayrıca bu çalışma Gaziantep'e yönelik düzenlenen kültür turları hakkında ki bilgi eksikliğinin bir ölçüde giderilmesi, kültür turizminin geliştirilmesi ve gelecekte yapılması beklenen kültür turları hakkında fikir vermesi açısından da önem taşımaktadır.

### **5.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme**

Bu araştırmanın evrenini Gaziantep'te faaliyetini sürdüren 90 adet A grubu seyahat acentesinin çalışanları oluşturmaktadır. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) web sitesinden 2015 yılında alınan bilgiye göre, Gaziantep'te 90 adet A grubu seyahat acentesi olduğu görülmüştür. Bu bilgi TÜRSAB GAP Bölgesel Yürütme Kurulu tarafından da doğrulanmıştır. Seyahat acenteleri kapasitelerine göre değişik şekillerde sınıflandırılmaktadır. Seyahat acentelerinin farklı büyüklükteki durumları değerlendirildiğinde kesin çizgileri belirlemek oldukça zor bir durumdur. Acentelerde çalışanların pozisyonları hiyerarşik sıralamada acente sahibi, genel müdür, operasyon müdürü, satış müdürü, enformasyon memuru ve bilet satış elemanı olarak sıralanmaktadır. Yapılan olan çalışmada tam sayıya ulaşma amacı bulunmaktadır.. Bu nedenle yapılan ön saha araştırmalarında 12 seyahat acentesinin iş değişikliği, adres bilgilerinin yanlış olması ve benzeri sebeplerden dolayı 78 seyahat acentesine ulaşılmıştır ve Gaziantep iline kayıtlı seyahat acentelerinde çalışanların ortalama olarak en az 3 kişi olduğu saptanmıştır. Bunun neticesinde çalışmanın evreni olarak 78x3:234 kişi olması gerektiği belirlenmiştir ve bu kişiler üzerinde anket uygulanması amaçlanmıştır. Bununla birlikte acentelerden bazılarının araştırmaya katılmayı reddetmeleri nedeniyle ankete geri dönüş olarak 190 kişinin bilgilerine ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında kültür turizm potansiyelini değerlendirmek amacıyla Gaziantep il sınırları ele alınmıştır. Tarihi kültürel değerlere sahip bir bölge olması, ulaşım konusunda bölgenin önde gelen bir turistik destinasyonu olarak bilinmesi, mutfak kültürünün uluslararası boyuta ulaşarak birçok bölgede tanınır hale gelmesi Gaziantep ilinin incelenmesini gerektiren önemli hususlardan bazılarıdır.

### **5.3. Araştırma Yaklaşımı ve Verilerin Toplanması**

Araştırmada verilerin toplanması için yüz yüze anket tekniği uygulanmıştır. Anketler, seyahat acentelerinde çalışan tüm personele uygulanmaya çalışılmıştır. Ayrıca kültür turlarının yoğunlukla gerçekleştirildiği ilkbahar aylarında anket uygulama kısmı gerçekleştirilerek daha fazla seyahat acentesine

ulaşılmaya çalışılmıştır. Anket çalışması 22 Nisan-10 Mayıs 2015 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Anket formu beş bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirleyen 5 soru yer almaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde seyahat acentelerin 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 acentelerinin tur programlarına ilişkin 12 soru yer almaktadır. Anket formunun dördüncü bölümünde kültür turizmine katılan turistlerin profilini ortaya koyan 4 soru yer almaktadır. Anket formunun beşinci bölümünde ise Gaziantep'e yönelik kültür turizmi düzenlemeyen acentelerin kültür turizmi düzenlememe nedenlerini ve konuya gelecekteki bakış açılarını ortaya koyan 3 soru yer almaktadır. Ankette yer alan soruların daha önce Aksoy (1998), Usta (2005) ve Avcı (2011) tarafından gerçekleştirilen yüksek lisans çalışmalarında kullanılmıştır. Söz konusu çalışmalarda yer alan sorular referans olarak alınıp bu çalışmaya uyarlanarak kullanılmıştır.

