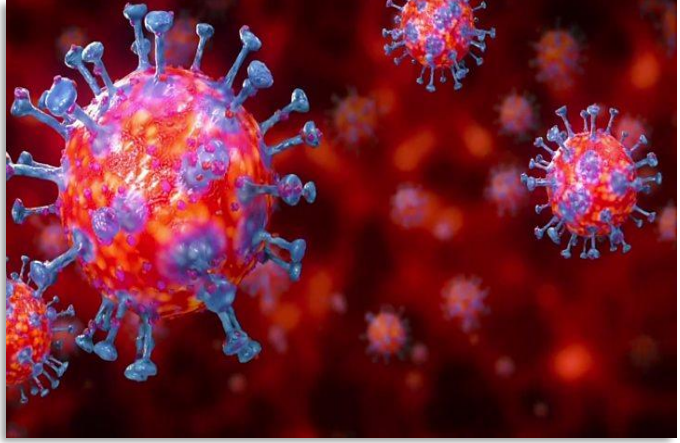


İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ.....	2
2. KORONAVİRÜS SALGINININ DÜNYA EKONOMİSİNE ETKİLERİ.....	2
IMF'nin Bölgesel Büyüme Beklentileri.....	3
OECD Bölgesinde Gerileme Yüzde 9,8	4
Dünya Bankası: Gelişmekte Olan Ülkelerde Tam Resesyon Olacak.....	4
Salgının Türkiye Ekonomisine Yansımaları.....	5
3. PANDEMİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ	5
OECD: Turizmde %60 ila %80 Arasında Daralma Yaşanacak.....	7
“Pandemi, Turizm Sektörünün Yeniden Yapılandırılmasında Fırsat Olabilir”.....	8
WTTC: Dünya Turizminde 197,5 Milyon İstihdam Kaybı Yaşanabilir.....	8
Pandeminin Sektörün Geleceğine Etkileri.....	9
Havayolu Sektöründe Son Durum.....	10
Konaklama Alanında Yaşanan Gelişmeler.....	11
Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlerinde Son Durum.....	11
Avrupa Ülkelerinin Turizm Sektörüne COVID-19 Destekleri.....	13
MICE Turizmi Alanındaki Gelişmeler.....	16
En Fazla Kongre Avrupa Kıtasında Düzenleniyor.....	17
COVID-19'un MICE Sektörüne Etkisi.....	17
ICCA'nın Sektörün Geleceğine Dair Değerlendirmesi.....	18
4. TÜRKİYE'DE SON DURUM.....	18
İç Pazarda Son Durum.....	19
TÜRSAB – GENAR İç Pazar Araştırması.....	20
Turizm Geliri ve İstihdamdaki Kayıplar.....	21
5. SALGIN SONRASI TURİZM TRENDLERİ.....	22
Yeni Normalde Seyahat Trendleri.....	22
Korona Virüsü Salgını Sonrası Tüketici Trendleri.....	23
6. GAZİANTEP TURİZMİ.....	28
Gaziantep'teki Konaklama Tesis Altyapısı.....	30
Seyahat Acentaları Turizmdeki Yükselişte Büyük Rol Sahibi.....	30
7. GAZİANTEP'İN TURİZM DEĞERLERİ.....	30
8. COVID-19 SALGINI SONRASI GAZİANTEP TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK ÖNERİLER.....	48

1. GİRİŞ

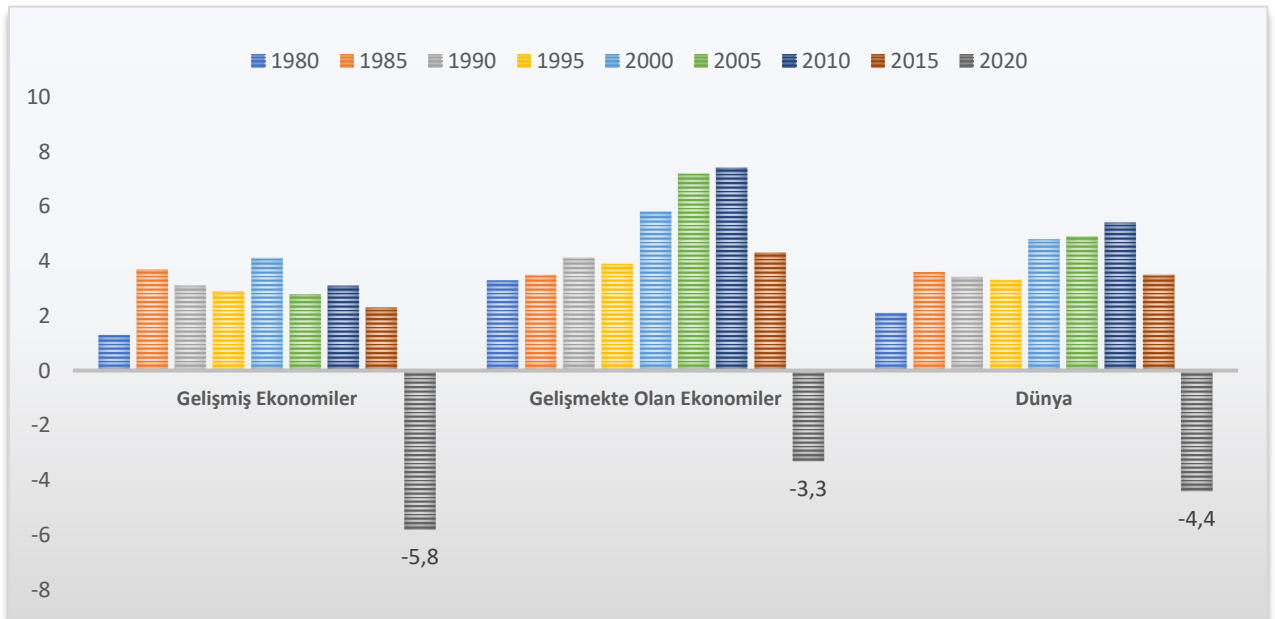
Dünya, 2020 yılını benzeri görülmemiş bir küresel sağlık pandemisiyle geçirmektedir. 2019 yılı sonunda Çin'in Hubei eyaletine bağlı Vuhan kentinde ortaya çıkan Koronavirüs (Covid-19), çok kısa bir sürede dünya çapına yayılan bir salgına dönüşerek, 215 ülkeye yayılmıştır. 28 Ekim 2020 itibariyle



dünya genelinde virüs nedeniyle enfekte olan kişi sayısı 44,2 milyonu, hayatını kaybedenlerin sayısı ise 1,2 milyona yaklaşmıştır. Salgının etkileri yayılarak devam etmektedir. Günlük, sosyal ve iş hayatını derinden etkileyen salgın nedeniyle dünya ekonomisi de çok ciddi zarara uğramaktadır. Covid-19 salgınına ilişkin aşı ve tedavi yöntemleri üzerine çalışmalar hız kazanırken, salgının ekonomiye yansımaları ve etkileri de araştırılmaktadır. Bu raporda genel olarak Korona virüsü salgınının dünya ekonomisine, tüketici eğilimlerine ve turizm sektörüne etkileri ile salgın sonrasında nasıl bir dünyanın bizi beklediğine ilişkin öngörüler yer almaktadır.

2. KORONAVİRÜS SALGINININ DÜNYA EKONOMİSİNE ETKİLERİ

Salgın öncesi süreçte dünya ekonomisi için 2020 yılında ortalama yüzde 3'ler düzeyinde büyüme beklentisi mevcut iken Covid-19 virüsünün uluslararası bir salgına dönüşmesi dünya ekonomisinin resesyona girmesine neden olmuştur.



Uzmanlar, dünya ekonomisinde tarihin en ciddi daralma dönemlerinden birinin yaşandığını kaydetmektedirler. Uluslararası Para Fonu (IMF) tahminlerine göre 2020 yılında, salgın nedeniyle küresel ekonomide yüzde 4,4 oranında daralma yaşanacak. Dünya ekonomisindeki bu daralma, 1930'larda yaşanan "Büyük Bunalım"dan bu yana görülmeyen bir daralma olarak değerlendirilmektedir.

IMF'nin Bölgesel Büyüme Beklentileri

IMF'nin açıkladığı verilere göre dünya ekonomisinde, 2020 yılı sonunda yüzde 4,4 oranında gerileme yaşanması beklenirken, gelişmiş ekonomilerdeki daralma yüzde 5,8 seviyesine ulaşacak. IMF'nin gelişmekte olan ekonomiler için 2020 yıl sonu tahmini ise yüzde 3,3 gerileme olarak açıklanmış durumda.

Koronavirüs salgınının bölgesel etkilerine bakıldığında ise 2020 yılında Avrupa bölgesinde yüzde 8,3 oran ile en keskin düşüş yaşayacağı öngörülmektedir. IMF'nin en son Ekim ayında yaptığı tahminlere göre İtalya'da 10,6, Fransa'da 9,8, İspanya'da ise yüzde 12,8 gerileme beklenirken İngiltere'deki gerileme yüzde 9,8 oranında gerçekleşecek.

