



**T.C.
KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

TURİZM SEKTÖRÜNÜN KAHRAMANMARAŞ EKONOMİSİNE KATKISI

Abdülkadir TEKEREK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KAHRAMANMARAŞ
Haziran–2019**



**T. C.
KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

TURİZM SEKTÖRÜNÜN KAHRAMANMARAŞ EKONOMİSİNE KATKISI

DANIŞMAN : Prof. Dr. Nusret GÖKSU
JÜRİ : Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY
JÜRİ : Dr. Öğr. Üyesi Alaaddin KOSKA

Abdülkadir TEKEREK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KAHRAMANMARAŞ
Haziran 2019**

KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI

TURİZM SEKTÖRÜNÜN KAHRAMANMARAŞ
EKONOMİSİNE KATKISI

Abdülkadir TEKEREK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kod No :

Bu Tez/Proje/...../..... Tarihinde Aşağıdaki Jüri Üyeleri Tarafından
Oy Birliği/Oy Çokluğu ile Kabul Edilmiştir.

Prof. Dr. Nusret GÖKSU
BAŞKAN

Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY
ÜYE

Dr. Öğr. Üyesi Alaaddin KOSKA
ÜYE

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Ahmet EYİCİL
Enstitü Müdürü

Bu çalışma.....tarafından desteklenmiştir.
Proje No:.....

Not: Bu tez ve projede kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TURİZM SEKTÖRÜNÜN KAHRAMANMARAŞ EKONOMİSİNE
KATKISI**

Abdülkadir TEKEREK

Danışman : Prof. Dr. Nusret GÖKSU

Yıl : 2019, Sayfa: 69+X

Jüri : Prof. Dr. Nusret GÖKSU (Başkan)
: Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY (Üye)
: Dr. Öğr. Üyesi Alaaddin KOSKA (Üye)

Turizm olayının başlangıcı, M.Ö. 4000 yıllarına kadar yazıyı, parayı ve tekerleği ilk bulan ve kullanan Sümerlere kadar dayanabilmektedir. Yine M.Ö. 3000 yıllarında piramitler ve tapınaklar nedeniyle Mısır, gezginlerin ilgisini en çok çeken ülkelerden biri olmuş ve gezginler için yolların güvenlik altına alındığı, konaklama veya dinlenme amacıyla evler inşa edilmiştir

Turizm olayını icraat eden kişi olan “turist” kelimesi ilk defa İbranilerin ikamet ettikleri yerler dışındaki uzak yerleri görmek, oradaki yaşantıları tanımak, insanların ekonomik ve sosyal durumlarını gözlemlemek için gönderdikleri kişilere turist ve bu kişilerin yaptıkları eylemlere de turlamak ismini vermişlerdir. Turist ülke ekonomilerini önemli ölçüde etkileyen faktördür. Turizm ile ekonomi iç içe geçmiş kavramlardır. Bu nedenle turizm ekonomisi, bireylerin turizme yönelik ihtiyaçlarını turizm kaynaklarını kullanarak karşılamaya çalışan emek-yoğun ön planda olduğu bir alandır. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de büyük bir hızla gelişme gösteren turizm sektörü, ağırlaşan ekonomik koşulları ve zorlu rekabetlerin yaşandığı günümüzde önemli rol teşkil etmektedir.

Bu çalışmada hem millî ekonomiyi kalkındırma hem de kültür, sanat ve turizm unsurlarıyla dünyada sevgi ve barışın istikrarı için katkı sağlayan turizm kavramının ne ifade ettiği, ne zamandan beri kullanıldığını, turizm şekillerini ve Kahramanmaraş’ta faaliyet gösteren turizm çeşitleri incelenmiştir. Akdeniz Kentinin doğusunda yer alan ve tarih boyunca sık sık el değiştiren bu şehir, uygarlıkların izlerini günümüze taşıyan, zengin mirası ve muazzam doğal kaynakları ile farklı turizm çeşitlerine ev sahipliği yapmıştır. Kahramanmaraş’ta turizm sektörü açısından yeni yeni gelişme gösteren bu sektör Maraş’ın sahip olduğu zengin tarihi, doğal kaynakları ve hızlı gelişen sanayisi ile ileride önemli

destinasyon noktası olabilme eğilimindedir. Kahramanmaraş genelinde gelen turist sayısına ve gelirine bakıldığında 2001-2010 yılları arasında 2215'ten 5586'ya yükselerek 2010 yılında yaklaşık 3.5 milyon \$ turizm geliri elde etmiştir. Kahramanmaraş'ta illere göre konaklama sayılarına bakıldığında, Türkiye'de 2010 yılında işletme ve belediye belgeli tesislere gelen ziyaretçi sayısı toplam yaklaşık 53 milyon iken 2014 yılında bu rakam 66 milyona yükselmiştir. Aynı dönemde Kahramanmaraş ilinde yaklaşık 550 binden, 575 bine yükselmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kahramanmaraş, Turizm, Ekonomi.



**DEPARTMENT OF BASIC ISLAMIC SCIENCES
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
UNIVERSITY OF KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM**

ABSTRACT

MA THESIS

**THE CONTRUBUTION OF THE TOURISM SECTOR TO
THE KAHRAMANMARAS ECONOMY**

Abdülkadir TEKEREK

Supervisor : Prof. Dr. Nusret GÖKSU

Year : 2019, Pages: 69+X

**Jury : Prof. Dr. Nusret GÖKSU (Chairperson)
: Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY (Member)
: Assist. Prof. Dr. Alaaddin KOSKA (Member)**

The beginning of the tourism event, BC. Until 4000 BC, the first to find and use the wheel, the wheel and the wheel can last until the Sumerians. Again BC Egypt, where the pyramids and temples were present in the year 3000, was born in the most attracted of travelers and captured the safety of the roads for travelers.

The tourist who performed the tourism event for the first time to see the remote places outside the places where the Hebrews reside, to recognize the life there, people sent to observe the economic and social status of tourists and the people they gave the name of the actions of the tour. It is a factor that significantly affects the economies of the country. Tourism and economy are nested concepts. For this reason, tourism economy is an area where labor needs are concentrated in order to meet the needs of individuals by using tourism resources. As in the world, Turkey also showing a great rapid development of the tourism sector, it poses a significant role today is experiencing worsening economic conditions and tough competition.

In this study, it is examined what the tourism concept contributes to the stability of love and peace in the world with the elements of culture, art and tourism as well as the development of the national economy and how it has been used, the types of tourism and the types of tourism in Kahramanmaraş. This city, which is located in the east of the Mediterranean City and has changed its hands frequently throughout history, has carried the traces of civilizations to the present day, and has hosted a variety of different kinds of tourism with its rich heritage and enormous natural resources. This sector, which shows a new development in terms of tourism sector in Kahramanmaraş, tends to be an important destination in the future with its rich history, natural resources and fast developing industry. In terms of the number of tourists visiting Kahramanmaraş and its revenues, it

increased from 2215 to 5586 between 2001 and 2010, resulting in tourism revenues of around \$ 3.5 million in 2010. When the stay based on the number of provinces in Izmir, Turkey in 2010 and the number of business visitors to the municipalities certified facilities total about 53 million, while in 2014 this figure rose to 66 million. In the same period, it increased from 550 to 575 thousand in Kahramanmaraş.

Key words: Kahramanmaras, Tourism, Economy.



ÖN SÖZ

Bu tezin temel amacı turizm sektörünün Kahramanmaraş ekonomisine etkisini incelemek ve son on yılda turizmin Kahramanmaraş'a neler kattığını ortaya koymaktır. Son yılların hızla gelişen sektörlerinden biri olan turizm sektörü ülkelerin ve şehirlerin ekonomisini canlandırmağa devam ediyor. Kahramanmaraş'ta son yıllarda turizm alanlarında ilerlemeler ve farklı turizm çeşitleri ortaya çıkmaktadır. Bu yüzden şehirdeki turizm potansiyelini ekonomi açısından incelemek son derece gereklidir. Türkiye'nin turizm sektöründen sanayi sektörüne kadar birçok alanda katkıda bulunan doğu Akdeniz'in en büyük ve gelişmiş şehirlerinden biri olan Kahramanmaraş şanlı tarihi, tarihi eserleri, gelişmiş ulaşımı doğal güzellikleri haberleşme imkanları, sağlık merkezleri, barajları, dini turizm açısından önem taşıyan türbeleri sağlık ve kaplıca turizmine uygun kaplıcasıyla, zengin folkloru, değişik damak tatları, her geçen gün aralarına bir yenisi eklenen fabrikaları, gelişen sanayisi, modernleşen ve büyüyen kent anlayışı ile Türkiye'nin gelişen şehirler ağında kendine özgü bir yer bulmuştur.

Bu çalışmanın planlanmasından, uygulanmasına ve raporlanmasında birçok kişinin katkısı olmuştur. Bu kişilerden araştırma sürecinin her aşamasında yanımda olan ve değerli önerilerde bulunan danışmanım Prof. Dr. Nusret Göksu'ya teşekkürlerimi sunarım. Fikirleri ve destekleri için ekip arkadaşlarıma ve çalışmanın her adımında maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen aileme sonsuz teşekkürlerimi arz ediyorum. Aynı zamanda Kahramanmaraş'taki araştırmamalarıma yanıt veren otellere ve kurumlara teşekkür ederim.

Emeklerimizin, Kahramanmaraş'a katkı sağlayacağı umudu ile saygılarımla...

Abdülkadir TEKEREK
HAZİRAN-2019

İÇİNDEKİLER

ÖZET	I
ABSTRACT	III
ÖN SÖZ	V
İÇİNDEKİLER	VI
ŞEKİLLER LİSTESİ	VIII
TABLolar LİSTESİ	IX
KISALTMALAR	X
1. GİRİŞ	1
2. KONUyla İLGİLİ ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR	3
3. GENEL OLARAK TURİZM SEKTÖRÜ	4
3.1. Turizmin Tanımı	4
3.2. Turistin Tanımı	5
3.3. Turizmin Tarihçesi	6
3.4. Turizmin Türleri	8
3.4.1. Deniz Turizmi	8
3.4.2. Kongre Turizmi	8
3.4.3. Sağlık Turizmi	8
3.4.4. Yat Turizmi	9
3.4.5. Dağ Turizmi	9
3.4.6. İnanç Turizmi	9
3.4.7. Kültür Turizmi	10
3.4.8. Yayla Turizmi	11
3.4.9. Av Turizmi	11
3.4.10. Akarsu Turizmi	11
3.4.11. Spor Turizmi	12
3.4.12. Gastronomi Turizmi	12
3.4.13. Kış Turizmi	13
3.5. Turizmin Şekilleri	13
3.5.1. Turistin Geldiği Yere Göre	13
3.5.2. Sosyo-Ekonomik Durumuna Göre	14
3.5.3. Turist Sayısına Göre	14
3.5.4. Seçilen Zamana Göre	15
3.5.5. Yaş Düzeyine Göre	15
3.6. Türkiye’de Turizm Sektörü	15
3.6.1. Planlı Dönem Öncesi Turizm Sektörü (1923-1963)	15
3.6.2. Planlı Dönemden Günümüze Kadar Turizm Sektörü	17
3.6.2.1. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (1963- 1967)	17
3.6.2.2. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (1968- 1972)	18
3.6.2.3. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (1973- 1977)	18
3.6.2.4. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (1979- 1983)	19
3.6.2.5. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (1985- 1989)	19
3.6.2.6. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (1990- 1994)	20
3.6.2.7. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (1996- 2000)	21
3.6.2.8. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (2001- 2005)	22

3.6.2.9. Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (2007-2013).....	22
3.7. Turizmin Ekonomik Etkileri	23
3.7.1 Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri	24
3.7.1.2. Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi	24
3.7.1.3. Turizmin İstihdam Etkisi	25
3.7.1.4. Turizmin Bölgeler Arası Ekonomik Kalkınmaya Etkisi	25
3.7.1.5. Turizmin Diğer Sektörler Üzerine Etkisi.....	26
3.7.2.1. Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri	26
4. KAHRAMANMARAŞ'IN COĞRAFİ YAPISI VE EKONOMİSİ.....	28
4.1 Kahramanmaraş'ın Coğrafi Yapısı	28
4.2. Kahramanmaraş'ın Ekonomik Tarihi.....	29
4.3. Kahramanmaraş'ta Faaliyet Gösteren Sektörler	31
4.3.1. Sanayi Sektörü.....	31
4.3.2. Tarım Sektörü.....	31
4.4. Kahramanmaraş İthalat ve İhracat	32
4.4.1. Kahramanmaraş İthalat.....	32
4.4.2. Kahramanmaraş İhracat.....	34
4.5. Kahramanmaraş Turizm İstatistikleri.....	36
4.5.1. Yerli ve Yabancı Turist Sayısı	39
4.5.2. Kahramanmaraş'ta Faaliyet Gösteren Turizm Değerlerine Gelen Turist Sayısı	44
4.5.3. Yerli ve Yabancı Turistlerden Elde Edilen Gelirler	45
4.5.4. Yerli ve Yabancı Turistlerin Konaklama Sayıları	47
5. KAHRAMANMARAŞ TURİZM.....	49
5.1. Kahramanmaraş Turizm Değerleri.....	49
5.1.1. Dağ Turizmi.....	49
5.1.2. Kış turizmi	50
5.1.3. İnanç Turizmi	50
5.1.4. Kültür Turizmi.....	51
5.1.5. Yayla Turizmi.....	52
5.1.6. Av Turizmi	53
5.1.7. Gastronomi Turizmi	53
5.1.8. Termal Turizm.....	54
5.2. Önemli Turistik Mekanlar.....	56
5.3. Etkinlik ve Festivaller	56
5.4. Kahramanmaraş üzerinden SWOT analizi.....	57
5.4.1. Güçlü Yönleri	57
5.4.2. Zayıf Yönleri	58
5.4.3. Fırsatları.....	58
5.4.4. Tehditleri	59
6. SONUÇ VE TARTIŞMA	60
KAYNAKLAR	62
ÖZ GEÇMİŞ	

ŞEKİLLER LİSTESİ

<u>Şekiller</u>	<u>Sayfa</u>
Şekil 5.1 Başkonuş Yaylası	50
Şekil 5.2. Yedi Kuyular Kayak Merkezi	50
Şekil 5.3. Eshab-ı Kehf	51
Şekil 5.4. Germanicia Antik Kenti Taban Mozaikleri	52
Şekil 5.5. Yavşan Yaylası	53
Şekil 5.6. Kahramanmaraş Av Turizmi	53
Şekil 5.7. Kahramanmaraş Dondurması.	54
Şekil 5.8. Ilıca Kaplıcaları	55



TABLolar LİSTESİ

<u>Tablolar</u>	<u>Sayfa</u>
Tablo 3.1. Planlı Dönem Öncesinde Türkiye’de Turizm	17
Tablo 4.1 Sanayi Sektörleri Firma Sayısı ve İstihdamı	31
Tablo 4.2. Kahramanmaraş Tarım Sektörü	31
Tablo 4.3. Kahramanmaraş ile Türkiye Tarım Sektörlerinin Karşılaştırılması	32
Tablo 4.4. Kahramanmaraş’ta Yetiştirilen Ürünler ve Miktarları	32
Tablo 4.5. Türkiye ve Kahramanmaraş İthalat Rakamları (ABD Doları)	33
Tablo 4.6. Kahramanmaraş İlinin En Çok İthalat Yaptığı On Ülke (ABD Doları).....	33
Tablo 4.7. Kahramanmaraş İthalatında 2010 Yılına Göre 2015 Yılında İthalatın En Çok Arttığı On Ülke (ABD Doları).....	34
Tablo 4.8. Kahramanmaraş İlinin 2015 Yılında En Çok İthalatını Gerçekleştirdiği On Ürün (ABD Doları)	34
Tablo 4.9. Türkiye ve Kahramanmaraş İhracat Rakamları (ABD Doları)	35
Tablo 4.10. Kahramanmaraş İlinin En Çok İhracat Yaptığı On Ülke (ABD Doları).....	35
Tablo 4.11. Kahramanmaraş İhracatında 2010 Yılına Göre 2015 Yılında İhracatın En Çok Azaldığı On Ülke (ABD Doları)	36
Tablo 4.12. Kahramanmaraş İlinin 2015 Yılında En Çok İhracatını Gerçekleştirdiği On Ürün (ABD Doları)	36
Tablo 4.13. Kahramanmaraş İlinin İşletme Belgeli Konaklama Sayısı.....	37
Tablo 4.14. Kahramanmaraş İlinin 2014-2018 Yılları Arasında Konaklama Tesislerine Gelen Yerli Ve Yabancı Turist Sayısı İle Oda-Yatak Sayıları.....	40
Tablo 4.15. Türkiye’ye Gelen Yabancı ve Yerli Turistlerden Elde Edilen Gelirler.....	45
Tablo 4.16. Kahramanmaraş İlinde Yıllara Göre Konaklama Sayıları.....	47
Tablo 4.17. Kahramanmaraş İlinde İlçelere Göre Konaklama Sayıları-2014	47
Tablo 5.1. Etkinlik ve Festivaller.....	57

KISALTMALAR

DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
BYKP	: Beş Yıllık Kalkınma Planı
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasılat



1. GİRİŞ

Dünyada hızla gelişen teknoloji, ulaşım, ekonomik refah ve gelir artımı ve gelişen teknolojinin insanların işini kolaylaştırarak onlara geniş bir boş zaman tanınması turizm sektörünü de son derece etkisi altına almaktadır. Son yirmi yılda turistlerin sayısındaki ve turizm kazancındaki ortalama artış gayri safi milli hasılat artışlarından daha yüksekte gözükmemektedir. Gelirdeki bu artım süreci, şehirlerde işsizliğin azaltılması ve ekonomiye döviz açısından önemli katkıda bulunması nedeniyle ülkelerin ve şehirlerin yeni işlemler dengesi üzerinde önemli katkıya sahiptir. Bu artış özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde daha fazladır. Buna neden olarak da tarihi ve doğal alanların korunup günümüze kadar getirilmesi ve aynı zamanda döviz kuru açısından yani para biriminin gelişmiş ülkelere nazaran düşük olması gelişmiş ülkelerin nüfuzlarını buraya çekmektedir. Bunun yanı sıra bireyler, fiziksel, sosyal ve psikolojik anlamda bir takım ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla seyahat etmelerinden dolayı turizm sektörü, tüm dünyada düşük maliyet ve az bir çaba ile sağlanan sektördür. Turizm ülkenin ve ya şehrin ekonomisine katkı sağlayabilen bir nevi bacası olmayan sanayi olarak da adlandırılır. Kahramanmaraş'ta takip edilen Turizm stratejileri ve son dönemlerde dondurması tekstili aynı zamanda ılıcada yerleşen termal havuzları ve sayesinde ön plana çıkmış ama henüz önemli ölçüde bir yol kat etmemiştir.

Turizmin gelişmekte olduğu şehrimizde konaklama alanlarına ihtiyaç duyulmasına ve inşasına neden olduğu için şehrin inşaat sektörüne de önemli derecede katkıda bulunmaktadır. İnşaat sektörünün son yıllarda kalkınma gösterdiğini şehrimizde yükseltelen binalar ve konaklama tesislerinden de fark edebiliriz. Ancak bu gelişmeler çağımız için yetersiz kalmaktadır. Yani kısaca anlamlandırmak gerekirse eldeki mevcut imkanlarımızı daha fazla iken ve mevcut coğrafi konumumuzun sağladığı avantajları göz önünde bulundurursak görmek istediğimiz gelişmeyi daha yakalayamamışızdır anlamına gelmektedir.

Bunlardan biri de tarihi ipek yolu üzerindeki yerleşimine ve Doğu, Güneydoğu, Akdeniz ve İç Anadolu'nun kesişim noktasında yer almasına, çeşitli iklimlerin var olmasına, aynı zamanda ilk yerleşim yerlerinin burada kurulmasına rağmen şehri gezmeye gelen turist sayısı ekonomisini etkileyecek kadar yeterli sayısını yeterli sayıda olmamasıdır. Ama saydığımız bu olumlu yönler ve yeni dönemlerde şehrimizde turizme verilen önemin şehrimizde turizmin iyi noktalara gelmesi için pozitif etkenler olduğunu vurgulaya biliriz. Kahramanmaraş genellikle eko-turizm alanı olarak bilinmektedir ve turizm faaliyetlerinin öne çıkan taraflarından biri de eko-turizmdir. Eko-turizm doğal yerlerde gerçekleştirilen doğal çevreyi ve ekolojik çeşitliliği muhafaza altına almak amaçlı ve bu çevre ile içli dışlı olmuş, kültürünü benimsemiş ve kendilerine has bit kültür ortaya koymuş olan bölge insanların kültürünü yakından öğrenmeyi lazım gören, onların sosyal ve ekonomik yaşam seviyelerini zenginleştiren, küçük çaptaki işletmelerin, özel olarak bu çevre ile ilgilenen turist gruplarına hizmet veren bir turizm koludur. Eko-turizm turizme ait olan yerlerin kendilerini koruyup doğal çevrelerini iyileştirerek sürekliliğinin sağlanmasını ifade eder. Ve yanı zamanda buradaki doğallıklardan istifade ederken bölgeye mahsus kültürün özelliklerine ayak uydurmak ve doğanın tadını almak ve değerini anlamaktır. Hayata geçirildiği alanda ise bölgede yaşayan ahaliden de süreçlere katılım gösterenler arasında sosyal ve kültürel bağ oluşturan aynı zamanda ekonominin gelişmesine yön veren devamlılığı sağlanabilir bir turizm faaliyetidir. Bu günde turizmde kazanılan gelirin yüzde yirmi beşi turizm faaliyetlerden elde edilmektedir. Eko-turist seyahate çıktığı bölgenin tabii ve kültürel miraslarına sahip çıkmalı ve kendi mirası gibi görmeli aynı zamanda korumalıdır.

Çalışmamız üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmamızın birinci bölümünde turizmin tanımı kavramın nereden geldiği ve tarihinden bahsedilmiştir. Turizm faktörünü yerine getire kişi yani turist tanımı yapılarak, genel turizm çeşitlerinden bahsedilmiştir. Akabinde ise turizmin şekillerinden ve ülkemizdeki turizm sektörlerinden bahsederek Türkiye'nin uzun dönemde turizm kalkınma planlarından söz edilmiştir. Bunların yanı sıra turizmin sektörünün ülke ekonomisine olumlu ve olumsuz etkilerini sıralayarak gelir yaratıcı ve istihdam sağlayıcı yönlerine de dokunulmuştur.

Çalışmamızın ikinci bölümünde ise, Kahramanmaraş'tan, ekonomik tarihinden, Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren sektörlerden, bu sektörlerin ithalat ve ihracatından, turizm istatistiklerinden, yerli ve yabancı turist sayısından ve bu turistlerden elde edilen gelirlerden, yerli ve yabancı konaklama sayılarından bahsedilmiştir.

Üçüncü bölümümüzde ise Kahramanmaraş turizm il müdürü sayın Seydihan Küçükdağlı ile röportaj görüşmesi yaparak, Kahramanmaraş'taki turizm türlerinden, önemli turistik mekanlardan, etkinlik ve festivallerden bahsedilmiştir. Aynı zamanda Kahramanmaraş üzerinden SWOT analizi yaparak güçlü ve zayıf yönlerden, fırsatlarından ve tehditlerinden bahsederek, Kahramanmaraş halkının turizme bakışını sayın turizm il müdürümüzün konuşmalarından kaleme alınmıştır.

2. KONUyla İLGİLİ ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

2010 yılında turizmin Dubai ekonomisine katkısı şeklinde yapılan çalışmada Dubai'nin dünyadaki konumundan, nüfusundan, coğrafi özelliklerinden bu özellikleri kullanarak nasıl turizm merkezi olduğundan bahsedilmiştir. Bulunduğu coğrafi konum itibariyle farklı turizm aktiviteleri uygulanmaktadır. Aynı zamanda olumsuz gibi görünen özelliğini kullanarak “çöl turizmi” faaliyetini uygulayarak üstün bir avantaj elde etmişlerdir. Yılın her mevsimi farklı etkinliklere ev sahipliği yapan Dubai, çok lüks otellerin ve alışveriş merkezlerinin bulunmasıyla uluslararası önemli bir yere sahip olmuştur. Çölüyle meşhur olan Dubai'nin, lüks 4*4'ler ile safari, at ya da develerle yapılan çöl gezintisi, golf kursları gibi zengin kesime hitap eden birçok farklı aktivitelere sahiptir. Dünyanın ilk ve tek yedi yıldızlı otelinin ve yine dünyanın en yüksek binasının da Dubai'de bulunması turizm açısından tercih edilme nedenlerinin başında gelmektedir. Nüfusunun 3 katı kadar turist ağırlayan bu kent, turizm yatırımlarına önem vererek daha çok yükseltmek için çalışmalar yapmaktadır (Yersel, M., 2010:77-80).

İkinci Dünya Savaşının bitimi ile birlikte hızlı şekilde gelişme gösteren turizm sektörü, dünya barışının sağlanmasında önemli etken olmuştur. Kazakistan daha çok tarım ve sanayi sektörüne ağırlık vererek turizm, hizmet gibi sektörleri biraz daha geri plana atmıştır. 1994 yılında hammadde üretiminin yapılarak daha sonra başka ülkelere satışı yapılarak döviz girdisi elde edeceği düşüncesi hakimdi. Ancak yapılan bir araştırma ile Kazakistan'da en fazla 100 yıla kadar yer altı kaynaklarını kullanabileceğini ortaya koyan araştırma ile Kazakistan hükümeti bir karar vererek ülkeye gelen turist ortalama iki saat vakit geçirse bile 350 bin ABD Doları elde edilecekti. Ancak bu tutara ulaşabilmek için diğer sektörlerden daha çok caba harcanması gerekecekti. Turizm sektörü geç olgunlaşan bu şehir, önemli atılımları 2000 yılından sonra yapmaya başlamıştır. Çok zengin turizm potansiyeline sahip olan Kazakistan, ileriki yıllarda turizmin önemli kentlerinde olması beklenmez (Mukhitdinova, A., 2009:119-121).

Hiçbir yatırım yapılmadan doğal ve tarihi güzellikleriyle ülkeye girdi sağlayan turizm sektörü sayesinde ülkeler önemli gelişme sağlamaktadır. Bu güzellikler sahip olan Makedonya'da 1991 yılına kadar büyük sayıda turist ağırlarken bu tarihten sonra savaşlar, krizler nedeniyle sektöre uğramıştır. 2001 yılında yaşanan kriz nedeniyle ekonomisi küçülen Makedonya, dış ticaret konusunda her yıl açık vermiştir. Avrupa'nın göbeğinde yer alan Makedonya, zengin doğal kaynaklarını ve önemli tarihini kullanarak daha çok turist çekebilme potansiyeline sahip olmalıdır (Ljuşi, B., 2011:94-95).

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için önemli bir kaynak olan turizm sektörü, artan nüfus, işsizlik gibi sorunlara çözüm kaynağıdır. Ekonomik dinamikleri tespit edilen Manisa ilinde ise, uygulanabilen turizm çeşitleri araştırılmış ve kırsal turizmin önemli yeri olduğu görülmüştür. İzmir'e yakın olan bu kentte eskiden beri yoldan geçerken yemek yenilen, bir şeyler satın alınan yerlerden olmuştur. Termal sulara sahip olan Manisa ili, bunların tanıtımını iyi yapamadığı için yeterince gelişen bir turizm türü olamamıştır. Farklı dinlere sahip kalıntıları olan Manisa'da, iyi bir tanıtım yapılması ve sürdürülebilirliğin sağlanarak turizm sektörünü ön plana çıkarılmalıdır. Kentsel kalkınma, istihdam gibi birçok olumlu etkisi bulunan Manisa'da turizm sektörü önemli kalkınma aracı olarak görülmemektedir (Çelik, G., 2012:124-126)

3. GENEL OLARAK TURİZM SEKTÖRÜ

Bu bölümde turizmin ve turistin tanımından geniş bir şekilde bahsedilerek turizm tarihçesini etraflı olarak ele alınmıştır.

3.1. Turizmin Tanımı

Turizm kavramının kökenini Latince “tornus” sözcüğünden türetilmiştir. Tornus sözcüğü, kelime anlamıyla dönme hareketini ifade etmektedir. İngilizce “tour” ve “touring” kavramları da bu sözcükten türemiştir. “Tour” dairesel bir hareketi, hareket eden yere dönmek üzere yapılan kısa ve uzun süreli seyahatler anlamına gelmektedir. “Touring” sözcüğü ise, zevk için yapılan, eğitsel ve kültürel özellik gösteren seyahatler için kullanılmaktadır (Sezgin ve Ünüvar, 2009:394-395).

Dünya genelinde hızla gelişen ve çok yönlü bir hizmet sektörü olan turizm, konuya eğilenlerin hareket noktalarının farklı olması; konuya yaklaşım yönleri ve önem verdikleri unsurların farklılık göstermesi turizmin çeşitli tanımlarının ortaya çıkmasına neden olarak tek bir tanımın ortaya çıkmasını engellemiştir (Toskay, 1983:19).

Turizm kavramını belirlemek amacıyla yapılan çalışmalar, 19. yüzyılın sonlarına dayanmaktadır. Konuya değişik açılardan değinen yazarlar, farklı tanımlar yapmışlardır. Modern anlamda ilk turizm tanımını, Alman. Guyer-Freuler tarafından 1905 yılında ortaya atılmıştır. Bu tanıma göre turizm; gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri artan ticaret, endüstri ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak bir-birlerine daha çok yaklaşan ulusların ve topluluklarının ilişkisi şeklinde tanımlanmıştır (Yılmaz, 2007:2).

1910 yılında turizmin ekonomik yönü üzerindeki tartışmaları başlatan Avusturyalı ekonomist Hermann Von Schullar’a göre turizm, başka bir ülkeden veya şehirden yabancıların gelmesi ve daimi olarak kalmamalarını sağlayan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren unsurların tümü şeklinde tanımlarken, M. Meyer ise turizmin soysal yönünü göz önünde bulundurarak; her insanda değişik derecelerde bulunan kaçma ve uzaklaşma istediğinden ortaya çıkan psikolojik kaynaklı yer değiştirme hareketi olarak tanımlamıştır (Kozak, 2000:1). Dolayısıyla turizm’in tek bir tanımının yapılamaması, turizm kavramının birçok disiplin ve sektörle ilişkili olmasından ve araştırmacıların turizmi kendi disiplinlerine özgü niteliklerini göz önünde bulundurarak tanımlamalarından kaynaklanmaktadır (Karataş ve Babür, 2013:16)

T.C. Turizm Bakanlığı ise turizmi; bireylerin sürekli bulundukları, çalıştıkları yerlerin dışındaki bir yerlere yaptıkları seyahatlerinde bir yılı aşmamak üzere, boş zaman değerlendirme, dinlenme, eğlenme, iş ve diğer amaçlarla yaptıkları seyahatlerdir (Soyak, 2009: 9).

Genel olarak yapılan turizm tanımlarından yola çıkacak olursak her tanımda bir seyahat ve yer değiştirme olgusunun olduğu göz önüne alınarak her seyahatin de turizm anlamına gelmediği görülmektedir (Olalı, 1965:33). Yapılan seyahatin turizm olabilmesi için; “insanların sürekli bulundukları, çalıştıkları ve günlük ihtiyaçların giderildiği yerlerin dışına yaptıkları geçici konaklamalarından doğan seyahatleri ve tekrar dönüş amacı ile yapılan seyahatlerdir (Mathieson and Wall, 1982:1)

Yapılan tanımlamalara göre turizm beş karakteristik özelliğe sahiptir (Vanhove, 2002: 2, Batman ve Çınar, 2008: 13):

- Turizm, tek bir olaydan ziyade bir dizi olay ve ilişkinin bir birleşimidir.

- Turizmin iki boyutu vardır. İlk boyut, insanların hareketlerinden ve çeşitli yerlere gitmelerinden kaynaklanan dinamik boyut diğer boyut ise bireylerin konaklamalarını kapsayan ise statik boyuttur.
- İnsanların normal ikamet yeri ve iş yerinin dışındaki yerlere seyahat etmeleri gerekmektedir.
- Turizmde konaklama geçici bir süre içindir. Seyahat eden ve konaklayan kişi, bir süre sonra sürekli yaşadığı yere geri döner
- İstihdam edilmeyen, ücretli işle bağlantılı olmayan amaçlar için gidilecek yerler ziyaret edilir.

3.2. Turistin Tanımı

Günümüzde “bacasız sanayi” olarak nitelendirilen turizmin, öneminin gittikçe artması, özellikle bazı ülkelerin ekonomilerinde en önemli unsur haline gelmiştir. Her yıl büyük kitlelerin uzun mesafeleri aşarak yolculuk etmeleriyle birlikte, bu defa da turistin tanımlanması gerek duyulmuştur (Toskay, 1983:19).

Turizm olayını icraat eden kişi olan “turist” kelimesi ilk defa İbranilerin ikamet ettikleri yerler dışındaki uzak yerleri görmek, oradaki yaşantıları tanımak, insanların ekonomik ve sosyal durumlarını gözlemlemek için gönderdikleri kişilere turist ve bu kişilerin yaptıkları eylemlere de turlamak ismini vermişlerdir (Erdoğan, 1995:8).