Anket uygulaması tamamlandıktan sonra, anket formunda yer alan sorular kodlanarak veri seti oluşturulmuştur. Oluşturulan verilerin analizi SPSS 22.0 programı aracılığı ile analiz edilmiştir.

#### **5.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI**

##### **5.4.1. Ankete Katılan Kişilerin Başlıca Demografik Özellikleri**

Katılımcıların % 52,6'sını erkekler %47,4'ünü kadınlar oluşturmaktadır. Katılımcıların %42,6'sı30-41yaş, %35,3'ü 18-29 yaş, %13,2'si 42-53 yaş, %8,9'u 54-ve üzeri yaşındadır. Katılımcıların %37,4'ünün eğitimi ortaöğretim düzeyindedir, %31,6'nın eğitimi ön lisans düzeyinde, %24,2'sinin eğitimi lisans düzeyindedir. Eğitimi ilköğretim ve yüksek lisans düzeyinde olan katılımcıların oranı ise %6,8'tir.

Katılımcıların %65,8'i turizm ile ilgili eğitim almamış, %34,2'si 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 10 yıldan fazla turizm sektöründe çalışanlar tarafından oluşturmaktadır.

##### **5.4.2. Seyahat Acentelerinin Faaliyet Alanları**

Alternatif turizm içerisindeki birçok turizm çeşidi bulunmaktadır. Seyahat acentelerin önem sırasına göre değerlendirmesi amacıyla kültür turizmi, inanç turizmi, kış turizmi, sağlık turizmi, av turizmi, spor turizmi ve diğer olarak sorular yöneltilmiştir.

Ankete katılan seyahat acentelerinin 1. Öncelikli olarak turistik 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, %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.

##### **5.4.3. Gaziantep'e Yönelik Kültür Turları Düzenleyen Seyahat Acentelerinin Gaziantep'e İnanç Turu Düzenleme Sıklığı**

Anketi yanıtlayan toplam 78 adet acentenin sadece 32 adedi Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenlediklerini belirtmişlerdir. Bu nedenle aşağıda İzmir'e inanç turu düzenleme ile ilgili yanıtlar bu acentelerden alınmıştır.

Gaziantep'e yönelik tur düzenleyen seyahat acentelerin %55'i Ayda 1-3, %18,2'si Ayda 4-6, %10,4'ü Ayda 7-9 sıklıkları arasında düzenlemektedir. Gaziantep ilindeki seyahat acentelerinin faaliyetlerini daha çok ayda 1-3 kez düzenlemekte olduğu görülmektedir.

##### **5.4.4. Seyahat Acentelerinin Gaziantep'e Kültür Turu Düzenlemeye Teşvik Eden Hususlar.**

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentelerinde çalışan kişilerin kültür turları düzenleme amaçları %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 Diğer nedenlerden dolayı düzenlemektedir. Kültür turlarının düzenlenmedeki en büyük rolü turistlerin talebi olarak görülmektedir. Bu nedenle seyahat acentelerine yapılan talepler kültür turlarının düzenlenmesinde etkili olduğu görülmektedir.

Acenteleri kültür turları düzenlemeye teşvik eden en önemli etken turistlerin talebidir. Ayrıca, faaliyetin popüler olması ve tur operatörlerinin talebi gibi etkenlerde kültür turlarının yapılmasına teşvik ettiği söylenebilir. Bu nedenle "talep ve kar payının yüksek olması" gibi unsurların kültür turlarının düzenlenmesinde çok önemli bir isteklendirme oluşturdukları anlaşılmaktadır.