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki gerilemenin yüzde 4,3 olması beklenirken

Çin ekonomisinin yüzde 1,9 oranında büyümesi beklenmektedir. Latin Amerika ekonomilerinde ise yüzde 8,1 oranında daralma öngörülmektedir.

IMF Dünya Ekonomik Görünüm		
Öngörülerine Genel Bakış		
(Güncelleme Ekim 2020)		
	Projeksiyon	
	2020	2021
Dünya	-4,4	5,2
Gelişmiş Ekonomiler	-5,8	3,9
Amerika Birleşik Devletleri	-4,3	3,1
Avrupa Bölgesi	-8,3	5,2
Almanya	-6	4,2
Fransa	-9,8	6,0
İtalya	-10,6	5,2
İspanya	-12,8	7,2
Japonya	-5,3	2,3
İngiltere	-9,8	5,9
Kanada	-7,1	5,2
Diğer Gelişmiş Ekonomiler	-3,8	3,6
Gelişmekte Olan Pazarlar ve Gelişmekte Olan Ekonomiler	-3,3	6,0
Yükselen ve Gelişen Asya	-1,7	8,0
Çin	1,9	8,2
Rusya	-4,1	2,8
Latin Amerika ve Karayipler	-8,1	3,6
Brezilya	-5,8	2,8
Meksika	-9,0	3,5

TÜRKİYE'NİN TURİZMDEKİ RAKİPLERİ VE ANA PAZARLARINDA EKONOMİK GÖRÜNÜM (IMF 2020)	
ÜLKE	DEĞİŞİM %
Yunanistan	-9,5
İtalya	-10,6
İspanya	-12,8
Fransa	-9,8
Almanya	-6
Birleşik Krallık (İngiltere)	-9,8
Rusya	-4,1
Türkiye	-5

Turizm sektöründe Türkiye'nin ana pazarı konumunda olan ülkeler ile Akdeniz çanağında rekabet ettiği ülkelerdeki ekonomik tablo salgının yarattığı tahribatı gözler önüne sermektedir. IMF verilerine göre Türkiye'nin rakiplerinden Yunanistan'ın 2020 yılında ekonomik açıdan yüzde 9,5 oranında daralması beklenirken, İtalya için öngörülen küçülme yüzde 10,6, İspanya'da yüzde 12,8, Fransa'da ise yüzde 9,8 seviyesindedir. Ana pazarlarımızda yaşanan

ekonomik gerileme Almanya'da yüzde 6, İngiltere'de yüzde 9,8, Rusya'da ise yüzde 4,1 oranındadır.

OECD Bölgesinde Gerileme Yüzde 9,8

2020 yılının ekonomik tablosu OECD verilerinde de pek parlak görünmemektedir. Dünya Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından 26 Ağustos 2020 tarihinde yapılan açıklamaya göre, OECD bölgesinde yılın ikinci çeyreğinde Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'da (GSYİH) yüzde 9,8 oranında bir gerileme yaşanmıştır. Söz konusu gerilemenin 2009'daki küresel ekonomik krizde yaşanan yüzde 2,3'lük gerilmenin çok üzerinde olduğuna dikkat çekilmektedir. Yılın ikinci yarısında GSYİH'da yaşanan gerilemenin, Birleşik Krallık'ta yüzde 20, Euro bölgesinde yüzde 12 civarında gerçekleştiği görülmektedir.

Dünya Bankası: Gelişmekte Olan Ülkelerde Tam Resesyon Olacak

Merkezi Washington'da bulunan Dünya Bankası'nın Haziran ayında yayınladığı raporunda ise 2020 yılında dünya ekonomisi, 19. yüzyıldan bu yana görülen en büyük çöküşü yaşamaktadır. Küresel Ekonomik Görünüm Raporu'nda dünya ekonomisinin 2020'de yüzde 5,2 küçüleceğini



kişi başı GSYİH'nin de yüzde 6,2 azalacağı öngörülmektedir. Raporda ayrıca çok sayıda ülkede

kişi başına gelirin, 1870'den bu yana görülmedik ölçüde azalacağına, bunun da en az 70 milyon kişiyi aşırı yoksullaştıracığına dikkat çekilmektedir.¹

Salgının Türkiye Ekonomisine Yansımaları

Salgın nedeniyle birçok ülke gibi Türkiye de zorlu bir süreçten geçmektedir. IMF tahminlerine göre 2020 yılında Türkiye'nin GSYİH'nin yüzde 5 seviyesinde düşüş göstermesi beklenmektedir. Dünya Bankası'nın 2020 yılı için hazırladığı senaryoda ise Türkiye ekonomisi yüzde 3,8 daralacak.² Dünya Bankası, Covid-19 salgını kaynaklı olarak işgücüne katılımın azalabileceği ve istihdamın olumsuz etkilenebileceğine dikkat çekmektedir. Hazine ve Maliye Bakanlığının Yeni Ekonomi Programı'nda açıkladığı verilere göre ise Türkiye ekonomisi 2020 yılını %0,3 büyüme ile kapatacak.

3. PANDEMİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ



Korona virüsü salgını birçok sektörü önemli ölçüde etkilemiştir. Ancak bu krizden en çok etkilenen sektör turizm olmuştur. Salgının başladığı Aralık 2019'dan itibaren seyahat hareketleri aşama aşama durdurulmuştur. İlk etapta salgının etkilediği ülkelerde seyahat hareketlerine kısıtlama getirilirken

salgının yayılmasıyla birlikte uluslararası uçuşların tamamına yakını askıya alınmıştır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından Haziran ayı verileri çerçevesinde yapılan değerlendirmeye göre; Covid-19'un turizm sektörüne verdiği zarar 2009 yılındaki küresel ekonomik krizin 3 katına çıkmıştır.

UNWTO Dünya Turizm Barometresi verilerine göre; seyahat kısıtlamaları nedeniyle Haziran ayında uluslararası seyahat sayısı bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 93 oranında

¹ <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52971265>, <https://www.sozcu.com.tr/2020/ekonomi/dunya-bankasina-gore-son-150-yilin-en-kotu-dorduncu-krizi-yasaniyor-5918171/>

² <https://www.worldbank.org/tr/country/turkey/publication/economic-monitor>

gerileme göstermiştir. UNWTO'nun açıkladığı verilere göre 2020 yılının Ocak-Haziran dönemini kapsayan ilk yarısında uluslararası seyahat sayısında kaydedilen toplam düşüş ise yüzde 65 olmuştur. Buna göre altı aylık dönemde uluslararası seyahat sayısı 440 milyon azalırken, uluslararası turizm gelirlerindeki kayıp 460 milyar \$ seviyesine ulaşmıştır.

Haziran ayından itibaren uluslararası seyahat yasakları kademeli olarak kaldırılrsa da dünya genelinde bir seyahat serbestisinden bahsetmek henüz mümkün değildir.

2020 YILI İLK 6 AYLIK DÖNEMDE BÖLGELERE GÖRE DÜNYA TURİZMİNDEKİ KAYIP ORANLARI (UNWTO)

Bölgeler	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haz.	6 Aylık
Avrupa	5	2	-61	-98	-96	-90	-66
Asya Pasifik	-5	-51	-82	-99	-99	-99	-72
K. ve G. Amerika	0	3	-49	-94	-93	-92	-55
Afrika	2	1	-43	-99	-99	-99	-57
Orta Doğu	5	-25	-45	-94	-94	-94	-57
Dünya	1	-16	-64	-97	-96	-93	-65

UNWTO tarafından 10 Eylül 2020 tarihinde yapılan açıklamada dünya genelindeki destinasyonların yüzde 53'ünün seyahat kısıtlamalarını gevşettiği ifade edilirken yüzde 47'si halihazırda kapalı durumda bulunmaktadır.³

Pandemi öncesi dönemde global turizm hareketleri, istikrarlı olarak yüzde 4 civarında büyüme gösteriyordu. UNWTO verilerine göre 2019 yılında dünya turizmi yüzde 3,8 oranında büyürken, gerçekleştirilen uluslararası seyahat sayısı 1 milyar 461 milyona uluslararası turizm kaynaklı gelirler ise 1.5 trilyon dolar seviyesine yükselmişti.

UNWTO Genel Sekreteri Zurab Pololikashvili konuyla ilgili olarak "Son veriler turizmi güvenli bir şekilde yeniden başlatmanın önemini gösteriyor. Uluslararası turizmdeki dramatik düşüş aralarında gelişmekte olan ülkelerin de olduğu birçok ülkede milyonlarca insanın geçim kaynağı için risk oluşturuyor. Hükümetlerin iki sorumlulukları var. Halk

sağlığıyla birlikte iş ve istihdamı da korumak. Bununla birlikte yaşadığımız zorlu sürecin iş birliği ve dayanışma ruhuyla aşılması için çalışmalı ve inşa etmek için çok çalıştığımız güveni koruyarak

³ <https://www.unwto.org/more-than-50-of-global-destinations-are-easing-travel-restrictions-but-caution-remains>

bu güveni zayıflatabilecek tek taraflı kararlar vermekten kaçınmaları gerekir” değerlendirmesinde bulunmuştur.