OECD (İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı)’na göre turist; geçici olarak ikamet yerinden ayrılan ve gittiği yerlerin mal ve hizmetlerinden yararlanarak ziyareti kalıcı hale gelmeden kısa süre sonra geri dönen kişidir (Barutçugil, 1989: 16).

TDK’ya göre ise turist, dinlenme, eğlenme, görme, tanıma ve buna benzer amaçlarla geziye çıkan kimse, gezgin, gezmen, seyyah olarak tanımlanmıştır (www.tdk.gov.tr) (07.02.2019).

Bu tanımlardan yola çıkarak turistin temel özellikleri şu şekildedir (Yağcı, 2003:12);

- Turist, turizm hareketlerini belirleyen ve yön veren kişidir.
- Turist, daimi yerleşme gayesi olmaksızın dinlenme, eğlenme, ailevi, sağlık, bilimsel, idari, diplomatik, sportif nedenler veya çeşit toplantılara katılmak amacıyla ticari olmayan sebeplerle seyahat eden kişilerdir.
- 24 saatten az kalsalar bile gemi (cruise) ile seyahat eden kişiler turist sayılır.
- Turist, temel anlamda psikolojik tatmin arayan, sınırlı harcama gücü ve zamanı ile tüketimde bulunan kişidir.

Bu tanımlara göre her seyahate çıkan kişi turist olarak değerlendirilmemektedir ve bazı istisnalar getirilmektedir (Usta, 2001:11);

- Bir iş sözleşmesi olsun ya da olmasın herhangi bir ülkeye çalışma, ikamet etme ya da uzun süreli eğitim amacıyla gidenler veya transit yolcular turist olarak kabul edilmemektedir.
- Seyahatleri 24 saati geçse bile, bir ülkeden durmadan (mola vermeden) geçenler.
- En az bir gece konaklayan günübirlikçiler(ekskürsionist) turist olarak kabul edilir.

Turist kavramıyla karıştırılabilen bir diğer kavram günübirlikçi ve ziyaretçi kavramlarıdır. T   'e göre ziyaretçiyi daimi ya ad   ülkeden, şehirden başka bir ülkeye veya şehirlere belirli bir gelir elde etme amacı olmadan herhangi bir nedenle ziyaret eden kişi şeklinde tanımlanmaktadır (www.tuik.gov.tr, 14.05.2019). G n birlik i (eksk rsiyonist)ise, gitti   ülkede bir günden daha az kalan, geceleme yapmayan ziyaret idir. Ziyaretçinin turist sayılması için gitti   ülkede ya da şehirde en az bir gece konaklaması gerekmektedir (Yılmaz, 2007: 23).

3.3. Turizmin Tarihçesi

Turizm eski bir olgudur (Weaver ve Lawton, 2006: 84). Dolayısıyla tarihi süreçlerde yolculuk etme eylemi de insanlık tarihi kadar eskidir (Gartner, 1996: 32). Zamanla uygarlıkların gelişmesi, toplumların zenginleşmesi, artan i  temposunun sebep olarak bireylerin tatil yapma gereksiniminin artış göstermesi, ulaşım olanaklarının çeşitlenmesi ve çoğalması, insanların boş zamanlarının gün geçtikçe artış göstermesi, teknolojik gelişme ile dünyanın çeşitli co rafyalardaki doğal ve tarihi değerlerin, güzelliklerin tanıtılması sonucu turizm sektörü hızlı bir ilerleme kaydetmiştir ( nen, 2008:2).

Turizm olayının başlangıcı, M. . 4000 yıllarına kadar yazıyı, parayı ve tekerleği ilk bulan ve kullanan Sümerlere kadar dayanabilmektedir. Yine M. . 3000 yıllarında piramitler ve tapınaklar nedeniyle Mısır, gezginlerin ilgisini en çok çeken ülkelerden biri olmuş ve gezginler için yolların güvenlik altına alınd  , konaklama veya dinlenme amacıyla evler inşa edilmiştir (Barutçugil, 1984:28). Aynı zamanda eski Yunanlılarda olimpiyatların olması, seyahat olanağını ortaya çıkarmış ve kasabalarda konaklama turizmine öncülük olmuştur (Bayer, 1992:12). Bu dönemde kara ve deniz yolu ula ımlarının seyahate elverişli biçimde olması coğrafik konum bakımından birbirine uzak topluluklar arasında gezi nedenine dayalı seyahatler, düzenli ve kesintisiz olarak toplumdaki yerlerini almışlardır (Eralp, 1983:3). M.S. 395 yılından İstanbül'un fethine kadar olan dönemde ise, eğlence, zevk ve sağlık turizminde durağanlık ba layarak, Hristiyanlık ve M sl manlı a bağlı olarak dini amaçlı seyahatler de artış görülmüştür (Acuner, 2006:15). İlk a da turizme bakıldığında; insan topluluklarının alı -veri , takas, ticaret, olimpiyat oyunlarına katılma, dini yerleri ziyaret ve hac, kaplıca ve sıcak su merkezlerini ziyaretler şeklinde yo unla arak; ekonomik, spor, inanç ve sağlık olmak üzere başlıca dört ana grupta gerçekleşmiştir (Usta, 2001:27).

Ortaçağda turizmin gelişmesi ve seyahat eden insan sayısının artmasına rağmen turizm hareketleri de biraz farklı bir hal alarak bütün sosyal düşünceler ve davranışlar gibi turizm hareketleri de o dönemde dinin etkisi altında kalmıştır (Orhon, 1977:3).Bu dönemde İslamiyet'in do u uyla beraber Kabe ziyaretlerinin farz olması ve önemli dini eserin bulunduğu yerlere seyahat etmek turizmi dini açıdan hareketlendiren bir unsur olmuştur(Ceylan ve İpekyüz, 1985: 4).

Dünya tarihinde ilk gezgin olarak bilinen ve kabul edilen Orta a ın ne ünlü gezginlerinden biri olan Marco Polo, hiçbir ticari ve askeri amaç gütmeksizin sadece diğer ülke ve orada yaşayan insanları tanımak amacıyla İran ve Afganistan'dan geçerek Pamir Yaylasına, oradan da Gobi   l n  a arak Çin'e ula mı , buradan da Java, Sumatra ve Hindistan'ı geçerek İtalya'ya dönmüştür (Akat, 2008:9). Aynı dönem gezginlerinden İbn-i Batuta'da, doğum yeri olan Tanca'dan Mekke'ye birçok defa gitmiş, buradan Arabistan, Ortadoğu ve Anadolu'yu geçerek Hindistan'a ula mı  ve oradan da Seylan ve Sumatra'ya geçerek gezmi tir (Barutçugil, 1984:29).Böylece ekonomik ve dini amaçlı seyahatlerin yanı sıra kültürel amaçlı seyahatler de artmaya

başlayarak bu tür geziler kültür turizmine önemli katkılar sağlamıştır (Doğanay, 2001:21) .

Yeniçağda ise, yaşantıyı doğrudan etkileyen ekonomik ve dini fikirler, Rönesans hareketleri sonucu değiştirerek bilimde, sanatta ve yönetim şekillerinde yeni arayışlara sebep olmuştur. 1492 yılında Portekizli denizci Vasco de Gama'nın Hindistan'a gemi ile ulaşması ve 1519 yılında diğer bir Portekizli denizci olan Macellan'ın dünya seyahatleri ise, yeni yerlerin keşfedilmesinin yanında farklı insanları tanıma, merak etme arzusuyla yapmış oldukları yolculukların temelini oluşturan en önemli faktörler olmuştur (Akat, 2008:9).

1789-1799 yılları arasında yaşanan Fransız ihtilal'i, sosyal, siyasal ve ekonomik anlamda yaşanan değişimler sonucunda ortaya çıkan zenginler ve burjuva kesiminin, gezmek için uzak ülkelere gitmeleri turizm hareketine önemli katkılar sağlamıştır (Bayer, 1992:11). Bu dönemde turizm hareketlerine yön veren başka bir unsur da teknik alanda yaşanan gelişmelerin sonucunda, buharlı gemilerin ve demiryollarının gelişmesiyle insanların yaygın olarak günlük yaşamında kullanmaya başlaması ile yolculuk süresini kısaltılmış ve masrafları düşürmüştür (Öztaş ve Karabulut, 2006: 3). Bunun sonucunda ise, belirli bölgelerle ve kesimlerle (burjuva ve zenginler) sınırlanan turizm alanı genişlemiş ve yalnız zengin insanların yapabildiği etkinlikten ziyade, toplumun orta kesimine de yayılmaya başlamıştır (Orhon, 1977:4).

1841 yılında ise Thomas Cook, 570 kişilik bir grubu kişi başına aldığı sabit bir ücretle, at yarışını izlemek için 1 şiline trenle Letter-Loughborough arasında tur düzenleyerek, ilk “organize tur” kavramını ortaya çıkarmıştır (Bayer,1992:11). Cook aynı zamanda bu tur ile ilk kitle turizm hareketini gerçekleştirerek, modern anlamda turizmin temelini atmıştır (Öztaş ve Karabulut 2006:3).

I. Dünya savaşının hemen ardından 1918-1920 yılları arasında modern turizmin başlangıcı olarak kabul edilen ve aynı zamanda turizmin hızlı yükseliş gösterdiği bir dönemdir (Evliyaoğlu, 1994:7). Bu dönem, turizmin dünya çapında dikkat çekici bir şekilde büyüdüğü dönemdir (Swarbrooke ve Horner, 2001: 17). 1930'da yaşanan ekonomik kriz, turizmin gelişmesini önemli ölçüde yavaşlatmıştır (Öztaş, Karabulut, 2006:4). Holloway ve Humphreys (2012: 50) göre, İkinci Dünya Savaşından sonraki dönem de dünyada sağlanan barış ortamı sayesinde kişiler finansal sıkıntılar çekmelerine rağmen farklı bölgelere seyahat etme arzuları ön plana çıkmıştır. Bu dönemden sonra turizmin büyük oranda büyümesi, dünya çapındaki hızlı nüfus artışıyla birlikte gelişen ülke ekonomileri, ticaret serbestliği, uluslararası şirketlerin artışıyla birlikte farklı dilleri konuşabilme ihtiyacının doğması gibi talepteki artışın neden olduğu faktörler ile bölgedeki sağlık, havayolu taşımacılığı, özel araç sahiplerinin artması, kongre ve sergi merkezi uzman tesislerin artması gibi turizmdeki artışın arzda meydana getirdiği pozitif faktörlerdir (Swarbrooke ve Horner 2001: 17-19). Bütün bu faktörlere ilaveten, teknolojik ilerlemeler sayesinde insanların önceki dönemlere göre yaşam koşullarının iyi olması ve artan globalleşmenin getirdiği seyahat özgürlüğü insanların turizm aktivitelerine yönelmesini sağlamış ve turizm faaliyetlerinde ciddi artışlar yaşanmıştır (Milne ve Ateljevic, 2001:371). Bu artışlar turizm sektörünün diğer sektörlerle nazaran en hızlı gelişme gösterdiği sektördür. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (2003:269) verilerine göre, dünya turizmi 1980–90 döneminde %60, 1990–2000 döneminde %52 artış göstermiştir. Rakamsal olarak ifade etmek gerekirse, 1980 yılında 280 milyon olan turist sayısı 2000 yılında 698 milyon kişi olmuştur. 2007 yılında bu rakam, 903 milyona, 2008 yılında 922 milyona ulaşmış, 2009 yılında 880 milyona ulaşarak gerileme yaşamıştır (www.ktbayatirimisletmeler.gov.tr, 18.05.2019). Bu veriler incelendiği zaman turizm sektörü sürekli artış gösteren bir sektörden ziyade bazı

dönemlerde ekonomik konjonktür, terör gibi bazı sorunların yaşanması sebebiyle dalgalanmalar yaşamıştır. Turizm sektörünün gelişme göstermesi ile birçok farklı alanlar otaya çıkmıştır. Ülkelerin mevcut durumlarına göre ortaya çıkan alanlar, çeşitli aktivitelerle desteklenerek ülke ekonomisinde önemli gelir etkisi vardır (Aydın, Kelçeoğlu, 2002:64).

3.4. Turizmin Türleri

Ülkemizin turizm sektöründe ön plana çıkmasının nedenlerinden biride Türkiye'nin coğrafi konumudur. Şöyle ki denizin dağlık alanların ve doğal alanların varlığından dolayı farklı turizm türleri de gelişmiştir ülkemizde. Bunlar deniz turizmi, kongre turizmi, sağlık turizmi, yat turizmi, dağ turizmi, inanç turizmi, kültür turizmi, yayla turizmi, spor turizmi, akarsu turizmi ve gastronomi turizmi şeklinde sıralanabilir. Bu saydıklarımız turizm çeşitleri aşağıdaki başlıklarda geniş bir biçimde açıklanmıştır.

3.4.1. Deniz Turizmi

Günümüzde, kentleşmenin artmasıyla birlikte insanlar, şehrin gürültücü ortamından, günlük hayatta yaşanan iş stresinden biraz olsun uzaklaşmak için doğal güzelliklerin ön plana çıktığı ve daha çok kıyısı olan bölgelere yapılan turizm türüdür (Aymanıkuy ve Sarioğlu, 2008: 239-241). Deniz turizmi deniz-kum-güneş üçlemesinin dışında dalma, yatçılık, balık tutma, güneş banyosu, su sporlarının hemen tümü, manzara seyretme gibi çeşitli alanları içinde barındıran türdür. Türkiye 8.333 km'lik sahil alanına sahip olması ile deniz turizmi, turizm türleri içerisinde en fazla talep gören alandır (Aymanıkuy ve Sarioğlu, 2008: 239-241).

3.4.2. Kongre Turizmi

Kongre kelimesi toplanma, buluşma anlamına gelen Latince'de Congressus'dan gelmektedir. Kongre turizmi, insanların yaşadıkları yerden farklı bir yere meslekleriyle ilgili belli bir konuda veya uzmanlık gerektiren alanlarda bilgi paylaşımı yapmak amacıyla bir araya gelmeleri ve seyahat ettikleri yerlerin mal ve hizmetlerinden yararlanmaları sonucu ortaya çıkan turizm olayıdır (Aymanıkuy ve Sarioğlu, 2008:239). Çok yönlü turizm türü olan Kongre turizmi, yalnızca bilgi alışverişlerin yapıldığı toplantılar değil aynı zamanda eğlence, gezi, alışveriş gibi faaliyetleri de kapsayan türdür. Kongre turizmi genelde ulaşımın kolay olduğu, toplantı ya da kongreye uygun alanların veya salonların bulunduğu büyük şehirlerde yapılmaktadır (Aymanıkuy, 2003:7).

3.4.3. Sağlık Turizmi

İnsanoğlu varoluşundan buyana sağlık sebepleriyle seyahatler etmişler ve yapılan bu seyahatler Romalılar döneminden günümüze kadar yakın bir anlamlar kazanmıştır (Kozak ve diğerleri, 2012:190-193).Son yıllarda hızlı sanayileşme ve kentleşme sonucu ortaya çıkan çevre sorunları insan sağlığını büyük ölçüde tehdit eden ortamlara sebep olmaktadır. Bu olumsuz ortamlarda bulunmak zorunda kalan insanlar sağlığını korumak ve hastalıklarına şifa bulmak amacıyla gerçekleştirilen bir turizm türü haline gelmiştir(Akbulut, 2010: 36).İnsanların, sağlığına kavuşmak için ikamet ettiği ülkeden ya da şehirden başka bir ülkeye ya da şehirlere herhangi bir sebeple tedavi

amaçla yapılan planlı veya plansız seyahatlerdir (www.saglikturizmi.org.tr, 11.03.2019). Sağlık kavramı bireylerin doğuştan kazandığı hak olmakla birlikte fiziksel, sosyal ve ruhsal yönden de kişinin kendini iyi hissetme halidir (Birch, vd., 2010:32).

Günümüzde sağlık turizmi masaj, doğal ve bitkisel maskeler ve cilt bakımı gibi insanlara kendilerini iyi hissettirecek ürün ve hizmetler sunumunu içermesiyle hem fiziksel hem de zihinsel anlamda bireylerin sağlıklarını korumalarına, kavuşmalarına odaklanmıştır (Kozak ve diğerleri, 2012:190-193). Sağlık turizmi faaliyetleri daha çok termal veya kaplıca turizmi olarak görülmesine rağmen meditasyondan, saç ekimine, tüp bebek uygulamalarını gibi sağlıkla ilgili geniş bir yelpaze sunmaktadır (Tütüncü vd., 2011: 91). Yüksek kaliteli ve düşük maliyet bu sektörün gelişmesine etki eden en önemli unsurlar arasındadır (Şahin ve Tuzlukaya, 2013: 51).

Sağlık turizmi, sağlık turistlerin konaklama, yeme-içme, dinlenme ve eğlenme gibi ihtiyaçlarının karşılanması yanında cerrahi müdahale ve uzmanlık gerektiren tıbbi müdahaleleri de kapsayan çok yönlü bir turizm çeşitidir (Çetin, 2011:879).

3.4.4. Yat Turizmi

İnsanların gezi, eğlenme, yüzmeye, sörf, dinlenme gibi amaçlarla yat adı verilen deniz aracıyla doğal, tarihi değerleri içeren yerleri ve merkezlere yönelik yapılan ziyaretlerdir (Kaya ve Narin, 2008:365-367). Yatçılık, birçok unsuru barındıran bir deniz gezisi hizmetinin sunulmasıyla, sonuçlanan, birçok farklı branşa ayrılan bir ekonomik faaliyetlerden birisidir (Dinçer, 1989:18). Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin büyük çoğunluğu yat turizmine yönelmektedirler (Bahar ve Kozak, 2006:18).

Gemi adamları Yönetmeliği ilk kez 1986 yılında “spor, gezi, dinlenme ve eğlence amaçlı, gros ton 150 yi, kütük boyu 33 metreyi ve taşıyacağı yolcu sayısı 12’yi aşmayan ticari gemileri” yat olarak tanımlanarak yatçılığın geniş anlamda turistik bir faaliyet olduğunu ve Kruvaziyerlerin yapıldığı gemilerden daha küçük boyutlu olarak onlardan daha az sayıda yolcu taşıyarak yapılan deniz gezisini kapsamaktadır (Deniz Ticaret Odası, 1990:7).

3.4.5. Dağ Turizmi

İnsanların temiz ve güzel havadan faydalanarak, mücadele ve macera içererek dağlarda turistik faaliyetlerde bulunma eylemine “dağ turizmi” denilmektedir (Köroğlu, 2015: 145). Doğa temelli olan bu turizm çeşidinde, dağlara tırmanış, buz kaya tırmanışları, doğa gezileri ve vahşi yaşam manzaralarını içine alan doğal güzellikleri kapsamaktadır (Köşker ve Unur, 2014:767). Batı Avrupa’da Alpler, Kuzey Amerika’da Rakı ve Asya’da Himalaya dağları, dağcılık turizmi açısından önemli özellik taşıırken Türkiye ise, dört bir yanında yer alan Karadeniz Dağları, Toros Dağları, Ağrı, Süphan, Erciyes gibi yüksek volkanik dağlar da Türkiye’de dağcılık ve dağ turizmi açısından oldukça elverişli kaynaklardır (Somuncu, 2004:18-19).

3.4.6. İnanç Turizmi

Yeni bir turizm çeşidi olarak görülen inanç turizmi, aslında modern anlamda turizm hareketlerinin başlangıcı olmasa bile ilk turizm hareketleri olarak kabul edilmiştir ve dinlerin ortaya çıkışından beri kutsal yerlerin ziyareti kişisel tercihlerin ötesine geçerek yüz binlerce kişi kutsal yerlere ziyaretler düzenlemişlerdir (Karaman ve Usta, 2006:474). Günümüzde ise, insanlar eğlence, dinlenme ve tatil geçirme amaçlarını haricinde, farklı yerler görme, değişik yaşam tarzlarını tanıma ve dini merkezleri ziyaret

edip dini vazifelerini yerine getirerek manevi huzura kavuşmak amacıyla çeşitli turistik faaliyetlerde aktif rol oynarlar(Okuyucu ve Somuncu, 2013: 627).Açıkel'e (2000:108) göre inanç turizmi, "insanların yaşamlarını sürdürdükleri, çalıştıkları veya günlük gereksinimlerini karşıladıkları yerlerin dışında, dini inançlarını tatmin etmek amacıyla yaptıkları ve bu seyahatlerde turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri yararlanarak, geçici konaklamaların bütünüdür" şeklinde tanımlamıştır. İnanç, insanların alıp satabileceği bir ürün olmamasıyla birlikte, kişilerin manevi tatmini sağlaması amacıyla seyahat etmeleridir (Özgüç, 2003:152).

Uluslararası öneme sahip olan inanç turizmi, dünya üzerindeki farklı toplumların dini bir amaçla bir araya gelmesini sağlayarak önemli bir sosyal hareketi ortaya çıkartmaktadır (Harbalıoğlu ve Özel, 2013: 1065). Dünya İnanç Turizmi Derneğine göre, dünyada 300 milyon insanın her yıl inanç turizmine katılmaktadır (Hanandeh, 2013:53). Her yıl milyonlarca Müslümanın ziyaret ettiği ve kutsal şehir olarak bilinen Mekke inanç turizmine verilebilecek en güzel örneklerdendir. Mekke, Suudi Arabistan'ın toplam ziyaretçi sayısının %55'ini oluşturmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2014: 55).Türkiye ise, coğrafi konum gereği birçok kavim, medeniyet ve devlete ev sahipliği yapmış olması nedeniyle, çok farklı dini ve kültürel izlere sahip olmaktadır (Okuyucu ve Somuncu, 2013: 627).Ülkemiz, inanç turizmi bakımından zengin bir coğrafyaya ve kültüre sahip olarak özellikle İslam, Hristiyanlık ve Musevilik dinlerine ait önemli inanç merkezleri yer almaktadır (Sağlık vd., 2012:38).

3.4.7. Kültür Turizmi

İnsanlar ilk çağlardan günümüze kadar göç, savaş, din gibi çeşitli nedenlerle seyahat etmişler ve bu seyahat etmelerinin en önemli nedenlerinden birisi de, kendi kültürleri dışındaki farklı kültürleri tanıma istekleri olmuştur. İlk olarak 1980'li yılların başlarında Avrupa Komisyonu'nda ortaya atılan kültür turizmi, Avrupa Birliği'nin sahip olduğu kültürel kimlik ve kültürel mirasa yönelik yapılan çalışmalarla tartışılmış bir kavramdır (Akınoğlu, 2010:127). İnsanların eski toplumların kültürleri tanımak amacıyla, tarihi sanat eserlerini, müzeleri, yapıları ve kalıntıları görme arzusuyla ortaya çıkan bir turizm türüdür (Batman ve Çınar, 2008: 191). Geniş bir faaliyet alanına sahip olan kültür turizmi, yeni kültürlerin tanınmasına ve globalleşmenin etkisiyle geçmişteki kültürlerin merak edilerek öğrenilmek istenmesidir (Batman ve Çınar, 2008:190) Yalnızca tarihi olanı değil güncel olanı da kapsayan kültür turizmi en hızlı gelişen türlerden birisidir. Kültür turizmin en önemli örneği olan Avrupalıların 19. yüzyılda Mısır uygarlığına duydukları ilgi ve merak, Avrupa'da kültür turlarına olan ilgi artmıştır (Wang vd., 2006: 49).

Kültür turizminin temelinde, turistlerin artık deniz-kum-güneş üçlemesinin dışında kültürel açıdan zengin yerleri görmek, kaybolmaya yüz tutmuş yaşam biçimlerini, kültürlerini öğrenmek ve izlemek, otantik destinasyonlara seyahat etme isteklerinin artması yatmaktadır (Toskay, 1983:156) Tatil turizmin yanında kültürel aktivitelere de yer verilerek en azından gidilen yerde bir müze ziyareti yapılmaktadır(Emekli, 2006: 47).Doğa koşullarına bağlı kalmayan kültür turizmi, turizmin yılın 4 mevsime yayılmasıyla turizmin sahip olduğu iç dinamiğin geliştirilmesi ve var olan kültürün hem yerli hem de yabancı ziyaretçilere tanıtılması açısından oldukça önemlidir (Emekli, 2006:54). Turistlerin, bir yeri ziyaret etmesi çoğunlukla o yörenin kültürel çekiciliklere bağlı bir unsurdur (Kurak vd., 2017:54). Kültürel çekicilikte, bölgede bulunan doğal ve kültürel değerleridir. Bir bölgede doğal yaşam alanlarının, tarihi ve kültürel değerlerinin yok edilmesi ise o bölgeye yapılacak turizm etkinliklerinin de yok olması anlamına

gelmektedir. Bu nedenle, sürdürülebilir kültür turizmi için, turizme kaynaklık eden değerlerin korunması gerekmektedir (Aklanoğlu, 2010:128).

3.4.8. Yayla Turizmi

Kelime anlamı, dağ tepelerindeki düzlükler anlamına gelen ‘yayla’ kelimesi eski Türkçe’de ‘Yaylağ’ kelimesinden gelmektedir (Var, 1990:1, Aktaran Bilgiç, 2007:26). TDK’ya göre yayla, “dağlık, yüksek, yazın havası temiz ve serin olan, hayvan otlatma veya dinlenme yeri” olarak tanımlamıştır (www.tdk.gov.tr, 07.02.2019). Son yıllarda nüfusun hızla gelişmesi ve kentleşme düzeyi de artmasıyla birlikte insanların yaşadıkları yerlerden geçici olarak ayrılıp şehrin gürültü ve kirliliğinden kaçarak, doğal güzellikleriyle ön plana çıkan, sessiz ve serin iklime sahip, yüksek yerlerdeki yaylalarda bulunan turistik mekanları tercih etmeye başlamışlardır (Kozak ve diğerleri, 2000:75). Özellikle yaylardaki doğal ortamda düzenlenen şenlikler sayesinde hem yerli hem de yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir (Köroğlu, 2015: 157). Buraları turistik cazibe merkezleri haline getirerek tercih edilmesini sağlayarak buralarda yaşamayan insanların da ilgisini çekerek, onlara farklı gelen bu yaşama dâhil olma istekleri sonucunda yayla turizmi ortaya çıkmıştır (Mısırlı ve Dağıstan, 2017:515). Doğal yapılarının dışında kültürel kimlikleriyle de ön plana çıkan yaylalar, önemli turizm potansiyeli oluşturarak trekking, kış sporları, kano-rafting, çim kayağı gibi faaliyetlerin yapılmasına elverişlidir (Şen, 2010: 86).

Anadolu kültüründe yaylalar yaşamın önemli bir parçası olmakla birlikte, eski çağlardan beri göçebe hayatı içerisinde yer alan doğa ile bütünleşik ve sağlıklı bir yaşam şeklini ifade etmektedir (Beyhan, 2004:25). Son yıllarda ise yayla turizmi, Türkiye’de en çok sözü edilen turizm şekli olmaktadır (Erdoğan, 1996:121). En önemli yayla turizmi örneği olan Karadeniz bölgesinde, dağların kıyıya paralel uzanması nedeniyle kıyı boyunca körfezler, burunlar ve yarımadalar sayıca az olması ve iklim şartları deniz turizminin gelişmesine engel olduğu için yayla turizmi ön plana çıkarmıştır (Doğaner, 2001:204).

3.4.9. Av Turizmi

Av turizmi, avcı özelliklerine sahip kişilerin çeşitli gereksinimlerine cevap veren belli ilke ve denetimler altında avlanma, dinlenme ve spor yapma maksadıyla gerçekleştirdikleri turistik aktivitelerdir. Av turizmi acentalar gibi kuruluşlar tarafından sağlanan, yüksek harcama gerektiren bir faaliyet olduğundan dolayı yüksek gelir düzeyine sahip turistlerce yapılabilmektedir (Ege, 2008: 343).

Günümüzde küreselleşmenin artmasıyla birlikte doğal dengenin oluşmasında düzenleyici rol oynayan yırtıcılar tuzak ve zehirlerle avlanılarak pek çok ortamda tümüyle yok edilerek onları doğal parklarda yetiştirmeye başlanmıştır. Aslan, kaplan, sırtlan, jaguar, ayı gibi yırtıcı hayvanların doğadan alınarak hayvanat bahçelerine yerleştirilmesi doğal dengeyi olumsuz yönde etkilemiştir. Sürdürülebilir avcılığa sahip olan ülkelerde regülatör görevi görenler avcılardır (İğircik 2001:52). Bu bakımdan, turizm gelirleri üzerinde av turizmi önemli etkiye sahiptir (Ege, 2008: 355).

3.4.10. Akarsu Turizmi

Rafting, yüzme ve av gibi akarsular üzerinde sportif faaliyetlerde bulunmak amacıyla yapılan turistik aktivitelere akarsu turizmi denilmektedir. Büyük yatırımlar

gerektirmeyen akarsu turizminin gelişmesi, ülke turizm gelirlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Türkiye ise bu açıdan oldukça zengin akarsulara sahiptir (Erdem ve Girgin, 2008: 397-398).

3.4.11. Spor Turizmi

İnsanların varlığından beri, kimin kimden daha güçlü, kim kimden daha uzağa atlayabilir ya da kim kimden daha hızlı koşabiliyor gibi çeşitli sportif aktiviteler görülmektedir. Yani aslında dünya sporsuz düşünölemeyeceği gibi spor da seyahat olmadan düşünölemez (Saayman, 2012: 3). Spor turizmi, sporun ve turizmin hem ekonomik hem de sosyal faaliyet olarak birleşmesidir (Pigeassou, 2004: 287). Spor ile turizm arasındaki ilk ilişki on dokuzuncu yüzyıl başlarında İngiltere’de yarışmaya dayalı sporlarla meydana gelmiştir (Schwark, 2007: 117). O dönemlerde eğitimciler, okul kamplarındaki öğrencilere turizm alanlarında nasıl daha verimli zaman geçirmelerini öğretirken sonraki dönemlerde ise, sağlık amaçlı sportif faaliyetlere yer almıştır (Dobay, 2007: 18 ve Gozalova vd. 2014: 92). Spor turizmi, evden uzakta olan sporla ilgili faaliyetlere katılmak veya seyretmek amacıyla ticari amaç taşımayan seyahatlerdir (Ross, 2001:3 ve Gozalova vd. 2014: 93). Kurtzman ve Zauhar’a göre, (2001:297)spor turizmi “ulusal veya uluslararası sportif faaliyetleri kapsayan organizasyonlar, turlar, şampiyonalar gibi yarışma amacı olan katılanların aynı zamanı serbest zaman iyi bir şekilde değerlendirmeleri için yaptıkları seyahatlerin tümü” şeklinde tanımlamıştır. İnsanların, yaşadıkları yer dışında gerçekleştirdikleri hareketlerle yeni iş fırsatları, cinsiyet eşitliği, doğa ve kültürel miraslarımızı koruma ve tanıtmaya gibi fırsatlar da sağlamaktadır (Rifai, 2013: 8). Spor turizmi, farklı dallardaki spor çeşitlerini barındırmasıyla birlikte, insanların birkaç farklı alanda spor yapmanın yanında sadece tek bir spor alanı için de seyahat etmeye başlamıştır (Hazar, 2008: 80). Globalleşmenin etkisiyle kitle iletişim araçlarının hızlı bir gelişim göstererek, ulaşım araçlarının da daha hızlı ve güvenli olmasıyla turist sayısında büyük bir artış sağlanmıştır. Çoğu ölkelerde ise, tatil bilincinin ve turizmin ekonomik boyutunun önemi anlaşılmış ve bunu fark eden bazı işletmeler pazar paylarını ve satışlarını artırma girişiminde bulunmuşlardır (Gümüšoğlu vd. 2007: 35). Ölkemiz ise, dört mevsimi yaşamasından ve coğrafi yapısından dolayı spor turizmi potansiyeli yüksektir. Bu nedenden dolayı spor turizmi alanındaki yatırımlara büyük önem verilmeye çalışılmaktadır (Bektaş2010: 11).

3.4.12. Gastronomi Turizmi

İlk defa Antik Yunan döneminde kullanılan “gastronomi” sözcüğü Yunanca ‘gaster’ (mide) ve ‘nomas’ (yasa) sözcüklerinden meydana gelmiştir (Özgen, 2015:2). 1801 yılında Fransa’da Joseph Bercholux’un Gastronomie ou L’Homme des Champs a Table ‘Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan’ adlı eseriyle ilk defa gastronomi terimi kullanılmaya başlanmıştır (Scarpato, 2002: 93). 1755-1826 yılları arasında Fransız Jean Anthelme Brillat-Savarin ise, gastronomi ile ilgili ilk resmi çalışmalar yapmıştır (Kivela ve Crotts, 2006: 354).