##### **5.4.5. Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentelerinin Tur Programına Aldığı Dini Yapılar**

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentelerinin 1. Öncelikli olarak %28,8'i Kendirli kilisesine, %27,4'ü Boyacı camisine, %13,7'si St. Mary Kilisesi (Kurtuluş Camisi)'ne, %9,6'si Şirvani camisi ve Ali Nacar camisine, %5,5'i Karagöz Camisine, %4,1'i Ömeriye Camisine ve %1,4'ü Aziz Bedros Kilisesi (Ömer Ersoy Kültür Merkezi)'ne düzenlemektedir. 2. Öncelikli olarak %25,4'ü Kendirli kilisesine,

%19,7'si Boyacı camisine, %16,9'u St. Mary Kilisesi (Kurtuluş Camisi)'ne, %9,9'u Ömeriye Camisine, %8,5'i Şirvani camisi ve Karagöz camisine, %2,8'i Ayşe Bacı Camisi ve Aziz Bedros Kilisesi (Ömer Ersoy Kültür Merkezi)'ne ve %1,4'ü Ali Nacar Camisine düzenlemektedir. 3. Öncelikli olarak %24,1'i St. Mary Kilisesi (Kurtuluş Camisi)'ne, %17,2'si Ömeriye Camisine, %15,5'i Karagöz Camisine, %12,1'i Aziz Bedros Kilisesi (Ömer Ersoy Kültür Merkezi)'ne, %10,3'ü Şirvani camisine, %5,2'si Kesikbaş Camisi ve Kılıçoğlu Camisine, %3,4'ü kendirli kilisesine ve %1,7'si Boyacı Camisine düzenlemektedir. Düzenlenen kültür turlarının dini yapılar içerisindeki programlarında bütün dini yapılara belirli ölçütlerde yer verildiği görülmektedir.

#### **5.4.6.Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentelerinin Tur Programına Aldığı Tarihi Hanlar.**

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentelerinin 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'si Tuz Hanına, %4,2'si Yüzükçü Hanı ve Mecidiye Hanına ve %1,4'ü 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'si 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) ve Buğday Hanına ve %4,8'i Anadolu Hanı, Yüzükçü Hanı, Pir Sefa Hanı ve Yeni Hana düzenlemektedir. Emir Ali Han ve İncoğlu (Budeyri Hanı)'na hiçbir seyahat acentesi kültür turu programlarında yer vermemektedirler.

#### **5.4.7.Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentelerinin Tur Programına Aldığı Tarihi Hamamlar.**

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentelerinin 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'si 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.

#### **5.4.8.Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentelerinin Tur Programına Aldığı Tarihi Bedestenler.**

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentelerinin 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.

#### **5.4.9.Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentelerinin Tur Programına Aldığı Tarihi Kasteller.**

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentelerinin 1. Öncelikli olarak %88'i pişirici kasteline, %8'i Ahmet Çelebi Kasteline, %4'ü 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 İmam-ı Gazali Kasteli ve Pişirici 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 Pişirici Kasteli ve İmam-ı Gazali Kasteline düzenlemektedir. Düzenlenen kültür turlarının programlarında bütün kastellere belirli ölçütlerde yer verildiği görülmektedir.

#### **5.4.10.Gaziantep'e Yönelik Tur Düzenleyen Seyahat Acentelerinin Tur Programına Aldığı Müzeler.**

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentelerinin 1. Öncelikli olarak %66,2'si Zeugma Mozaik müzesine, %16,9'u Gaziantep Arkeoloji Müzesi, %6,5'i Hasan Süzer Etnografya Müzesine, %5,2'si Gaziantep Savaş Müzesine, %3,9'u Emine Göğüş Mutfak Müzesine ve %1,3'ü 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 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 Zeugma Mozaik Müzesine düzenlemektedir. Düzenlenen kültür turlarının müzeler içerisindeki programlarında bütün müzelere belirli ölçütlerde yer verildiği görülmektedir.

#### **5.4.11. Kültür Turizmine Katılan Turistlerin Yaş Grubu**

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentelerinin Kültür turlarına katılan yaş grupları içerisinde %37,7'si 35-44, %36,4'ü 45-54, %14,3'ü 25-34, %11,7'si 55 ve üzeri 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.

#### **5.4.12. Turistlerin Kültür Turlarına Katılma Amacı**

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentelerinin 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.

#### **5.4.13. Gaziantep'e Yönelik Yapılan Kültür Turlarına Katılan Turistlerin Şikayetçi Olduğu Konular**

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentelerinin Kültür turlarına katılan turistlerin en çok 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 şikâyetler içerisinde yer almaktadır.