OECD: Turizmde %60 ila %80 Arasında Daralma Yaşanacak

Turizmde yaşanan gerileme, Dünya Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından da incelenmiştir. OECD’nin 2 Haziran 2020 tarihinde güncellenen “Turizm Politikalarının Koronavirüse Yanıtı”⁴ başlıklı raporunda Koronavirüs



salgınının dünya turizminde çok daha büyük kayıplara yol açacağı belirtilmektedir. Söz konusu OECD raporunda Covid-19 salgınının 2020 yılı genelinde dünya turizminde yüzde 60 ile yüzde 80 arasında bir daralmaya yol açacağı öngörülmüştür.

Koronavirüs salgınının “Eşi benzeri görülmeyen bir kriz” olarak tanımlandığı” OECD raporunda pandeminin Aralık 2020 tarihine kadar kontrol altına alınamaması durumunda turizmdeki daralmanın yüzde 80 civarında olabileceğine işaret edilmektedir.



Pandemi sonrası süreçte ise dünya turizminde başta Avrupa olmak üzere belirli bölgelerden başlayarak toparlanma yaşanacağı belirtilen OECD raporunda, yurt içi turizm pazarının turizm ekonomisi içindeki payının yüzde 75’leri bulduğu OECD ülkelerinde toparlanmanın daha hızlı olacağı ifade edilmektedir. Raporda,

özellikle sektörün işletme ve istihdam sayısı yüksek olan bölgelerde toparlanma şansının daha yüksek olacağı belirtilmektedir.

⁴ https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses

“Pandemi, Turizm Sektörünün Yeniden Yapılandırılmasında Fırsat Olabilir”

Covid-19 salgını sürecinde ülke yönetimlerinin ve turizm sektörünün aldıkları önlemlere ve krizin aşılması noktasında atılan adımlara işaret edilen OECD raporunda, turizm sektörü ve kamu yönetiminin iş birliği mekanizmalarını bundan sonra da güçlendirerek devam ettirmelerinin önemine değinilmektedir. Özellikle de pandemiden büyük oranlarda etkilenen bölgelerde toparlanma sürecinde iş birliğinin önemine vurgu yapılan raporda, kamu yönetimi makamlarının, Covid-19 salgını krizinin turizm sektörü üzerindeki uzun vadeli etkilerini dikkate almaları, bu anlamda destek programlarını sürdürmeleri gerektiği ifade edilmektedir. OECD raporunda pandemi süreci sonrasındaki yapısal değişime yönelik kamu desteğinin önemine de işaret edilerek, bunun güçlü, sürdürülebilir ve dayanıklı bir turizm sektörünün inşasında önem arz ettiği belirtilmektedir. Raporda, pandemi nedeniyle ortaya çıkan krizin turizm sektörü için bu anlamda bir fırsata da dönüştürülebileceğine dikkat çekilmektedir.

WTTC: Dünya Turizminde 197,5 Milyon İstihdam Kaybı Yaşanabilir

Korona virüsü turizm endüstrisindeki istihdamı da son derece olumsuz etkilenmiştir. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (The World Travel & Tourism Council) WTTC tarafından yapılan araştırmaya göre, pandemi nedeniyle küresel ölçekte işini kaybedecek turizm çalışanlarının



sayısının 98 ila 197,5 milyon aralığında olacağı öngörülmektedir. Söz konusu araştırmada turizm endüstrilerinin dünya genelinde ülkelerin gayri safi yurtiçi hasıllarına sağladıkları katkıda 5,5 trilyon \$'a kadar kayıp yaşanması ihtimali bulunduğu ifade edilmektedir.⁵

WTTC'nin Covid-19 salgını çerçevesindeki turizm sektörüne yönelik analizini içeren araştırmada, en iyi senaryoya göre turizm sektöründe dünya genelinde yüzde 30'luk bir istihdam gerilemesi ile 98,2 milyon kişinin işsiz kalabileceğine işaret edilmektedir. WTTC araştırmasında temel senaryoya göre turizm istihdamı alanındaki düşüş yüzde 37 ile 121 milyon kişinin işini

⁵ <https://wttc.org/Research/Economic-Impact/Recovery-Scenarios-2020-Economic-Impact-from-COVID-19>

kaybetmesine yol açacak, en kötü senaryoya göre ise dünya genelinde turizm istihdamı alanında yüzde 60'lık bir azalma ile 197,5 milyon kişi işsiz kalacaktır.

WTTC'nin öngörüsüne göre uluslararası turizmin yanında ülkelerin iç turizm hareketlerinde pandemi nedeniyle yaşanan duraksamanın oluşturacağı kayıp çok yüksek olacak. WTTC'nin analizinde dünya genelinde turizm GSYİH'sında en iyi senaryoya göre yüzde 30'luk azalma ile 2,6 trilyon Dolar'lık bir kayıp gerçekleşebilecektir. Temel senaryoya göre turizm GSYİH'sında yüzde 39'luk bir düşüşle 3,4 trilyon Dolar seviyesinde bir kayıp yaşanması söz konusu olabilecektir. En kötü senaryoya göre ise turizm GSYİH'sında yüzde 62'lik bir gerileme ile 5,5 trilyon Dolar civarında bir düşüş yaşanabileceği öngörülmektedir.

Pandeminin Sektörün Geleceğine Etkileri



COVID-19 salgını, modern seyahat endüstrisinin karşılaştığı en büyük zorluklardan biri olmuştur. McKinsey, raporuna göre COVID-19 salgını nedeniyle yaşanan ekonomik gerileme, seyahat kısıtlamaları, havayolu kapasitesinin azaltılması, sosyal mesafe kurallarını da içeren sağlık ve güvenlik önlemleri sektörün

hareket kabiliyetini yok denecek noktaya taşımıştır. Sektörün daha önce hiç yaşamadığı bir deneyim olan salgın koşulları altında sektörün ne zaman iyileşeceğine ilişkin bir zaman çizelgesi tahmin etmek kolay gözükmemektedir. Salgının etkileri özelinde hazırlanan senaryolara göre küresel turizmin 2023–2024'e kadar toparlanması, ancak bu toparlanmada turizm harcamaları bakımından 2019 seviyesini, 2023'ten önce göremeyeceği ifade edilmektedir.

Uluslararası Danışmanlık şirketi KPMG'nin aralarında Almanya, İngiltere, ABD, Kanada, Çin, Japonya, İtalya ve İspanya'nın da bulunduğu 12 ülkede 70 bin kişinin katılımıyla gerçekleştirdiği tüketici araştırması da turizmdeki toparlanmanın kısa vadeli biçimde gerçekleşmeyeceğini göstermektedir. Araştırmaya göre tüketicilerin %47'si 3 ila 6 ay içinde rezervasyon yaptırmayı planlarken %23'ünün 1 yıldan önce seyahat düşünmedikleri görülmektedir.

Havayolu ile seyahate güvenli olarak bakanların oranı %41 seviyesinde bulunurken %23'lük kesim havayolu ile seyahati pandemi nedeniyle güvenli bulmadığını belirtmiştir. Özellikle Almanlarda (%32) ve İngilizlerde (%30) havayolu ile seyahat konusunda endişenin hakim olduğu dikkat çekmektedir.

Diğer tüm araştırmalarda da ortaya konduğu üzere KPMG araştırmasında da tüketiciler için en önemli önceliğin fiyat yerine sağlık ve güvenlik olduğu görülmektedir. Gerekli güvenlik ve hijyen kuralları sağlanırsa tüketiciler yurt içi seyahatleri sürdürmeye daha eğilimli oldukları dikkat çekmektedir. Tüketicilerin yüzde 22'si Covid-19 vaka durumunu dikkate alarak yurt içi tatile çıkabileceğini ifade etmiştir.

Havayolu Sektöründe Son Durum

Hava yolu sektörü, süreçten en çok etkilenen sektörlerden biri olmuştur. Birçok hava yolu şirketi bu dönemde zarar bildirmeye devam ederken bazıları ise iflas etmiştir. Asya'da daha hızlı bir iyileşme mümkün olsa da hava yolculuğunun 2024 yılına kadar küresel olarak COVID-19 öncesi seviyelere ulaşması beklenmemektedir. Bu dönemde dünya uçak filosunun üçte ikisi park edilirken 18 havayolu birkaç ay içinde iflas başvurusunda bulunmuştur. Küresel havayolu endüstrisinin 2020'de 315 milyar dolarlık yolcu geliri kaybedeceği tahmin edilmektedir. Havayolları, 2019'un tamamında 44 milyar dolar olan tam yıllık işletme karına kıyasla 2020'nin sadece ikinci çeyreğinde yaklaşık 60 milyar dolar nakit kaybetmiştir.