Tek bir tanımdan ibaret olmayan gastoronomi kavramı yıllar içerisinde değişik şekillerde tanımlanmıştır. 1825 yılında gastronomiye bilinenin aksine farklı bir tanım getiren Savarin, yemeği hazırlama, üretme ve sunum yapma şeklinde tanımlamıştır (Kaya ve Yurtseven, 2010: 58). Brotherton’a göre (1999: 51) gastronomi, konaklama ile yiyecek-içecek kültürünün birbirleriyle ahenkli bir şekilde olmasıdır. En güncel tanımı

kapsayan TDK Büyük Sözlüğüne (2018) göre gastronomi kelimesi, “insan sağlığına uygun olarak iyi düzenlenmiş, lezzetli, hoş yemek düzeni ve sistemi.” olarak tanımlamıştır (www.tdk.gov.tr, 07.02.2019).

Geçmişten beri Maslow’un ihtiyaç hiyerarşinin ilk aşamasında yer alan temel fizyolojik ihtiyaçlardan biri olan yemek yeme alışkanlığı zamanla turizm ile özdeşleşmiştir (Birdir ve Akgöl, 2015: 57). Quan ve Wang’a göre (2004: 303) gastronomi turizmi, farklı kültürlerle ait yiyecek-içecek kültürünü keşfetmek, tatmak ve denemek amacıyla farklı bölgelere seyahat etme isteğinin olması şeklinde tanımlanmıştır. Yiyecek, bir toplumun yaşam şeklini ve kültürünü ifade ettiği için geçmiş ile gelecek kültürü temsil ederek turizminin ayrılmaz bir parçasıdır (Du Rand ve Heath, 2006:4). Gastronomi turizminin temelini ise, ürünü sunmakta olan tarım, tarihi ve otantikliği sağlayan kültür ve tüm bunları birleştiren, destekleyen unsur olan turizmdir (Deveci vd., 2013:30) Son zamanlarda belli bir varış noktası seçen ve seyahatlerini yapan turistlerin çoğu bulundukları bölgenin kendisini ve kültürünü tanımak istemeleri olduğu için gittikleri yerlerde yemek yemeyi tercih ederler (Wang, 2015: 68) ve sadece yemek yemek değil yemek yerken karşılaştıkları manzaradan zevk almak isterler (Birdir ve Akgöl, 2015: 57).

3.4.13. Kış Turizmi

Kış turizmi, belli mevsimlerde dağların kar alan yüksek yerlerinde yapılan ve kar yağışına bağlı olarak gelişen, kış sporlarının yapılmasının yanında konaklama, ulaşım, eğlence ve spor gibi hizmetleri de barındıran turizm çeşididir (Altaş ve diğerleri, 2015:346).Avusturya ve İsviçre başta olmak üzere İtalya, Fransa gibi ülkelerde kış turizmi açısından oldukça ünlü olmasının yanı sıra Türkiye’de ise, Uludağ, Palandöken, Kartepe, Kartalkaya, Erciyes, Sarıkamış ve Davraz kayak ve diğer kış sporları için oldukça elverişli merkezlerdendir (www.tursab.org.tr, 17.05.2019).

3.5. Turizmin Şekilleri

Bireylerin seyahat etme amacı ile bu seyahate katılım amaçları turizmin çeşitli ölçülere göre şekillenmesine neden olmuştur. Bunlar turistin geldiği yere göre turizm şekli, sosyoekonomik duruma göre turizm şekli, turist sayısına göre turizm şekli, seçilen zaman göre turizm şekli ve yaş düzeyine göre turizm şekli. Bu saydığımız turizm şekilleri aşağıdaki başlıklarda geniş bir şekilde açıklanmıştır.

3.5.1. Turistin Geldiği Yere Göre

Turizm olayı meydana geldiği yere göre “iç turizm” ve “dış turizm” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

İç Turizm: Kişilerin sürekli ikamet ettiği ülke içerisinde turistik amaçlı olmak üzere hiçbir şekilde pasaport, vize, yabancı dil sorunu gibi durumlarla karşılaşmadan geçici olarak belirli bir amaç için seyahat etmeleridir (Kuşluyan, 2002:2). Bu turizm şekli ülkeye herhangi bir döviz girdisi sağlamamasına rağmen, iç firmaların kendi aralarında rekabet ederek hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti gibi unsurlarda kendilerini geliştirme fırsatları sunar (Bahar ve Kozak, 2006:35).

Dış Turizm: Kişilerin ikamet ettikleri ülkenin dışına başka bir ülkeye seyahat etmeleridir. Bu turizme dış turizm ya da uluslararası turizm denilmektedir. (Olalı, 1992:61). Bu turizmi gerçekleştiren kişiye ise ‘yabancı turist’ denilmektedir (Dinçer,

1993:11). Yabancı dil, pasaport, vize gibi işlemleri barındırdığı için iç turizmden farklıdır (Bahar ve Kozak, 2006:35). Bu turizmin en önemli özelliği döviz getirici olmasıdır. Ayrıca, ülkeler arasında barış ortamının sağlanarak farklı kültürlerin öğrenilmesi gibi olumlu toplumsal etki yaratmaktadır (Eralp, 1983:6670). Dış turizm, kendi içinde ikiye ayrılmaktadır (Dinçer, 1993:11).

Gelir Turizmi (Aktif dış turizm), yurtdışından gelen yabancı turistlerin bir ülkeye seyahatinden kaynaklanan turistik faaliyetlere denilmektedir.

Gider Turizmi (Pasif dış turizm), bir ülke vatandaşlarının başka bir ülkeye seyahat faaliyetlerine denilmektedir.

3.5.2. Sosyo-Ekonomik Durumuna Göre

Turizmin sosyo-ekonomik duruma göre sınıflandırılmasını, bireylerin gelir düzeyleri, sosyo-kültürel özellikleri ve turistik refah seviyesine göre belirlenmektedir. Sosyo- Ekonomik duruma göre sınıflandırma kendi arasında sosyal turizm ve lüks turizm diye ikiye ayrılmaktadır.

Sosyal Turizm: Çeşitli nedenlerle turizme katılamayan kişilerin bazı özel önlemler ve teşviklerle turizm faaliyetlerine katılmalarını sağlayan turizm türüdür (Orhon, 1997:11). İnsanların çocuk sahibi olma, yaşlılık, sakatlık, hastalık gibi faktörler haricinde turizm faaliyetlerine katılamamalarının en temel sebebi ekonomik yetersizliktir. İşte sosyal turizm bu noktada ortaya çıkmaktadır (Bahar ve Kozak, 2006:35). İşçiler, esnaf ve zanaatkarlar, memurlar, gençler, bedensel özürlüler, çiftçiler ve emekliler sosyal turizm kapsamında yer alan gruplardır. Tatil kredileri, ulaştırma araçlarında indirimli fiyatlar, özel seyahat ya da tatil çeki kullanımı taksitle tatil olanağı gibi unsurlar bu gruptaki kişilerin sosyal turizme katılabilmeleri için uygulanan uygulamalardır (Kozak vd.2000:20). Türkiye’de 1975 1984 yılları arasında ilk defa sosyal turizm uygulamaları kapsamında T.C. Turizm Bankası A.Ş.’nin sunduğu tatil kredileridir (Olalı, 1992:6570).

Lüks Turizm: Yüksek gelir seviyesi ve ekonomik gücü olan kişilerin katıldıkları turizm çeşididir (Sezgin, 2001:85). Bu gruptaki kişiler genellikle av turizmi, golf turizmi ve kumar gibi aktivitelerde bulunmak amacıyla seyahat gerçekleştirirler ve bu seyahatleri sırasında ya lüks otellerde ya da kendilerine ait villalarda konaklama yaparlar (Öztaş ve Karabut, 2006:29). Ülkemizde ise sosyete olarak adlandırılan bu gruba giren turistler çoğu zaman kendi özel hizmetçileriyle ve özel araçları ile seyahat ederler (Kozak vd.2000:20).

3.5.3. Turist Sayısına Göre

Turizm olayını, katılan bireylerin sayısına göre kendi arasında üçe ayrılmaktadır. Bireysel (Ferdî) Turizm: Kişilerin yeni yerler görme, macera arama, farklı insanlar tanıma gibi amaçlarla hiçbir kitleye dahil olmadan nerelere gideceğini ve konaklamalarını bireysel olarak kendisinin planladığı turizm türüdür. Bu turizm türüne katılanlar genel olarak yüksek gelir seviyesinde olan kişiler, gençler veya okulu yeni bitirmiş kişilerdir (Kozak vd.,2000:13).

Grup Turizmi: Genellikle 11 ile 16 arasında değişen kişi sayısı ile, bireylerin birbirlerini tanıyarak bir kurum ya da seyahat acentesi tarafından düzenlenen turizm türüdür (Orhon, 1997:78). Dernek üyeleri, öğrenci grupları, meslek grupları, firmalara dahi olan kişilerin gruplar halinde katılmalarıdır (Kozak vd., 2000:14).

Kitle Turizmi: İnsanların çeşitli amaçlarla turizme bireysel ve grup halinde paket turları kullanarak katıldıkları turizm şeklidir (Orhon, 1997:79). 1950’li yıllardan sonra ortaya çıkan bu turizm şekli, günümüzde turizmin belirleyici unsurudur. Daha çok orta sınıf grubun katıldığı bu turizm şeklinde, birbirini tanımayan ve birbirleriyle ilişkisi olmayan büyük insan topluluklarıdır (Kozak vd.2000:14)

3.5.4. Seçilen Zamana Göre

Bireylerin, seyahat ve konaklamada yılın hangi mevsimine göre seçtiği sınıflamalardır. Bu sınıflama kendi arasında ikiye ayrılmaktadır.

Yaz Turizmi: Yaz mevsimi süresince gerçekleşen denizden ve doğal alanlardan faydalanılan turizm şeklidir. Bu turizmin en belirgin özelliği ise, birden fazla turistik çekiciliğin aynı anda sunulması, turistlerin konaklama sürelerinin uzatmalarına ve memnuniyetlerini en üst düzeyde tutmasını sağlar (Hussein ve Saç, 2008:40).

Kış Turizmi: Kış mevsiminde gerçekleşen ve daha çok kar ile ilgili turistik faaliyetlerin gerçekleştirildiği turizm şeklidir (Hussein ve Saç, 2008:40).

3.5.5. Yaş Düzeyine Göre

Turizm faaliyetine katılımı etkileyen bir başka unsurda katılımcıların yaşlarıdır. Bu sınıflandırma kendi arasında üçe ayrılmaktadır.

Gençlik Turizmi: Çoğunlukla 15-25 yaşları arasında bulunan psikolojik yapıları gereği maceraya açık olan, aile bağlarının ve sorumlulukları az olan gençlerin bireysel ya da grup halinde ulusal veya uluslararası yaptıkları tatil seyahatleridir (Öztaş ve Karabulut, 2006:29).

Orta Yaş Turizmi: 25-60 yaş arasında çalışma ve üretme döneminde olan kişilerin katıldıkları turizm şeklidir. Ekonomik koşulların değişiminden en çok etkilenen bu grup, genellikle bu dönemde bireyler bir aileye sahip olduğundan bu seyahatleri daha çok aileleri ile gerçekleştirmektedirler (Kozak vd.2000:20).

Üçüncü Yaş Turizmi: 60 yaş ve üzeri insanların katıldığı turizm şeklidir. Sağlık koşullarının iyi olması ile uzayan insan ömrü ve refah seviyesinin de yükselmesiyle beraber bu yaş grubundaki insanların turizm faaliyetlerine katılmalarıdır (Öztaş ve Karabulut, 2006:31).

3.6. Türkiye’de Turizm Sektörü

Dört mevsimi yaşandığı bir konuma sahip olan Türkiye, eşsiz doğal güzellikleriyle ve kültürel potansiyeli adeta bir turizm merkezidir. Son yıllarda büyük gelişme gösteren turizm sektörü, döviz darboğazı ve işsizlik gibi sorunlara çözümler getirdiği için ülke ekonomisinin kalkınmasının temel taşlarından biri olmuştur (Turizm Bakanlığı, 1998:57).

Türkiye’de turizm planlı dönem öncesi ve planlı dönem sonrası diye ikiye ayrılmaktadır.

3.6.1. Planlı Dönem Öncesi Turizm Sektörü (1923-1963)

1923 yılında Cumhuriyet’in kurulmasıyla birlikte baştan sona yenilenen Türkiye, tüm kurumlarda yeniden yapılanmaya gitmiştir. Bu yapılanmalardan birisi de turizm sektörüdür. Cumhuriyet ilan edilmeden önce bireysel olarak yürütülmeye çalışılan

turizm, ilk olarak 1923 yılında Reşit Saffet Atabinen tarafından kurulan Türkiye Seyyahin Cemiyeti adı altında turizm faaliyetleri yürütmeye başlamıştır (Hadjinicola ve Panayi 1997:874).Daha sonra “Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu” olarak adı değişen bu cemiyet, Türkiye’de bulunan tarihi değerleri tanıtmaya başlamıştır (Barutçugil, 1986: 69).

Turizm sektöründe önemli atılımlardan biri de, 1925 yılında “Türkiye Teyyare Cemiyeti” adı altında kurulan ve daha sonra “Türk Havayolları İşletme İdaresi” olarak değiştirilen kurum havacılık sektöründe önemli gelişmeler sağlamıştır (TURSAB: 2019).Devletçilik ilkesiyle beraber 1934 yılında, Dâhiliye Vekâleti Emniyeti Umumiye Müdürüyeti açılarak turizm sektörünün dönüm noktası olmuştur (Duman ve Kozak, 2013:115).

1940 yılında Matbuat Müdürlüğü açılan ve 1943yılında Basın Yayın Umum Müdürlüğü adı altında değişen Turizm Dairesi belli görevlere sahip olmuştur (Öztaş 2002:8). Bu yıllardan itibaren daha çok tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmiş ve İzmir Fuarına Devlet Demir Yolları tarafında düşük fiyatlı bilet satışlarının yapılmasıyla iç piyasada hareketlenme yaşanmıştır (TURSAB: 2019). 1940’lı yıllarda dünya savaşları nedeniyle turizm durma noktasına gelmiştir. Bu krizi atlatmak adına iç piyasaya odaklanılmış ve 19 Aralık 1949 yılında kurulan Turizm Danışma Kurulları ülke turizminin geliştirilmesi adına düzenli toplantılar yapmışlardır (Köseoglu 2000:66).

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra devletçilik ilkesi terkedilerek özel sektörlerle ağırlık verilmiş ve turizm sektöründe düzenlemelere gidilerek 1950 yılında çıkarılan Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu çıkartılmıştır. Turizmin geliştirilmesi adına çıkartılan bu yasa ile teşvik tedbirlerinden hangi işletmelerin nasıl ve hangi koşullar ile yararlanabileceğine ait düzenlemeler yapılmıştır (TURSAB: 2019).Yine bu yıllarda Türkiye Emlak Kredi Bankası’nın oluşturduğu bir milyon liralık Turizm Kredisi Fonu ve turizmde yatırımlara kaynaklık etmek amacıyla1955 yılında 10 milyon lira sermayeli Türkiye Turizm Bankası kurulmuştur (Öğüt vd. 2003:22).

Türkiye’de 1950’li yıllardan itibaren turizm verilerinin kayıt altına alınmaya başlanmasıyla uluslar arası turizm gelişmesine ait istatistiksel bilgiler Tablo 1’ de verilmiştir. 1950 yılında turizme uygun yatak sayısı 3.300 iken 1962 yılında 22.050’ye çıkarak 7 kat artış göstermiştir. 1950yılında yaklaşık 29 bin civarında olan turist sayısı 1962 yılında 17.867’ye çıkarak 6 kat artmıştır.1959 yılında yaşanan askeri darbe süreci nedeniyle turizmi olumsuz etkilemiştir (Köseoglu 2000:67-68).

1950-1962 dönemlerine bakıldığında turizm alanında önemli hamlelerin yapılmadığı gözlemlenmiştir. 1923-1950 yılları arasında yeni kurulan bir Cumhuriyetin yapı taşlarının tam oturmaması ve dünya savaşlarının verdiği ağır hasarlar gibi nedenlerle turizm gelirlerinde dalgalı seyir izlemiştir. Planlı dönem öncesinde turizm sektörü, istenilen düzeyde bir gelişme elde edilmese de turizm gelişmesine alt yapı olmuştur (Kozak vd. 2000:11).

Tablo 3.1. Planlı Dönem Öncesinde Türkiye’de Turizm (Barutçugil, 1986: 71)

Yıllar	Turizme Uygun Yatak Sayısı	Gelen Turist Sayısı	Turizm Gelirleri (Bin \$)
1950	3.300	28.625	-
1951	-	31.377	4.317
1952	6.219	38.837	2.287
1953	-	70.055	2.350
1954	-	71.331	1.771
1955	9.000	79.369	1.979
1956	-	99.414	2.495
1957	-	100.803	1.041
1958	-	114.744	1.535
1959	13.326	126.610	4.756
1960	14.200	94.077	5.460
1961	-	129.104	6.880
1962	22.050	172.867	7.316

3.6.2. Planlı Dönemden Günümüze Kadar Turizm Sektörü

Bu dönem, 1963 yılında başlayıp günümüze kadar olan dönemi kapsamaktadır (Kusat, 2014: 79). 1960 yılına kadar turizm alanında istenilen gelişmeyi yakalayamayan devlet, bu yıldan sonra daha düzenli bir gelişme politikası uygulamak için ‘beş yıllık kalkınma politikası’ uygulamaya başlamıştır. Bu kalkınma politikaları, kamu için zorunlu olurken özel alan içinse yol gösterici nitelikte hazırlanmıştır (Usta 1993:198).

3.6.2.1. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (1963- 1967)

1963-1967 yıllarını kapsayan birinci beş yıllık kalkınma dönemde, yabancı ülkelerde gelişen turizm sektörünü, Türkiye’nin mevcut turistik potansiyeli, doğal zenginlikleri ve eşsiz kültürüyle ülkeye yönelen talebi değerlendirmek amacıyla çeşitli yatırımlar yapılmaya başlanmıştır (DPT 1963:426). Bu dönemde ülkenin zengin tarihini ve doğal güzelliklerini daha iyi gösterebilmek için reklam ve tanıtım faaliyetlerine önem verilmesi, konaklama tesislerinin yapımı gibi çeşitli yatırımlar yapılarak sektör canlandırılmaya çalışılmıştır. Turist çekebilme kabiliyeti yüksek olan ile Abant, Kilyos, İstinye, Akça, Marmaris ve Uludağ gibi yerlere büyük konaklama merkezleri yaparak turistlerin ortalama 6 günde 100 dolar harcamalarının sağlanmıştır (Karakaya, 1998:116).

Birinci Plan Dönemi sonucunda beklenen talep artışı gerçekleşmiş ve bu dönem sonunda, 1967’de hedeflenen turist sayısı aşılarak 1.488.000 turist hedeflenirken, gerçekleşen turist sayısı 1.804.535 kişi olmuştur. 1963 yılında 198 bin olan turist sayısı, 1967 yılında % 189’luk bir artış göstererek 574 bin kişiye ulaşmıştır. Turizm gelirlerinde istenilen gelir elde edilememiş ve 1963 yılında 7,7 milyon dolar olan turizm gelirleri 1967 yılında 13,2 milyon dolara ulaşarak %71 artış göstermiştir. Turist başına harcama düzenli olarak azalmış ve 1963 yılında 39 dolar iken 1967 yılında 23 dolar olmuştur (DPT 1967:593).

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde, uygulamadaki aksaklıklar, imkanların oldukça sınırlı olması, ilk defa yapıldığı için bazı konularda yetersizliğin olması ve gerekli araştırmanın yapılmadan harekete geçilmesi gibi unsurlar nedeniyle gerekli gelişmeler olmamıştır (Dinçer, 1993: 102).

3.6.2.2. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (1968- 1972)

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planında, turizm ile ilgili olarak öncelikle bir durum analizi yapılmış ve bu analizde Akdeniz ülkelerinde turizmin hızla geliştiği gözlemlenmiştir. Bu geçmiş dönem analizinden sonra turizm fonksiyonlarından tam olarak yararlanabilmek için turizm gelirlerini, yabancı turist sayısını ve ortalama tüketimlerini arttırarak turizm başka bölgelere de geliştirilmesi amaçlanarak çeşitli önlemler alınmıştır (Andaç2004:10). Burada öncelikle dış seyahatte yaşanan negatif durumu pozitif çevirici önlemler alınmıştır (II. BYKP, 1968: 416).

Bu dönemde, 1968 yılı hariç, diğer yıllarda istenilen hedef tutturulmamış ve plan hedeflerinin gerisinde kalmıştır. Dönemin sonunda 4.828.000 kişi hedeflenmiş, ancak bu hedef 3.982.023 kişi olarak gerçekleşmiştir. Gerçekleşme oranı ise, % 82,5 olmuştur. Dönem sonunda 422 milyon dolar olarak hedeflenen toplam turizm gelirleri 278,9 milyon dolar olarak gerçekleşmiş ve öngörülen hedefler ancak % 66,1 oranında tutturulmuştur. Turizm giderlerinde ise dönem sonunda hedeflenen 275 milyon dolar toplam gider, 224,8 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Yine bu yıllarda Ortadoğu bölgesinin karışık olması ve Arap-İsrail savaşının başlamasıyla ikinci kalkınma planının uygulanmasını engelleyen en önemli nedenlerdendir. (DPT 1972:616).

Genellikle bu dönemde, Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda yapımına başlanan otel, tatil köyleri gibi yerler tamamlanarak kullanıma açılmıştır. Bu konaklamaların çoğu devletin teşvik tedbirleri tarafında desteklediği özel sektörler tarafından açılmıştır (Köseoğlu 2000:71). Bu dönemin sonunda, “Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği” (TÜRSAB) kurulmuş ve seyahat acentelerini bir çatı altında toplamıştır (Yağcı, 2003:204).

Turizmin gelişmesini sağlamak için kalkınma planlarından ayrı olarak bölgesel, yerel ve Ankara, İzmir ve İstanbul'u kapsayan metropoliten planlar hazırlanmıştır. Bu üç şehri kapsayan metropoliten planları hazırlamak için İmar İskan Bakanlığı'na bağlı bürolar kurulmuştur. Daha sonra Kapadokya, Antalya ve Muğla da turizm faaliyetlerini geliştirmek için ayrı olarak planlar yapılmıştır (Karakaya,1998:118).

3.6.2.3. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (1973- 1977)

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda ilk olarak birinci ve ikinci beş yıllık kalkınma planlarında turizmin sektörünün durumu incelenerek, gelen turist sayısı ve elde edilen turizm gelirleri incelenmiştir. Birinci ve İkinci dönemdeki beş yıllık kalkınma planları belirlenen hedeflerin altında kaldığı, ancak dönemdeki gelişmenin dünya ortalamasının üzerinde olduğu gözlemlenmiştir (3. BYKP, 1972: 615).

Bu Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında ise, dış, iç ve sosyal turizmi geliştirmek için daha çok tanıtım, reklam, organizasyon faaliyetlerine önem verilmiştir. Genellikle bu faaliyetleri kitle turizm şeklinde yürütülmüştür (DPT 1972:616-617). Bu turizm şekline göre yapılması ise, turizmle ilgili planlama çalışmaları yapılarak alt ve üst yapı eksikliklerinin giderilerek ülke içi turizmin özendirici nitelikte olmasını sağlamaktır (3. BYKP, 1972: 620–621).

1973 yılında petrolün varil fiyatı 2 dolar seviyelerinden 40 dolar seviyelerine kadar yükselmesiyle yaşanan petrol krizi ve ekonomik durgunluk nedeniyle turizm sektörü dünyada olduğu gibi ülkemizde de olumsuz etkilenmiş ve bu kalkınma planı da, turizm sektöründe gelişme gösteremeyip özel yatırımlar da duraklatılmıştır (Kozak ve diğerleri, 2000:116). İstikrarsızlığın hakim olduğu bu dönemde, 1973 yılında 1341 turist gelirken, 1974 yılında ise Kıbrıs Barış Harekatı'nın yaşanması nedeniyle 1110 turist

gelmiştir. 1973-1977 yılları arasında gelen turist sayısı %23 artış gösterir iken turizm gelirleri de, %20 artmıştır (DPT 1978b:340-341).

3.6.2.4. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (1979- 1983)

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın ilk olarak üçüncü beş yıllık kalkınma planı dönemini incelenmiş ve petrol krizi nedeniyle istenilen hedeflere ulaşamadığı gözlemlenmiştir. Bu kalkınma planının diğer kalkınma planlarından farkı kitle turizmi yanında bireysel turizme de odaklanılmıştır. Bu dönemde, kamuya ait dinlenme tesislerinden daha geniş kitlelerin yararlanabilmesi için tek merkezden yönetilme kararı alınmıştır (DPT 1978a:430-431) .

1979-1983 yıllarını kapsayan bu dönemde, beklenen sonuçlar elde edilememiş ve turist sayısı 1523 binden 1625 bin olarak yıllık ortalama%15 artış göstermiştir. Bu dönem aralıklarında turizm gelirinde ise %23 artış hedeflenmesine rağmen bu dönemde turist sayısı %6, turizm geliri ise %46 artmış gözlemlenmiştir (Boratav, 2003: 149). İnşaat maliyetlerinin yüksekliği, güvensizlik ortamı ve özel sektörün turizm kredileri ile ilgili sorunlar nedeniyle 40 bin yatak hedeflenirken bunun % 33,8'i gerçekleşmiştir. Hem siyasi hem de iktisadi anlamda dönüm noktası olan bu kalkınma planında, 24 Ocak Kararları olarak bilinen ve 1980 yılının ocak ayında alınan bu kararlar ile ekonomiye damgasını vuracak çeşitli politikalar geliştirilmiştir (DPT 1984: 119-120).1982 yılında yürürlüğe giren “Turizmi Teşvik Kanunu” ile Türkiye turizmi için tam bir dönüm noktası olarak yatırımlarda öncelikli olarak turizm sektörünün gelişmesini sağlamak için kıt kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasıdır (Yağcı, 2003:204). Bu kanunun ile yabancı sermaye girişlerine, bireysel ve kitle turizmüne önem vererek kıyı şeridinin korunması ön plana çıkmıştır (Karşı 1997:106).

Yurdumuzdaki tabiat anıtı, milli ve milletlerarası düzeye sahip parkları değerlerinin bozulmadan korunmasına yönelik 1983 yılında “Milli Parklar Kanunu” çıkartılmıştır. Aynı yıl çevrenin korunması, iyileştirilmesi adına “Çevre Kanunu” da çıkartılmıştır (Boz, 2004:144-146).

3.6.2.5. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (1985- 1989)

Turizm hareketlerinin dönüm noktası olan 1980 yılı sonrası Türkiye’de hiç rastlanmayacak bir gelişme hızı yakalanmış ve gelen turist sayısında önemli artışların yaşanması nedeniyle bu Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı büyük önem taşımaktadır (Tosun, 2001: 291). Türk ekonomisinde turizmi önemli kılan faktörlerden biri de Türkiye’nin, önemli bir turizm konumuna sahip olmasıdır. Türkiye, coğrafi konumu nedeniyle, turizme elverişli ülkelerdendir (Uçak, 2011: 93).

1985-1989 döneminde, hedeflenen turizm gelirlerinin gerçekleşme oranı yıllık ortalama %272, gelen turist sayısı %70 (yıllık ortalama %14) artarken, Turizm geliri %72 (yıllık ortalama %14,4) artmıştır. Yurt dışına giden vatandaşların sayısı ise, yılda ortalama % 3,5 artışla 1217,8 kişi olmuştur. Dönem sonunda yatak sayısının 100.000’e ulaşması hedeflenmiştir (5. BYKP, 1984: 120).

Bu planda, Türkiye’nin tarihi, arkeolojik ve kültürel varlığı, kış, av ve su sporları, festival, sağlık gibi alanları geliştirilmesi ve bireysel turizmde aksatılmadan kitle turizme önem verilmesi, OECD ve OPEC ülkelerinin yanı sıra Balkan ve Üçüncü Dünya Ülkeleriyle turist bağlarını geliştirmek gibi turizm politikaları uygulanmıştır. Aynı zamanda bu dönem de turizm hareketleri ile ilgili istatistik verilerin yetersizliği vurgulanarak daha kapsamlı ve modern teknik yöntemlerin kullanılmıştır. Yine bu

dönem de, Turizm Bankası'nın direkt yatırım yapması yerine fonların kredi olarak kullandırmıştır (DPT, 1984:120)

1986 yılında çıkartılan Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği ile ülkemizi yerli ve yabancı turistlere en iyi şekilde tanıtarak, profesyonel turist rehberleri sayesinde turistlerin gezilerinde doğru bilgilerin verilmesi sağlanmıştır (Boz, 2004:103).

1987 yılında, gelen yabancı sayısı 2.400.000 kişi, turizm gelirleri ise, 661,6 milyon dolar olarak hedeflenmiş ve bu amaçlara ulaşabilmek için de Antalya, İzmir havaalanlarının uluslararası yolcu taşıma faaliyetlerinin artırılması, sınır giriş ve çıkış istatistiklerinin sağlıklı ve seri olarak yerine getirilmesi, çalışanların uygun şartlarda çalışmalarının ve dinlenmelerinin sağlamak gibi planlar yapılmıştır (DPT, 1986:267).

1988 yılında gelen yabancı sayısı,2.700.000 kişi, gelirlerin ise 878 milyon dolar olması hedeflenmiş ve bu yılda Kaynak Kullanımı Destekleme Primi başlatılmıştır. Aynı şekilde bu yıl Antalya, İzmir ve Dalaman Havaalanlarının uluslararası yolcu taşıma faaliyetlerinin arttırılmıştır (Karslı, 1997:110).

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planının son yılı olan 1989'da,gelen yabancı sayısında 3.000.000 kişi, dış turizm geliri de, 878 milyon dolar hedeflenmiş ve diğer dört yılda uygulanan planların devam ettirilmesi sağlanmıştır (Karakaya, 1998:122). Yine bu yılda Seyahat Acentelerinin Hac Seferi Düzenlenmesine Dair Esasları Belirleyen Yönetmelik çıkartılarak hac seferi düzenlemeleri ve denetim altına alınması için uyulması gereken esaslar belirlenmiştir (Andaç, 2004:32).

3.6.2.6. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (1990- 1994)

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda diğer beş kalkınma planlarına oranla turizm sektörüne daha fazla önem verilerek ekonominin belkemiğini oluşturmuştur (Karakaya, 1998: 122-123).

Bu plan döneminin ilk yılı olan 1990 yılına bakıldığında, küçük kapasiteli tesisler ve aile işletmeciliğinin teşvik edilmesi, turizm sezonunun yılın tamamına yayılmasının sağlanması, gemi turizmlerinin yaygınlaştırılması gibi çeşitli planlar yapılmıştır (DPT, 1989c:291). Bu yılda gelen yabancı sayısı % 99,1 kişi, gelirler de % 97,5 dolar olarak beklenen hedeflerin altında kalmıştır. Bunun sebeplerinde biri olan Körfez Krizi'nin yaşanması nedeniyle taleplerde azalma meydana gelmiştir (DPT, 1993a:119).

1991 yılında gelen yabancı sayısında 5.850.000 kişi (% 94,3), gelirlerde de 3.757,9 milyon dolar (% 70,6) hedeflenmiş ancak sonuçlar hedeflerin altında kalmıştır. Bu yılda turizmin dışa bağımlılığını, yabancı tur operatörlerini, verimliliğini yükseltici teknolojik yeniliklerin izlenmesi ve bozulma tehdidi olan yerlerin düzenlenmesi gibi çeşitli önlemler alınmıştır (DPT, 1990:284). Yine aynı yıl Turizm Yatırım ve İşletmelerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik çıkartılarak turizm yatırım ve işletmelerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır (Andaç, 2004:47).

1992 yılında gelen yabancı sayısı 6.330.000 (% 111,8) kişi, gelirler ise, 4.270,5 milyon dolar (% 85,2) olarak hedeflenmiştir (DPT, 1992b:87).

1993 yılında gelen yabancı sayısında 6.840.000 (% 95) kişi, gelirlerde ise 4.853 milyon dolar (% 81,6) hedeflenmiş, turist başına harcamada, 530 dolardan 640 dolara yükselerek kalış süresi ortalama 8 günden 11 güne yükselmiştir (DPT, 1994:163). Yine aynı yıllarda, Turizm Alan ve Merkezlerinde Yer Alan Termal Suların Kullanma Hakkı ve İşletilme Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik'i çıkartılarak turizm alanlarında yer alan suların değerlendirilerek bu sudan faydalanan tesislerin nitelikleri belirlenerek incelenmesi esaslarıdır (Kozak, 1999:594).

1994 yılında gelen yabancı sayısı 7.400.000 (% 90,1)kişi, gelirler de 5.514,0 milyon dolar (% 78,4) olarak hedeflenmiştir. Turizm sektöründe yaşanan gelişmeye ayak uydurabilmesi için yatak kapasitesinde de arttırılmaya gidilmiştir (DPT, 1993:98).