#### **5.4.14. Gaziantep'e Yönelik Yapılan Kültür Turlarında Yeterli Bilgiye Sahip Rehber Bulma Düzeyi**

Gaziantep'e yönelik kültür turları düzenleyen seyahat acentelerinin kültür turları düzenlerken yeterli bilgiye sahip rehberler 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.

#### **Sonuç ve Tartışma**

Kültür turizmi doğayla iç içe olması ve gerçekleştiği bölgenin imajına olumlu yönde katkısı olmasının yanı sıra alternatif turizm çeşitleriyle daha sürdürülebilir bir hale getirmesi sonucu pek çok avantajı bulunmaktadır. İnsanların yaşam biçimlerinin gelişmesiyle birlikte merak duyguları tetiklenmiştir (Jelincic, 2001:43). Son yıllarda araştırmacılar tarafından kültür turizminin artışına dikkat çekilmektedir (Cornelissen, 2005:678; Hoffstaedter, 2008:143; Pritchard ve Morgan, 2001; Santos& Yan, 2008; Smith ve Robinson, 2006; Tang, 2005:52).

Turistlerin yeni turizm çeşitlerine yönelmesiyle birlikte turistik değeri olan cami, kilise ve sinagogların (Korunovski ve Marinovski, 2012:107) yanı sıra sanatsal açıdan büyük öneme sahip olan hanlar, hamamlar, bedestenler, kasteller ve müzelere olan talepler artmıştır. Mimari ve estetiğin bir arada olduğu yapılar ve tarihi eserler taşıdıkları özellikler sayesinde turistik ürünler arasında hizmet talep edenler için önemli bir husus olmaktadır (Alberti ve Giusti, 2012:262).

Gaziantep ili mevcut kültür turizmi potansiyeli çok yüksek olmasına rağmen bu potansiyelin değerlendirilmesi yeterli düzeyde olmamaktadır. Ön plana çıkan bazı yapı ve kültürel değerlerin dışında etkin bir kültür turizmi yapılamamaktadır.

Günden güne kültür turizmine karşı artan bir ilgi bulunmaktadır. Dolayısıyla yapılan kültür turlarının sıklık oranı yükselmektedir (Gnoth ve Zins, 2013:438). Ancak önemli bir turizm şehri olan Gaziantep ilinde yüksek kültür turizm potansiyeline rağmen kültür turizmini yeterince kullanamadıkları anlaşılmaktadır. Araştırma analizlerine göre seyahat acenteleri rutin olarak yaptıkları işlerin yanı sıra kültür turlarını daha çok ayda 1-3 kez düzenlemektedir.



Araştırma sonuçlarına göre Seyahat acenteleri yoğunlukla kültür turizmi ve inanç turizmi faaliyetlerine ağırlık vermektedir. Alternatif turizm çeşitleri içerisinde en çok kültür turizmi ön plana çıkmasına rağmen yapılan kültür turların belirli hedefler etrafında sıkışması zengin kültür turizmin yetersiz kaldığını göstermektedir.

Kültür turizminin yerel ekonomik unsurlar üzerinde teşvik edici rolleri bulunmaktadır (MacDonald ve Jolliffe, 2003:308). Ancak araştırma sonuçlarına göre Seyahat acentelerinin çoğunun kültür turu düzenlemedikleri görülmektedir. Bunun nedeni olarak en önemli unsurlar, kültür turların kâr payının düşük olması, turistlerin bu yöndeki talebinin yetersiz olması ve tur operatörlerinin bu yöndeki talebinin yetersiz olması gibi ekonomik sebepler ön plana çıkmaktadır.

Düzenlenen kültür turları kapsamında yer alan dini yapılar içerisinde Boyacı Camii, Kendirli Kilisesi ve eskiden St. Mary Kilisesi günümüzde ise kurtuluş camisi olan bu yapılar ön plandadır.