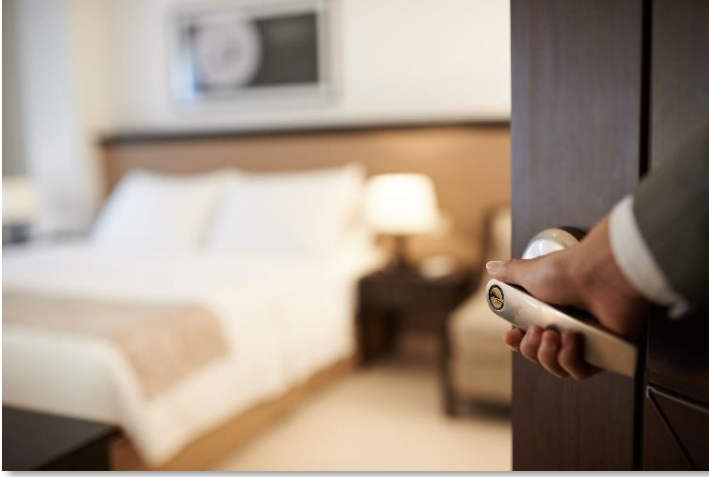
McKinsey COVID-19 küresel hava trafiği talep senaryoları, havacılık sektöründe yavaş bir toparlanma olduğunu göstermektedir. Temel senaryolardan birinde, talep 2019'a kıyasla 2020 için yüzde 66 ve 2021 için yüzde 47 düşüş beklenmektedir. En son



Uluslararası Hava Taşımacılığı Derneği (IATA) tahminleri ile uyumlu olarak, 2019 yılı hava yolculuğu talebinin küresel olarak 2024'e kadar geri kazanılması ise beklenmemektedir. Virüsün etkili bir şekilde kontrol altına alındığı iyimser bir senaryoda dahi 2022'den önce havacılık tam bir iyileşme öngörülmemektedir.

Konaklama Alanında Yaşanan Gelişmeler

Pandeminin etkisini yoğun olarak hissettirdiği alanlardan biri de oteller olmuştur. Otelcilik sektörü bu dönemde, daha önce yaşadığı iki krizin toplamından dört kat daha fazla gelir düşüşü yaşamıştır. Birçok otel, işgücünde önemli düşüş yaşamıştır ve birçoğu, geçici veya kalıcı olarak otelini kapatmak zorunda kalmıştır. McKinsey raporuna göre otellere yönelik talebin 2023'e kadar COVID-19 öncesi seviyelere ulaşamayabileceği öngörülmektedir. Otellerin elde ettikleri



oda başı gelir 2024'e kadar toparlanmayabilir. Tam kapsamlı sektörel iyileşme uzun yılları alabilir.

Haziran ayı itibariyle havayolu ulaşımının kademeli olarak açılmasıyla birlikte konaklama sektöründe de kısmi bir hareketlilik yaşanmaya başlanmıştır. Türkiye Otelciler Birliği'nin (TÜROB)

uluslararası veri ve analiz şirketi STR Global iş birliği ile hazırladığı otel doluluk verilerine göre Ocak-Ağustos 2020 döneminde Avrupa destinasyonları doluluk ortalaması, yüzde 60,5 düşüşle yüzde 28,3 olurken, ortalama oda fiyatı yüzde 13,7 düşüşle 97 Euro, oda geliri yüzde 65,9 düşüşle 27,4 Euro olarak tespit edilmiştir.

Pandemi nedeniyle 2020'de Türkiye'de şehir otellerinin yarısından fazlası, kıyı otellerinin ise büyük bir bölümü kapalı tutulmuştur. STR Global verilerine göre Türkiye genelinde Ocak-Ağustos dönemi doluluk oranları geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 57,4 azalarak, yüzde 28,5 olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'de en çok konaklama gerçekleştirilen İstanbul ve Antalya'da doluluk oranları beklenen seviyelere ulaşmamıştır. İstanbul'da ilk 8 ayda doluluk oranı yüzde 61,8 düşüşle yüzde 28 olmuştur. Antalya'da ilk 8 ayda doluluk oranları geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 43,9 düşüşle yüzde 37 olarak gerçekleşmiştir.

Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlerinde Son Durum

Tur operatörleri ve seyahat acentaları, havacılık ve konaklama sektörü ile birlikte turizm endüstrisinin en önemli paydaşlarından biri konumunda bulunmaktadır. Genel olarak turizm

sektörü Covid-19 sürecinden en çok etkilenen sektör olurken tur operatörleri ve seyahat acentaları üstlendikleri yükümlülükler nedeniyle bu süreçten en olumsuz etkilenen kesim olmuştur. Kitlesele ve gruplar halinde seyahat hareketlerinin COVID-19 döneminde durma noktasına gelmesi, seyahat acentalarına en ağır darbeyi vurmuştur. McKinsey tarafından yapılan ve Nisan ayında dünya çapında yaklaşık 1.200 tur operatörünün katılımıyla gerçekleştirilen bir araştırma; rezervasyonlarda yaşanan kaybın 2019'a göre yüzde 85 oranında olduğunu ortaya koymuştur. Söz konusu araştırma, 2020 yılı sonunda sektörün uğrayacağı kaybın yüzde 73 seviyesinde olacağını göstermektedir.

Sezon planlamaları dahilinde 2019 yılı sonunda otellerin oda ve uçakların koltuk bedellerini önceden ödeyen tur operatörleri ve seyahat acentalarının, erken rezervasyon döneminde gerçekleştirdikleri satışların büyük kısmı ya iptal edilmiş ya da ileri bir tarihe



ertelenmiştir. Bu da seyahat acentalarının nakit akışında ciddi sorunlara yol açmış ve sektör açısından zorlayıcı neticeler doğurmuştur.

Korona virüsü salgını kaynaklı kriz önceki yıllarda yaşadığımız birçok krizden çok daha derin ve geniş kapsamlı bir yapıda olduğu giderek daha net anlaşılmaktadır. Sektörün lokomotifi konumunda olan seyahat acentalarının bu süreçte ayakta kalabilmesi için desteğe ihtiyacı bulunmaktadır. Bu kapsamda, Almanya, Fransa, İspanya, Rusya gibi ülkelerde hükümetler seyahat acentalarına yönelik özel destek paketleri açıklamışlardır.

Tatilleri iptal edilen tüketiciler ise ödemelerini almak için tur operatörlerine veya seyahat acentalarına başvuruda bulunmuşlardır. Dolayısıyla seyahat acentaları, ciddi bir finansman kriziyle baş başa kalmıştır. Turizmin önemli kaynak pazarı olan Avrupa'da tur operatörleri krizle başa çıkabilmek için devlet desteğine başvururken, tüketicilerin seyahatlerini ileri tarihlere ertelemelerini telkin eden kampanyalar ile kupon uygulamaları gündeme gelmiştir.

Bazı Avrupa ülkelerinde tur operatörleri başta olmak üzere turizm sektörüne verilen destekler şu şekildedir:

Avrupa Ülkelerinin Turizm Sektörüne COVID-19 Destekleri

ALMANYA



Kredi Desteği: Almanya'daki seyahat acentaları için yüzde 100'ü devlet garantili olarak Kalkınma Bankası'ndan 10 yıl vadeli kredi desteği sağlanmaktadır. 50'den az çalışana sahip olan şirketler için sağlanan kredi üst sınırı 500 bin Euro iken 50'den fazla çalışana sahip şirketler için 800 bin

Euro'dur.

Hibe Desteği: Alman hükümeti tüm küçük ölçekli işletmeleri ve serbest meslek çalışanları için toplamda 50 Milyar Euro'luk hibe destek paketi açıkladı. Bu hibe paketinden seyahat acentaları da faydalanabiliyor. Bu çerçevede;

- 5 kişiye kadar çalışanı olan seyahat acentaları 3 ay boyunca 9 bin Euro
- 10 kişiye kadar çalışanı olan seyahat acentaları ise 3 ay boyunca 15 bin Euro hibe desteği sağlandı.

Federal Almanya Cumhuriyeti Ekonomi ve Enerji Bakanlığı Temmuz 2020 başlarında ise turizm sektörü için 25 milyar Euro'luk bir destek paketi hazırladığını açıkladı. Ağustos ayı sonlarına dek destekten yararlanmak için 40 bin başvurunun alındığı ve 700 milyon Euro yardım verildiği ifade edilmektedir. Ekonomi ve Enerji Bakanlığı yardımın süresini 2020 yılı sonuna dek uzatmayı planlamaktadır.