Altıncı plan döneminde, gelen turist sayısı beklenen hedeflerin altında olmuştur. Toplam gelen turist sayısı 31.830 milyon iken, gelen turist sayısı ise, 31.124 milyon ile % 97,8 oranında gerçekleşmiştir. Turizm gelirlerinde hedeflenen toplam rakam 21.702,3 milyon dolar iken, 17.798,0 milyon dolarla %82 ile bu dönem planlanan hedeflerinin altında gerçekleşmiştir (Köseoğlu, 2000:78). Bu dönemde, yenileme yatırımlarına önem verilmiş, konaklama yatırımları yavaşlamıştır (Sezgin, 2001:156). Turizmin çeşitlendirilmesi için gerekli teşviklerin uygulanmış, eğitilmiş personel açığı kapatılarak, turizm mevsimini uzatmayı amaçlayarak aile ve sosyal pansiyonların teşvik edilmesi amaçlanmıştır (Kozak ve diğerleri, 2000:118).

3.6.2.7. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (1996- 2000)

Yedinci Plan döneminde öncelik, turizmin çeşitlendirilmesine ve pazarlama çalışmalarına verilmiştir. Bu amaçla planda; doğal ve kültürel değerlerin sürekli kullanımının sağlanması ve korunması; turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımının iyileştirilmesi; tanıtma ve pazarlama çalışmalarının teşvik edilmesi yer almaktadır (Kozak vd. 2012:118). Yedinci Plan döneminde, öncelikli olarak geçmiş dönemle ilgili bir durum analizi yapılmış ve bu analize göre, 6. Plan döneminde olumlu gelişmelerin yaşanmasının yanında Akdeniz'e yakın ülkelerle karşılaştırma yapıldığında yatak kapasitesi, tanıtım, reklam, turizm eğitimi, ulaştırma, teknik yapılar gibi konularda yetersiz olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak yeni turizm türlerinin geliştirilerek, yerli turların teşvik edilmesi ve dış ilişkilerle bağların güçlenmesi bu dönem de yaşanan olumlu gelişmeler arasındadır (7. BYKP, 1995:353).

1996 yılında gelen turist sayısı 8,6 milyon iken, turizm geliri de 5.962,2 milyar dolar olmuştur. Aynı zamanda 4,3 milyon kişide yurt dışına çıkmış ve 1.265,0 milyar dolar turizm gideri meydana gelmiştir (Kozak, 1999:278). Bu yıl yeniden canlanan İpek Yolu ile bu güzergahta yer alan han, hamam ve kervansaraylar turizme açılması önemli gelişmeler arasındadır (DPT, 1995b:103).

1997 yılında gelen turist sayısının 9,7 milyon ile Avrupa'da en çok turist ağırlayan ülkeler sıralamasında 14'üncü sırada yer alınmış ve turizm gelirleri ise 6.850 milyon dolara yükselmiştir. Yine bu yılda yurt dışına çıkan vatandaşların sayısı 4,6 milyona, turizm giderlerinin ise 1.350 milyon dolara ulaşmıştır (DPT,1996b:109-110).

1998'de ülkemize gelen turist sayısı 9,7 milyon kişi, turizm geliri ise 7,8 milyar dolar olarak hedeflenmiş ve yapılan istatistiklere göre Türkiye, Avrupa turizm pazarında % 3 paya sahip olmuştur. Bu yılda hava yollarının eksiklerinden kaynaklanan sorunlar giderilmiştir (DPT,1999b:153).

1999 yılında gelen turist sayısı 7,5 milyon ve turizm gelirleri 5,2 milyar dolar olarak bir önceki yıla göre % 27.5 oranında bir azalma yaşanmış bu azalmanın en büyük nedenlerinden birisi ise, terörist başının yakalanmasıdır. Bu nedenden dolayı çeşitli Avrupa ülkelerinde Türkiye karşıtı propagandalar başlatılmıştır (DPT ,1999b: 154).

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planının son yılı olan 2000'de 10,4 milyon turist gelmiş ve turizm gelirleri 7,6 milyar dolara yükselerek bir önceki yıla göre %46,8 oranında bir artış göstermiştir (DPT ,2001a:194).

3.6.2.8. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (2001- 2005)

Bu Kalkınma Planı'nda bir değerlendirme yapıldığında,1998 yılında en çok turist kabul eden ülkeler arasında 12. Sıradan 8. sıraya yükselmiştir. Öncelikle bu dönemde, kriz karşısında ayakta durabilen sağlam bir turizm sektörünün oluşturarak, sektörle ilgili tüm yatırımların (doğal, tarihsel ve sosyal) olarak yeterli özenin gösterilmesidir (8. BYKP, 2000: 205-206).Sekizinci Plan Dönemi'nin ilk yılı olan 2001 yılında gelen turist sayısı 11,6 milyon kişi, turizm gelirlerinde ise 10 milyar dolar gelir elde edilerek hedefler aşılmıştır. Turizm Bakanlığı'ndan belgeli yatak sayısı ise, 365 bine, belediyelerden belgeli yatak sayısı ise 355 bin olmuştur (DPT,2002a:178-180).

2002 yılında gelen turist sayısının, 13,2 milyon ile % 14,0 artış olmuştur ve turizm gelirleri ise 11,9 milyar dolar olarak amaçların üzerinde gerçekleşmiştir. Belgeli yatak sayısının 375 bine, belediye belgeli yatak sayısının ise 360 bine ulaşması hedeflenmektedir. Bu yıl hedeflenen rakamların üzerinde gerçekleşmesinin nedenleri, turizmde dış tanıtım stratejilerinin belirlenerek, müşteri profilinin niteliğinin yükseltilmesidir (DPT, 2001b:239-241).

2003 yılında gelen turist sayısı, 14 milyon ile bir önceki yıla göre % 5 artış göstermiş, turizm gelirleri 13,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Turizm Bakanlığı'ndan belgeli yatak sayısının 410 bine, belediye belgeli yatak sayısının ise 380 bin hedeflenmiştir. Bu yılın ilk başlarında Irak Savaşı'ndan olumsuz etkilenen turizm sektörü kısa sürede kendini toparlama imkanı bulmuştur (DPT,2004a:172-174).

2004 yılında gelen turist sayısı 17,5 milyona iken, turizm gelirleri 15,9 milyar dolara yükselerek, yaklaşık 3 milyon kişi için doğrudan istihdam yaratılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı belgeli yatak sayısı 430 bine, belediye belgeli yatak sayısı ise 390 bine ulaşmıştır (DPT, 2005b:223).

2005 yılında gelen turist sayısı 21,1 milyon kişi, turizm gelirleri ise 18,2 milyar dolar olarak olmuştur. Uluslararası turizm geliri içinde Türk turizminin payı 2000 yılında % 1,6 iken 2005 yılında % 2,9'a ulaşmıştır. Hem turist sayısı hem de döviz gelirlerinde meydana gelen bu artış sayesinde Türkiye, dünyada en çok turist kabul eden ülke sıralamasında 12.sırada olurken, gelirlerde ise 8. sırada yer almaktadır (<http://ekutup.dpt.gov.tr>).

Bu Sekizinci Plan dönemi sonucunda, Türkiye'ye gelecek turist sayısının 58 milyon kişiye, yurtdışına çıkacak vatandaş sayısının ise 8,5 milyon kişiye ulaşması beklenilmiştir. Turizm Bakanlığı'ndan belgeli konaklama yatak kapasitesinin 751 bin ve daha yapımı bitmemiş konaklama yerlerinin yatak kapasiteleri de dahil edilirse,1,2 milyona olması tahmin edilmiştir (DPT, 2000a:167).

3.6.2.9. Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (2007- 2013)

Dokuzuncu Planın diğer Sekiz tane Beş Yıllık Kalkınma Planlarından farkı şimdye kadar beşer yıllık süreleri kapsayan orta dönemli planlarda sürenin yedi yıla çıkarılmış olmasıdır. Bu dönem sonunda turizm gelirlerinin 36,4 milyar dolara, ziyaretçi sayısının 38 milyona, yurtdışına çıkacak vatandaş sayısının ise 15 milyona ulaşacağı hedeflenmektedir. İnşa halindeki konaklama yerlerinin yatak kapasitesi dahil olmak üzere toplam 1,3 milyona ulaşması hedeflenmektedir. Bu dönem de turizm sektöründe yeterince ele alınmamış yörelerde ve yerlerde turizmi geliştirerek ekonomik kalkınmayı desteklemektir (<http://ekutup.dpt.gov.tr>. 21.02.2019).

3.6.2.10. Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Sektörü (2014-2018)

Onuncu Kalkınma Planına bakıldığında Nitelikli İnsan – Güçlü Toplum, Yenilikçi Üretim İstikrarlı Yüksek Büyüme, Yaşanabilir Mekanlar Sürdürülebilir Çevre, Kalkınma İçin Uluslararası İşbirliği olmak üzere dört hedef üzerinde durmuştur.

İlk hedef olan Nitelikli İnsan – Güçlü Toplumda turizmde sürdürülebilir kalkınma anlayışının yaygınlaştırılmasıyla toplumsal refahın sağlanması, dinamik nüfus yapısı korunarak bireysel ve toplumsal refahın yükseltilmesi, toplumun ve ekonominin ihtiyaçlarına daha duyarlı olması sağlanarak bilginin faydaya dönüştüğü sağlıklı, güvenli bir sosyal ortamın oluşturulması, eğitim sisteminde fırsat eşitliğine dayalı kalite odaklı dönüşüm amaçlanarak nitelikli insan gücün yetiştirilmesidir (Kalkınma Bakanlığı, 2013:29-33).

İkinci hedef Yenilikçi Üretim İstikrarlı Yüksek Büyüme ile sermaye ve sanayileşme sürecini hızlandırarak ülkemizin yüksek gelir grubu ülkeler arasına girmesini sağlamak, cari açığın makul seviyelere getirilmesi, toplamda 4 milyon yeni iş yaratılması sağlanarak yıllık ortalama yüzde 5,5 büyüme oranına ulaşmayı amaçlamak, Ar-Ge harcamalarının milli gelire oranını yüzde 1,8'e çıkartarak imalat sanayii ihracatını 257 milyar dolara yükseltmeyi, İstanbul'un küresel finans merkezleri endeksinde ilk 25 içine girmesini sağlayarak, turizmde yabancı ziyaretçi sayısını 42 milyon kişiye, turizm gelirini 45 milyar dolara çıkarmayı hedeflenmiştir (Kalkınma Bakanlığı, 2013:56-60).

Üçüncü hedef Yaşanabilir Mekanlar Sürdürülebilir Çevre ile kırsal yerleşim yerinde asgari refah düzeyinin ülke ortalamasına yaklaştırılması, her kesim için barınma ihtiyacının sağlıklı, yeterli ve güvenli bir şekilde giderilmesinin sağlanarak bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılması gibi amaçları kapsamaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2013:117-139).

Dördüncü ve son hedef olan Kalkınma İçin Uluslararası İşbirliği ile Uluslararası barış, refah ve istikrara hizmet edecek etkin bir kalkınma işbirliği politikası izlenerek bu kalkınma sürecinde uluslararası dinamiklerden daha fazla faydalanarak ülkemizin daha aktif rol oynaması amaçlanmaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2013:141-145).

Planlı dönemlerde günümüze kadar turizm sektöründe önemli gelişmeler kaydedilerek yabancı turist sayısı ve turizm gelirleri arttırılarak turist başına gelir seviyesi düşmüştür. 2014-2018 dönemini kapsayan Onuncu Kalkınma Planı ile 2018 yılında Türkiye'nin yüksek gelir grubuna girmesi hedeflenerek GSYH'nın 1,3 trilyon dolara, kişi başına gelirin 16 bin dolara yükseltilmesi; ihracatın 277 milyar dolara çıkarılması; işsizlik oranının yüzde 7,2'ye düşürülmesi hedeflenmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2013:22).

3.7. Turizmin Ekonomik Etkileri

Turizm ile ekonomi iç içe geçmiş kavramlardır. Bu nedenle turizm ekonomisi, bireylerin turizme yönelik ihtiyaçlarını turizm kaynaklarını kullanarak karşılamaya çalışan emek-yoğun ön planda olduğu bir alandır (Bahar ve Kozak, 2006:56). Çünkü turizmin oluşturduğu ekonomik gelişme, diğer hiçbir sektörün meydana getirmediği kadar toplumları geniş ölçüde etkilememektedir (Bahar, 2006: 137-150). Öztaş ve Karabulut'a göre (2006:43) turizm ekonomisi, turistik faaliyetlerin içeriğini, nasıl geliştiğini, koşullarını, sonuçlarını ekonomik açıdan araştıran bir disiplindir. Turizmin ekonomik yönü görünmeyen bir ithalat ve ihracat şeklinde yapılmasıdır (Göksan, 1978:78). Bu açıdan ülke ekonomisinde sektörün payı büyüktür ve bu sektörün

özendirilmesi hem bireyler açısından hem de ülke ekonomisi açısından büyük fayda sağlamaktadır (Bahar, 2006: 141).

3.7.1 Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri

Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de büyük bir hızla gelişme gösteren turizm sektörü, ağırlaşan ekonomik koşulları ve zorlu rekabetlerin yaşandığı günümüzde önemli rol teşkil etmektedir. Diğer sektörlerin gelişmesini de etkileyen turizm sektörü, günümüz ekonomisinin temel yapı taşındandır (Hepaktan ve Çınar, 2010: 139). Ülkelerin gelişmişlik seviyeleri hangi konumda olursa olsun turizm sektörü her ülkede az da olsa bir paya sahiptir (Bahar ve Kozak, 2006:129). Özellikle Türkiye gibi gelişen bir ülkede turizm sektörü de devamlı büyüme eğilimi gösteren sektör konumundadır. Bu gibi ülkelerin turizm endüstrisine ilgi duymalarının başlıca nedenleri ise; döviz sıkıntılarına çözüm getirebilmek, turizmin ekonomik engelleme, tarife ve kota gibi faktörler gibi karşılaşılan ekonomik sorunların çözümüne yardımcı olur (Manisalı ve Yarcın, 1987: 9). Turizmin olumlu ekonomik etkileri aşağıdaki gibi sıralanabilir.

3.7.1.1. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi

Ödemeler dengesi kavramı, bir ülkede ikametgah eden kişilerin diğer ülkeye yaptığı ödemelerle, başka ülkelerde ikametgah eden kişilerden elde edilen gelirin belirlenmesidir (TCMB, 2019: 4). Tüm ülkelerin büyük önem gösterdiği ödemeler bilançosunda bir ülkenin ekonomik amaçlı olmak şartıyla başka bir ülkeden yapmış olduğu alışveriştir (İçöz ve Kozak, 1998:186). Cari işlemler hesabı, sermaye hesabı, net hata ve unutmalar ile resmi rezervler hesabı olmak üzere ödemeler dengesi bilançosu dört ana hesap grubundan oluşmaktadır. Ödemeler dengesi bileşenlerinden ve en hareketli hesaplarından biri olan cari işlemler, ülkenin ekonomik işlemlerinin kaydedildiği hesaptır (Şit, 2016: 58). Uluslararası turizmin yarattığı döviz hareketliliği nedeniyle hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin temel hedefleri ülke dışından gelen gelirleri artırarak ödemeler dengesini dengede tutmaya çalışmaktır (Özgüç, 1998:185). Eğer bir ülkenin ödemeler dengesi açık veriyorsa o ülkeye gelen turist sayısı artırılarak daha çok döviz girdisi sağlanmaya çalışılarak, istihdam ve fiyatlara yansıyan bu dengesizlik ülke ekonomisini olumsuz etkiler. Tam tersi olan döviz girdileri, döviz kayıplarından fazla ise bu sefer ödemeler dengesine olumlu katkısı vardır (Ulu, 2010: 13).

3.7.1.2. Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi

Turizmin olumlu etkileri içinde en önemli unsur olan turizmin gelir yaratıcı etkisi, turistlerin gittikleri yerlerde konaklamadan eğlenceye kadar olan ihtiyaçlar için yapılmış olan harcamalar hem o yöreye hem de ülkeye ekonomik olarak katkı sağlamasıdır (Bahar ve Kozak 2012: 161). Belirli bir dönem içinde üretilen mal ve hizmetlerin gayri safi değerleri toplamı olan GSMH, turizmin ekonomideki rolünde kullanılan en yaygın yöntemlerdendir (Seydioğlu, 1999:180). Bu yöntemle göre, yabancı turistlerin yapmış oldukları harcamaları cari fiyatlarla tahmin edilerek turizm sektörü tarafından satın alınmış olan nihai mal ve hizmetlerin maliyetini çıkarılarak hesaplanır. Dolayısıyla GSMH genellikle yabancı turistlerin harcamalarından oluşur (Mathieson ve Wall, 1993:63). GSMH ara malları bünyesinde barındırmayacağı gibi önceki yıllarda üretilmiş olan mallar da dahil edilemez (Seydioğlu, 1999:180). Birçok sektör ile ilişkili

olan turizm sektörü, turist harcamalarının, turizm gelirlerinin bu diğer sektörler ile bağlantı derecesine çarpan etkisi denilmektedir (Foyen, 1990: 68-71).

Tüm dünya ülkeleri arasında GSMH payı içinde dış turizm gelirleri %10 aşabilen çok az sayıda ülke vardır (Erdoğan, 1996:183-184). 1984 yılından itibaren ulusal gelir içindeki payı artan turizm, 2001 yılında %6,9 kadar çıkarak en yüksek seviyeleri yaşamıştır (www.kultur.gov.tr, 11.03.2019). 2004 yılından 2014 yılına kadar turizm gelirinin yaklaşık iki kat arttığı görülmektedir. Bugün turizm gelirlerinin GSMH oranı ise, yaklaşık %5 seviyelerindedir (www.kultur.gov.tr, 11.03.2019). En çok gelir elde eden ülkeler sıralamasında ise, 177,2 milyar dolar ile Amerika, 65,1 milyar dolar ile İspanyadır. Türkiye bu sıralamada 34,3 milyar dolarlık gelire sahiptir.

3.7.1.3. Turizmin İstihdam Etkisi

Turizm sektörü, emek yoğun ağırlıklı bir sektör olduğu için turistlerin yaptıkları harcamalar önce doğrudan daha sonra da diğer sektörlerle dolaylı olarak istihdam yaratarak ülkede toplam istihdamı etkilemektedir (İçöz ve Kozak, 1998:219).

Turizm sektöründeki istihdamın genel özellikleri şöyledir: (İçöz ve Kozak, 1998:237-238) .

- Yaz mevsiminde istihdam artışı yaşanan turizm sektörü, vasıflı- vasıfsız elemanlar istihdam edilirken mevsim dışında ise istihdam eksikliği ortaya çıkmaktadır.
- Diğer sektörler ile karşılaştırılma yapıldığında kadın çalışan sayısı daha yüksektir.
- Genellikle yarı zamanlı ya da mevsimsel çalışma nedenleri ile net işgücü rakamı bilinmemektedir.
- Turizm sektöründe karma bir yapıya sahip olmasından dolayı çeşitli meslekte, yaşta, cinsiyette insanlar bir arada bulunurlar.
- Bu sektörde işgücü devir hızı yüksek, çalışma koşulları ve ücretler düşüktür.
- Bir ülke ekonomisinin turizm sektöründe üç farklı istihdam vardır. Otel, restoran, motel gibi tesislerde yapılan turist harcamaları doğrudan istihdam, turistik harcamalarının bir sonucu olmayan ancak turizm sektörü arz bölümünde yer alıp sektöre girdi sağlayan dolaylı istihdam ve turizmden kazanç sağlayan bölge halkının o geliri tekrar harcaması da ek istihdam olarak adlandırılmıştır (Goffe, 1975:24-31).

Küresel olarak her 10 kişiden birinin çalıştığı turizm sektörünün bir bölgede gelişim göstermesi yeni iş olanakları ve istihdamı artırır (Hodur ve Leistritz, 2008:65).

3.7.1.4. Turizmin Bölgeler Arası Ekonomik Kalkınmaya Etkisi

Ekonomik kalkınma, ülkenin milli gelire bağlı ekonomik artış hem sosyal hem de siyasal alanda değişimleri kapsayan süreçtir (Büyükdeniz, 1990:331). Ülkenin doğal kaynaklarının geliştirilip ön plana çıkarılması ile ekonomik büyüme bireylerin yaşam standartların da yükselmesiyle birlikte GSMH artış yaşanır (Clark, 1996:34). Yaşam standartları yüksek olan bölgelere seyahat eden turistler, turizm yatırımlarının çok olduğu gelişmiş ülkelere seyahat etmelerinden dolayı bölgeler arası eşitsizlik ortaya çıkmaktadır (Roney, 2011:81). Küreselleşmenin asıl sebeplerinde olan eşitsizlik, bölgesel kalkınma planları ile azaltılmaya çalışılmaktadır. Aynı zamanda geri kalmış

bölgelere verilecek teşvikler ve turizm potansiyelinin kullanılması dengeli turizm sağlanabilir (Çeken, 2003: 147).

3.7.1.5. Turizmin Diğer Sektörler Üzerine Etkisi

Hizmet sektörünün alt dalı olan turizm sektörü, taşıdığı özellikler ve turistlik ihtiyaçların karşılanması bakımından diğer sektörlerle bağlantılıdır (Olalı ve Alp, 1988:155).

A. Turizmin Tarım Sektörü Üzerinde Yarattığı Etki

Ülkemizin coğrafi konumu ve iklim yapısına bağlı olarak turizm ve tarım arasındaki etkileşimde artarak şehrin bunalıcı hayatından biraz olsun uzaklaşmak isteyen kişilerin kırsal hayata yönelmeleri sonucunda ortaya çıkmış bir turizm türüdür (Çıkın, Çeken ve Uçar, 2009:48). Turizmin en çok etkilendiği sektörlerden biri olan tarım turizmi, turizmden kaynaklı talep oluşarak üretim artışı yaşanır ve bu olay da istihdamı ortaya çıkartır (Samırkaş ve Bahar, 2013: 13). Turistik faaliyetler için tarım alanlarının turizme ayrılmasıyla tarım faaliyetlerinin gerilemeyerek yeni bir alternatif oluşturur (Albayrak, 2013: 44).

B. Turizmin Sanayi Sektörü Üzerinde Yarattığı Etki

Daha çok tüketim malı ve ara malı üreten sanayiler düşük etkiler gösterirken, yatırım malı üreten sanayiler için düşük etki gösterirler. Turizmin gelişmesinde etkili olan inşaat malzemeleri sanayinde pozitif etki yaratır (Samırkaş ve Bahar, 2013: 13-14). Araştırmalara göre toplam turistik yatırım harcamalarının %60'ını inşaat sektörü oluşturmaktadır (İçöz ve Kozak, 1998:240).

C. Turizmin Hizmet Sektörü Üzerinde Yarattığı Etki

Kendisinin de yer aldığı hizmet sektörü içinde turizm önemli etkiye sahiptir. Turizmin ödemeler dengesi üzerinde etkisi aşağıdaki gibidir (Olalı, 1983: 9 ve Çakır, 1999: 89-90):

- Cari tüketimle ilgili olan ekmek, et, süt, meyve, sebze gibi bakkallarda ya da manavlarda sunulan ürünler)
- Donatım ile ilgili hizmetler (inşaat işçiliği, elektrikçi, boyacı gibi)
- Lüks tüketim ile ilgili hizmetler (spor salonları, pastane gibi.)
- Yardım ve güvenlik ile ilgili hizmetler
- Toplum arasında lüks olarak kabul edilen hizmetler (kuyumcu, gece kulübü, antikacılar gibi).
- Tatil ve turizme yönelik ulaşım, eğlence yerleri gibi hizmetler
- O bölgedeki kamu hizmetleri (yol, su, elektrik, haberleşme gibi).

3.7.2.1. Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri

Bir bölgede meydana gelen turizm hareketlerinin her zaman olumlu olması mümkün değildir. Bazen turizmin gelişimi ya da turizmden sağlanan faydanın azalması turizmin olumsuz etkilerini ortaya çıkarmaktadır (Kozak vd, 2000:87).

A. Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkisi

Enflasyon, toplam arzın toplam talebi aşması sonucunda fiyatlarda meydana gelen yükselmeye denir (Gürkan, 1997:186). Enflasyon farklı şekillerde meydana gelmektedir. Örneğin Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde yabancı turistlerin alım gücünün yerli halka göre fazla olması yüksek mal ve hizmetleri ödemeyi de kabullendikleri düşünülür. Bölgedeki perakendeci satıcılarda sattıkları ürünlerin ve hizmetlerin fiyatları yükselerek karlarını arttıırırlar. Bu artış nedeniyle maliyet artışı da meydana gelerek bölgesel enflasyon ortaya çıkar (Erdoğan, 1995:293). Genellikle geçici ve turistik bölgelerde meydana gelen bu olaya direk enflasyon demek doğru olmaz (Vanhove, 2006:175). Çoğunlukla yerli halk için ucuz ancak turistler için pahalı olan mal ve hizmetlere dual Pazar ya da ikili Pazar denilmektedir (Roney, 2011: 82).

B. Turizmin İthalata Etkisi

Turizm beraberinde teknolojik yatırımları da getireceği için ülkenin ithale olan eğilimini yükselterek gerek tüketim amaçlı (içki, peynir, puro gibi) gerekse turizm toplumunun tüketim alışkanlıklarını kapsayan mallar (gıda, inşaat ve mutfak malzemeleri gibi) çeşitli ülkelere ithal olarak alınabilir (İçöz ve Kozak, 1998:245). Ev sahibi konumda olan ülkenin bu veya bunun gibi çeşitli malları üretemeyip ithal etmesine “ithal sızıntı” olarak adlandırılmaktadır (Samırkaş ve Bahar, 2013: 15).

C. Turizmin Mevsimsellik Etkisi

Turizm mevsimi adı verilen yılın belli bir dönemini kapsayan özellikle yaz döneminde talep fazlalığı yaşayan faaliyettir (Güçlü, 2008:12). Mevsimlik talep dalgalanmaları yaşanan bu dönemde, yılın belli bir bölümünde turist yoğunluğunun yaşanmasıdır (Witt, Brooke and Buckley, 1995: 43).

D. Turizmin Fırsat Maliyet Etkisi

Kıt kaynaklar arasında seçim yapılması olarak adlandırılan fırsat maliyeti, turizmin gelişmesi için önemli bir faktördür. Turizm sektörünün gelişmesine öncelik veren fırsat maliyet, mevcut olan kıt kaynakları turizme yatırarak elde ettikleri gelirleri başka sektörler için yatırılmasıdır (Kozak ve diğerleri, 2000:86-87).

E. Turizmin Yabancı Sermayeye Etkisi

İleride ödemek koşulu ile gelişmiş ülkelerin az gelişmiş ülkelere mali, teknolojik olarak yaptığı özel yatırımlara yabancı sermaye denilmektedir (Han ve Kaya, 2002:94). Ülkemizin mevcut potansiyel turizm kaynaklarını yeterince kullanamaması nedeniyle çoğu bölgelerde yatırım eksikliği meydana gelmektedir ve bu eksikliğin giderilebilmesi için de finansal kaynak gereklidir. Ancak yeterince finansal kaynağa sahip olunamaması halinde yabancı sermayeye ihtiyaç duyulur (Çamlık ve Eski, 1977:49).

4. KAHRAMANMARAŞ'IN COĞRAFI YAPISI VE EKONOMİSİ

Bu kısımda Kahramanmaraş'ın coğrafi yapısından ve ekonomik tarihinden geniş bir şekilde bahsedilmiştir.

4.1 Kahramanmaraş'ın Coğrafi Yapısı

Türkiye'nin güneyinde, Akdeniz Bölgesinin de doğusunda yer alan Kahramanmaraş, 37° 11' ve 38° 36' kuzey paralelleri ile 36° 15' ve 37° 42' doğu meridyenleri arasında yer alan şehir bugün itibariyle 2874 hektar alana sahiptir (Gürbüz, 2001: 73). Ahir Dağı eteklerinde sulak ve verimli arazi üzerine kurulmuş olan şehrin en az 4 bin yıllık bilinen bir ismi ve 12.000 yıl öncesine dayanan bir tarihe sahiptir (Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü). İlk kurulduğu yer şehrin 20 km güneyinde Erkenaz Çayı Vadisindeki Elmalara Köyü-Hilmi Höyük'de yer alırken hem deprem bölgesinde yer alması hem de birçok farklı medeniyeti barındırması nedeniyle birkaç kez yer değiştirmek zorunda kalmıştır (Gökhan ve Kaya, 2008: 16).

Coğrafi konumu nedeniyle birçok medeniyete (Hitiler, Asurlar, Makedonyalılar, Romalılar, Bizanslılar, Araplar, Selçuklular ve Osmanlılara) ev sahipliği yapan Kahramanmaraş, bu medeniyetler tarafından farklı isimlerde almıştır. İlk olarak adını Hitit komutan Maraj'ın kurmasından dolayı şehre Maraj (M.Ö. 2000 – M.Ö. 1200) adı verilmiş fakat sonra Roma İmparatorluğu Maraş'ı ele geçirince adı Germanicia (M.Ö. 64 – M.S.395) olarak değişmiş ve daha sonraları sırasıyla Mer'aş ve Zülkadir isimlerini de almıştır (Kahramanmaraş İl Turizm Eylem ve Strateji Planı, 2012:38).

Kuzeybatısında Kültepe-Kaniş, batısında Kadirli-Karatepe, güneybatısında İslahiye-Yesemek, güneydoğusunda Gaziantep-Zeugma, Kargamış, Adıyaman-Samsat, Nemrut ve doğusunda Malatya-Aslantepe gibi önemli arkeolojik yerleşmelerle çevrili olan Kahramanmaraş, önemli geçiş noktasında bulunmuştur. Bunların birbirleriyle bağlantısı ise Maraş üzerinden sağlanıyordu (Koç, 2009: 311). Aynı zamanda İpek ve Baharat yolları üzerine kurulmuş olan Mezopotamya ile Anadolu'yu ve Kapadokya'yı birbirine bağlayan bu kent, önemli coğrafik konumu nedeniyle zengin kültüre ve derin bir tarihe sahip olması turizm faaliyetleri açısından birçok farklı türü barındırmaktadır (Kahramanmaraş İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı, 2012: 46). Bu coğrafi konum itibariyle bölgede askeri, siyasi ve ticari bakımından Irak, Kuzey Suriye, Anadolu ve Akdeniz'i birbirine bağlayan önemli kilit noktalar arasındadır (Erdoğan, 1968: 162).

Maraş tarihinin önemli olaylarında biri olan Sütçü İmam olayı 31 Ekim 1919'da gerçekleşmiştir. Hem Uzunoluk imamlığı yapıp hem de süt satarak geçimini sağlayan Sütçü İmam, Uzunoluk meydanında çarşafı ve peçeli Türk kadınının peçesini yırtan Fransız askeri vurarak Maraş'ta ilk kurşunu sıkmıştır. Bu olaydan sonra Sütçü İmam çok araştırılmış ancak iznine rastlanmamıştır (Akbıyık, 1990: 116-117).

Cumhuriyet tarihine adını “Kahraman” olarak yazdıran bu şehir, Kurtuluş Savaşı döneminde tüm şehir halkının hep birlikte direniş göstererek hem kendi şehrini hem de çevre illere yardıma giderek Türk Kurtuluş Savaşı'nın önderi olmuştur. Milli Mücadeleye katılmayan tek bir fertin dahi olmaması ve gösterilen üstün çabaya karşılık 5 Nisan 1925 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi ‘İstiklal Madalya’sı takdim etmiştir (Eyicil, 2000: 667-668).

14.346 km.2'lik yüzölçümü ile Türkiye'nin 11. Büyük vilayeti konumunda olan Kahramanmaraş'ın 4/3'ü dağlarla kaplıdır. Akdeniz bitki örtüsüne sahip olan bu şehir, çeşitli illerinde farklı iklim şekillerinin görülmesi nedeniyle birçok farklı bitki çeşitliliğini de içinde bulundurmaktadır. Zengin bitki örtüsü, doğal ve kültürel mirasları,

korunmuş geleneksel yapısı, olumlu iklimsel koşulları, konaklama çeşitliliği, içme suyu, her türlü yere ulaşım kolaylığının olması gibi olanaklara sahip olan bu şehir, doğası bozulmamış zengin yaylaları, içme suları, kaplıcaları, gölleri ve nehirlerinin sayısının fazla olması nedeniyle farklı turizm faaliyetlerini de barındırmasını sağlamaktadır (Zengin vd. 2013:52). Turizm sektöründe henüz gelişme aşamasında olan Kahramanmaraş, ilerleyen zamanlarda önemli merkezlerden olabilmesi açısından, güçlü yönleri belirlenmelidir. Artan turizm farkındalığının olması, güvenli ve huzurlu bir şehir olması, ulaşım ağlarının gelişmiş olması, Akdeniz Bölgesinde olmasından dolayı ılıman iklimin olması Kahramanmaraş'ın turizm açısından güçlü yönleri olmasına rağmen ulusal ve uluslararası turizm hareketliliğinden oldukça düşük bir paya sahiptir(Kahramanmaraş İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı, 2012:50).

4.2. Kahramanmaraş'ın Ekonomik Tarihi

Kahramanmaraş'ın Ekonomik tarihine bakıldığında 1522 yılında Maraş'ın iktisadi durumu ziraat, konargöçerler ve sanayi ile diğer işletmeler olmak üzere üç alanda yayılmıştır.