Gaziantep müze olanakları bakımından oldukça zengin bir potansiyele sahiptir. Tarihi kalıntıların yanı sıra geliştirdiği tanıtım ağıyla müze turizmi konusunda yeterince etkilidir. Araştırmacılar müze turizminin genellikle yüksek eğitilmiş ve ekonomik durumu iyi olan kişiler tarafından yapıldığı görüşündeler (Lambert, 2011:406; Dicks, 2003) Zeugma mozaik müzesi ve Emine Göğüş mutfak müzesi Gaziantep ilinde en önde gelenlerden ikisidir.

Araştırma sonuçlarına göre kültür turizmi için gelen turistlerin çok büyük bir kısmını yerli turistlerin olduğu belirlenmiştir. Genellikle kültür turlarına katılanların yerli turistler olması doğaldır (Picard, 1990:38)

Araştırma sonuçlarına göre; kültür turizmini değerlendiren seyahat acenteleri, yeterli düzeyde bilgiye sahip rehber bulma konusunda kısmen sıkıntı yaşamaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre; Kültür turlarına katılan yaş grupları arasında en çok yoğunluğu 35-44 yaş aralığı kişiler sahiptir. Orta yaş olarak adlandırılan bu grupların daha bilinçli olması geleceğe yönelik umut veren bir tabloyu göstermektedir.

Turizme katılan turistleri motive eden unsurlar geniş bir yelpazede yer almaktadır (Podoshen, 2015:124). Kültür turlarına katılan turistleri bu turizm çeşidine iten motivasyonların başında merak duygusu, farklı kültürlerle tanışma ve boş zamanı değerlendirme gelmektedir.

Turistlerin yaşadığı problemleri gidermek amacıyla müşteri şikâyetlerinin belirlenmesi en etkili yöntemlerden biridir (Emir, 2011:4240). Araştırma sonuçlarına göre kültür turlarına katılan turistlerin şikâyet ettiği hususlar içerisinde yaklaşık %,90'a yakın kısmının çeşitli hususlardan dolayı rahatsız olduğunu belirtmişlerdir. 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. Geriye kalan diğer şikâyet eğilimlerini belirlemek oldukça zordur (Liu vd., 2001:118). Birçok seyahat acentesi tarafından turistlerin şikâyet ettiği konuların çok iyi bilinmediği veya araştırılmadığı düşünülmektedir.

### **Öneriler**

Kültür turları esnasında gözlemlenen eksikliklerin giderilmesi ve tüketicilerin gereksinim duydukları ihtiyaçların çözüme kavuşturulması önerilir. Özellikle yüksek rekabet konusunda önemli avantaj sağlayan hizmet sonrası memnuniyet anketlerinin düzenlenmesi acenteler için kayda değer derecede önemlidir

Bölgenin tanıtımı ve turizmin sürekliliği açısından önem arz eden bu konuda gereken hassasiyet gösterilmelidir. Yaygın bir şekilde konuşulan dillerden ziyade bölgeyi ziyarete gelen turistlerin çeşitliliklerine göre dil eğitim seçilmelidir. Bakanlığın verdiği eğitim kalitesinin artırılmasının yanı sıra acentelerin kolaylıkla ulaşabileceği rehber havuzu oluşturularak bir sistem dâhilinde açık giderilmelidir. Seyahat acentelerinde bu konudaki eksikliğini giderip sisteme uyum sağlanmalıdır.

Seyahat acentelerinin çevreye ve doğal yapıya zarar vermeyen mevcut kültür turizm potansiyelini değerlendirirken kısa vadeli ekonomik kazanç yerine daha uzun vadede stratejiler kullanılması önerilir.

Dini yapıların çeşitlilik gösterdiği ve inanç merkezlerinden biri olan Gaziantep ilinde daha çok dini yapının kültür turlarına dâhil edilmesinin kültür turizmüne daha fazla fayda sağlayacağına inanılmaktadır. Gereken düzenlemelerle birlikte daha etkin ve kaliteli kültür turları yapılması mümkün olacaktır.

Kültür turlarına genellikle yerli turistler katılmaktadır. Bu nedenle hedef Pazar kitlesine yabancı turistlerin dâhil edilmesi önerilir. Bu yöndeki çalışmalar gelecekte kültür turlarına katılanlar arasında kültürel ilişkiyi artırması öngörülmektedir.