Almanya'da ayrıca zor durumda olan Avrupa seyahat pazarının en büyük tur operatörü konumundaki TUI'ye Almanya'da hükümeti tarafından iki parti halinde 3 milyar Euro'ya yakın mali destek ve kredi sağlanmıştır. Tüm bu desteklere karşın TUI'nin zor durumda oluşu

tartışmalara yol açarken, muhalefet Federal Hükümetin TUI'ye yüzde 9'a kadar ortak olma hakkı olduğundan yola çıkarak TUI'nin kısmen kamulaştırılmasını talep etmektedir.

Kupon Uygulaması: Tüketicilerin seyahat iptal talebine karşı seyahat acentaları ve tur operatörleri para iadesi yerine sonraki dönemde değerlendirmek üzere devlet garantili tatil kuponu verme önerisi getirildi. Bu öneri Alman Hükümeti tarafında kabul görse de Avrupa Birliği para iadesi isteyen tüketicilere iade yapılması gerektiği yönünde görüş açıkladı.



Mevcut durumda 8 Mart 2020 tarihinden önce gerçekleştirilmiş rezervasyonlarda kupon almayı kabul eden tüketicilere kupon verilebilirken para iadesi noktasındaki talepleri acentaların yerine getirmesi gerekmektedir. DRV yaz tatili iptali durumunda bu iptallere ilişkin para iadelerinin kesintili bir şekilde tüketicilere yapılacağı yönünde de görüş bildirmektedir. 14 Haziran 2020 tarihinden sonraki seyahatler için tüketici iptal talebinde bulunduğu takdirde, Federal Almanya Dışişleri Bakanlığı'nın Covid-19 salgını nedeniyle açıkladığı seyahat uyarısı bu tarihe kadar geçerli olduğundan mevcut prosedür gereği iptal için öngörülen bedeli ödemek zorundadır.

İTALYA

Hükümetin açıkladığı tedbirler kapsamında tüm sektör çalışanlarının maaşının yüzde 80'inin ödenmesine ilişkin istihdam paketi desteği oluşturuldu. Bununla birlikte serbest meslek sahibi çalışanlarla mevsimlik olarak çalışanlara Mart ayında 600 Euro'luk ödeme yapıldı. Mayıs ayında açıklanan ve turizm sektörünü de kapsayan istihdam destek paketinin toplam büyüklüğü ise 25,6 milyar Euro oldu. Turizm sektörüne sağlanan destekler arasında iç turizmin canlandırılması amacıyla düşük gelirli ailelere ülke içindeki seyahatlerde kullanılmak üzere 500 Euro'luk tatil çeki verilmesi de bulunuyor. Ayrıca otellere vergi indirimi yapılması ve sosyal mesafe kuralına uygun düzenleme yapan işletmelere 2 milyar Euro'luk yardım sağlanması da sağlanan destekler arasında yer alıyor. Bununla birlikte havacılık endüstrisinin ve Alitalia'nın uğradığı zarar için 500 milyon Euro'luk bir fon oluşturuldu.



FRANSA

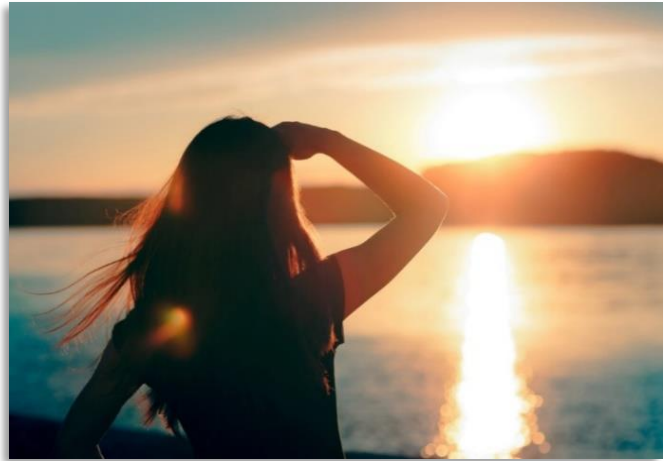
Fransa şirketler ve çalışanlar için sınırsız bütçe desteği vaadinde bulunurken seyahat ve turizm şirketleri için ilk etapta 2 milyar Euro'luk dayanışma fonu kuruldu. Hükümet, Korona virüsü nedeniyle kapalı olan işletmeler için 45 milyar Euro'luk paket oluştururken bu

paketin 8,5 milyar Euro'luk kısmı kısa çalışma ödeneğine ayrılmıştır. Kısa çalışma ödeneği kapsamında çalışanlara brüt maaşlarının yüzde 70'i ödenmektedir. Asgari ücret veya daha düşük ücretli çalışanlar ise maaşlarının tamamını alması sağlanmıştır. Fransız Hükümeti, finansal sistemi korumak için bankaları kapsayan 300 milyar Euro'ya varan bir garanti sistemi getirilmiştir.

Fransa 15 Mayıs 2020 tarihinde 18 Milyar Euro büyüklüğünde bir "Turizm Destek Paketi" açıklamıştır. Fransız Hükümeti söz konusu desteklerin yanı sıra kamu ve özel sektör temsilcileri ile Atout France yetkililerinden oluşan bir turizm komisyonu da oluşturmuştur.

İSPANYA

İspanya hükümeti 17 Mart 2020'de korona virüsün ekonomik etkilerine karşı 200 milyar Euro'luk paket açıklamıştır. Bu paketin 117 milyar Euro'luk kısmı kamuya ayrılırken 83 milyar Euro'luk bölümü krizden etkilenen şirketler ve işçiler için ayrılmıştır. 18 Haziran tarihinde açıklanan turizm sektörüne ilişkin



destek paketinin boyutu ise 4,2 milyar Euro olmuştur. Bu destek paketinin 2,5 milyar Euro'luk kısmını sektöre sağlanacak olan krediler oluştururken dijitalleşme ve sürdürülebilirlikle rekabeti teşvik için 850 Milyon Euro, İspanya Havalimanları İşletmeleri'ne (AENA) 756 milyon Euro'luk teşvik verilmiştir.

PORTEKİZ

Portekiz hükümeti, pandeminin ilk döneminde işverenlerin sigorta yükünün yüzde 70'ini karşılarken, çalışanların maaşının 3'te 2'sini karşılayan istihdam destekleri uygulamıştır.

Turizm sektörüne özel olarak restoran işletmelerine yönelik toplam büyüklüğü 600 milyon Euro'luk kredi paketi oluşturulurken seyahat acentaları ve etkinlik organizasyonu yapan şirketlere yönelik 200 milyon Euro toplam büyüklüğe sahip kredi paketi sağlanmıştır. Otellere açılan kredi kanalının büyüklüğü ise 900 milyon Euro olmuştur. Turismo de Portugal çatısı altında ise zor durumdaki küçük ölçekli işletmeler için 60 milyon Euro'luk kredi paketi açıklanmıştır.



AVUSTURYA

Avusturya'da Tarım, Bölgeler ve Turizm Bakanlığı, Covid-19 salgını dolayısıyla turizm sektörüne yönelik ilk destek paketini, 6 Mart 2020 tarihinde açıklamıştır. Bu paket daha çok Avusturya Otel ve Turizm Bankası üzerinden kredi desteğini içermektedir. Buna göre yaklaşık 1,6

milyar Euro'luk bir destek bütçesi ayrıldığı açıklanmıştır. Avusturya hükümeti ayrıca tüm ticari işletmelere yönelik olarak Covid-19 krizini aşmak amacıyla 2 milyar Euro'luk bir destek fonu oluşturmuştur.

RUSYA

Rus Hükümeti, "Nakit İadesi" olarak nitelendirilen bir programla iç turizmi destekleme kararı almıştır. Alınan karar çerçevesinde ülke içinde 25 bin Ruble'nin (2 bin 477 TL) üzerinde tur satın alan vatandaşlara, 5 Bin Ruble nakit iadesi verilmektedir.

MICE Turizmi Alanındaki Gelişmeler

MICE turizmi, son yıllarda önemli bir alternatif turizm çeşidi olarak öne çıkmaktadır. Covid-19 salgınından en çok etkilenen segmentlerden olan MICE turizmi, yeni teknolojik trendlere en hızlı uyum sağlayan yanı ile gelecek vadetmektedir.

En Fazla Kongre Avrupa Kıtasında Düzenleniyor

Modern kongrelerin başladığı Avrupa kıtası, uluslararası kongre turizmi açısından en önemli bölge olma özelliğini geçtiğimiz yıl da sürdürdü. Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği ICCA verilerine göre; dünya genelinde 2019 yılında toplam 13 bin 269 uluslararası toplantı veya kongre gerçekleşirken bunların yüzde 52,8'i (7.045 toplantı) Avrupa'da düzenlendi.