Ziraat: Kahramanmaraş'ta XVI. Yüzyıldan itibaren ziraat yapılarak bu faaliyetlerden toplam 16561 akçe gelir elde edilmiştir. Bu gelirler de şehrin toplam gelirinin %23'üne denk gelmiş ve 1563 yılında ise 27666 akçe gelir ile tarım faaliyetlerde %67 oranında artış yaşanmıştır (Solak, 2008: 147).

Sanayi ve Diğer İşletmeler: XVI. yüzyılda Maraş'taki sanayi faaliyet gösteren sanayi çeşitleri şu şekildedir. Dokuma sanayinde ve dericilikte kullanılması için gerekli boyaların üretilmesini sağlayan boyahaneler, 1526 yılında 23000 bin akçelik geliri 1563 yılında ise bu oran %8 artmıştır. Bağcılıkta önemli merkezlerden biri olan Kahramanmaraş, bağlardan elde edilen üzümler masaralarda sıkılarak üzüm suyu elde edilir ve 1563 yılında 5140 akçe gelir elde edilmiştir (Söylemez, 2012:51). Gayrimüslimlerin şarap satın alabilecekleri meyhanelerden,1526'da Maraş'ta 23000 akçe meyhane vergisi alınmıştır (Solak, 2008: 149).Hayvanların derilerinin işlendiği tabakhane,1563 yılında2590 akçe vergi alınırken, Tatlıcı ve şerbetçi esnafı olan macun haneden ise, 1563 yılında 1254 akçe vergi alınmaktaydı. Hamam kültürü ile ön plana çıkan Maraş'ta Ferhat Paşa hamamından 1526 yılında 3000 akçe olan hamam geliri 1563'te 10400 akçeye çıkmıştır (Maraş Tahrir Defteri: 36). Kirişhaneler ise, 1563 yılında2000 akçe vergi ödemiştir(Ünal, 2011: 407).

Konargöçerler: Maraş'ın Osmanlı hakimiyetine geçtiği dönemlerde çok önemli yol kavşakları bulunmasından dolayı ticaret merkezi konumunda olmuştur. O dönem de yerleşik hayata geçenler mensuplar vergi ödemek zorundaydılar ve 1734 yılında Cerid Aşiretinin ödediği vergi toplamı 1167 akçe iken Sarıbaş Cemaati ise 269 akçe vermiştir (Söylemez, 2008: 184).Maraş çevresinde bulunan çeşitli mensuplar besledikleri hayvanlar ve elde ettikleri gelirler gibi konargöçerlerin yanında hayvansal gıda ile de ihtiyaç giderilmektedir (Söylemez, 2012:53).

Yakın çağ ekonomisine bakıldığında, Çelikhanlı ve Tacirli aşiretleri Halep, Adana ve Anadolu'nun içlerinden gasp ettikleri malları Maraş'ta değerinin altında satarak yoğun bir ticaret faaliyeti oluşturmuşlardır (Ahmed Cevdet Paşa, 1986: 125-127).

Osmanlı döneminde Maraş'a para getiren ekonomik faaliyetlerde halk çoğunlukla ziraat ve hayvancılık ile uğraşmış ancak en büyük ekonomik faaliyeti ise Hristiyanlara aitti. Çünkü şehrin tüccar sınıfının %60'ını Hristiyanlar meydana getirmektedir (Atalay, 1973: 187).

O dönemlerde kentte, bakırcılık, tahmircilik, kazazcılık, debbağcılık gibi 625 dükkan, 41 fırın, 145 çeşme, 12 hamam, 2 pamuk fabrikası, 2 mâsere, 2 imarethane, 14 han, 1 otel, 1 lokanta, 7 karakol, gibi küçük sanayi kolları gelişme göstermiştir (Hicri 1326 Tarihli Halep Vilayeti Salmesi, 461).

17. 514. 000 kuruş olan kereste, pirinç, cehri yün, yapak, biber, fasulye, üzüm, pekmez, yağ, peynir, kanepe, aba halı, kilim, fıstık, sabun, gaz, tuz, kösele Maraş'tan dışarıya satılmaktaydı. 5. 050. 000 kuruş olan basma, bez, kahve, şeker, un, sabun, gaz, tuz, demir, bakır ve cam dışarın Maraş'a alınmaktaydı (Atalay, 1973: 187). Çeşitli yerlere mal üreten Maraş, yakın vilayetlere nakletmekle birlikte sarı boya, sarı hububat, kuru üzüm, ceviz, salep, zeytinyağı deri, deve ve keçi kılı gönderiyorlardı (Cuinet, 2001: 91-92).

Cumhuriyet döneminin 1925-1926 yılları arasında Maraş'ta, elverişli topraklar değerlendirilerek yıllık 9. 125 dönümlük araziye çeltik, 56. 000 dönüme hububat, 90. 000 dönüm bağ, 16. 000 dönüm meyve ve 11. 000 dönümlük alana da pamuk ve sebze ekilmiştir (T. C. Devlet Salmesi 1925-1926: 830).

1950'li yıllardan sonra yani Demokrat Parti Dönemi'nde modern usullerle tarım yapılmaya başlanmış ve traktör, patözler, biçerdöverler gibi ileri tarım aletleri kullanılmaya başlanmış ayrıca iş yapmak isteyip de yeteri sermayeyi bulamayan çiftçilere Ziraat Bankası kredi imkanı sunmuştur (Dedeoğlu, 1996:112). Bu dönemlerden 1960'ların ortalarına doğru hayvan sayılarında önemli artışlar yaşanırken, sanayi bitkileri üretime odaklanmasıyla hayvancılık gerilemeye başlamıştır (Yurt Ansiklopedisi, 5692).

29 Ekim 1923 yılında Cumhuriyet'in ilan edilmesinden sonra Maraş'ta, önemli ekonomik değişimlere imza atılarak daha çok tarıma dayalı alanlara yönelirken imalat sanayi de az da olsa gelişme göstererek birkaç aile işletmesi kurulmuştur (Çelik, 1999: 50). 1924 yılında İcra Vekillerinin çıkardığı bir kararname ile 120.000 lira maliyetle Maraş Çeltik Fabrikası kurulmuş aynı tarihte elektrik üreten fabrikanın da olduğu bilinmektedir (T. C. Devlet Salmesi 1927-1928: 1213). 1923 yılında 1950 yıllarına kadar Maraş'ta endüstri alanında büyük değişiklikler yaşanmasa da daha çok el emeğine dayanan bakırcılık, kuyumculuk gibi atölyeler yer almıştır (Gürbüz, 2001: 194). Gerçek sanayinin ise 1955 yılında 4 milyon TL sermaye ile Kahramanmaraş Pamuklu Dokuma Sanayi T. A. Ş. kurulmasıyla başlamıştır (Öztürk ve Ozan, 2004: 5). Türkiye'deki mevcut kömürün üç katı olduğu Maraş'ın Elbistan ve Afşin Kazalarında bulunan linyit kömürü havzası önemli gelişmelerdendir (Dedeoğlu, 1996: 81). 1972 yılında Marteks İplik Fabrikası, 1975 yılında Pişkinler İplik Fabrikası (Öztürk ve Ozan, 2004: 5).ve1975'te Elbistan'da ilk şeker fabrikası üretime başlamıştır (Yalçın, 1999: 98).

1984 yılında özel sektöre yapılan önemli yatırımlar günümüzde, tekstil, çelik ve diğer sektörlerdeki sanayileşme ile nüfus artışı, göç ve kentleşmeye ile ilgili sorunların yaşanmasına yol açmıştır (Yıldırım ve Taş, 2004: 1442).1996 yılında yapılan illerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasında ellinci sırada yer alan Maraş'ta (Bağcı, 2006: 120) 1889-1890 yılında Maraş Ziraat Bankası açılarak uzun süre hizmet eden tek banka görevi görmüştür (Dedeoğlu, 1996: 90).

Maraş'ın son 10 yıllık ekonomisi incelendiği zaman, işgücünün ve yatırımların arttığı görülmüştür. Hem dünyada sayılı merkezlerden olan hem de Türkiye'de lider konumunda olan tekstil ve metal mutfak eşyaları üretiminde büyük rakamlara ulaşmıştır. Sekiz yılda 5 milyar dolar özel sektör yatırımına imza atan Maraş, 2012 yılında 6,1 milyar lira sanayi üretimi, 2,1 milyar lira tarımsal üretim ve 2 milyar dolar dış ticaret hacmi oluşturmuştur (Şerbetçi, 2014:185).

4.3. Kahramanmaraş'ta Faaliyet Gösteren Sektörler

Bu kısımda Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren sektörlerden, sanayi ve tarım sektörlerinden geniş bir şekilde bahsedilerek cari yılımıza kadar bu sektörlerdeki faaliyetleri veriler halinde tablolarda gösterilmiştir.

4.3.1. Sanayi Sektörü

Küreselleşen dünya ile Kahramanmaraş sanayisi de hızlı bir gelişim göstermektedir. Sanayinin sektörel dağılımı incelendiğinde, 35 sanayi kolunda toplam 427 sanayi tesisinin faaliyet göstermişlerdir (<http://www.kmtso.org.tr>).

Tablo 4.1 Sanayi Sektörleri Firma Sayısı ve İstihdamı (KMTS)

Sektör	Firma Sayısı	İstihdam
Tekstil ve Konfeksiyon	224	22.319
Gıda	96	3.349
Metal	80	2.121
Kağıt	9	223
Yapı Elemanları	11	430
Ambalaj	5	49
Petrokimya	2	46
Toplam	427	28.535

4.3.2. Tarım Sektörü

Akdeniz Bölgesinde yer alan Kahramanmaraş, toplam yüzölçümü olarak ülkemizin 11. büyük ili konumunda olup, tatlı su kaynakları bakımından ise 2. sırada yer almaktadır. Önemli tarımların yapıldığı bu şehirde Baharatlık Kırmızı Biber ile tanınan ve resmi kayıtlara göre 65 adet biber fabrikası göstermektedir.

Tablo 4.2. Kahramanmaraş Tarım Sektörü (KMTS)

Yıllar	Bitkisel Üretim Değeri (1000 TL)	Hayvansal Üretim Değeri(1000 TL)
2005	1.000.481	171.884
2006	712.485	191.906
2007	935.120	213.078
2008	1.199.526	247.725
2009	1.283.127	211.627
2010	1.209.399	277.581
2011	1.354.136	158.428
2012	1.256.595	178.674

Kahramanmaraş tarım sektörü incelendiğinde, 2005 yılı ve daha sonraki yıllarda hayvansal üretimin bitkisel üretimden her zaman daha az olduğu gözlemlenmiştir. Çeşitliliğin fazla olması ve topraklar ile iklimin elverişli olması bitkisel üretimi ön plana çıkarmıştır. Hayvansal üretim değeri de, Maraş Dondurmasına talebin artmasıyla birlikte hakiki keçi sütünden yapılmasıyla nedeniyle kentte küçük baş hayvan değerini arttırmıştır.

Ülkemizin 33. Büyük konumunda olan bu şehir de, tarım alanları önemli yer tutmaktadır. Hububatlar, Endüstriyel bitkilerin çoğunlukla yetişmektedir. En önemli tarım ürünlerinden olan pamuk geniş yetiştiricilik kitlesine sahip olması tekstil sektörünün varlığını da etkilemiştir. (Kahramanmaraş El Kitabı, 2017:35).

Tablo 4.3. Kahramanmaraş ile Türkiye Tarım Sektörlerinin Karşılaştırılması (TÜİK, Bölgesel Göstergeler Veri Tabanı, 2012)

	Bitkisel Üretim Değeri (1000 TL)	Hayvansal Ürünler (1000 TL)	Canlı Hayvanlar Değeri (1000 TL)	Toplam
Kahramanmaraş	1.256.595	178.674	689.640	2.124.909
Türkiye	87.849.892	49.321.861	63.546.623	200.718.376

2012 yılı verilerine bakıldığında, bitkisel üretim değeri 87.849.892 TL olan Türkiye'nin 1.256.595 TL'si Kahramanmaraş'a aittir. Hayvansal ürünler değeri 49.321.861 TL olan Türkiye'nin 178.674 TL'si ve canlı hayvanlar değerinin 63.546.623 TL olan Türkiye'nin 2.124.909 TL'si Kahramanmaraş'a aittir.

Tablo 4.4. Kahramanmaraş'ta Yetiştirilen Ürünler ve Miktarları (Kahramanmaraş Tarım Gıda ve Hayvancılık Müdürlüğü, 2012-2016 Stratejik Plan Organik Tarım)

Ürünün Cinsi	Üretim Miktarı	Ortalama Verim
Buğday (Durum Dahil)	366.043 ton	222 kg/da
Şeker Pancarı	422.172 ton	6.259 kg/da
Ayçiçeği (Çerezlik)	26.987 ton	240 kg/da
Mısır (Dana)	142.434 ton	726 kg/da
Mısır (Silajlık)	110.700 ton	4412 kg/da
Mürdümük (Dane)	4.500 ton	100 kg/da
Üzüm	263.237 ton	900 kg/da
Elma	60.557 ton	50 kg/ağaç
Kayısı	14.685 ton	15 kg/ağaç
Kırmızı Biber	27.030 ton	1970 kg/ağaç
Antep Fıstığı	4.317 ton	5 kg/ağaç
Zeytin (Yağlık)	3.456 ton	7 kg/ağaç
Domates (Sofralık)	72.073 ton	-
Karpuz	31.600 ton	-
Hıyar (Sofralık)	24.090 ton	-

4.4. Kahramanmaraş İthalat ve İhracat

Bu kısımda Kahramanmaraş'ın İthalat ve İhracatının cari dönemimize kadar hesaplanmış verilerini tablolar halinde göstererek bunların yıllık olarak değişim oranlarını hesaplamışız.

4.4.1. Kahramanmaraş İthalat

Bu kısımda Kahramanmaraş'ta ithalat verileri incelenerek, rakamsal değerler tablolar halinde ortaya konulmuştur.

Tablo 4.5. Türkiye ve Kahramanmaraş İthalat Rakamları (ABD Doları)
(<http://www.kmtso.org.tr>)

Yıl	Kahramanmaraş İthalat	Değişim Oranı	Türkiye İthalat	Değişim Oranı
2006	435.827	22,1%	139.576.174	19,5%
2007	812.307	86,3%	170.062.715	21,8%
2008	531.429	-34,5%	201.963.574	18,8%
2009	545.686	2,7%	140.928.421	-30,2%
2010	806.413	47,7%	185.544.332	31,7%
2011	1.188.472	47,3%	240.841.676	29,8%
2012	1.037.028	-12,7%	236.545.141	-1,8%
2013	1.163.050	12,1%	251.661.250	-6,4%
2014	1.227.020	5,5%	242.182.568	-3,8%
2015	1.043.459	-14,9%	207.203.370	-14,1%
2016	1.299.843	24,5%	198.601.394	-4,1%

Yukarıdaki tabloda Kahramanmaraş ithalatına bakıldığında, 2006 yılında 435.827 milyon dolar iken 2007 yılında 812.307 milyon dolara yükselerek %86,3 oranında artış yaşamıştır. 2008 yılında ise %34,5'lik bir düşüş yaşamıştır. 2010 yılında ise %47,7'lik büyük bir artış yaşanmıştır. Türkiye ithalatının ise, 139.576.174 milyon dolar ithalat gerçekleştirilen 2006 yılında %21,8'lik bir artışla 170.062.715 milyon dolara yükselmiştir. İthalatın en fazla yapılan dönem 2013 yılında 251.661.250 milyon dolar yapılmıştır. Türkiye ithalatının son zamanlara doğru giderek azaldığı görülmektedir.

Tablo 4.6. Kahramanmaraş İlinin En Çok İthalat Yaptığı On Ülke (ABD Doları) (TÜİK, 2015)

Sıra	Ülke	2010 İthalat	2015 İthalat	2010 Yılına Göre Değişim Oranı	2015 Payı
1	ABD	241.923.207	274.900.188	13,6%	26,3%
2	Çin	51.275.537	96.730.063	88,6%	9,3%
3	Brezilya	56.798.804	71.599.751	26,1%	6,9%
4	Türkmenistan	72.968.398	66.641.379	-8,7%	6,4%
5	Almanya	21.672.804	59.533.661	174,7%	5,7%
6	Yunanistan	38.350.774	55.908.348	45,8%	5,4%
7	Hindistan	72.907.473	50.848.243	-30,3%	4,9%
8	Özbekistan	20.453.677	38.845.198	89,9%	3,7%
9	İsviçre	5.616.500	28.956.968	415,6%	2,8%
10	Malezya	8.542.328	21.291.384	149,2%	2,0%
	Genel Toplam	806.412.825	1.043.459.221	29,4%	100,0%

Tabloya bakıldığında, 2010 ile 2015 yılları arasında Kahramanmaraş'ın farklı ülkelere ithalat yaptığı görülmektedir. 2015 yılı incelendiğinde, 1 milyar ABD Dolarlık ithalatın % 26'sını kapsayan (275 milyon ABD Doları) ABD en çok ithalatın yapıldığı ülkedir. İkinci sırada yer alan Çin'e, % 9,3 (96,7 milyon ABD Doları) ithalat gerçekleştirilirken, % 2,0 (21,3 milyon ABD Doları) ile en az ithalatın yapıldığı ülke Malezya'dır. Kahramanmaraş'ın toplam ithalatı ise, % 29 civarında gerçekleşmiştir.

Tablo 4.7. Kahramanmaraş İthalatında 2010 Yılına Göre 2015 Yılında İthalatın En Çok Arttığı On Ülke (ABD Doları (TÜİK, 2015))

Sıra	Ülke	2010 İthalat	2015 İthalat	Fark
1	Çin	51.275.537	96.730.063	45.454.526
2	Almanya	21.672.804	59.533.661	37.860.857
3	ABD	241.923.207	274.900.188	32.976.981
4	İsviçre	5.616.500	28.956.968	23.340.468
5	Özbekistan	20.453.677	38.845.198	18.391.521
6	Yunanistan	38.350.774	55.908.348	17.557.574
7	Brezilya	56.798.804	71.599.751	14.800.947
8	Malezya	8.542.328	21.291.384	12.749.056
9	İran	848.714	13.161.436	12.312.722
10	BAE	316.981	10.050.463	9.733.482

İthalat rakamları incelendiğinde, 2015 yılında 2010 yılına göre niceliksel olarak en fazla artış gösteren ülkeler sırasıyla Çin, Almanya, ABD, İsviçre ve Özbekistan olmuştur.

Tablo 4.8. Kahramanmaraş İlinin 2015 Yılında En Çok İthalatını Gerçekleştirdiği On Ürün (ABD Doları) (TÜİK, 2016)

Ürün	2010	2015	2010 Yılına Göre Değişim Oranı	2015 Payı
Tahıl ve başka yerde sınıflandırılmamış bitkisel ürünler	458.045.830	476.820.672	4,1%	45,7%
Suni ve sentetik elyaf	139.102.950	209.867.404	50,9%	20,1%
Tekstil, giyim eşyası ve deri işlemede kullanılan makineler	26.831.498	83.151.161	209,9%	8,0%
Demir- çelik dışındaki ana metal sanayi	37.225.203	43.028.492	15,6%	4,1%
Tekstil elyafından iplik ve dokunmuş kumaş	46.796.500	35.946.212	-23,2%	3,4%
Kimyasal gübre ve azotlu bileşenler	18.499.307	26.943.177	45,6%	2,6%
Ana kimyasal maddeler (kimyasal gübre ve azotlu bileşenler hariç)	11.100.662	24.267.435	118,6%	2,3%
Atık ve hurdalar	2.155.787	19.622.604	810,2%	1,9%
Sentetik kauçuk ve plastik hammaddeler	3.446.444	16.357.696	374,6%	1,6%
Başka yerde sınıflandırılmamış metal eşya	788.375	16.205.423	1955,5%	1,6%
Genel Toplam	806.412.825	1.043.459.221	29,4%	100,0%

2015 yılı Kahramanmaraş'ta gerçekleştirilen 1.043.459.221 milyar ABD Dolarlık ithalatın neredeyse % 65'i büyük çoğunlukla tekstil sektöründe girdi olarak kullanılan pamuk ve elyaf ürünlerinde gerçekleşmiştir. Tekstil sektörünün dışında kalan metal mutfak eşya sektörü ise 2015 yılında 43 milyon ABD Doları ile sektörlere göre ihracat sıralamasında 4. sırada yer almaktadır.

4.4.2. Kahramanmaraş İhracat

Bu kısımda Kahramanmaraş'ta ihracat değerleri incelenerek, tablolar halinde rakamsal değerler ortaya konulmuştur.

Tablo 4.9. Türkiye ve Kahramanmaraş İhracat Rakamları (ABD Doları)
(<http://www.kmtso.org.tr>, 03.26.2019)

Yıl	Kahramanmaraş İhracat	Değişim Oranı	Türkiye İhracat	Değişim Oranı
2006	281.930	20,1%	85.774.644	16,8%
2007	333.261	18,2%	105.964.665	23,5%
2008	393.189	17,9%	132.027.196	24,6%
2009	438.554	11,5%	102.142.613	-22,6%
2010	543.759	23,9%	113.883.219	11,4%
2011	748.706	37,7%	134.906.869	18,4%
2012	765.638	2,3%	151.695.192	12,4%
2013	810.500	5,9%	151.626.709	-0,1%
2014	876.734	8,1%	157.622.057	3,9%
2015	776.992	-11,3%	143.838.871	-8,7%
2016	850.105	9,5%	142.138.850	-1,2%

2006 yılında Kahramanmaraş ihracatı 281.930 milyon dolar iken %18,2'lik bir artışla 333.261 milyon dolara yükselmiştir. En fazla ihracatın yaşandığı yıllara bakıldığında, 876.734 milyon dolar ile 2014 yılında gerçekleştiği görülmüştür. Türkiye'deki ihracata bakıldığında, 85.775 milyon dolar iken %23,5'lik bir artış yaşanmasıyla 2007 yılında 105.964.665 milyon dolara gerçekleşmiştir. Kahramanmaraş'ta görüldüğü gibi en yüksek ihracat 2014 yılında olmuştur.

Tablo 4.10. Kahramanmaraş İlinin En Çok İhracat Yaptığı On Ülke (ABD Doları)
(TÜİK, 2015)

Sıra	Ülke	2010 İhracat	2015 İhracat	2010 Yılına Göre Değişim Oranı	2015 Payı
1	İtalya	150.041.695	235.090.739	56,7%	29,7%
2	Mısır	30.911.128	56.895.917	84,1%	7,2%
3	Almanya	31.895.368	50.630.979	58,7%	6,4%
4	Portekiz	11.873.663	35.074.530	195,4%	4,4%
5	İspanya	23.339.416	33.084.420	41,8%	4,2%
6	Irak	15.185.973	26.867.367	76,9%	3,4%
7	Yunanistan	13.728.831	24.417.971	77,9%	3,1%
8	Bulgaristan	6.406.885	22.789.016	255,7%	2,9%
9	İngiltere	8.484.792	20.295.518	139,2%	2,6%
10	Tunus	4.094.428	18.726.310	357,4%	2,4%
	Genel Toplam	531.687.279	790.702.375	48,7%	100,0%

2010 ile 2015 yılları incelendiğinde Kahramanmaraş'ın ihracatının sınır tanımadan çeşitli ülkelerle yapıldığı görülmektedir. Kahramanmaraş'ın en çok ihracat yaptığı ülke olan İtalya, bu yıllar arasında % 56,7'lik artış ile 2015 yılında 235 milyon ABD Dolarına sahipken, % 84,1'lik artış ile ikinci sırada yer alan Mısır 2015 yılında 56 milyon ABD Doları iken, % 357,7'lik artış ile en son sırada yer alan Tunus, 2015 yılında 18 milyon ABD Dolarına sahiptir.

Tablo 4.11. Kahramanmaraş İhracatında 2010 Yılına Göre 2015 Yılında İhracatın En Çok Azaldığı On Ülke (ABD Doları) (TÜİK, 2015)

Sıra	Ülke	2010 İhracat	2015 İhracat	Fark
1	Brezilya	37.068.694	15.820.541	-21.248.153
2	Rus Fedarasyonu	22.177.300	10.022.916	-12.154.384
3	Macaristan	7.058.079	1.756.900	-5.301.179
4	Suriye	12.177.565	7.848.202	-4.329.363
5	Hollanda	7.811.186	3.584.675	-4.226.511
6	İsveç	5.127.603	1.176.044	-3.951.559
7	Polonya	21.022.547	17.371.031	-3.651.516
8	Çin	5.388.799	1.958.790	-3.430.009
9	ABD	5.109.479	1.758.138	-3.351.341
10	Azerbaycan	5.068.240	2.589.023	-2.479.217

Kahramanmaraş ilinin 2015 yılı ihracatında 2010 yılına göre niceliksel olarak en fazla azalma Brezilya, Rusya ve Macaristan ülkelerine yapılan ihracatta meydana gelmiştir.

Tablo 4.12. Kahramanmaraş İlinin 2015 Yılında En Çok İhracatını Gerçekleştirdiği On Ürün (ABD Doları) (TÜİK, 2016)

Ürün	2010	2015	2010 Yılına Göre Değişim Oranı	2015 Payı
Tekstil elyafından iplik ve dokunmuş tekstil	203.072.522	261.403.919	28,7%	33,1%
Trikotaj (örme) ürünleri	162.778.026	255.159.503	56,8%	32,3%
Başka yerde sınıflandırılmamış metal eşya	28.575.305	79.669.475	178,8%	10,1%
Giyim eşyası (kürk hariç)	58.641.782	44.144.143	-24,7%	5,6%
Kağıt hamuru, kağıt ve mukavva	234.393	39.506.217	16754,7%	5,0%
Demir-çelik dışındaki ana metal sanayi	29.491.723	16.974.538	-42,4%	2,1%
Atık hurdalar	13.359.684	14.059.332	3,8%	1,8%
Tahıl ve başka yerde sınıflandırılmamış bitkisel ürünler	3.456.684	13.848.626	300,6%	1,8%
Çimento, kireç ve alçı	288.728	9.174.509	3077,6%	1,2%
Kuyumculuk ve ilgili maddeler	5.379.928	7.781.159	44,6%	1,0%
Genel Toplam	531.687.279	790.702.375	48,7%	100,0%

2015 yılı TÜİK rakamlarına göre Kahramanmaraş ilinden gerçekleştirilen yaklaşık 790,7 milyon ABD Dolarlık ihracatın % 75'e yakın bölümünü tekstil ve alt kollarındaki sektörler sağlamaktadır. Tekstil sektörünün ardından ise en fazla ihracat kağıt ürünlerinde gerçekleştirilmiştir.

4.5. Kahramanmaraş Turizm İstatistikleri

Globalleşme ile hızlı bir gelişim ve değişim gösteren turizm sektörü, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için büyük bir avantajdır. Refah seviyelerinin artmasıyla birlikte turizm sektöründen aldıkları payı yükseltmeye çalışan ülkeler, iç ve dış turizm faaliyetleriyle ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadırlar. Kahramanmaraş'ta turizm sektörü açısından yeni yeni gelişme gösteren bu sektör Maraş'ın sahip olduğu zengin tarihi, doğal kaynakları ve hızlı gelişen sanayisi ile ileride önemli destinasyon noktası olabilme eğilimindedir (Kahramanmaraş İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı).

Kahramanmaraş turizmini geliştirmek için Kahramanmaraş İli Turizm Stratejisi ve Eylem Planında bazı tedbirler alınmıştır. Bu tedbirlere göre, 2023 yılı hedefleri arasında

- 3.884 yatak kapasitesine
- 330 bin yerli ve yabancı ziyaretçi sayısına
- Yaklaşık 21,6 milyon ABD Doları turizm gelirine ulaşması beklenmektedir.
- Sektördeki istihdama ilave katkısına ulaşması beklenmektedir.

Tablo 4.13. Kahramanmaraş İlinin İşletme Belgeli Konaklama Sayısı (Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü İstatistikleri.)

Sıra	Tesisin Adı	Adres	Telefon	Tesisin Sınıfı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
1	Clarion K.Maraş Oteli	Hayrullah Mah. Malik Ejder Cad. No:34	234 11 11	*****	120	240
2	Ramada Plaza K.Maraş Oteli	Onikişubat/K.MARAŞ Gedemen Mah. Prof. Dr. Necmettin Erbakan Blv.No: 192	211 10 10	*****	165	130
3	Arsan Oteli	Onikişubat/K.MARAŞ Sümer Mah. 62001 Sok. No:4/A Dulkadiroğlu/K.MARAŞ	235 44 00	****	29	58
4	Saffron K.Maraş Oteli	Hayrullah Mah. 33004. Sokak No: 14/A	224 00 00	****	120	252
5	Sular Oteli	Onikişubat/K.MARAŞ Kurtuluş Mah. 42020 Sokak No: 2 Dulkadiroğlu/K.MARAŞ	223 66 11	****	85	170
6	Orkis Palace Termal/SPA Oteli	Döngel Mah. Ilıca Cad. No: 70 Onikişubat/K.MARAŞ	234 16 16	****	106	220
7	Hampton By Hilton K.Maraş Oteli	İsmetpaşa Mah. Trabzon Blv. No: 2 Dulkadiroğlu/K.MARAŞ	223 49 00	***	81	162
8	Elbistan Park Oteli	Kümbet Mah. Hacı Esat Efendi Cad. No: 11	412 08 31	***	114	228
9	Sword Oteli	Elbistan/K.MARAŞ Güneşli Mah. Veysel Hoca Sokak No: 1 Elbistan/K.MARAŞ	415 17 00	***	44	75
10	Elbistan Garden Oteli	Güneşli Mah. Emniyet Cad. No: 26 Elbistan/K.MARAŞ	412 01 01	***	32	34
11	Germanicia Oteli	Menderes Mah. Trabzon Blv. No: 137 Dulkadiroğlu/K.MARAŞ	231 03 03	***	63	126
12	Altıntürk Oteli	Menderes Mah. Trabzon Blv. No: 137/1 Dulkadiroğlu/K.MARAŞ	231 46 01	***	54	96
13	Alcazar Oteli	İsmetpaşa Mah. Dedezade Cad. No: 4 Dulkadiroğlu/K.MARAŞ	221 49 49	***	32	64
14	La Ville Oteli	Menderes Mah. Trabzon Blv. No: 82/A Dulkadiroğlu/K.MARAŞ	231 86 00	***	53	102
15	Meka Royal Oteli	Pınarbaşı Mah. Köşoğlu Cad. No: 3 Afşin/K.MARAŞ	511 63 52	***	73	146
16	Türkoğlu Liva Oteli	İstasyon Mah. Adana Asfaltı No: 85 Türkoğlu/K.MARAŞ	618 13 13	***	22	41
17	Kalaylıoğlu Oteli	İsmetpaşa Mah. Milli Egemenlik Cad. No: 11	221 56 56	***	54	102

18	Haştırın Park Otel	Dulkadiroğlu/K.MARAŞ Arıklar Mah. Arıklar Sokak No: 49	544 735 65 06	***	25	50
19	BLC Otel	Andırın/K.MARAŞ İsa Divanlı Mah. Şeyh Adil Cad. No: 33/A	225 66 99	***	32	64
20	Ceyhan Otel	Dulkadiroğlu/K.MARAŞ Orhangazi Mah. Adnan Menderes Blv. No: 137/B	413 92 95	***	59	111
21	Büyük Maraş Otel	Elbistan/K.MARAŞ İsmetpaşa Mah. Milli Eğemenlik Cad. No: 7	223 35 00	**	35	70
22	Tekirhan Otel	Dulkadiroğlu/K.MARAŞ Tekir Mah. Cumhuriyet Cad. No: 36	259 22 12	**	25	50
23	Kazancı Otel	Onikişubat/K.MARAŞ Kurtuluş Mah. Garajlar Cad. No: 6	223 44 62	*	36	72
24	Tatlısu Otel	Dulkadiroğlu/K.MARAŞ Döngel Mah. Ilıca Cad.No: 78	533 401 64 46	*	25	50
25	Ilıca Şehr-i Ayn Apart Otel	Onikişubat/K.MARAŞ Şifa Mah. 13. Sokak No: 7/1	506.315 80 57	Müstakil Apart	15	30
26	Ilıca Halil Ağa Apart Otel	Onikişubat/K.MARAŞ Şifa Mah. 13. Sokak No: 9/1	263 31 26	Müstakil Apart	15	30
27	Ilıca Mavlu Park Apart Otel	Ilıca Mah. Azerbaycan Cad. No:35/1	533.727 59 85	Müstakil Apart	12	24
28	Ilıca Naz Yılmaz Apart Otel	Onikişubat/K.MARAŞ Ilıca Mah. 9. Sokak No:7	263 31 30	Müstakil Apart	17	34
29	Ilıca Enes Apart Otel	Onikişubat/K.MARAŞ Ilıca Mah. 11. Sokak No: 1	263 30 40	Müstakil Apart	11	22
30	Ilıca Himalaya Apart Otel	Onikişubat/K.MARAŞ Ilıca Mah. Sütçü İmam Cad. No: 26	263 33 33	Müstakil Apart	21	21
31	Ilıca Kiraz Apart Otel	Onikişubat/K.MARAŞ Ilıca Mah. 14. Sokak No: 6	263 32 85	Müstakil Apart	15	30
32	Ilıca Onur 2 Apart Otel	Onikişubat/K.MARAŞ Ilıca Mah. 8. Sokak No: 2	263 37 14	Müstakil Apart	11	22
33	Ilıca Kertmenlioğlu Apart Otel	Onikişubat/K.MARAŞ Ilıca Mah. 49. Sokak No: 10	544.731 77 23	Müstakil Apart	14	28
34	Ilıca Bizim Zeytin Apart Otel	Onikişubat/K.MARAŞ -Şazibey Mh. 3. Mahrukacılar Cd. No: 2	263 33 34	Müstakil Apart	12	24
35	Ilıca Yıldızlar Apart Otel	Onikişubat/K.MARAŞ Ilıca Mah. Yunus Emre Cad. No: 44/1	544.412 18 84	Müstakil Apart	18	36
36	Tatlıhan Apart Otel	Onikişubat/K.MARAŞ Ilıca Mah. Şeyh Şamil Cad. No: 6	553.536 97 46	Müstakil Apart	25	50
37	Ilıca Zeytin Ayıntap Apart Otel	Onikişubat/K.MARAŞ -İsmetpaşa Mh. Milli Eğemenlik Cd. Selçuk Apt. B Blok No: 2	539.689 54 55	Müstakil Apart	22	44

38	Ilıca Yunus Apart Otel	Ilıca Mah. 29. Sokak No:15 Onikişubat/K.MARAŞ	506.065 51 30	Müstakil Apart	19	38
39	Ilıca Doğan Apart Otel	Ilıca Mah. Süleymanpaşa (Şifa) Cad. No:5/1 Onikişubat/K.MARAŞ	536.438 69 61	Müstakil Apart	15	30
40	Göksun Evim Apart Otel	Pınarbaşı Mah. Turnabucağı Yavuz Sultan Selim Han Blv. No:51/A Göksun/K.MARAŞ	714 50 05	Müstakil Apart	24	48
41	Göksun Afta Yuva Apart Otel	Cumhuriyet Mah. 17. Sokak Göksun/K.MARAŞ	714 45 00	Müstakil Apart	12	24
42	Ilıca Miraç Apart Otel	Ilıca Mah. Necatibey Cad. No:14 Onikişubat/K.MARAŞ	533.300 59 58	Müstakil Apart	20	40
43	Öztem Apart Otel	Tufanpaşa Mah. Göksun Yolu Andırın/KAHRAMANMARAŞ	535.218 28 13	Müstakil Apart	13	26
44	Sibel Hanım Apart Otel	Yeni Mah. Çevre Yolu Cad. No: 301/A Andırın/KAHRAMANMARAŞ	538.795 35 97	Müstakil Apart	13	26
45	Ilıca Paşa Apart Oteli	Ilıca Mah. 9. Sokak No: 28 Onikişubat/K.MARAŞ	536.543 37 91	Müstakil Apart	14	28
46	Ilıca Elif Pansiyon	Ilıca Mah. Yunus Emre Cad. No:74/1 Onikişubat/K.MARAŞ	536.819 38 97	Pansiyon	20	40
47	Maraşlı Apart Otel	Döngel Mah. Ilıca Cad.No: 76 Onikişubat/K.MARAŞ	533.280 25 27	Müstakil Apart	25	46
48	Ertunç Çiftlik-Köy Evi Tesisi	Fatih Mah. Aktut Küme Evleri No: 23/1 Çağlayanerit/K.MARAŞ	351 25 25	Çiftlik Köy Evi Tesisi	10	20
49	Ilıca Kırdag Apart Otel	Ilıca Mah. 69. Sokak No: 6 Onikişubat/K.MARAŞ	263 30 66	Müstakil Apart	22	44
50	Ilıca Gardenya Apart Otel	Ilıca Mah. Şeyh Şamil Cad.No: 40 Onikişubat/K.MARAŞ	263 35 40	Müstakil Apart	18	36
TOPLAM:					1917	3787

Kahramanmaraş'ta toplam 50 tane konaklama yeri mevcut olup bunların geneli şehir merkezinde bulunmaktadır. Toplam 1917 adet oda sayısı olan bu konaklama yerlerinin toplam 3787 yatak sayısına sahiptir.