Müze turizm olanaklarının sadece bu iki müzeden ibaret olmadığı, farklı zamanlara ve toplumlara ait çok sayıda müze yerlerinin de Gaziantep İl sınırları içinde bulunduğu konusunda bilgilendirme yapılmalı ve acenteler bu yönde teşvik edilmelidir. Ayrıca, kültür turizmüne yönelik hedefler belirlenmeli ve hedef pazarlar oluşturulmalıdır.

Bu konuların üzerinde araştırma yapılarak daha fazla özen gösterilmeli ve tanıtım olanakların artırılmasının yanı sıra seyahat acentelerini teşvik edici konular gündeme getirilmelidir. Acentelerin düzenlediği paket turların hazırlık aşaması devlet ve sorumlu olduğu kuruluşlar tarafından kolaylaştırılmalı ve rehber olunmalıdır.

Turizmin hızla yayılması ve ulaşılabilir olmasına rağmen aynı paralelliğin Gaziantep ilinde gerçekleşmemesinin nedeni etkin bir iş birliği ilkesinin gerçekleştirilememesidir. Artan turizm yatırımları ile birlikte turistik ürünlerin ön plana çıkmasına karşın bu organizasyonu doğru ve kararlı bir şekilde sürdürebilecek, devlet kurumları ve özel kuruluşlar henüz bulunmamaktadır. 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, yerel halka turizm bilincinin aşılması gerekmektedir. Özellikle de yükseköğretim ile sektör arasında güçlü bir iletişim kurularak turizm sektörünü geliştirici araştırmaların yapılmasına devam edilmesi önerilmektedir.