Avrupa'yı 3.019 toplantı ve yüzde 22,7'lik pay ile Asya-Pasifik Bölgesi, 2.633 toplantı ve yüzde 19,8'lik pay ile Kuzey Amerika ve Latin Amerika izledi. Afrika ülkelerinin payı yüzde 3,1 olurken, 2018 yılında Ortadoğu ülkelerinde gerçekleştirilen uluslararası kongre toplantı sayısı 157 oldu. Böylelikle Ortadoğu'nun uluslararası

kongre pazarındaki payı yüzde 1,2 seviyesinde gerçekleşti.

COVID-19'un MICE Sektörüne Etkisi

Küresel ölçekte kongre ve etkinliklerle ilgili stratejileri belirleyen kurumlar arasındaki Profesyonel Kongre Yönetimi Birliği tarafından yapılan bir araştırma Covid-19 sürecinin MICE endüstrisine verdiği zararın boyutunu net biçimde ortaya koydu. Söz konusu araştırmada öne çıkan başlıklar şunlar oldu:

- Küresel ölçekte kongre, toplantı ve etkinlik sektöründe çalışan 26 milyon kişi mesleki anlamda pandemi sürecinden olumsuz etkilendi.
- Etkinlik planlayıcılarının yüzde 87'si düzenleyecekleri organizasyonları iptal ettiklerini açıkladı.
- Etkinliklerin yüzde 66'sı ileri bir tarihe ertelendi.
- Yüzde 61'lik kesim belirsizlik nedeniyle etkinlikleri iptal yoluna mı gitmeleri yoksa ertelemeleri mi gerektiği yönünde kararsız durumda bulunuyor.
- Yüzde 70'i yüz yüze etkinliklerini sanal platformlara taşıdı.
- Yüzde 63'ü online platformlarda başarı sağlayacak yöndeki yeterliliklerini geliştirme arayışında,

- Yüzde 43'lük kesim işten çıkarma, maaş kesintisi ve diğer önlemleri alma gibi konularla karşı karşıya kaldı.
- Küresel Fuar Endüstrisi Birliği tarafından yapılan değerlendirmede ise iptal edilen veya ertelenen ticari fuarlar nedeniyle 2020 yılının ikinci çeyreğinde sektörün uğradığı zararın 144,9 Milyar Dolar seviyesine ulaştığı öngörüldü.

ICCA'nın Sektörün Geleceğine Dair Değerlendirmesi

Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği'nin (ICCA) pandemi döneminde kongre ve etkinlik sektörü temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirdiği araştırma, küresel MICE endüstrisini nasıl bir geleceğin beklediğine ilişkin dikkat çekici bir çalışma olarak öne çıktı. Sektör temsilcilerinin geleceğe dair öngörülerini ana başlıklar halinde şunlar oldu:

- Yüzde 66'sı gelecekte iş yapış biçimlerinde köklü değişimler yaşanacağını öngörüyor.
- Yüzde 84'ü gelecekte katılımcı sayısını artıracak biçimde toplantı ve etkinliklere dijital unsurları içeren hibrit yapılanmaları dahil etmeyi planlıyor.
- Araştırmaya katılanların yüzde 60'ı sanal toplantıların yüz yüze toplantılara nazaran sağlayacağı katkının daha düşük olduğuna inanıyor.
- Yüzde 28'i MICE etkinliklerine ilişkin coğrafi rotasyonların gelecekte gözden geçirileceğini ve büyük ihtimalle de değişeceğini düşünüyor.



4. TÜRKİYE'DE SON DURUM

Dünya çapında en çok ziyaretçi ağırlayan 6'ncı ülke konumunda yer alan Türkiye, 2019 yılını 45 milyonu yabancı olmak üzere toplamda, bir önceki yıla göre yüzde 12,22 oranında artışla 51,7 milyon ziyaretçi ile kapatmıştır. 2020 yılının Ocak-Eylül aylarını kapsayan ilk dokuz aylık dönemde ülkemize gelen toplam yabancı ziyaretçi sayısında, 2019 yılının aynı dönemine göre yüzde 74,3 oranında düşüş göstermiştir. Buna göre 2019 yılının ilk dokuz aylık döneminde

ülkemize gelen yabancı ziyaretçi sayısı 36,4 milyonun üzerinde iken 2020 yılında yaşanan düşüşle birlikte 9,4 milyon kişiye gerilemiştir. Yurtdışından gelen vatandaşlarımız da ilk 9 ayda gelen ziyaretçi sayısına eklendiğinde toplam ziyaretçi sayısı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 71,3 düşüşle 11,9 milyon olmuştur. Türkiye en çok ziyaretçi ağırladığı pazarlarda önemli kayıplar yaşamıştır.

2020 yılının Ocak-Eylül döneminde önemli pazarlardaki grafik şöyle olmuştur:

- Almanya'dan gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre yaklaşık %,77 düşüş (912.749 ziyaretçi)
- Rusya'dan gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre %76 düşüş (1.421.428 ziyaretçi)
- İngiltere'den gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre %67 düşüş (727.532 ziyaretçi)
- Hollanda'dan gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre %77 düşüş (215.564 ziyaretçi)
- Ukrayna'dan gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre %41 düşüş (772.851 ziyaretçi)

İç Pazarda Son Durum



nefes aldirmiştir. Ulaştırma Bakanlığı'nın açıklamasına göre dört günlük Kurban Bayramı döneminde havayolu aracılığıyla 1.2 milyonun üzerinde, hızlı trenle yaklaşık 28 bin kişi seyahat ederken, karayollarında 3.1 milyonun üzerinde araçla seyahat gerçekleşmiştir. Ancak

Türkiye 2019 yılında 34,5 milyar Dolar turizm geliri elde etmişti.

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından açıklanan veriye göre 2019 yılında Türkiye'nin turizm geliri bir önceki yıla göre %17 artarak, **34 Milyar 520 Milyon 332 Bin Dolar'a** çıkmıştır.

2019 yılında kişi başı turizm geliri ise bir önceki yıla göre yaklaşık %3 oranında artarak, 666 Dolar olmuştur.

bayramdan sonraki satışlarda bir duraklama söz konusu olmuştur. Korona virüsü vaka sayılarındaki artış haberlerinin ve kalabalık plaj görüntülerinin getirdiği kaygının bunda etkili olduğu düşünülmektedir. Sezonun uzamasıyla birlikte özellikle izin kullanamayan insanların hafta sonları ya da haftada üç-dört günlük konaklamalı tatilleri tercih ettiği iç pazarda, sonbahar ve kış döneminde artış gösteren termal otel gibi kapalı mekanlara yönelik tatiller için talepler sınırlıdır. İç turizmde ağırlıklı olarak kıyı turizmi talepler öne çıkmaktadır. İkinci olarak da İstanbul'a yakın bölgelerdeki otellere de talep olduğu gözlenmiştir. Kuzey Ege ve Ege kıyıları ilgi gören yerlerden biri olmuştur. İnsanlar kendi araçlarıyla seyahat ettikleri için yakın bölgeleri tercih etmektedirler.

TÜRSAB – GENAR İç Pazar Araştırması

TÜRSAB olarak pandemi sürecinde Türkiye'deki tüketicilerin tatil algısı ve alışkanlıklarında nasıl bir değişim yaşandığını mercek altına almak için GENAR Araştırma Şirketi ile bir kamuoyu araştırması gerçekleştirildi. Araştırmaya yansıyan tüketici beklenti ve tercihleri şöyle oldu:

- Önceki yıllarda tatil tercihlerinde "uygun fiyat" hep ilk tercih nedenini oluştururken pandemi ile birlikte uygun fiyatın yerini hijyen ve güvenlik aldı. Tüketicilerin yüzde 50'si için bu iki konu en önemli belirleyici oldu.
- Covid-19 öncesi tatil planlayanların, tatillerini iptal etme oranlarında 55 yaş üstü grupta diğerlerine göre yüzde 55 daha fazla oldu.
- Tüketicilerin mayıs ayında yüzde 30 olan tatile gitme isteği, haziran ayında yüzde 20'lerin altına indi.
- Hayat normale döndüğünde tatile gitmeyi planlayanların yüzde 94'ü yurt içinde, yüzde 6'sı ise yurt dışında tatil planlamaktadır.
- Tatile giden vatandaşlarımızın yüzde 65'i deniz tatili, yüzde 15'i memleket ziyareti, yüzde 5'i kültür turizmi, yüzde 5'i ise doğa turizmi tercih ediyor.
- Salgın sonrası yeni normal diye adlandırılan süreçte, kendi aracı ile seyahat etme oranı yüzde 48 oranında artış gösterdi.



- İç pazarda tercih edilen bölgelerin başında yüzde 33 ile Ege Bölgesi geliyor. Sonra sırası ile yüzde 30 Akdeniz, yüzde 20 Karadeniz, yüzde 15 Marmara, yüzde 6 İç Anadolu, yüzde 4 Doğu Anadolu, yüzde 4 Güney Doğu Anadolu geliyor.
- Seyahat acentalarının en önemli tercih edilme nedenleri arasında yüzde 30,7 ile uygun fiyat imkânı sunmaları ilk sırada yer alıyor.