4.5.1. Yerli ve Yabancı Turist Sayısı

Kahramanmaraş genelinde gelen turist sayısına ve gelirine bakıldığında 2001-2010 yılları arasında 2215'ten 5586'ya yükselerek 2010 yılında yaklaşık 3.5 milyon \$ turizm geliri elde etmiştir. Artan konaklama sayısı ve ulaşım olanaklarının iyileştirilmesi bakımından genellikle yurtiçi ziyaretçi sayısının daha yüksek olduğu vurgulanmıştır. Daha sonraki yıllarda ise, yurt içinden gelen ziyaretçiler, azalan oranlarda da olsa artmaya devam ederek 2023'de yaklaşık 280 bin vatandaşımız Kahramanmaraş'ı ziyaret ederek yurt içi ziyaretçi sayısı 3.5 katına çıkmış olması hedeflenmektedir (www.kultur.gov.tr, 11.03.2019). Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2014 verileri incelendiğinde ise, Türkiye'de en çok ziyaretçi ağırlayan il Antalya

olmuştur. Kahramanmaraş ise, 2014 yılında yaklaşık 575 bin ziyaretçi ağırlamış ve Kahramanmaraş İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planındaki ziyaretçi sayısı hedeflerini aşmıştır.

Kültür ve Turizm İl Müdürü Seydihan Küçükdağlı, “Kahramanmaraş’ın coğrafi konumunun olumsuz olmasına rağmen, her yıl turist sayısında önemli bir artılın yaşandığını ve son 10 yıl da (2008-2018 yılları arasında) turist sayısının 400 bin olarak %30 arttığını söyledi”. Gelen turistlerin daha çok günübirlik kaldığını ve bunu karşılamak içinde tesis sayılarında sürekli artış olduğunu söylemiştir. Aynı zamanda gezilip görülmesi gereken yerlerin restorasyonların yapıldığını dile getirmiştir (www.haberturk.com) (08.06.2019).

Tablo 4.14. Kahramanmaraş İlinin 2014-2018 Yılları Arasında Konaklama Tesislerine Gelen Yerli Ve Yabancı Turist Sayısı İle Oda-Yatak Sayıları (Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü İstatistikleri)

Yıl	Otel Adı	Yerli	Yabancı	Toplam	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2014	1-Belli,					
	2-Kazancı,					
	3-B.Maraş,					
	4-Saffron,					
	5-Arsan,					
	6-Grand Elbistan,					
	7-Ramada,					
	8-Sword,	140.168	11.540	151.708	673	1.308
	9-Germanicia,					
	10-Samanyolu,					
	11-Altıntürk,					
	12-Sular,					
	13-Halil Ağa Apart Oteli,					
	14-Şehr-i Ayn Apart Oteli,					
	15-Ertunç Çiftlik-Köy Evi,					
2015	1-Kazancı,					
	2-Büyük Maraş,					
	3-Saffron,					
	4-Arsan,					
	5-Grand Elbistan,					
	6-Ramada,					
	7-Sword,					
	8-Germanicia,					
	9-Samanyolu,	188.257	13.903	202.160	1.102	2.155
	10-Altıntürk,					
	11-Sular,					
	12-Alcazar,					
	13-La Ville,					
	14-Ceyhan,					
	15-Meka Royal,					
	16-Halil Ağa Apart Oteli,					
	17-Şehr-i Ayn Apart Oteli,					
	18-Kiraz Apart Otel,					
	19-Ertunç Çiftlik-Köy Evi,					
	20-Göksun Evim Apart Oteli,					
	21-Afta Yuvam Apart Oteli					
	22-Enes Apart Oteli,					
	23-Doğan Apart Oteli,					
	24-Onur 2 Apart Oteli,					
	25-Miraç Apart Oteli,					

	26-Mavlu Park Apart Oteli,					
	27-Türkoğlu Liva Oteli,					
	28-Tekirhan Oteli,					
	29-Yunus Apart Oteli,					
	30-Naz Yılmaz Apart Oteli,					
	31-Elif Pansiyon,					
	1- K.Maraş Clarion Oteli,					
	2- K.Maraş Ramada Plaza Oteli,					
	3-Sular Oteli,					
	4-Arsan Oteli,					
	5-Saffron Oteli,					
	6-Elbistan Park Oteli,					
	7-Germanicia Oteli,	248.340	10.425	258.765	1.625	3.162
2016	8-Sword Oteli,					
	9-Altuntürk Oteli,					
	10-Alcazar Oteli,					
	11-La Ville Oteli,					
	12-Kalaylıoğlu Oteli,					
	13-BLC Oteli,					
	14-Haştırın Park Oteli,					
	15-Elbistan Garden Oteli,					
	16-Ceyhan Oteli,					
	17-Meka Royal Oteli,					
	18-Türkoğlu Liva Oteli,					
	19-Tekirhan Oteli,					
	20-Büyük Maraş Oteli,					
	21-Kazancı Oteli,					
	22-Tatlısu Oteli,					
	23-Ilıca Halil Ağa Apart Oteli,					
	24-Ilıca Şehr-i Ayn Apart Oteli,					
	25-Ilıca Kiraz Apart Oteli,					
	26-Ertunç Çiftlik-Köy Evi,					
	27-Göksun Evim Apart Oteli,					
	28-Göksun Afta Yuvam Apart Oteli,					
	29-Ilıca Enes Apart Oteli,					
	30-Ilıca Doğan Apart Oteli,					
	31-Ilıca Onur 2 Apart Oteli,					
	32-Ilıca Miraç Apart Oteli,					
	33-Ilıca Mavlu Park Apart Oteli,					
	34-Ilıca Yunus Apart Oteli,					
	35-Ilıca Naz Yılmaz Apart Oteli,					
	36-Ilıca Himalaya Apart Otel,					
	37-Andırın Öztem Apart Otel,					
	38-Ilıca Elif Pansiyon,					
	39-Ilıca Kertmenlioğlu Apart Oteli,					
	40-Ilıca Bizim Zeytin Apart Oteli,					
	41-Ilıca Yıldızlar Apart Oteli,					

	42-Ilıca Zeytin Ayıntap Apart Oteli,				
	43-Ilıca Paşa Apart Oteli,				
	44-Döngöle Tatlıhan Apart Oteli,				
	45-Döngöle Maraşlı Apart Oteli,				
	46-Sibel Hanım Apart Oteli,				
	1- Clarion K.Maraş Oteli,				
	2- Ramada Plaza K.Maraş Oteli,				
	3-Sular Oteli,				
	4-Arsan Oteli,				
	5-Saffron Oteli,	276.249			
	6-Orkıs Palace Termal &SPA Oteli,				
	7-Hampton By Hilton K.Maraş Oteli,				
	8-Germanicia Oteli,				
	9-Sword Oteli,				
2017	10-Altıntürk Oteli,	14.076	290.325	1.763	3.479
	11-Alcazar Oteli,				
	12-La Ville Oteli,				
	13-Kalaylıoğlu Oteli,				
	14-BLC Oteli,				
	15-Haştırın Park Oteli,				
	16-Elbistan Garden Oteli,				
	17-Ceyhan Oteli,				
	18-Meka Royal Oteli,				
	19-Türkoğlu Liva Oteli,				
	20-Tekirhan Oteli,				
	21-Büyük Maraş Oteli,				
	22-Kazancı Oteli,				
	23-Tatlısu Oteli,				
	24-Ilıca Halil Ağa Apart Oteli,				
	25-Ilıca Şehr-i Ayn Apart Oteli,				
	26-Ilıca Kiraz Apart Oteli,				
	27-Ertunç Çiftlik-Köy Evi,				
	28-Göksun Evim Apart Oteli,				
	29-Göksun Afta Yuvam Apart Oteli,				
	30-Ilıca Enes Apart Oteli,				
	31-Ilıca Doğan Apart Oteli,				
	32-Ilıca Onur 2 Apart Oteli,				
	33-Ilıca Miraç Apart Oteli,				
	34-Ilıca Mavlu Park Apart Oteli,				
	35-Ilıca Yunus Apart Oteli,				
	36-Ilıca Naz Yılmaz Apart Oteli,				
	37-Ilıca Himalaya Apart Oteli,				
	38-Andırın Öztem Apart Oteli,				
	39-Ilıca Elif Pansiyon,				
	40-Ilıca Kertmenlioğlu Apart				

	Otel,							
	41-Ilıca Bizim Zeytin Apart							
	Otel,							
	42-Ilıca Yıldızlar Apart							
	Otel,							
	43-Ilıca Zeytin Ayıntap							
	Apart Otel,							
	44-Ilıca Paşa Apart Otel,							
	45-Döngel Tatlıhan Apart							
	Otel,							
	46-Döngel Maraşlı Apart							
	Otel,							
	47-Sibel Hanım Apart Otel,							
	1- Clarion K.Maraş Otel,							
	2- Ramada Plaza K.Maraş							
	Otel,							
	3-Sular Otel,							
	4-Arsan Otel,							
	5-Saffron Otel,							
	6-Orkis Palace Termal	341.642	13.265	354.907	1.917	3.787		
2018	&SPA Otel,							
	7-Hampton By Hilton							
	K.Maraş Otel,							
	8-Germanicia Otel,							
	9-Sword Otel,							
	10-Altuntürk Otel,							
	11-Alcazar Otel,							
	12-La Ville Otel,							
	13-Kalaylıoğlu Otel,							
	14-BLC Otel,							
	15-Haştırın Park Otel,							
	16-Elbistan Garden Otel,							
	17-Ceyhan Otel,							
	18-Meka Royal Otel,							
	19-Türkoğlu Liva Otel,							
	20-Tekirhan Otel,							
	21-Büyük Maraş Otel,							
	22-Kazancı Otel,							
	23-Tatlısu Otel,							
	24-Ilıca Halil Ağa Apart							
	Otel,							
	25-Ilıca Şehr-i Ayn Apart							
	Otel,							
	26-Ilıca Kiraz Apart Otel,							
	27-Ertunç Çiftlik-Köy Evi,							
	28-Göksun Evim Apart							
	Otel,							
	29-Göksun Afta Yuvam							
	Apart Otel,							
	30-Ilıca Enes Apart Otel,							
	31-Ilıca Doğan Apart Otel,							
	32-Ilıca Onur 2 Apart Otel,							
	33-Ilıca Miraç Apart Otel,							
	34-Ilıca Mavlu Park Apart							
	Otel,							
	35-Ilıca Yunus Apart Otel,							
	36-Ilıca Naz Yılmaz Apart							
	Otel,							
	37-Ilıca Himalaya Apart							

Otel,
 38-Andırın Öztem Apart
 Otel,
 39-Ilıca Elif Pansiyon,
 40-Ilıca Kertmenlioğlu Apart
 Oteli,
 41-Ilıca Bizim Zeytin Apart
 Oteli,
 42-Ilıca Yıldızlar Apart
 Oteli,
 43-Ilıca Zeytin Ayıntap
 Apart Oteli,
 44-Ilıca Paşa Apart Oteli,
 45-Döngeler Tatlıhan Apart
 Oteli,
 46-Döngeler Maraşlı Apart
 Oteli,
 47-Sibel Hanım Apart Oteli,
 48-Elbistan Park Oteli,
 49-Ilıca Kırdag Apart Otel,
 50-Ilıca Gardenya Apart
 Otel,

Yukarıdaki tabloya bakıldığında 2014 yılı ile 2018 yılları arasında gelen yerli ve yabancı turist sayısı gösterilmektedir. 2014 yılında gelen toplam turist sayısına bakıldığında 151.708 iken bunun 140.168 yerli turist iken 11.540 da yabancı turist sayısıdır. 2015 yılında gelen toplam turist sayısı 202.160'dır. Bunun 188.257'si yerli turist iken geri kalan yabancı turist sayısıdır. 2016 yılına bakıldığında, 258.765 toplam turist sayısının 10.425'i yabancı turist iken geriye kalan 248.340'i ise yerli turist sayısıdır. 2017 yılında 290.325 toplam gelen turist sayısının 276.249 yerli turist iken geri kalan kısmı yabancı turisttir. 2018 yılı verilerine bakıldığında ise, 354.907 toplam gelen turist sayısının 341.642 yerli, 13.265 yabancı turist sayısıdır. 5 yıllık turist gelen sayıları incelendiğinde, hem yerli hem de yabancı turist sayısında yıldan yıla artışın olduğu görülmektedir ve buna bağlı olarak da konaklama yerlerinde yatak sayılarının da zamanla arttığı görülmüştür.

4.5.2. Kahramanmaraş'ta Faaliyet Gösteren Turizm Değerlerine Gelen Turist Sayısı

Eshabı Kehf için de düzenli ziyaretçi kaydı tutulmadığından kesin sayılar bilinmemektedir. Önemli destinasyon merkezi olarak görülen Eshab-ı Kehf 2015 yılı öncesinde gelen ziyaretçi sayısı yıllık ortalama 50.000 üzerinde iken 2015 yılında terör ile mücadele kapsamında ziyaretçi sayısında oldukça düşüş yaşanmıştır. 2016 yılında UNESCO kültür mirasına geçici aday olarak girmiş ve bu da gelen turist sayısında artışa sebep olmuştur. Ancak 2015 yılında yaşanan terör olayları ve yaşanan ekonomik kriz nedeniyle 2015-2019 yılları arasında yıllık ortalama 70.000 ile 80.000 arasında turist sayısına sahip olan Eshab-ı Kehf son dört yılda 30.000'lere kadar düşüş yaşamıştır (Kahramanmaraş Afşin Belediyesi Turizm Rehberi Ramazan Kırac ile röportajımızdan, 09.06.2019). Sadece kış aylarında değil yaz aylarında da kullanılacak bir mesire alanı olan Yedikuyular Kayak Merkezi, 2018 yılında hizmete sunulmuştur. Kayak Merkezi günlük 2.000 kayakçı olmak üzere toplam 5.000 kişilik kapasiteye sahiptir. Kış sporları olarak 4 ay hizmet veren bu tesis, 2019 yılında özelleştirilmiştir. Germenica Antik Kenti

ziyarete 2018 yılının 8. ayında açılmış olup, 2018 yılı sonuna kadar toplam 7.915 kişi tarafından ziyaret edilmiştir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı "Kahramanmaraş Müzesi"ni ziyaret edenlerin sayıları Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden alınmıştır. Buna göre 2016 yılında 21.474 kişi, 2017 yılında 19.202 kişi ve 2018 yılında da 16.175 kişi "Kahramanmaraş Müzesi"ni ziyaret etmiştir. Dulkadiroğlu Belediyesi tarafından 2018 yılında hizmete açılan "Mutfak Müzesi" ile ilgili düzenli ziyaretçi kaydının olmadığı yapılan görüşmeler neticesinde anlaşılmıştır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-201111/sinir-istatistikleri.html> web sayfasında yayınladığı tesis istatistiklerine göre Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren turizm belgeli konaklama tesislerinin yıllar içerisindeki değişimi Tablo 59'da verilmektedir. Buna göre 2013 yılından 2018 yılına kadar konaklama tesislerinin yatak kapasitesi %77 oranında artmıştır (KİTSEP Turizm Eylem Planı 2014-2018).

4.5.3. Yerli ve Yabancı Turistlerden Elde Edilen Gelirler

Tablo 4.15. Türkiye'ye Gelen Yabancı ve Yerli Turistlerden Elde Edilen Gelirler
(Türkiye İstatistik Kurumu, Merkez Bankası, Kültür ve Turizm Bakanlığı)

Yıllar	Gelen Turist Sayısı	Gelen Yabancı Turistlerin Geliri (1000 \$)	Gelen Yerli Turistin Geliri (1000 \$)	Turizm Geliri (1000 \$)	Turizm Gelirinin GSYİH İçindeki Payı (%)
2003	16.463.623	10.141.116	3.600.411	13.854.866	4,4
2004	20.753.734	13.061.118	3.862.552	17.076.607	4,2
2005	25.045.142	15.725.813	4.374.383	20.322.111	4,1
2006	23.924.023	13.918.757	4.463.614	18.593.951	3,4
2007	27.239.630	15.936.347	4.703.850	20.942.500	3,1
2008	31.137.774	19.612.296	5.418.439	25.415.067	3,3
2009	31.759.816	19.063.702	5.690.629	25.064.482	3,9
2010	32.997.308	19.110.003	5.558.366	24.930.997	3,2
2011	36.769.039	22.222.454	5.638.484	28.115.692	3,4
2012	37.715.225	22.410.364	6.354.378	29.007.003	3,3
2013	39.860.771	25.322.291	6.760.180	32.308.991	3,4
2014	41.627.246	27.778.026	6.289.260	34.305.903	3,7
2015	41.114.069	25.438.923	5.843.074	31.464.777	3,7
2016	30.906.680	15.991.381	5.964.853	22.107.440	2,6
2017	37.969.824	20.222.971	5.908.752	26.283.656	3,1
2018	46.112.592	24.028.311,391	5.345.472,367	29.512.926,234	3,8

2003 yılında toplam 16.463.623 kişi ziyaret etmiş ve bu ziyaretten 13.854.866 milyon dolar turizm geliri elde edilmiştir. Aynı şekilde 20.753.734 kişi ziyaret ederek 17.076.607 milyon dolar turizm geliri elde edilmiştir. Bu gelirin 3.862.552 milyon doları yerli turistlerden elde edilirken büyük çoğunluğu da yabancı turistlerden elde edilmiştir. 2015 yılına kadar toplam gelen turist sayısında azar azar artışlar yaşanmasına rağmen 2016 yılında bu artış biraz gerileyerek 22.107.440 milyon dolar turizm geliri elde edilmiştir. 2017 yılında tekrar artış yaşanmış ve 5.908.752 milyon dolar yerli turist geliri olurken 20.222.971 milyon dolar da yabancı turist geliri elde edilmiştir. 2018 yılında da büyük bir artış yaşanarak toplam 29.512.926 milyon dolar gelir elde edilmiştir.

Kahramanmaraş'a gelen turistlerden elde edilen gelirlere bakıldığında, turizm geliri 3 ana parçadan oluşmaktadır ve bunların yukarıda hesap edilen değerleri şu şekildedir (KİTSEP Turizm Eylem Planı 2014-2018:110):

- Yurt içi seyahat edenlerden konaklamalı ziyaret edenlerden dolayı 22.706.615,48 TL
- Yurt içi seyahat edenlerden günübirlik ziyaret edenlerden dolayı 17.042.017,72 TL
- Yabancı konaklamalı ziyaret edenlerden dolayı 667.761,15 USD

2018 yılsonu kuru 5,25 TL/USD olup buna göre yabancı konaklamalı ziyaret edenlerin şehre bıraktığı rakam 3.505.745,25 TL olarak hesap edilmektedir. Buna göre 2018 yılı Kahramanmaraş turizm gelirinin toplamda yaklaşık 43.000.000 TL olduğu söylenebilir. Kahramanmaraş'ın 2018 ihracat rakamı ise 1.005.498.517,38 USD'dir. Yani yılsonu kuru ile TL ye çevrilirse 5.278.867.216,25 TL olmaktadır. Bu iki rakam oranlandığında, şehrin turizm gelirinin yaklaşık olarak şehrin ihracat gelirinin % 0,8'ne ulaşabildiği görülmektedir. Oysa ülke oranına bakıldığında, ülke turizm gelirinin yaklaşık olarak ülke ihracat gelirinin %17,5'na ulaştığı görülmektedir (KİTSEP Turizm Eylem Planı 2014-2018:110).

Kahramanmaraş sanayisi ve ihracatı çok ileri seviyede bir il olup, ihracat rakamının bu seviyede olması doğaldır. Ancak turizm gelirlerinin bu seviyelerde kalması turizm anlamında geliştirme fırsatlarının olduğunu ve bu fırsatların açığa çıkartılarak değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir (KİTSEP Turizm Eylem Planı 2014-2018:111).

TÜİK verilerine göre, Kahramanmaraş'ta yerli misafirler için geceleme sayısı (427.781 gece) esas alındığında Kahramanmaraş'ın toplam yerli konaklamalı misafirlerden elde ettiği gelir 22.706.615,48 TL olarak hesap edilmektedir (www.tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari.html, 11.06.2019).

Kahramanmaraş'ı ziyaret edenler günübirlikçiler ağırlıklı olarak hafta sonları ve tatil dönemlerinde gezi ve eğlence amaçlı olarak şehre gelmektedir. Çevre illerden Kahramanmaraş'a gelişlerde ağırlıklı olarak mesire alanları ve doğal su kaynakları tercih edilmektedir. Seyahat başına yapılan ortalama harcama 457 TL iken bu miktar seyahat amacına göre değişiklik göstererek Gezi, Eğlence, Tatil" amacıyla yapılan seyahatlerde, seyahat başına yapılan ortalama harcamanın 773 TL olduğu görülmektedir (KİTSEP Turizm Eylem Planı 2014-2018:19).

2017 yılı için Kahramanmaraş'a gelip konaklama yapan yabancıların sayısı 5383 kişi olduğu ve ortalama 3,15 gece konaklama yaptığı görülmektedir. Buradan hareketle Kahramanmaraş'a gelen ve konaklayan her bir yabancı turistin 124,05 USD (39,38 USDx 3,15 geceleme) harcama yaptığı anlaşılmaktadır. Bu iki sayı birlikte değerlendirildiğinde Kahramanmaraş'a gelen yabancıların 667.761,15 USD harcama yaptıkları hesap edilmektedir (KİTSEP Turizm Eylem Planı 2014-2018:20).

4.5.4. Yerli ve Yabancı Turistlerin Konaklama Sayıları

Tablo 4.16. Kahramanmaraş İlinde Yıllara Göre Konaklama Sayıları (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015)

İl	Yıl	Yabancı	Yerli	Toplam
Turizm İşletme Belgeli Tesis	2010	5.441	70.178	75.619
	2011	8.306	87.715	96.021
	2012	7.669	87.606	95.275
	2013	34.118	101.697	135.815
	2014	11.516	136.558	148.074
	2010	17.415,364	12.338,602	29.753,966
	2011	19.264,058	14.350,129	33.614,187
	2012	20.481,308	15.701,931	36.183.239
	2013	21.181,668	17.100,765	38.282,433
	2014	23.609,016	17.292,422	40.901,438
Belediye Belgeli Tesis	2010	2,473	472,702	475,175
	2011	4,587	473.180	477.767
	2012	2,443	416.985	419.428
	2013	1.930	392,742	394.672
	2014	3.338	423,339	426.677
	2010	7.834,701	15.665,190	23.499,891
	2011	6.846,474	15.565,115	22.411,589
	2012	6.388,684	16.249,597	22.638,281
	2013	5.630,534	15.588,528	21.219,062
	2014	6.736,387	18.415,741	25.152,128

Kahramanmaraş'ta illere göre konaklama sayılarına bakıldığında, Türkiye'de 2010 yılında işletme ve belediye belgeli tesislere gelen ziyaretçi sayısı toplam yaklaşık 53 milyon iken 2014 yılında bu rakam 66 milyona yükselmiştir. Aynı dönemde Kahramanmaraş ilinde yaklaşık 550 binden, 575 bine yükselmiştir.

Tablo 4.17. Kahramanmaraş İlinde İlçelere Göre Konaklama Sayıları-2014 (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015)

İlçe	Yabancı	Yerli	Toplam
Onikişubat	3.502	320,712	324,214
Elbistan	2,168	90,800	92,968
Dulkadiroğlu	6.706	71.982	78.688
Ekinözü	1.912	61.552	63.464
Afşin	542	5.811	6.353
Göksun	0	5.906	5.906
Pazarcık	24	2.206	2,230
Andırın	0	758	758
Çağlayancerit	0	170	170
Toplam	14.854	559.891	574.751

2014 yılında Kahramanmaraş'ın toplam 15 tane konaklama yerlerine sahiptir. En fazla yabancı ziyaretçi daha çok merkez illere talep göstererek, konaklama sayılarının yoğun olduğu Elbistan ilçesinde ise, toplam 92.968 ziyaretçi konaklamaya gelirken bunlar arasında yerli turistlerin daha yoğun olduğu görülmektedir. Yine aynı şekilde %324,214 konaklama gerçekleştirilen Onikişubat'ın ise, neredeyse tamamı yerli turistlerdir. Çağlayancerit, Göksun ve Andırın ilçelerine bakıldığında, yabancı turistlerin hiç gelmediği görülmektedir. Gelen turistler konaklama için otel vb. yerleri tercih

etmektedirler. Türkiye bulunan tesislerin ortalaması altında Kahramanmaraş, 2010 yılında turizm işletme belgeli tesislerin doluluk oranı % 25,8 olarak gerçekleşmiş ve bu oran 2014 yılında % 35'e yükselmiştir (Kahramanmaraş İli Ekonomik Görünüm Raporu 2010-2015). Belediye belgeli tesislerin doluluk oranı ise 2010 yılında % 20,4 olarak gerçekleşirken, 2014 yılında % 24'e yükselmiştir.



5. KAHRAMANMARAŞTA TURİZM

Bu kısımda Kahramanmaraş'taki turizm değerlerinden bahsedilmiş şehrimizdeki turizm türleri sıralanmıştır. Bunlar, dağ turizmi, kış turizmi, kültür turizmi, yayla turizmi, inanç turizmi, av turizmi, gastronomi turizmi ve yayla turizmidir. Bu sıraladıklarımız aşağıdaki başlıklarda geniş bir şekilde açıklanmıştır.

5.1. Kahramanmaraş Turizm Değerleri

Akdeniz Bölgesi ile Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinin birleştiği yerde bulunan Kahramanmaraş, Nur Dağları, Berit, Engizek, Binboğa, Delihöbek ve Ahır Dağları, Elbistan ve Göksun Ovaları, Ceyhan Nehri ile Aksu çayı tabiatın bir kente bahşedebildiği tüm doğal güzelliklerin birer örnekleridir. Elverişli bitki örtüsü, iklimi, ve coğrafi yapısıyla kente gelen turistlerin ilgisini çeken Kahramanmaraş, dört mevsimi kendine özgü yaşamaktadır. Doğu Akdeniz'de bulunan Kahramanmaraş mağaraları, Eshab-ı Kehf Külliyesi, yaylaları, Tarihi Kalesi, Ceyhan Köprüsü, Taşhan, Ulucami gibi yerli ve yabancı turistlerin gezip görebileceği tarihi ve turistik yerlerden bazılarıdır (Kahramanmaraş Büyük Şehir Belediyesi El Kitabı, 2017: 2).

Kahramanmaraş şanlı tarihi, tarihi eserleri, doğal güzellikleri, gelişmiş ulaşım imkanları, dini turizm açısından önem taşıyan türbeleri, zengin folkloru, değişik ve zengin damak tatları, her geçen yenisi eklenen fabrikaları, gelişen sanayisi ile Türkiye'nin turizm sektöründen sanayi sektörüne kadar birçok alana katkıda bulunabilen Akdeniz'in en büyük ve en gelişmiş şehirden birisidir (Kahramanmaraş Şehir Rehberi, 2018: 50).

5.1.1. Dağ Turizmi

İnsanların temiz ve güzel havadan faydalanarak, mücadele ve macera içererek dağlarda turistik faaliyetlerde bulunma eylemine “dağ turizmi” denilmektedir (Köroğlu, 2015: 145). Kahramanmaraş'ta dağ turizmi denildiğinde ilk akla gelen Başkonuş ve Yavşan yaylalarıdır. Kentin en gözde tabiatlarından biri olan Başkonuş Yaylası, 1850m yüksekliğe çıkarken Sır Barajının masmavi portresi ile muazzam görünüme sahiptir. Yavşan Yaylası da Akdeniz Doğu Anadolu ve Güney Anadolu Bölgelerinin birbirine en çok yaklaştığı yer alan bu yayla doğa ve su kaynakları açısından oldukça zengin bir yapıya sahip olup bu doğaya özgü yaklaşık 65 adet endemik bitki tespit edilmiştir (Kahramanmaraş Büyük Şehir Belediyesi El Kitabı, 2017:49). Kahramanmaraş'ta Ayşepınarı - Karbasan, Türkmenler - Hacınınoğlu, Ilıca-Suçatı Bulutoğlu, Engizek zirvesi de diğer önemli dağ turizmlerimizdendir (Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).



Şekil 5.1 Başkonuş Yaylası (kahramanmarskulturturizm.gov.tr, 04.26.2019).

5.1.2. Kış turizmi

Bu turizm, belli mevsimlerde dağların kar alan yüksek yerlerinde yapılan ve kar yağışına bağlı olarak gelişen, kış sporlarının yapılmasının yanında konaklama, ulaşım, eğlence ve spor gibi hizmetleri de barındıran turizm çeşididir (Altaş ve diğerleri, 2015:346). Kahramanmaraş bölgesinin doğu merkezinde yer alan ve kent merkezine 15 dakika uzaklıkta bulunan Yedikuyular, Büyükşehir Belediyesi Fen İşleri Dairesi Başkanlığı Etüt Proje Müdürlüğü tarafından bölgeye getirilen Milli kayakçılar ve Kayak Merkezi Planlama uzmanlarıyla arazide etütler yapılarak bölgede kar kalınlığı ve kalitesi incelenmiş ve kış turizminin önemli merkezlerinden Erzurum Palandöken'den daha fazla kar alan bir bölge olduğu gözlemlenmiştir (www.wowturkey.com, 08.04.2019).