#### KAYNAKÇA

- ABACILAR, Pınar. (2008). *Doğal ve Kentsel Sit Alanlarında Kültür Turizmi ve Yönetimi "Boğaziçi Arnavutköy Örneği"*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- AHMAD, Azman. (2013). The Constraints of Tourism Development For A Cultural Heritage Destination: The Case Of Kampong Ayer (Water Village) In Brunei Darussalam. *Tourism Management Perspectives*, 8, 106-113.
- ALBERTI, Fernando G., ve JESSÍCA, D. Giusti, (2012). Cultural Heritage, Tourism And Regional Competitiveness: *The Motor Valley Cluster. City, Culture And Society*, 3(4), 261-273.
- AKSOY, Mustafa. (1998). *Türkiye'de İnanç Turizmi ve Seyahat Acentelerinin İnanç Turizmine olan İlgilerine Yönelik Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ALVAREZ, Maria. D. ve Korzay, Meral. (2011). Turkey As A Heritage Tourism Destination: The Role Of Knowledge. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20, 425-440.
- AVCI, Eda. (2012). *İzmir'in İnanç Turizmi Potansiyelinin Seyahat Acenteleri Açısından Değerlendirilmesi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BAHÇE, Sadık. (2011). *Kültürel Miras Yönetimi*, (Ed.) Mustafa Çakır, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- BONNET, Lane. (2003). *Cultural Tourism, A Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham: Edward Elga Publishing Inc.
- BONNEMAISON, John., BLANC, Chain., LASSEUR, Murry., ve THIBAULT, Calmar. (2005). *Culture And Space: Conceiving A New Cultural Geography* (J. Pe'not-Demetry, Trans.). London, New York: I. B. Tauris.
- BOYD, Stephen. (2002). Cultural And Heritage Tourism In Canada: Opportunities, Principles And Challenges. *Tourism And Hospitality Research*, 3(3), 211-233.
- BUHALİS, Dimitrios. (2000). Marketing The Competitive Destination Of The Future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- COGLIANDRO, GiannaLia. (2001). *European Cities of Culture for the Year 2000*. Association of the European Cities of Culture of the Year 2000.
- ÇAKIR, Neşe. (1999). *Eski Kentsel Yerleşim Birimlerimizin Kültür Turizmimizdeki Yeri ve Önemi Safranbolu Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- CORNELİSSEN, Scarlett. (2005). Producing And İmaging 'Place' And 'People': The Political Economy Of 9 South African İnternational Tourist Representation. *Review of International Political Economy*, 12(4), 674-699.
- CULHA, Osman. (2008). Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması. *Journal of Yaşar University*, 3(12), 1826-1852.
- DARKOT, Besim. ve DAĞLIOĞLU, Hakan. T. (1961), "Ayıntap", İslam Ansiklopedisi, C. II, M.E.B. Yayınevi, İstanbul.
- DICKS, Bella. (2003). *Culture On Display: The Production Of Contemporary Visitability*. Berkshire: Open University Press.
- EMİR, Oktay. (2010). Otel İşletmelerinin Pazarlanmasında Seyahat Acentalarının Rolü: Otel İşletmeleri Tarafından Bir Değerlendirme. *Ege Academic Review*, 10(4).
- EMİR, Oktay. (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), 4239-4253.9
- ESER, Seçkin., DALGIN, Taner ve ÇEKEN, Hüseyin. (2010). Sürdürülebilir Kültür Turizmi: Efes Örneği. *Aegean Geographical Journal*, 19(2), 27-34.
- 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, Joao. ve ESTEVAO, Cristina. (2009). *Regional Competitiveness Of Tourism Cluster: A Conceptual Model Proposal*. MPRA Paper No.14853.
- GNOTH, Jürgen. ve ZİNS, Andreas. H. (2013). Developing A Tourism Cultural Contactscale. *Journal Of Business Research*, 66(6), 738-744.
- GÜLCAN, Bilgehan. (2010). Türkiye'de Kültür Turizminin Ürün Yapısı ve Somut Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklaştırma İhtiyacı, *İşletme Araştırmaları Dergisi* 2/1 (2010) 99-118.
- HOCIUNG, Ioan. ve LAURENȚIU, Gabriel. (2012). "Globalization-Tourism-Communication, Competitiveness Triangle On The Market Affected By The Economic Crisis." Theoretical and Applied Economics 7.7
- HOFFSTAEDTER, Gerhard. (2008). Representing Culture İn Malaysian Cultural Theme Parks: Tensions And Contradictions. *Anthropological Forum*, 18(2), 139-160.
- İÇÖZ, O. (2000). *Seyahat Acentaları Ve Tur Operatörlüğü Yönetimi*. Turhan Kitabevi.
- JELINCIC, Daniela ve MESARIC, Rebecca. (2001). Cultural and Nautical Tourism as Coordinated Sectors in Development Strategy for Croatia: Possible Solutions. *Acta Turistica*. Vol 13 (1), 42-63.