Turizm Geliri ve İstihdamdaki Kayıplar



Yurt dışı sınırlarının kapalı olması nedeniyle yılın ilk yarısına ait turizm geliri verileri de açıklanamamıştır.

Koronavirüs salgını turizm sektöründeki istihdamı da olumsuz etkilemiştir. Yüksek sezon olarak nitelendirilecek olan 2019 yılı Eylül ayı itibariyle

Sosyal Güvenlik Kurumu 4/A kapsamında istihdam edilen sigortalı turizm çalışanı sayısı, 1 milyon 268 bin 478 kişi idi. Eylül ayı verilerine göre turizm alanındaki istihdam, toplam istihdamın %8,7'sini oluşturmaktaydı.

Haziran 2020 döneminde ise turizm alanında istihdam edilen sigortalı personel sayısı, 1 milyon 28 bin 344 kişi olmuştur. Bu dönemde turizmin toplam istihdam içindeki payı %7,12 seviyesine inmiştir.

Koronavirüs salgını Türkiye'de turizm sektörünü durma noktasına getirmiştir. Türk turizmi, tarihinde olmadığı kadar zor bir dönemden geçmektedir. Turizm sektörünün 2020 yılı sonunda yüzde 70-75 arası bir düşüş yaşayacağı tahmin edilmektedir. 2020 yılında 12-15 milyon ziyaretçi, 8-10 milyar Dolar turizm geliri elde edilmesi beklenmektedir. Yıl sonu itibariyle turizm sektörünün kaybının yaklaşık 25 milyar Dolar civarında olması beklenmektedir.

5. SALGIN SONRASI TURİZM TRENDLERİ

Dünyada 2020 yılına ilişkin planlamaları, beklentileri, alışkanlıkları ve trendleri ciddi biçimde değiştiren Koronavirüs salgını, hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağını göstermiş ve dünya literatürüne “yeni normal” kavramını sokmuştur. Koronavirüs salgını sonrasında



“yeni normal” olarak adlandırılan dönemin kendine özgü kuralları ve talep şekillenmesi ve iş yapış modelleri oluşturacağı görülmektedir. Bu dönemde insanlar zorunlu olmayan tatil vb. seyahatlerinde çok daha temkinli hareket etmektedirler.

Salgın nedeniyle insanlarda hijyen, sağlık ve güvenlik hassasiyeti fazlasıyla gelişmiş, seyahat sektörünü bu alanlara yatırım yapmaya zorlamıştır. Seyahat severler, çok kalabalık olmayan daha sakin tatilleri tercih ettiği bir sürece girmiştir. Tüketicilerin uluslararası seyahatlere eğilimi düşmüş, uçak veya toplu taşımayla gidilecek seyahatler yerini, kendi aracıyla gidebileceği daha yakın destinasyonlara bırakmıştır. Akraba ve eş dost ziyaretleri, kısa süreli seyahatlere yönelimde artış söz konusu olmuştur. Turistlerin hem alan olarak hem de servis sürecinde birbirleriyle daha az temas edeceği otellere yönelim gözlenmektedir. Kitle turizmi yerine; daha butik tatiller ve doğayla baş başa kalınabilecek destinasyonlar öne çıkmaktadır. Küçük gruplarla yapılan mavi turlar, kamp ve karavan tatilleri, butik oteller de bu yaz döneminde talep gören segmentler olmuştur. Sosyal izolasyon sürecinin uzadığı 2020 yılında bisiklet, trekking ve yürüyüş gibi açık hava etkinliklere ve doğa turizmine yönelik talebin arttığı ifade edilmektedir.

Yeni Normalde Seyahat Trendleri

Londra merkezli trend araştırmaları şirketi Globetrender, Koronavirüs nedeniyle ortaya çıktığı gözlemlenen on seyahat trendini mercek altına alırken özellikle 2021 yılı ile birlikte;



- İndirimli tatiller
- Kısa süreli geziler
- Sanal seyahat
- Lüks kaçış noktaları
- Güvenli destinasyonlar
- Rezervasyon esnekliği
- Kış tatillerine olan talepte artış gibi trendlerin öne çıkacağını öngörmektedir.

Korona Virüsü Salgını Sonrası Tüketici Trendleri

Tüketici davranışları ve eğilimleri konusunda 2002 yılından bu yana faaliyet gösteren ve değişen trendleri mercek altına alan Hollanda merkezli "Trendwatching"⁶ şirketince yapılan değerlendirmeye göre korona virüsü salgını sonrası dönemde öne çıkacak tüketici trendleri şunlar olacak:

1. Sanal Deneyim Ekonomisi

Korona virüsü tüm dünyada insanları evlerine kapatırken sosyal izolasyon kavramı çok yaygın bir hal almıştır. Tüm dünyada, konser, sanat, eğlence ve aktivite organizasyonlarından spor müsabakalarına kadar birçok etkinlik sosyal mesafe yaklaşımı nedeniyle askıya alınmıştır. Bu nedenle insanların yaşamlarında



büyük bir boşluk oluşmuştur. Eski dönemde ön plana çıkan "deneyim ekonomisi"nin yerini kapsamlı yeni teknolojilerle gelişen "sanal deneyim ekonomisi" alması beklenmektedir. Sanal deneyim giderek önem kazanmaktadır. Bu duruma en iyi örneği sosyal medya ve e-spor gibi sanal dünyaya dayalı mecraların bireylere kazandırdığı statüden gözlemlenmektedir.

⁶ <https://info.trendwatching.com/10-trends-for-a-post-coronavirus-world>

2. Alışveriş Akımı (Shopstreaming)



Online ticaret ve canlı yayın deneyimi dijital dünyada özellikle de Asya bölgesinde öne çıkan iki önemli alandır. E-ticaret ve canlı yayın deneyiminin birleşimi olan "Shopstream" (alışveriş) eğilimi de 2017 yılının sonundan itibaren Çin başta olmak üzere Asya'da öne

çıkın bir akımdır. Korona virüsü salgını sürecinde "Shopstream" (alışveriş) trendi, Çin'de geçtiğimiz yıllara nazaran çok daha hızlı bir sıçrama kaydederken bu trendin insanların evlerine kapanması nedeniyle dünya genelinde yaygınlık kazanması beklenmektedir.

3. Sanal Arkadaşlar

Son yılların tartışmalı trendlerinden biri olan "sanal arkadaşlar"ın önümüzdeki süreçte önemini artırması beklenmektedir. İnsanlar dijital asistanlara ve chatbot'lara alıştıkça beklentileri gelişecek ve bazı insanlar (hepsi değil!) eğlendirme, eğitim, arkadaşlık yapma ve iyileştirme gücüne sahip sanal kişilikler aramaya başlayacaktır. Kriz sürecinde, insanların bu sanal arkadaşlara daha fazla yöneldiği görülmektedir ve bu süreç kriz sonrasında da devam edecektir.

Ocak 2020'de Samsung; insanlar gibi görünen ve davranan, duygu ve zeka gösterebilen sanal varlık olan Neon'u tanıttı. CES'te (Consumer Electronics Show) tanıtılan avatarların, sadece veri ve bilgi sağlamaktan ziyade, deneyimlerle ve öğretim becerilerini paylaşarak insanlarla birlikte çalışmaları amaçlanmaktadır.

4. Ortam Sağlığı

Şu anda, insanlar günlük yaşamlarını sürdürürken obsesif bir şekilde el dezenfektanı kullanmakta ve hijyenlerine dikkat etmektedirler. Korona virüsü süreci geride kaldığında hijyen konusundaki bu takıntılı durum devam etmeyecek ve insanlar eski alışkanlıklarına geri dönecekler. Bununla birlikte daha bir süre bu sürecin getirdiği güvende hissetme ve iyi olma

arzusu her zamankinden daha güçlü olarak kalacak. Bu durum müşterilerine sağlıklı ortam sunmak isteyen ve bunu sağlayacak önlemleri alan işletmelere büyük bir fırsat yaratacak.

5. M2P (Mentor To Protégé – Usta-Çırak)

Birçok insan online ortamda uzun süreler geçirirken bir kısmı ise internet ortamında geçirdikleri bu süreyi verimli hale getirme arayışındalar. Yeni beceriler öğrenme ve kendini geliştirmeyi hedefleyen bu insanlar, online ortamda öğretmenler, uzmanlar ve bir



nevi akıllıhocaları arıyor. Bu yönde arayışı olan insanların ihtiyaçlarına yanıt veren dijital platformlar önümüzdeki süreçte daha da ön plana çıkacak.