Şekil 5.2. Yedi Kuyular Kayak Merkezi (selyustravel.com (04.26.2019)

5.1.3. İnanç Turizmi

İnsanların yaşamlarını sürdürdükleri, çalıştıkları veya günlük gereksinimlerini karşıladıkları yerlerin dışında, dini inançlarını tatmin etmek amacıyla yaptıkları ve bu seyahatlerde turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri yararlanarak, geçici konaklamaların bütünüdür (Açıkel, 2000:108). Afşin'in 8 km batısında yüksek bir tepe üzerinde yer alan Eshab-ı Kehf Külliyesi, Kuran'da Kehf Suresinin 9 ile 26. Ayetleri arasında geçen mağara arkadaşları manasına gelmektedir. Bu efsaneye göre yedi gencin 309 yıl saklandıkları kutsal mağaranın bu külliyenin içinde olduğu inancı nedeniyle

tarihte ayrı bir yer görmüştür (Kahramanmaraş El Kitabı). Kentin güney eteklerinde yer alan Ulucamii (Cami-i Kebir) 1442 ile 1454 yılları arasında yapılan camide köşk minaresi ve taç kapısı önemli tarihi değerleri de barındırmaktadır. Osmanlı Devleti 34. Padişahı II. Abdülhamit Han'a ithafen inşa edilen bu yapı, şehre hakim ihtişamı ve duruşuyla kentin her bölgesinden görülebilmek avantajı vardır. Kapladığı alan, duruşu ve ihtişamı ile Türkiye'nin en büyük camileri arasındadır (Özkarcı,2007:289-318).Merkeze 6 km uzaklıkta şehrin güney tarafında 1201 yılında yapıldığı belirtilen Malik Ejder (Eşder) Türbesi, Kumaşır Gölü'ne bakan tepede yer almaktadır. Türbette yattığı rivayet edilen Malik Ejder, aslen Yemenli asker olup adı Malik'tir. El Eşter ise onun takma adıdır. Bu adı göz kapakları ters olduğu için almıştır. Bizans ile yapılan Yermük Savaşı'nda gözünden yaralanmış önemli İslam komutanlarından (Kahramanmaraş Şehir Rehberi,2018: 77-79).



Şekil 5.3. Eshab-ı Kehf (tripadvisor.com.tr, 04.26.2019).

5.1.4. Kültür Turizmi

İnsanların eski toplumların kültürleri tanımak amacıyla, tarihi sanat eserlerini, müzeleri, yapıları ve kalıntıları görme arzusuyla ortaya çıkan bir turizm türüdür (Batman ve Çınar, 2008: 191).Kahramanmaraş birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması nedeniyle kültür turizmi açısından oldukça gelişmiştir. En büyük kültür turizmini barındıran ise Kahramanmaraş Müzesidir. İlk defa 1947 yılında kurulan Kahramanmaraş müzesi önce Taş Medrese'de yer alırken daha sonra 1961 yılında Kahramanmaraş Kalesi'ne taşınmıştır. Bugünkü mevcut yerine ise 1975 yılında taşınmıştır. 30.000 yakın eserin bulunduğu Kahramanmaraş müzesinde en önemli eser kentin simgesi haline gelmiş Geç Hitit Dönemine ait taştan yapılmış “Maraş Aslanı” müzede sergilenmektedir. Antik Fil Sergi Salonu, Mozaik Sergi Salonu, Sikke Teşhir Bölümü gibi birçok alana da sahiptir (www.kahramanmarskultur.gov.tr, 08.05.2019).

Kahramanmaraş Şehir kalesinde bulunan 1920 kurtuluş müzesi başarılı şekilde dizayn edilerek milli mücadele dönemini anlatıldığı tarih konulu müzedir. Milli Mücadele Döneminde ilk kurşunun atıldığı yer olan Uzunluk Hamamı kahramanlık destanlarının interaktif müzecilikle anlatılan bir yerdir Tarihi Uzunluk Hamamı (Kahramanmaraş Büyük Şehir Belediyesi El Kitabı, 2017: 9).

Kahramanmaraş'ın önemli bir diğer kültür turizm örneği olan Germanicia Antik Kentidir. Şehrin siyasi, sosyal, kültürünü ve tarihini yansıtan Germanicia Antik Kenti, M.Ö. 64 yılında Romalıların eline geçerek Roma İmparatoru Gaisus Caesar Agustus Germanicus'un adı şehre verilerek “Kaiseria Germanicia” olarak adlandırılmıştır (Gökhan, 2011:20).Daha sonra ise, Ören Yerleri adı verilen Karahöyük, Ufacıklı Köyü

Kalıntıları, Yassı Höyük (Tanır Köyü), Kaşanlı Köyü Kabartması, Pazarcık- Turunçlu Köyü Kalıntılarıdır (Kahramanmaraş Şehir Rehberi).Üzerinde yapılan çalışmalar Geç Hitit Dönemine ait olan ve şehrin tam merkezinde yer alan Maraş Kalesi ise, o dönemlere ait birçok önemli eseri barındırmaktadır. Geç Hititler Döneminde yapılan ancak daha sonraları birçok medeniyet değiştiren Maraş Kalesi, o dönemlerde çeşitli tamirlerden geçmiştir. 16.yy'dan gelen tarihi dokusuyla eski dönemlerden beri Maraş ekonomisine ayrı bir gelir kazandıran Suk-i Maraş Çarşısı, Kapalı Çarşı, Saraçhane, Bakırcılar, Semerciler gibi birçok faaliyette mal ve hizmet üreten esnafların olduğu yerlerdir (Özkarcı,2007:521-532). Türk mimarisini bir zincirini oluşturan Maraş Konakları, Enikli/Kuzulu kapısı, geniş avlusu, yüksek duvarları, şırıl şırıl akan süslü çeşmeleri, bağdadi duvar örgüleriyle yöreye has karakteristik özellikleriyle sivil mimarinin en nadide örneklerini teşkil ederler. Kahramanmaraş'ta Kocabaş Konağı ve Dedeoğlu Konağı olmak üzere iki adet önemli konaklar bulunmaktadır (www.kahramanmarasturizm.gov.tr, 08.05.2019).



Şekil 5.4. Germanicia Antik Kenti Taban Mozaikleri (kahramanmarskulturturizm.gov.tr (04.26.2019).

5.1.5. Yayla Turizmi

Dağlık, yüksek, yazın havası temiz ve serin olan, hayvan otlatma veya dinlenme yeri olarak tanımlamıştır (www.tdk.gov.tr, 07.02.2019). Kahramanmaraş'ın meşhur yayları arasında Başkonuş yaylası ve merkeze 36 km uzaklıkta bulunan 348 hektar alana sahip olan Yavşan Yaylasıdır (Kahramanmaraş El Kitabı, 2017:49)



Şekil 5.5. Yavşan Yaylası (haber46.com, 04.26.2019)

5.1.6. Av Turizmi

Avcı özelliklerine sahip kişilerin çeşitli gereksinimlerine cevap veren belli ilke ve denetimler altında avlanma, dinlenme ve spor yapma maksadıyla gerçekleştirdikleri turistik aktivitelerdir (Ege, 2008: 343). Kahramanmaraş'ın merkez il ve ilçelerindeki tüm dağlarda keklik, çil keklik, tavşan, bıldırcın ve yaban domuzu yapılmaktadır. Gavur Gölü bataklığı ve Karacasu gibi göl ve su kaynaklarında ördek avı yapılmaktadır. Aynı zamanda, Aksu Çayı ve Ceyhan Nehrinde sazan ve yılan balığı avcılığı da yapılmaktadır (Kahramanmaraş Şehir Rehberi, 2018:164).



Şekil 5.6. Kahramanmaraş Av Turizmi (kahramanmarassehirrehberi.com, 04.26.2019)

5.1.7. Gastronomi Turizmi

İnsan sağlığına uygun olarak iyi düzenlenmiş, lezzetli, hoş yemek düzeni ve sistemidir (www.tdk.gov.tr, 07.02.2019). Kahramanmaraş gastronomi turizmi bakımından oldukça zengin bir şehirdir. Maraş denilince akla ilk gelen şey şüphesiz dondurma olmaktadır. Ahir Dağında kekik, keven, sümbül ve çiğdem gibi çiçeklerle beslenen keçilerin eşsiz kıvama sahip olan sütleriyle yapılan Maraş Dondurması, Türkiye'de tek dondurma markası olmuştur (www.kahramanmarasturizm.gov.tr, 08.05.2019). Kahramanmaraş dondurmasının tarihine bakıldığında, Osmanlılar

Döneminde saraylarda “karsambaç” adı verilen bir yiyecek türünün farklı bir uzantısıdır. Bir gün satış bittikten sonra artan salebi şeker ve süt karışımı olarak kara gömerek ertesi gün baktığında salebin kıvamındaki değişiklik dikkatini çekerek süt, şeker ve salep karışımının yoğunluk kazanarak sakız gibi uzadığı görülmüştür.

Öncesi kendisi tadan Maraşlı Osman Ağa, farklı lezzeti fark etmiş ve kendi çevresinde birçok kişilerin tatmasını sağlamıştır. Yeni bulunan gıda maddesinden memnun kalan kişiler “Salepli Karsambaç” olarak adlandırılan bu madde üç kuşak sonra “Maraş Dondurması” olarak tanınmaya başlamıştır. Kahramanmaraş dondurmasının en büyük özelliği ise üretimde kullanılan sütün keçi sütü olmasıdır (Kahramanmaraş Şehir Rehberi, 2018:230). Şehrin önemli gelir kaynağı olan kırmızı biber, olgunlaşma döneminde hasat edilerek harmanlanır ve kurutularak sapından ayrılır. Daha sonra özel olarak yıkanarak tekrar kurutulur. Modern tesislerde aflotoksinsiz olarak dövülür, ufalanır ve paketlenir. 100 gr 318 cal enerji veren Kahramanmaraş Biberi, eklem ağrıları, cilt hastalıkları ve kolestrol gibi hastalıklara da faydalıdır. Kahramanmaraş’a özgü farklı bir yöntemle hazırlanan ve Maraşlıların vazgeçilemez gıdası olan Maraş Tarhası, Türkiye’nin her bölgesinde bilinen Tarhan’dan lezzeti, toplanması, yapımı bakımından farklılıkları vardır. En önemli farklılık ise, Temmuz, Ağustos aylarında yapımın başlanarak tarhananın bu aylardaki hava şartlarının güzel ve rüzgarlı olmasına bağlanır. Bu aylar içinde Türkiye’ye bakıldığında Kahramanmaraş hariç başka hiçbir yörede tarhana bulunamaz. Tarhananın tam olarak kurumadan önceki hali olan “firik” ise sadece Maraş’a özgü bir gıdadır (Kahramanmaraş El Kitabı: 2018: 25)

Geleneksel Kahramanmaraş’ın diğer tatlarına bakıldığında, Gavur pancarı adı verilen bitki ile dövmeden yapılan Tırşik Çorbası, döğme ve çeşitli maddelerden yapılan Ekşili çorba ve Maraş’a özgü yemek olan kuşbaşı şeklinde doğranmış et, biber ve domatesle fırında pişirilen bir yemektir (www.kahramanmarasturizm.gov.tr, 08.05.2019).



Şekil 5.7. Kahramanmaraş Dondurması. (kahramanmarasturizm.gov.tr, 04.26.2019)

5.1.8. Termal Turizm

Doğal olarak ortaya çıkarak belli bir sıcaklığa, faydalı minerallere ve şifalı çamurların bulunduğu yörelere özgü bir turizm şeklidir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 183). Kahramanmaraş’ın en önemli termal suyu konumunda olan Ilıca kaplıcaları,

Türkiye’de su kalitesi açısından 25 özel noktadan biri seçilmiştir. Şifalı sulara sahip olmasının yanında önemli tarihi kalıntılara da sahiptir (Kaya ve Karademir, 2015:40).

Büyükşehir merkezine 72 km kuzeyinde olan Zeytun (Süleymanlı) Kaplıcası, kükürt petrol artığı ve az miktarda yağ karışımından meydana gelmiştir. Bu şifalı suyun romatizmalı hastalıklara, kırık-çıkık sekselleri ve kadın hastalıklarına önemli etkisi olduğu bilinmektedir. 1500 yatak kapasitesine sahip olan Zeytun Kaplıcası, nisan ortasından kasım ortasına kadar toplam 7 ay sürmektedir. En yoğun olduğu dönemler ise, temmuz, ağustos ve eylül aylarıdır. Bu üç ayda doluluk oranı %20 ile %30 arasında değişmektedir. çoğunlukla konaklama süresi ise, 3 ila 15 gün arasındadır (www.kahramanmarasturizm.gov.tr, 08.05.2019).

Hamamlarıyla ünlü olan Kahramanmaraş’a hamam kültürü Romalılardan Müslümanlara geçmiştir. İslam dinin temizliği emretmesi ile hamam kültüründe artış yaşanmıştır. Hatta Türklerin fethettiği yerlerde ilk olarak hamam yaptıkları bilinmektedir. Kahramanmaraş’ta faaliyet gösteren hamamlar şöyledir (Kahramanmaraş Şehir Rehberi, 2018:156-159):

- Acar Hamamı
- Hatuniye Hamamı
- Çukur Hamamı
- Paşa Hamamı
- Uzunoluk Hamamı
- Çiçekli Hamamı
- Gavur Hamamı
- Divanlı Hamamı
- Elbistan Selçuklu Hamamı

Ülkemizin 10 içme kaynaklarından birisi olan Ekinözü (Cela) İçmesinin insan sağlığı üzerinde olumlu etkileri bulunan kapasite ve kaynak nitelikleri bakımından oldukça yeterlidir. Çevresinde yaklaşık 30 kadar pansiyon bulunan bu içmeler, Kayseri, Adana, Gaziantep, Adıyaman gibi yakın illerden ve yerli turistler gelmeksizin Suriye, Irak ve Suudi Arabistan gibi yurt dışından da binlerce yabancı turist ağırlamaktadır (Kahramanmaraş El Kitabı, 2017:35).



Şekil 5.8. Ilıca Kaplıcaları (termalkaplıcahotel.com.)

5.2. Önemli Turistik Mekanlar

Kahramanmaraş doğal güzellikleri, kültürü, muazzam coğrafyası ve eşsiz tarihi ile turistlere soluksuz gezi imkanı sunmaktadır. Öncelikle Türk sivil mimarının en önemli yapıtlarından olan konakların sayısı 200'den fazladır. Bu konaklar zamanla restore edilerek tekrar şehre geri kazandırılmıştır. Kahramanmaraş'ta bulunan derin tarihi ve kültürü barındıran konaklar aşağıdaki gibidir:(Kahramanmaraş El Kitabı, 2017:17-18 ve Kahramanmaraş Şehir Rehberi, 2018:95-96):

- Kocabaşlar Konağı: 1900'lü yıllarda Ali Paşa tarafından kurulan 120 ila 130 yıllık bir yapıdır. Kahramanmaraş kültür hazinesine kazandırılan ilk sivil mimari yapıdır.2010 yılında Maraş Kültür Evi olarak turizme kazandırılmıştır. Kahramanmaraş'ın yöresel yemeklerinin sergilendiği bu konağa günlük en az 50 ziyaretçi gelmektedir.
- Dedeoğlu Konağı: 1985 yılında taşınamaz kültür varlığı olarak onaylanmıştır. Genç Osman Dönemi yapıtlarındandır.
- Mahmut Arif-i Paşa Konağı: 1904 yılında Maraşlı sancak yöneticisi Mahmut Arif Paşa tarafından yaptırılmış ve Cumhuriyet Döneminde valilik binası olarak kullanılmıştır.
- Zabun Konağı: Günümüzde hem restaurant hem de cafe olarak kullanılan bu konak iki kadın girişimci tarafından işletilmektedir.
- Mutfak Müzesi (Ekmekçi Konağı): Genç Osmanlı Döneminde inşa edilen ve Kahramanmaraş'ın eşsiz yemeklerini tanıtmak amacıyla mutfak araç gereçlerin sergilendiği müzedir. Yıllık ortalama ziyaretçi sayısı 11.300'dür.
- Katip Han (Dondurma Müzesi): 1800'lü yıllarda kurulmuş olan bu müze, temeli Dulkadiroğullarına dayanmaktadır. Konağın alt tarafı dondurma kafesi olarak kullanılmaktadır.
- Üdürgücü Konağı: Kahramanmaraş'ta en büyük konaklardan olan ve 1900'lü yılların başında inşa edilmiştir. Tarihi ve kültürel değerleriyle ön plana çıkan bu konaklardandır.
- Deli Gönüller Konağı: Yapım tarihi tam olarak bilinmeyen bu konak, Ermeni yazıtlarına rastlanmaktadır.

Kahramanmaraş'ın önemli bir diğer turistik alanı da Maraş Ulucami'sidir. 1442-1454 yıllarında yapılan bu kale, Köşk Minaresi ve Taç Kapısı önemli özelliklerindendir. Kent meydanının da Ulu Cami ile bütünleşen Taş Medreseye sahiptir. Afşin'in 8 km yüksekliğinde olan tarihin yanında kültürel ziyaret alan olması aynı zamanda Kuranda Kehf Suresi'nin 9. İle 26. Ayetleri arasında geçen Ashab-ı Kehf efsanesine göre yedi gencin 309 yıl sakladıkları kutsak mağaranın bu külliyeinin içinde olduğu inancıdır (www.kahramanmarasturizm.gov.tr) (08.05.2019).

5.3. Etkinlik ve Festivaller

Kahramanmaraş'ta ya da ilçelerinde farklı tarihte meydana gelen yöreye uygun ürünler, doğa ile ilgili ya da mevsimlerle ilgili olarak çeşitli festivaller, eğlenceler bulunmaktadır (www.kahramanmaraskulturturizm.gov.tr) (08.05.2019).

Tablo 5.1. Etkinlik ve Festivaller (Kahramanmaraş El Kitabı, 2017).

Festivaller	Tarihler	Yerleri	
Ceviz Festivali	3 Ekim	Çağlayancerit Belediyesi	Ceviz hakkında çalıştay, ceviz yarışması, müzikli eğlence programı
Elma Festivali	1 Ekim	Göksun	Yarışma ve elma tanıtımı
Geleneksel Boyalı Mahallesi	1 Eylül	Dulkadiroğlu	Güreş organizasyonu ve tanıtımı
Kısa Şalvar Güreş Festivali	1 Eylül	Dulkadiroğlu	Güreş organizasyonu ve tanıtımı
Geleneksek Dereli Güreş Festivali	1 Eylül	Dulkadiroğlu	Güreş organizasyonu ve tanıtımı
Geleneksel Offroad Oyunları	1 Nisan	Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi	Offroad yarışları ve oyunları
Ramazan Şenlikleri	1 Haziran	Dulkadiroğlu	Gölge oyunları, ilahi dinletileri, mayam ikramı
Yedi Kuyular Kar Şenlikleri	1 Ocak	Dulkadiroğlu	Sucuk ekmek ikramı, kayak, halk konseri
Göksun Kafkas Kültür Festivali	1 Temmuz	Göksun	Gezi, Yarışma, Konser
Yayla ve Bahar Şenliği	1 Mayıs	Göksun	Gezi ve Yarışmalar
Göksun Karakucak Güreş Festivali	1 Ekim	Göksun	Güreş müsabakaları, konser
Kahramanmaraş İnsan Kaynakları ve İstihdam Fuarı	1 Mayıs	Kahramanmaraş Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü	İşçi- işveren buluşması
Kar Festivali	1 Şubat	Göksun	Çeşitli yarışmalar düzenlenmektedir.
Uluslararası Türk Ovası Geleneksel Türk Oyunları Festivali	20 Mayıs	Türkoğlu	Okçuluk, güreş gibi.

5.4. Kahramanmaraş üzerinden SWOT analizi

İş dünyasının en iyi bilinen ve aynı zamanda en yaygın kullanılan bir strateji analizi olan SWOT analizi 1960’larda Stanford üniversitesinde Albert S. Humphrey’in çalışmalarına dayanarak geliştirilmiştir. SWOT analizi; analizi yapılan kurumların kendi içindeki güçlü ve zayıf yönleri, dışarıdan gelen fırsat ve tehditleri, anlamak ve bu anlamda strateji geliştirmek için yapılmaktadır.

Bu analiz sadece şirketler için değil aynı zamanda ülkeler, şehirler hatta bireyler içinde yapılabilmektedir. Bu çalışmada Kahramanmaraş ili üzerine SWOT analizi kullanılmıştır.

5.4.1. Güçlü Yönleri

Kahramanmaraş’ın güçlü yönlerinden birincisi bölgede dağlık alanların çoğunluk teşkil etmesidir. Bunun sayesinde geçtiğimiz yıllarda kayak merkezi kurularak bölge illerde çok sayıda yerli turistin şehre akın ettiği gözlemlenmektedir. Bu alanda yapılan çalışmalar halen devam etmekte ve geleceğe doğru daha iyi ve kaliteli iyileştirmeler yapılarak sadece yerli turistlerin değil yabancı turistlerin de güvenli ve konforlu bir şekilde bölgeye tatil için gelmeleri yönünde çalışmalar hedeflenmektedir. İkinci güçlü yönü ise akarsuları ve üç tarafının baraj gölleri ile çevrili olmasıyla ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte barajlarda elektrik üretimi ekonomik açıdan şehre ve ülkeye önemli bir ölçüde katkı sağlarken, göllerde yapılan turistik amaçlı su sporları

ve eğlenceli yarışmalar bulunmaktadır. Üçüncü güçlü yönü tarihi ve kültürel dokusu olarak öne çıkmaktadır. Kahramanmaraş Dulkadiroğlu beyliğinin baş şehri olması, birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması ve nihayetinde Kurtuluş Savaşı'nda göstermiş olduğu üstün başarısından ötürü 'Kahraman' unvanını almış, Kahramanmaraş'ta şanlı ve unutulmaz bir tarih yazmıştır. Bu değerler korunarak gelecek nesillere aktarılmalıdır. Dördüncü güçlü yönü ise Zeytin Kaplıcaları ve Elbistan, Afşin İçmeler bölgesinde yer alan termal turizm havuzlarıdır. Türkiye'nin çok az yerinde bulunan bu havuzlar insan sağlığına önemli derecede katkı sağlamaktadır. Bu yüzden çevre illerimizden ve Türkiye'nin dört bir yanından buraya sağlık turizmi amaçlı gelen turistler görülmektedir. Doğal olarak şehir ekonomisine ciddi bir katkı sağlamaktadır. Beşinci güçlü yönü gastronomi zenginliğine sahip olan şehrin bilindiği üzere dondurması ile dünyaya sesini en iyi şekilde duyurmuştur. Dünyanın her bir tarafından şehre sadece dondurma namını duyup gelen turistler vardır. Onlar dondurmayı tatmakla kalmayıp şehrin diğer güzellikleri ile de tanışmaktadırlar. Sadece dondurması ile değil tarhana ve çeşitli yöresel yemekler, paça, işkembe, içli köfte vb. yemeklerle de zengin olan gastronomi şehri haline gelmekte ve Kahramanmaraş'ta ekonomiye güçlü bir şekilde fayda sağlamaktadır. Ve son olarak söylenecek olunursa şehre gelen turistler için güvenilir bir ortamda turizm faaliyetlerinin yapıldığı görülmektedir. Bu sayılan güçlü yönlerin ilerleyen yıllarda daha da geliştirilerek Kahramanmaraş ilinin ekonomik açıdan daha iyi yerlere getirilmesi amaçlanmaktadır. (Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürü Seydihan Küçükdağlı ile röportajdan, 18.12.2018 ve Kahramanmaraş El Kitabı, 2017:51).

Bireylerin en temel ihtiyaçlarından birisi olan güvenlik ihtiyacı kişilerin hayatlarını sürdürebilmeleri ve diğer yaşamsal faaliyetleri yerine getirebilmeleri için en önemli unsurlardan birisidir. Kahramanmaraş'ın da en büyük güçlü yönlerinden birisi de güvenlik konusunda üst sıralarda yer alan illerdendir. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre, Kahramanmaraş en güvenli iller sıralamasında 4. Sırada yer almaktadır (www.haber46.com.tr, 05.06.2019).

5.4.2. Zayıf Yönleri

Zayıf yönleri değil de yetersiz kalınan yerler ve konular varlığını göstermektedir, İster yerel yönetim olsun ister Kahramanmaraş halkı olsun kadim ve köklü bir geçmişe dayanmaktadır. Çağımız dünyası ise insanları daha sosyal bir yaşam sergilemeye davet etmektedir. Bu durum kabul edilmediği sürece yetersiz kalınmaktadır. Şehre gelen turist bilgilendirme noktaları bulunmamaktadır. Ayrıca gelişme konusunda ne kadar gelişim gösterilse de şehrin kırsal bir alanda olduğu unutulmamalıdır. Akdeniz kıyısında konumlanan ve turizm açısından önemli yol kat eden şehirler ile kıyaslanmamalıdır. Bu durum ise şehrin en büyük zayıf yönü haline gelmektedir. Ayrıca kırsal turizm çağdaş dünyada yeterli talep görmemektedir. Devrin insanları deniz sahillerini kırsal şehirlere tercih etmektedirler. (Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürü Seydihan Küçükdağlı ile röportajdan, 18.12.2018 ve www.kahramanmarasturizm.gov.tr, 08.05.2019).

5.4.3. Fırsatları

Güçlü yönleri fırsatlara dönüştürmekte açık bir fırsat olarak düşünülmektedir. Örneğin dağlık alanlar kullanılarak dağcılık faaliyetleri oluşturulmalıdır. Çünkü bunun için uygun bir coğrafi yapı bulunmaktadır. Dünyada ve Türkiye'de özellikle bu turizme

ilgi gösteren insanlar, gruplar ve topluluklar belirli bir örgüt(oluşum) oluşturarak kendilerine has geziler düzenlemektedirler. Bunun akabinde onları şehre çekmek için çalışmalar ve faaliyet alanları oluşturulmalıdır. Bir başka fırsat ise dondurmanın şehrin markası haline gelmesi ile turist sayısındaki artış amaçlanmıştır. Bunun için şehirde her yıl dondurma festivalleri düzenlenmesi şehre büyük oranda fırsat sağlamaktadır. Bir diğer taraf ise tekstil ve sanayi açısından yüksek bir potansiyele sahip olmasıdır. Avrupa'nın gelişmiş ülkelerine ve markalarına hammadde sağlamaktadır. Bir diğer fırsat olarak görülen kayak merkezine sahip olmasıdır. Önceden Kahramanmaraş halkı dahil tüm çevre illerin insanları kayak kar turizmi için Kayseri ve Uludağ kayak merkezlerine giderken, artık kendi kayak merkezi ile ön plana çıkmaktadır. Çevre illerdeki yerli turistin Kahramanmaraş' a gelmesi ile ekonomik açıdan çok büyük oranda katkı sağlamaktadır. Son yıllarda kazı çalışmaları sayesinde ortaya çıkarılan Germenica Antik Mozaik Kenti'nin turizme katkı sağlaması yönünde yapılacak çalışmaların artırılması büyük oranda bir fırsat sağlayacaktır. Aynı zamanda şehre büyük yatırım potansiyeline sahip MADO, KİPAŞ, İSKUR, vb. şirketlerin varlığı ile şehrin tanıtım ve reklamı açısından önemli bir katkı sağlamasıdır. Bir diğer fırsat ise şehrin Güney Doğu Anadolu Projesi rotasında bulunmasıdır. Baraj göllerinin varlığı su sporlarının geliştirmesine yardımcı olacaktır. Ve son olarak söyleyecek olursak iletişimi güçlü ve gelişime son derece açık bir üniversitenin varlığı büyük bir paya sahip olmasıdır (Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürü Seydihan Küçükdağlı ile röportajdan, 18.12.2018 ve Kahramanmaraş Şehir Rehberi, 2018:170-175).

5.4.4. Tehditleri

Dünyanın en gelişmiş ülkelerine veya şehirlerine bakacak olunursa sosyo-kültürel hayatın refah düzeyinin yükseldiği görülmektedir. Kahramanmaraş halkı böyle bir gelişmeye açık olduğu, ancak turizmin ekonomiye ve kültürel gelişmeye katkıları konusunda daha fazla bilinçlendirilmesi gerektiği söylenebilir. Çevre iller Adana, Gaziantep gibi daha gelişmiş ve turizm açısından ilerlemiş illerin varlığı Kahramanmaraş ilinin iç kesimde kalıyor olması ve gerekli tanıtımın yeterli şekilde yapılamaması sebebi ile bir diğer tehdit olarak görülebilir. Bu sebepten ötürü turizm anlamında insanları bu şehre çekme konusunda sıkıntı yaşanabileceği söylenebilir. Fabrikaların çoğunluğunu avantaj olarak nitelendirilirken bu kısımda dezavantajı karşımıza çıkmaktadır. Fabrika çokluğunun hava kirliliğine büyük oranda etki etmesi şehre gelecek turist sayısını dahi etkilediği gözlemlenebilmektedir. (Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürü Seydihan Küçükdağlı ile röportajdan, 18.12.2018).

6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Küreselleşen dünyada en fazla gelişen sektörlerden birisi turizmdir. Turizm döviz gelirlerinin elde edildiği sektörlerden birisi olma özelliğini korumaktadır. İlk defa sanayi devriminde demir yollarının, petrolün bulunması ile gelişim başlatan turizm eski zamanlardan günümüze yeterince gelişmiş, şehirlerin, ülkelerin ekonomilerinde önemli bir paya sahip olmuştur. Günümüzde hiç bir teknoloji üretmeden sadece turizm fırsatlarını değerlendirerek önemli bir ölçüde büyüme kazanmış ülkeler ve şehirler vardır. Sadece ekonomik değil kültürel değerlerin tanıtılması, yöresel yemeklerin ün kazanması, örf adetlerin ve inançların hızla yaygınlaşmasının en önde gelen faktörlerinden biride turizmdir. Geçmişten günümüze kadar turizm gelişerek çeşitli türler kazanmıştır. Bunlar deniz turizmi, kongre turizmi, sağlık turizmi, termal turizm, yat turizmi, dağ turizmi, inanç turizmi, kültür turizmi, yayla turizmi, av turizmi, akarsu turizmi, spor turizmi, gastronomi turizmi, kış turizmi olarak sıralanabilir. Mevsimlere ve bölgelere bağlı olarak kullanılan turizm faaliyetleri dünyanın her yerinde yılın tüm mevsimlerini kapsayacak şekilde yürütülmektedir. Bu çalışmada; Turizm Sektörünün Kahramanmaraş Ekonomisine Katkısı konusu incelenmiştir

Araştırma ve röportajlarda, bölgenin önde gelen turizm ile ilgili kurumların yöneticileri (Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürü, Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi Kültür Daire Başkanı, KMTSO Genel Sekreteri) ile görüşmeler sonucunda elde edilen bilgileri, Kahramanmaraş'ın son on yılda turizm sektöründeki faaliyetleri ve elde ettiği gelirlerle ilgili veriler değerlendirilmiştir. Kahramanmaraş coğrafi konumu ile turizm açısından stratejik bir öneme sahiptir. Ancak; Akdeniz bölgesinin diğer gelişmiş illerine göre içerde kalması, önemli yol güzergahları üzerinde bulunmaması ve turizm açısından gerekli yatırım ve tanıtımların yapılmaması nedeni ile hak ettiği konuma gelemediği söylenebilir. Kahramanmaraş'ın turizm açısından zayıf yönleri ve tehditleri olduğu gibi fırsatları ve güçlü yönleri vardır. Yapılması gereken şey güçlü yönleri ve fırsatları iyi bir şekilde değerlendirilerek ülkenin turizm pastasından daha fazla pay almasını sağlamak olacaktır.

Bu yüzyılın en büyük tanıtım aracı reklamdır. Kitle iletişim araçları iyi kullanılarak Kahramanmaraş ilinin potansiyel turizm değerleri çok geniş kitlelere kolaylıkla anlatılabilecektir. Şehrin sahilden uzak ve kırsal alanda bulunmasının dezavantajlarını sahip olduğu baraj gölleri, dağ turizmi, tarihi ve kültürel doku, termal turizm ve zengin gastronomi gibi değerlerle bertaraf etmek mümkün olacaktır. Şehrin önde gelen ve şuan Kahramanmaraş'ı dünyada temsil eden gastronomi turizmi dalında yer alan dondurmanın şehre kazandırdığı avantajları iyi kullanarak ve bu avantajın şehre sağlayacağı yararları Kahramanmaraş'ın gelişimi yönünde kullanılması gerekmektedir. Doğal olarak söylenebilir ki, bir ülkenin kalkınması için şehirlerin kalkınması gerekmektedir.