- KORUNOVSKI, Saso ve MARINOSKI, Naume. (2012). Cultural tourism in Ohrid as a selective form of tourism development. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 104-113.
- LAMBERT, Theopisti. (2011). Gazing From Home: Cultural Tourism And Art Museums. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 403-421.
- LIU, Ben., FURRER, Olivier ve SUDHARSHAN, Devanathan. (2001). The Relationships Between Culture And Behavioral Intention Stoward Services. *Journal of Service Research*, 4(2), 118-129.
- LYNCH, Marry., DUINKER, Pane., SHEEHAN, Limbert ve CHUTE, Jole. (2011). The Demand For Mi'kmaw Cultural Tourism: Tourist perspectives. *Tourism Management*, 32(5), 977-986.
- MACDONALD, Roberta ve JOLLIFFE, Lee. (2003). Cultural Rural tourism: Evidence from Canada. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 307-322.
- MITCHELL, Nora., ROSSLER, Mechtild ve TRICAUD, Pierre. (2009). *World Heritage Cultural Landscapes. A Hand book for Conservation and Management*. Series 4/2/UNESCO/Cult/09/E.
- ÖZDAMAR, Murat. (2011). *Şanlıurfa'da Kültür Turizmi: Şanlıurfa'ya Kültür Turizmi Kapsamında Seyahat Acenteleri ile Gelen Yerli Turistlerin Profilini ve Anlık Satın Alma Davranışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- PALMER, Catherine. (1999). Tourism and the Symbols of Identity. *Tourism Management* 20, pp. 313-321.
- PICARD, Michel. (1990). "Cultural Tourism" in Bali: Cultural Performances as Tourist Attraction. Indonesia, Southeast Asia Program Publications at Cornell University. 37-74.
- PODOSHEN, Jeffrey., HUNT, James ve ANDRZEJEWSKI, Susan. (2015). Attribution Processes in Cross-Cultural Heritage Tourism. *Journal of International Consumer Marketing*, 27(2), 123-136.
- PRITCHARD, Annette ve MORGAN, Nigel. (2001). Culture, Identity And Tourism Representation: Marketing Cymruor Wales?. *Tourism Management*, 22(2), 167-179.
- RUDAN, Elena. (2010). The Development Of Cultural Tourism İn Small Historical Towns. *Tourism And Hospitality Management*, 10, 577-586.
- SANTOS, Almeida ve YAN, Gregor. (2008). Representational Politics in Chinatown: The ethnic other. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 879-899.
- SHACKLEY, Myra. (1997). Saving Cultural Information: The Potential Role Of Digital Data bases İn Developing Cultural Tourism, *Journal Of Sustainable Tourism*. 5, (3), 244-249.
- SMITH, Melanie ve ROBINSON, Mike. (2006). Cultural Tourism İn A Changing World: Politics, Participation And (Re)Presentation. Clevedon: Channel View Publications.
- TANDOĞAN, Uğur. ve AVCI, Eda. (2012). Kuşadası'ndaki seyahat acentalarının İzmir'in inanç turizmi potansiyelini değerlendirme performansı üzerine bir uygulama. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9(2).
- TANG, Muh-Cyun. (2005). Representational practices in digital museums: A case study of the national digital museum project of Taiwan. *The International Information and Library Review*, 37, 51-60.
- TIMOTHY, Dallen. (2011). Cultural Heritage And Tourism. Channel View Publications.
- TONNAER, Anke. (2010). A Ritual Of Meeting: Sharing Culture as A Shared Culture İn Australian Indigenous Tourism. *La Ricerca Folklorica*, 21-31.
- TURHAN, Mümtaz. (1994). Kültür Değişmeleri (Sosyal Psikoloji Bakımından Bir Teknik), İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.
- URRY, John. (1994) Cultural Change And Contemporary Tourism. 13, 233-238.
- USTA, Mehmet. (2005). *İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İznik'in Değerlendirilmesi*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir.
- ÜSKÜDAR, Şerife. (2012). Eskişehir'in Kültür Turizmi Potansiyeli ve Yerli Turistlerin Buna İlişkin Algıları Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- YAN, Hugh. ve BRAMWELL, Becjley. (2008). Cultural Tourism, Ceremony And The State İn China. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 969-989.
- ZEPPEL, Heather. (2002). Cultural Tourism at the Cowichan Native Village, British Columbia. *Journal of Travel Research*, 41(1), 92e100.  
<https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1391/1391-1.pdf>.  
Erişim Tarihi: 19/04/2015  
<http://media.unwto.org/press-release/2015-01-27/over-11-billion-tourists-travelled-abroad-2014>.  
Erişim Tarihi: 19/06/2015  
<http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44972/sit-alanlari.html>. Erişim Tarihi: 25/05/2015  
[http://www.sp.gov.tr/documents/Turizm\\_Strateji\\_2023.pdf](http://www.sp.gov.tr/documents/Turizm_Strateji_2023.pdf). Erişim Tarihi: 28/03/2015  
<http://www.gaziantepTurizm.gov.tr/TR,127978/oteller-ve-lokantalar.html>.  
Erişim Tarihi: 10/05/2015  
<http://www.tuik.gov.tr/ilGostergeleri/iller/GAZIANTEP.pdf>. Erişim Tarihi: 10/06/2015  
<http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler>. Erişim Tarihi: 02/05/2015  
<http://media.unwto.org/press-release/2015-01-27/over-11-billion-tourists-travelled-abroad-2014>. Erişim Tarihi: 15/05/2015