Kahramanmaraş turizm verileri incelendiğinde, 2014 yılı ile 2018 yılları arasında gelen yerli ve yabancı turist sayılarına yıldan yıla artışın olduğu görülmektedir ve buna bağlı olarak da konaklama yerlerinde yatak sayılarının da zamanla arttığı görülmüştür. 2014 yılında gelen toplam turist sayısına bakıldığında 151.708 iken 2015 yılında gelen toplam turist sayısı 202.160'dır. 2016 yılına toplam gelen turist sayısı bakıldığında, 258.765 iken, 2017 yılında toplam gelen turist sayısı 290.325'dir. Bu gelen turistlerin hemen hemen büyük çoğunluğunun yerli turist olduğu görülmektedir. Yıldan yıla hem yerli turist sayısında hem de yabancı turist sayısında artış yaşanmıştır. Kahramanmaraş'a gelen turistlerden elde edilen gelirlere bakıldığında, turizm geliri 3 ana parçadan oluşmaktadır. Yurt içi seyahat edenlerden konaklamalı ziyaret edenlerden

dolayı 22.706.615,48 TL, Yurt içi seyahat edenlerden gününbirlik ziyaret edenlerden dolayı 17.042.017,72 TL ve Yabancı konaklamalı ziyaret edenlerden dolayı 667.761,15 USD'dir. Kahramanmaraş sanayisi ve ihracatı çok ileri seviyede olmasına rağmen, turizm sektöründen elde ettiği gelir istenilen seviyede bulunmamaktadır. Ancak turizm gelirlerinin bu seviyelerde kalması turizm anlamında geliştirme fırsatlarının olduğunu ve bu fırsatların açığa çıkartılarak değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. TÜİK verilerine göre, Kahramanmaraş'ta yerli misafirler için geceleme sayısı (427.781 gece) esas alındığında Kahramanmaraş'ın toplam yerli konaklamalı misafirlerden elde ettiği gelir 22.706.615,48 TL olarak hesap edilmektedir. Bu çalışma sonucunda turizm sektörü ilde beklenen düzeyde gelişme kaydedememiş olmasına rağmen turizm potansiyelleri iyi değerlendirildiği takdirde hak edilen sonucun elde edilebileceği rahatlıkla söylenebilir. Daha çok turist çekebilmek için Kahramanmaraş'ta bulunan turizm değerleri reklamının ve tanıtımının daha iyi yapılması, belli aylarda kampanyalar düzenleyerek insanları o bölgeye çekilerek tanınması sağlanması gerektiği söylenebilir. Son zamanlarda en iyi tanıtım araçlarından biri olan sosyal medya mecraları sayesinde tek bir fotoğraf ile bir anda popüler olabilen mekanlar olduğu görülmektedir. Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi, Kahramanmaraş Onikişubat Belediyesi, Kahramanmaraş Dulkadiroğlu Belediyesi ya da kapsamlı organizatör firmalar tarafından festivaller, etkinlikler, yarışmalar düzenlenerek ve bu tür faaliyetlere çeşitli ünlü isimler davet edilerek onların eko-sisteminden ve marka bilinirliğinden yararlanılmalıdır. Aynı zamanda Kahramanmaraş'ın en büyük fırsatlarından biri olan dört mevsimi aynı anda yaşaması sebebiyle arkeolojik kazı yapımına her mevsim uygundur. Bazı bölgelerdeki gibi kazı yapımına engel hava koşullarının bulunmaması kentin en büyük avantajlarından birisidir. Bu sebeple Germenicia Antik Kentin acilen ortaya çıkarılması ve bu bağlamda sempozyum vb. etkinlikler düzenlenmesi gerekmektedir. Bu Antik kentle alakalı bir müze yapılması ve turizm anlamında gerekli reklam çalışmalarına önem verilerek hem ekonomik hem de kültürel manada yüksek bir gelir ve değer elde edilmesi düşünülmelidir.

Bu çalışmayla çok büyük turizm değerlerine sahip olan Kahramanmaraş'ın bu değerlerin ne olduğu konusu literatüre kazandırılarak sonraki yapılacak çalışmalara kaynak olması amaçlanmıştır.

KAYNAKLAR

- ACUNER, Ş.A., 2006, Alternatif Turizm Türlerinin Doğu Karadeniz Bölgesi Turizm Potansiyelinin Gelişmesine Etkisi, MPM Yayını, Ankara.
- AÇIKEL, Y., 2000. 19. ve 21. Yüzyıllarda Eğridir Yazla Mahallesiinde Yaşamış inanç Önderleril, Hoşgörü Yılı ve inanç Turizminde Göller Bölgesi Sempozyumu, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayını, Isparta, s. 108.
- AKAT, Ö.,2008.Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği, Ekin Kitabevi, Bursa. s. 316.
- AKBIYIK, Y., 1987.Maraş'ın Düşman İşgalinden Kurtulmasında Atatürk'ün Rolü, Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, 4 (10), ss. 225-231.
- AKBULUT, G., 2010, "Türkiye'de Kaplıca Turizmi Ve Sorunları", Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(1), ss. 35-54.
- AKLANOĞLU, F. 2010. "Geleneksel Yerleşmelerde Kültür Turizmi" Beypazarı Örneği". Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 10 (2), ss. 125-136.
- AKPINAR, K., E., ve BULUT, Y., 2012. Erzurum İli Oltu ve Olur İlçelerinde En Uygun Ekoturizm Etkinliğinin Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi ile Belirlenmesi. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 43(2), ss. 175-189.
- ALBAYRAK, A., 2013. Alternatif Turizm. Detay Yayıncılık, Ankara, s. 279
- ALKİN, E.,2004. İktisada Giriş, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 1472, Eskişehir.
- ALTAŞ, N.T., ÇAVUŞ, A., ve ZAMAN, N.,2015. "Türkiye'nin Kıs Turizmi Koridorunda Yeni Bir Kıs Turizm Merkezi: Konaklı", Marmara Coğrafya Dergisi, s.346.
- ANDAÇ, F., 2004. Turizm Hukuku; Türk Turizm Politikası, Türk Turizm Hukukunun Kaynakları, Uluslararası Turizm Anlaşmaları Ve Turizmi Teşvik Tedbirleri. Detay Yayıncılık, Ankara
- ATALAY, B., 1973. Maraş Tarihi ve Coğrafyası, İstanbul, s. 375
- ATİLLA H.,2008. Spor ve Turizm, Detay Yayıncılık, Ankara, s. 160.
- AYDIN,S., ve KELÇEOĞLU, B., 2002. "Genel Eğilimler Işığında Türkiye Turizmi Üzerine Bir Değerlendirme", II. Turizm Şurası Bildirileri, Turizm Bakanlığı, 12 14 Nisan, Ankara.
- AYMANKUY, Y.,2003. Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları, Detay Yayıncılık, Ankara, s. 248.
- AYMANKUY, Y., VE SARIOĞLAN, M., 2008. Kongre Turizmi(Ed. Necdet Hacıoğlu, Cevdet Avcıkurt), Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, s.505.
- BAĞCI, H., 2006. Kahramanmaraş'ta Siyasal Değişme, KSÜ. Sosyal Bilimler
- BAHAR, O ve M. KOZAK 2012. "Turizm Ekonomisi", Ankara Çevre Dergisi, 11, ss. 43-45.
- BAHAR, O.,KOZAK, M., 2006. Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara, s. 226.
- BARUTÇUGİL, İ., S., 1986. Turizm Ekonomisi ve Turizm Türk Ekonomisindeki Yeri, Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul, 162s.
- BARUTÇUGİL, İ., 1989. Turizm İşletmeciliği, 3.Baskı, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul, s. 242
- BAŞOL, K. 2012. Türkiye Ekonomisi, Türkmen Kitabevi, İstanbul, s. 528.
- BATMAN, O.,ve ÇINAR, S., 2008, "Kültür Turizmi", Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt, Nobel Yayın, Ankara. s.189-208,
- BAYER, M. Z. 1992, Turizme Giriş, İstanbul.

- BEKTAŞ, F., 2010. Kaçkar Havzası Trekking Parkurlarının Spor Turizmi Bakımından Değerlendirilmesi Yayınlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- BEYHAN, Ş., G., 2004. Kültürel Sürdürülebilirlik ve Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Kavramsal Modeli, Pamukkale Örneği. Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- BİLGİÇ, İ., 2007. "Sakarya Yaylalarının Turizm Açısından Pazarlanabilirliği", Sorunlar ve Çözüm Önerileri". Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. Sakarya.
- BİRCH, D. W., LAN, V., KARMALI, S., STOKLOSSA, C. J., SHARMA, A. M. 2010 "Med Tourism in Bariatric Surgery". The American Journal of Surgery. 199(5), ss. 604-608.
- BİRDİR, K., VE AKGOL, Y. 2015. Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, 3 (2), ss. 57-68.
- BROTHERTON, B., 1999. Toward a definitive view of the nature of hospitality and hospitality management. International Journal of Contemporary Hospitality Management 1, (49), ss. 57.
- BULUT Z. 2006. Kemaliye (Erzincan) İlçesi ve Yakın Çevresinin Alternatif Turizm Kapsamında Rekreatif Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi, Atatürk University, Erzurum
- BURKART, A., J., ve MEDLİK, S., 1981. Tourism: Past, Present and Future. Tourism. Past, Present and Future, s. 366
- BÜYÜKDENİZ, A., 1990. Sosyal Bilimler Ansiklopedisi, Risale Yayınları, İstanbul, s. 331.
- CEYLAN, A., ve İPEK, Y., 1985. Ahmet, Turizmin Türkiye ve Bursa Ekonomisindeki Yeri, Bursa Ticaret ve Sanayii Odası Yayını, Yayın No:20, Bursa, s.4
- CLARK, J., 1996. Kalkınmanın Demokratikleşmesi, (Çev. Serpil Ural), TCV Yayınları, Ankara, s. 244.
- CUINET, V., 2001. La Turquie d'Asie: Géographie Administrative Statistique Descriptive et Raisonnée de Chaque Province de l'Asie-Mineure, cilt 2, İstanbul: Les Éditions Isis, s. 390.
- ÇAKIR, P., 1999. Türkiye'nin Turizm Gelirlerinin Ödemeler Dengesine Katkısının Analizi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 1119, Eskişehir, s. 89-90.
- ÇAMLIK, İ., ve Eski, E., 1977. Turizm Yatırımlarının Finansmanı, TURSAB, Ankara, s. 49
- ÇEKEN, H., 2003. Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi. İstanbul: Değişim Yayınları, Ekim, s. 207.
- ÇELİK, K., 1999. Milli Mücadele'de Adana Ve Havalisi, TTK, Ankara.
- ÇELİK, G., 2012. Turizmin Ekonomik Kalkınmaya Katkısı: Manisa İli Örneği, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- ÇETİN, T. 2011. Termal Turizm Potansiyeli Açısından Kozaklı Kaplıcaları. International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Nevşehir. 6 (1), ss. 878-902.
- ÇIKIN, A., ÇEKEN, H., VE UÇAR, M., 2009. Turizmin Tarım sektörüne Etkisi, Agro Turizm ve Ekonomik Sonuçları, Tarım Ekonomi Dergisi, 15, (1-8), ss. 48.
- DEDEOĞLU, M., 1996. Düünden Bugüne Kahramanmaraş, Ankara: Lazer Ofset,

- DEVECİ B., TURKMEN, S., VE AVCIKURT C. 2013. Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadic örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3 (2), ss. 29-34.
- DİNÇER M. Z. 1993. *Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm*, İstanbul Filiz Kitabevi.
- DOBAY, B. 2007. "Szlovákia Sportturisztikai Adottságai Es Annak Hatása Az Iskolai Tanterv Által Szervezett Táborozásokra.". *Magyar Sporttudományi Szemle*, 31(3), ss. 18.
- DOĞANER, S. 2013. Yeni otel tasarımı, turizm ve rekreasyonyapıları. *Vitra Çağdaş Mimarlık Dizisi 2*. İstanbul. DPT: Devlet Planlama Teşkilatı, s. 223-235.
- DOĞANAY, H., 2001, *Türkiye Turizm Coğrafyası*, Çizgi Kitabevi Yay., Konya.650s.
- DUMAN, T., VE KOZAK, M., 2013. Türk Turizm Ürünü: Rekabet Ve Farklılaştırma, *Turizm Araştırmalar Dergisi*, 24(1),ss. 109-121.
- EGE, Z., 2008. *Av Turizmi*. Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (Editörler), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Ankara: Grafiker Yayınları 343-364ss.
- EMEKLİ, G., 2006. Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, ss. 51-59.
- ERALP, Z., 1983. *Genle Turizm*, Ankara Üniversitesi, Basın Yayın Yüksek Okulu, s. 164.
- ERDEM, B. VE GİRGİN, G. K. 2008. *Spor Turizmi*. HACIOĞLU, N., ve AVCIKURT, C., (Editörler), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Grafiker Yayınları, Ankara, 89-208s.
- ERDOĞAN, H.,1995. *Uluslararası Turizm*, Uludağ Üniversitesi Yayını, Bursa, s. 550
- ERDOĞAN, M., 1968. Osmanlı Devrinde Anadolu Camilerinde Restorasyon Faaliyetleri, *Vakıflar Dergisi*, Sayı: VII, Vakıflar Genel Müdürlüğü, Ankara, s.162.
- ERDOĞAN, O., 1996. *Turizm Sektörü, Sektör Araştırmaları Serisi No: 6*, İMKB 1995, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Yayını, İstanbul, s. 183-184.
- EVLYAOĞLU, S., 1994. *Türkiye Turizm Coğrafyası ve Türkiye Coğrafyasının Ana Hatları*, Ankara.211s.
- EYİCİL, A., 2000. *Maraş Mücadelesinde Atatürk*, Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, s. 644
- FOYEN, R. T.,1990. *Macroeconomics: Theories and Policies*. New York: Macmillan, s. 454
- GARTNER, C. W. 1996. *Tourism Development (Principles, Processes and Policies)*, John Wiley & Sons, New York.
- GOFFE, P., 1975. *Development Potential of International Tourism*, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 16 (3), ss. 24-31.
- GOZALOVA, M., SHCHİKANOV, A., VERNİGO, A., VE BAGDASARIAN, V., 2014. "Sports Tourism". *Polish Journal of Sport & Tourism*, 21(2), ss. 92- 96.
- GÖKHAN, İ., VE KAYA, S., 2008. İlk Çağdan Dulkadirli'lere Kadar Maraş, *Ukde Yayınları*, Kahramanmaraş, s. 248.
- GÜÇLÜ, Y., 2008. Alanya-Samandağ Kıyı Kuşağında Konforlu Olma Süresi ve Deniz Turizmi Mevsiminin İklim Koşullarına Göre Belirlenmesi, *Türk Coğrafya Dergisi*, 50, ss. 1-15.
- GÜMÜŞOĞLU, Ş., PIRNAR, İ., PERRAN, A., VE AKBABA, A., 2007. *Hizmet Kalitesi Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık, s.384.

- GÜRBÜZ, M., 2001. Kahramanmaraş Merkez İlçe'nin Beşeri ve İktisadi Coğrafyası, T.C Kahramanmaraş Valiliği İl Kültür Müdürlüğü Yayınları, Kahramanmaraş, s. 241.
- GÜRKAN, Ö., 1997. İktisada Giriş, Attila Kitabevi, Ankara, s. 274.
- HADJINICOLA, G.C., VE PANAYI, C., 1997. The Overbooking Problem In Hotels With Multiple Tour-Operators". International Journal Of Operations And Production Management, MCB University Pres, 17, (9), ss. 127-130
- HAN, E., ve KAYA, A., A., 2002. Kalkınma Ekonomisi Teori ve Politika, Etam Matbaa Tesisleri, Eskişehir, s. 280.
- HANANDEH, A. 2013. Quantifying the carbon footprint of religious tourism: the case of Hajj. Journal of Cleaner Production, 52, ss. 53-60.
- HARBALIOĞLU, M., ve ÖZEL, G., 2013, Kültür ve İnanç Turizmi Kapsamında Hoşgörü Kenti Hatay İlinin Değerlendirilmesi, International Conference on Religious Tourism and Tolerance, Konya, ss. 1063-1069.
- HEPAKTAN E. & ÇINAR S., 2010. Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri. Celal Bayar Üniversitesi S.B.E. 8 (2), ss. 135- 154.
- HODUR, N.,M., ve LEİSTRİTZ, M., B., 2008. Estimating the Economic Impact of Event Tourism: A Review of Issues and Methods, 63-79s.
- HOLLOWAY, C., J., ve HUMPHREYS, C., 2012. The Business of Tourism, Ninth Edition, Pearson, s. 800.
- HUSSEIN, A.T., ve SAÇ, F., 2008. Genel Turizm; Geçmişi – Geleceği, Siyasal Kitabevi, Ankara, s. 284.
- İĞİRCİK, M., 2001. Türkiye'nin Av Potansiyelinin Geliştirilmesine İlişkin Sosyo Ekonomik Çözümleme. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İ.Ü.Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- İÇÖZ, O., VE KOZAK, M., 1998. Turizm Ekonomisi, Turhan Kitabevi, Ankara 1998, s. 316.
- KAHRAMAN, N., ve TÜRKAY, O., 2014. Turizm ve Çevre, Ankara: Detay Yayıncılık, s. 240.
- Kahramanmaraş Büyük Şehir Belediyesi El Kitabı, 2018. 80s.
- Kahramanmaraş Şehir Rehberi, 2018. s. 247.
- Kahramanmaraş Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Kahramanmaraş İl Turizm Eylem ve Strateji Planı. Kahramanmaraş İli Ekonomik Görünüm Raporu, 2010-2015 (www.dogaka.org.tr)
- Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü İstatistikleri.
- KARAKAYA, U., 1998. 1990'lı Yıllarda Turizm Sektörünün Kalkınma Sürecinde Türk Ekonomisine Etkileri, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi. İstanbul.
- KİTSEP Turizm Eylem Planı 2014-2018
- KÖŞKER, H., ve UNUR, K., 2014. "Türkiye'nin Dağ Turizm Potansiyeli, Çeşitleri, Sorunlar ve Çözüm Önerileri", 15. Ulusal Turizm Kongresi, Ankara, ss.766-781
- KARATAŞ, M., ve BABUR, S., 2013. Gelişen Dünya'da Turizm Sektörünün Yeri, Kmü Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 15 (25), ss. 15-24.
- KARSLI, H., 1997. Türkiye'de Planlı Dönemde Turizm Yatırımları Ve Uygulanan Politikalar. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

- KİVELA, J. VE CROTTS J. 2006. Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30: 354
- KOÇ, K., 2009. Tarih Boyunca Maraş Şehri'nin Gelişmesini Etkileyen Faktörler, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21, ss. 311-326.
- KOZAK, M., A., ve, BAHÇE S., 2012. Özel İlgi Turizmi, Detay Yayıncılık, İkinci baskı, Ankara, s. 298.
- KOZAK, N., 1999. Turizm Mevzuatı El Kitabı, Yasalar Yönetmelikler Tüzükler. Ankara: Turhan Kitabevi.
- KOZAK, N., KOZAK, M.A. VE KOZAK, M., 2000. Genel Turizm İlkeler-Kavramlar. Ankar, Detay Yayıncılık, s. 171.
- KÖROĞLU, Ö. 2015. Turizmin Çeşitli Kriterlere Göre Sınıflandırılması. ASLAN, Z. (Editör), Genel Turizm, Ankara: Grafiker Yayınları, ss. 111-171
- KÖSEOĞLU, Y., 2000. Turizm Politikalarının Tespitinde Hedefler Ve Türkiye'nin Rekabet Şansını Arttırıcı Tedbirler. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul,
- KUŞLUVAN, Z., 2002. Türkiye'de İçturizm Talebinin Analizi, *Journal of Travel and Tourism Research*, 2,(12), ss.2. [http://stad.adu.edu.tr/TURKCE/makaleler/stadoca2002/tammak1.asp,\(10.06.2006\)](http://stad.adu.edu.tr/TURKCE/makaleler/stadoca2002/tammak1.asp,(10.06.2006))
- KURAK, A., F., ERTAŞ, Ş., Ve SÖNMEZ, E., 2017. Sürdürülebilir Turizm, Kültür Turizmi ve Kültürel Miras. *Akademia Disiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, (1), ss. 52-66.
- KURTZMAN, J. VE ZAUHAR, J. 2001. Virtual sport tourism. In Hudson, S. (ed.). *Sport and adventure tourism*, Haworth Pres, ss. 293-302.
- KUŞAT, N., 2014. Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma İçin Bir Alternatif Olarak Kırsal Turizm ve Türkiye'de Uygulanabilirliği, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), ss. 65-87.
- LJUŞI, B., 2011, Turizm Sektörünün Makedonya Ekonomisindeki Yeri ve Önemi İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- MANİSALI, E., VE YARCAN, Ş., 1987. Türk Turizm Endüstrisi Araştırması, 2.Cilt, T.C. Turizm Bankası A.Ş.: İnceleme, Araştırma Dizisi, s. 41.
- MARAŞ TAHRİR DEFTERİ 1988. (hızl. Refet Yinanç-Mesut Elibüyük), C. I, Ankara Üniversitesi Basımevi Ankara s. 468.
- MATHIESON, A., ve WALL, G., 1993. *Tourism Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Longman Scientifics & Technical, s. 208.
- MISIRLI, İ., DAĞISTAN, M.T., 2017. Kastamonu Yayla Turizminde Yeni Bir Destinasyon Önerisi "İlgaz Kırkpınar Yaylası Örneği s. 512-527.
- MILNE, S., ve ATELJEVİC, I., 2001. "Tourism Economic Development and The Global-Local Nexus: Theory Embracing Complexity", *Tourism Geographies* (4), ss. 369-393.
- MUKHİTDİNOVA, A., 2009. Turizmin Kazakistan Ekonomisindeki Yeri ve Önemi, İstanbul üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- OKUYUCU, A., ve SOMUNCU, M., 2013. Türkiye'de İnanç Turizmi: Bugünkü Durum, Sorunlar ve Gelecek. In *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*, s. 627-643.
- OLALI, H., 1983. Dış Tanıtım ve Turizm, Türkiye İş Bankası Kültür Yayını, Ankara, s. 432.
- OLALI, H., 1992. Turizm, MEB. Yayınları, Ankara, s. 210.

- OLALI, H., VE ALP, T., 1988. Turizm Ekonomisi, İzmir, Ofis Matbacılık, s. 464.
- OLALI, H., 1965. Turizm Dersleri, İzmir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Turizm Enstitüsü Yayınları, s. 33
- ORHAN B., VE OĞUZ, S.Ç., 2008. Kültür Turizmi, (Ed. Necdet Hacıoğlu, Cevdet Avcıkurt), Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara. s. 505.
- ORHON, E., 1977. Turizmin Kalkınmadaki Fonksiyonu, Doktora Tezi. Ankara.
- ÖĞÜT, A., GÜLEŞ, H.K., VE ÇETİNKAYA, A.Ş., 2003 Bilişim Teknolojileri Işığında Turizm İşletmelerinde Yönetim: Enformatik Bir Bakış. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, s. 284.
- ÖNEN, M.O., 2008. Dünya’da ve Türkiye’de Turizm, Türkiye Kalkınma Bankası Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, Ankara, s. 39.
- ÖZGEN, I., 2015. Uluslararası Gastronomiye Genel Bakış. Uluslararası Gastronomi, Detay Yayıncılık, Ankara, ss. 1-32.
- ÖZGÜÇ, N., 1998. Turizm Coğrafyası Özellikler Bölgeler, Çantay Kitabevi, İstanbul, s. 544.
- ÖZTAŞ, K., ve KARABULUT, T., 2006. Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri Nobel Yayın Dağıtım Ankara, s. 186.
- ÖZTURK, A., ve OZAN, E., 2004. “Kahramanmaraş’ta Sanayinin Tarihsel Gelişimi”, Kahramanmaraş Der. Kahramanmaraş Belediyesi, II. Kahramanmaraş Sempozyumu, Kahramanmaraş.
- PAŞA, A. C., 1980. Mâ’rûzât, hazırlayan Yusuf Halaçoğlu, İstanbul: Çağrı Yayınları, s. 270.
- PEKİN, F. 2011. Çözüm: Kültür Turizmi. İletişim Yayıncılık, Birinci Baskı, İstanbul, s.348
- PİGEASSOU, C. 2004. “Contribution to The Definition Of Sport Tourism”. Journal of Sport & Tourism, 9 (3), ss. 287-289.
- QUAN, S., ve WANG, N. 2004. Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in Tourism. Tourism Management. 25, (3), ss. 297-305.
- RAND G. E., HEATH E. VE ALBERTS N. 2006. The role of local food in destination marketing: a south african situational Analysis. Journal of Travel and Tourism Marketing. 14(3), ss. 97-112.
- RİFAİ, T., 2013. “Sustainable Tourism for Development Guidebook-Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries, Foreword”, s. 222.
- RONEY S., A., 2011. Turizm Bir Sistemin Analizi. Detay Yayıncılık. Ankara., s. 200.
- RODEN P. N., 1961. Notes on the Theory of the “Big Push”, H.W. Ellis (ed.), Economic Development for Latin America, Macmillan, London.
- ROSS, S.,D., 2001, ‘Developing Sports Tourism An a Guide for Destination Marketers and Sports Events Planners’ National Laboratory for Tourism and E- Commerce, Illinois.
- SAAYMAN, M., 2012. Introduction to Sports Tourism and Event Management, An. African Sun Media, South Africa, s. 416.
- SAĞLIK, A., KELKİT, A. VE SAĞLIK, E. 2012. İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı’nın İncelenmesi. 2. Ulusal Kırsal Turizm Sempozyumu, Aksaray, s. 35-45.
- SAMIRKAŞ M. VE BAHAR O., 2012. Turizm ve Rekabet, Detay Yayıncılık, Ankara, s.188.

- SCARPATO, R. 2002. Gastronomy as a tourist product: the perspective of gastronomy studies. *Tourism and Gastronomy*, Edit. Anne-Mette Hjalager, Greg Richards, London: Routledge, ss. 51-71
- SCHWARK, J. 2007. "Sport Tourism: Introduction and Overview". *European Journal for Sport and Society*, 4 (2), ss. 117-132.
- SEBAHATTİN KARAMAN, KAAN USTA, 2006. İnanç Turizmi Açısından iznik ve Bir Uygulama Çalışması, II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 2006, Balıkesir 2006, s. 474.
- SEYİDOĞLU, H., 1999. Uluslararası İktisat Teori Politika Ve Uygulama, Güzem Yayıncılık, İstanbul, s. 940.
- SEZGİN, M., ÜNÜVAR, Ş., 2009. Kùltürler Arası İletişimde Turizmin Önemi, Alternatif Turizm Ve Pazar Olgusu, *Journal of Azerbaijani Studies*, ss.392-404.
- SEZGİN, O. M., 2001. Genel Turizm Ve Turizm Mevzuatı. Ankara: Detay Yayıncılık, s. 317.
- SİPE, D., 2009. Social gastronomy: Fourier And Brillat-Savarin, *French Cultural Studies*, s. 219.
- SOMUNCU, M., 2004. "Dağcılık ve Dağ Turizmindeki İkilem: Ekonomik Yarar ve Ekolojik Bedel", *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(1), ss.1-21.
- SOLAK, İ., 2008. "XVI. Yüzyılda Maraş Şehri", *Maraş Tarihi ve Sanatı Üzerine*, KSÜ Kahramanmaraş ve Yöresi Kùltür Değerlerini Araştırma ve Uygulama Merkezi, Yayın No: 1, Kahramanmaraş, ss. 142-162.
- SOYAK, A., 2009. Türkiye'ye Yönelik Yabancı Turizmin İktisadi Etkileri, *Derin Yayınları*, İstanbul, s. 214.
- SÖYLEMEZ, F., 2012. "Osmanlılar Devrinde Maraş'ta Rışvanlı Valiler (XVIII. Yüzyıl)", *Uluslararası Osmanlı Döneminde Maraş Sempozyumu*, Kahramanmaraş, ss.45- 53
- SWARBROOKE, J., VE HORNER, S., 2001. *Business Travel and Tourism*, Butterworth Heinemann, Routledge, Londra, s. 384.
- ŞEN, S., D., 2010. Turizmin Çevresel Etkileri ve Bir Çözüm Olarak Ekoturizm, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- ŞERBETÇİ, İ., 2014. Kahramanmaraş'ın Gelişen Ekonomisi, Akdeniz'in Altın Kenti Kahramanmaraş, 185-207s.
- ŞİT, M., 2016. Türkiye'de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı Akademik Yaklaşımlar Dergisi. İlkbahar 7 (1), ss.101-117.
- T.C. DEVLET SALNAMESİ 1926. İstanbul Matbaa-i Amire, İstanbul TCMB : Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
- T.C. KALKINMA BAKANLIĞI, Onuncu Kalkınma Planı, 2013.200s.
- TOSKAY, T., 1983. Turizm: Turizm Olayına Genel Yaklaşım, *Der Yayınları*, İstanbul, s. 272.
- TOSUN, CEVAT, 2001. Challenges Of Sustainable Tourism Development In The Developing World, The Case Of Turkey, *Tourism Management*, ss. 289-303, Elsevier Science Ltd.
- TURİZM BAKANLIĞI 1998. Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara, s.57.
- TURSAB, Kış Turizmi Raporu, (Çevrimiçi) (<https://www.tursab.org.tr>)
- TURSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği), Turizmin Ekonomideki Yeri, (<http://www.tursab.org.tr>)
- TÜTÜNCÜ, Ö., KİREMİTÇİ, İ., ÇALIŞKAN, U. 2011. Sağlık Turizmi, Güvenlik ve Kalitel. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), ss. 91-93.

- UÇAK, H., 2011. Türkiye'nin Yurtdışı Turizm Talebi. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 12 (2), ss. 91-100.
- ULU, E., A., 2010. Türkiye'de Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri ve Avrupa Birliği Sürecinde Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- USTA, Ö., 1993. Turizm, Altın Kitaplar Yayınevi, s. 220.
- USTA, Ö., 2001. Genel Turizm, Anadolu Matbaacılık, İzmir, s. 240.
- ÜNAL, M. A., 2011. Osmanlı Tarih Sözlüğü, Paradigma Yayınları, İstanbul, s. 758.
- VANHOVE, N., 2006. A Comparative Analysis of Competition Models for Touris Destination Progress in Tourism Marketing, Kozak M, L. Andreau (Ed), London, Elsevier.
- VANHOVE, N. 2002. The Economics of Tourism Destinations, New York: Prentice Hall, ss. 101-114.
- YAĞCI, Ö., 2003. Turizm Ekonomisi. Ankara, Detay Yayıncılık, Eylül, s. 248.
- YALÇIN, O. F., 1999. "Kahramanmaraş'ın Sosyo-Ekonomik Yapısı", Der. M. T. Ongun, Anadolu'da Hızla Sanayileşen Kentler: Kahramanmaraş Örneği, Altıncı Ulusal İktisat Sempozyumu, Türkiye Ekonomi Kurumu, Ankara.
- YERSEL, M., 2010. Turizmin Dubai Ekonomisine Katkısı (2000 ve Sonrası), Marmara Üniversitesi, Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- YILDIRIM, U., TAŞ, İ., E., 2004. "Kahramanmaraş'ta Sanayileşme ve Kentleşmenin Çevresel Etkileri", Kahramanmaraş Der. Kahramanmaraş Belediyesi, I. Kahramanmaraş Sempozyumu, 2004 Kahramanmaraş
- YILMAZ, D., 2007. Genel Turizm: Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler, Turhan Kitabevi, Ankara, s. 383
- YURT Ansiklopedisi, "K. Maraş", 1982- 1983. Anadolu Yayıncılık, İstanbul.
- WANG, S., FU, Y., CECİL, AVE AVGOUSTİS, S. H, 2006, Perceptions Of Cultural Tourism And Quality Of Life A Longitudinal Approach, Tourism Today, ss. 46-66
- WANG, Y. C. 2015. A study on the influence of electronic word of mouth and the image of gastronomy tourism on the intentions of tourists visiting Macau. Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis, 63(1), ss. 67-80.
- WEAVER, D. VE LAWTON, L. 2006. Tourism Management, Third Edition, John Wiley & Sons, Australia.
- WITT, S. F., BROOKE, M. Z., AND BUCKLEY, P. J., 1995. The Management of International Tourism, Routledge, New York, s. 226.

İNTERNET KAYNAKLARI

- www.tdk.gov.tr. (07.02.2019)
- www.tuik.gov.tr. (14.05.2019)
- www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr (18.05.2019)
- www.tursab.org.tr (17.05.2019)
- <http://ekutup.dpt.gov.tr>. (21.02.2019)
- <http://www.kultur.gov.tr> (11.03.2019)
- www.saglikturizmi.org.tr. (11.03.2019)
- <http://www.tcmb.gov.tr>. (27.05.2019).
- www.haber46.com.tr (05.06.2019)
- www.kahramanmarskultur.gov.tr. (08.05.2019).
- www.haberturk.com (08.06.2019).
- www.tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari.html. (11.06.2019).

ÖZ GEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı – Soyadı : Abdülkadir TEKEREK
Doğum Yeri ve Tarihi : K.Maraş 01.01.1992

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : KSÜ İİBF İşletme Bölümü
Bildiği Yabancı Diller : İngilizce
Bilimsel Faaliyetleri :

İş Deneyimi

Stajlar :
Projeler :
Çalıştığı Kurumlar :

İletişim

E-Posta Adresi : a.kadir_tekerek@hotmail.com
Tel. : 5307243546
Tarih : 29.05.19