Bu duruma en iyi örneklerden birini dil öğrenme programı Duolingo'nun online mecradaki oyuncuların yayın yapmalarına olanak sağlayan Twitch platformu ile girdiği iş birliği oluşturmaktadır. Duolingo Elçileri Programına dahil olan 12 farklı dildeki yayıncılar, Twitch chat sistemi üzerinden farklı konularda yayınlar yaparak katılımcıların tercih ettikleri dilde pratik yapmalarına olanak sağlamaktadır.

6. A-Ticaret (Otomatize Ticaret)

Birkaç yıl öncesinin bir diğer trendi olan A-Ticaret (otomatize ticaret) de son dönemde yeniden canlanma gösterdi. 2017/18 yıllarında, yapay zekanın artan gücü ve benimsenmesi bu eğilimin ana itici gücü olurken korona virüsü salgını sürecinde temassız yaşamın artan önemi robotikteki gelişmelerle birlikte otomatize ticaret olarak ifade edilen kavramı da yeniden gündeme getirdi. Önümüzdeki süreçte bu ve buna benzer uygulamalar öne çıkacak. Bu konuda atılan örnek adımlardan biri de 2019 yılında pizza şirketi Domino's tarafından hayata geçirilen uygulama olmuştur. Domino's Pizza ve robot şirketi Nuro, sürücüsüz robot otomobil filosunun Houston, Teksas'taki müşterilere pizza teslim edeceği bir pilot girişimin başlatıldığını duyurmuştur. Teslimatlar, Nuro'nun kompakt bir sedanın genişliğinin yarısı kadar olan ve sürücüsüz R1 aracı tarafından gerçekleştirilmektedir. Araçlar, takip araçları içindeki uzak teknoloji ve insan sürücüler tarafından izlenmektedir.

7. Tükenmişlik



İçinden geçtiğimiz korona virüsü salgını süreci, insanları zihinsel ve duygusal olarak yorsa da bu süreçte insanlara acı veren tek şey değil. Korona virüsü dünya genelinde bir halk sağlığı krizini tetiklemeden ve derin bir ekonomik çöküş korkusu yaşatmadan önce de

insanlar yaygın bir şekilde eşitsizlikle, sosyal rekabetle, iklim krizinin yaklaşan varoluşsal tehdidi ve çok daha fazlası ile karşı karşıyaydı. Bu nedenle, insanların zihinsel olarak rahatlamasını sağlayacak kuruluşların çalışmaları bundan sonra da büyük önem taşıyor olacak ve takdir kazanacak.

Bu bağlamda insanların endişelerini geride bırakmasına yardımcı olacak ve bir nevi "zihinsel masaj" şeklindeki uygulamalara örnek olarak Marriott'un sahibi olduğu Moxy Hotels'in hayata geçirdiği ASMR (Otonom Duyusal Yanıt) videoları gösterilebilir. Whisperlodge şirketi ile birlikte Nisan 2019'da hayata geçirilen bu uygulama, konukların zihinsel olarak rahatlamasını sağlayarak uyumalarına yardımcı olacak tiyatro performans videoları sunmaktadır.

8. Açık Kaynak Çözümleri

Sürdürülebilirlik için cesur yeni bir sınır olan açık kaynak çözümleri, en zorlu ortak sorunlarımıza dair yenilikçi çözümlerin paylaşılmasına olanak sağlıyor. Korona virüsü salgını ise yakın tarihin en acil uluslar ötesi, demografik sorunlarından biri olarak insanlara en iyi organizasyonların başkalarıyla cömertçe iş birliği yapan kişiler olduğunu hatırlatmış durumda.

Açık kaynak paylaşımına örnek olarak Ford, Uber ve Lyft'in de katılım sağladığı "SharedStreets -Paylaşılan Sokaklar" veri platformu gösterilebilir. Kentsel ulaşım sorunlarını azaltmaya yardımcı olmak için tasarlanmış bir kamu-özel veri platformu olan SharedStreets, kaldırım kullanımı ve trafik hızları gibi verilerin paylaşımını ve bu sayede şehirlerin daha iyi yatırım ve yönetim kararları almasını sağlamayı amaçlamaktadır.

9. Destekli Gelişim

Korona virüsü salgını nedeniyle evde daha fazla zaman geçiren birçok kişi, yemek pişirmek gibi uzun zamandır ihmal edilen geleneksel yaşam becerilerini öğrenmeye zorlanacaktır. Artan talep üzerine ekonominin son zamanlardaki büyümesiyle; sayıları artan varlıklı şehirli



basit ev işleri hizmetlerini geçici çalışanlardan aldığı görülmüştü. Kriz sona erdiğinde bu şehirli grubun bir kısmı bu hizmetleri geçici çalışanlardan hizmet olarak sürdürecektir fakat bir diğer kısmı ise bu işleri kendi başlarına yapmaktan hoşlandıklarını keşfedecekler.

10. Sanal Durum Sembolleri

İnsanlar genel olarak statüleri konusunda takıntılıdır. Hatta öyle ki insanların önemli kısmının kendilerini tanımlama biçimlerini, davranışlarını toplumdan ve akranlarından gördükleri saygıyla birlikte anlamlandırabilirsiniz. Statü sembolünü oluşturan unsurların başında ise uzun zamandan bu yana maddi varlıklar geliyordu.



Diğer taraftan genç tüketiciler ve video oyuncularını için maddi varlıklar yerine sanal varlıklar (artırılmış gerçeklik ve Blockchain sistemleri) ön planda yer alıyordu. Korona krizi süreci ise sürdürülebilir

tüketim arzusuyla birlikte sanal varlıkların gerçekten statü sembolü olabileceğinin farklı endüstriler ve yaş grubundan insanlar tarafından kabul edilmesini sağlayabilir.

6. GAZİANTEP TURİZMİ

Akdeniz'in Mezopotamya ile buluştuğu alanda kurulan Gaziantep, Anadolu'nun ilk yerleşim yerlerinden birisi konumundadır. Asırlar boyu bulunduğu bölgenin çekim merkezlerinden biri olarak önemini korumaya devam



eden Gaziantep, tarih boyunca stratejik öneme sahip olan İpek Yolu üzerinde yer almaktadır. Bugüne kadar birçok medeniyete ev sahipliği yapan Gaziantep, sahip olduğu turizm çeşitliliği ile Türkiye'nin önemli turizm destinasyonlarının arasında yerini almıştır. İki milyonu aşkın nüfusuyla günümüzde sanayi, tarım ve eğitim kenti olan Gaziantep'in kültürel ve tarihi zenginlikleri, coğrafi özellikleri ve iklimi kenti son derece özel kılmaktadır. Tarihte adı Ayıntap olarak bilinen ancak halk tarafından Antep olarak anılan şehir, Kurtuluş Savaşı'nda halkın gösterdiği üstün kahramanlıklar nedeniyle 8 Şubat 1921 tarihinde T.B.M.M. kararıyla adının başına "Gazi"lik unvanını kazanmıştır.



Antik dönemden günümüze kadar her dönemde yerleşim izlerinin bulunduğu ve son derece zengin tarihi mirasa sahip olan Gaziantep, kültür turizminin yanı sıra, tescillenen 29 farklı coğrafi işaretli ürünleri ile asırlardır ev sahipliği yaptığı medeniyetlere ait yaşam ve

beslenme kültürlerini günümüze kadar taşımıştır. Türkiye'de gastronomi turizminin en önemli merkezleri arasında yer alan Gaziantep, sahip olduğu zengin ve kente özgü mutfağıyla hem Türkiye hem dünya çapında bu alandaki itibarını her geçen gün artırmaktadır.

Binlerce yıllık tarihe sahip olan şehir, ev sahipliği yaptığı medeniyetlerin kültür ve inançlarının eserlerini de koruyarak günümüze kadar taşımıştır. Antik dönem dini inançların yanı sıra; Musevilik, Hristiyanlık ve Müslümanlık gibi semavi dinlerin eserlerini koruyarak günümüze ulaştıran ve bu bakımdan ülkemizde inanç turizmi açısından önemli noktalardan biri olan Gaziantep, yıl boyu turistlerin ilgi odağı olmaya devam etmektedir.

2019 yılında Gaziantep'teki tesislere giriş yapan kişi sayısı bir önceki yıla göre yüzde 10'un üzerinde bir artışla 900 bine yaklaşmıştır. 2020 yılının Ocak-Ağustos dönemini kapsayan ilk 8 aylık dönemde ise Koronavirüs salgını nedeniyle tüm dünyada olduğu gibi Gaziantep turizminde de düşüşe yol açmıştır. İlk sekiz aylık dönemde Gaziantep'teki tesislere giriş yapan kişi sayısı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 40'ın üzerinde düşüşle 332 bine gerilemiştir.

GAZİANTEP TESİSE GİRİŞ SAYILARI					
YIL	YABANCI	YERLİ	TOPLAM	DEĞİŞİM (%)	
2018	121.851	681.944	803.795	2018/2019	2019/2020*
2019	139.495	745.933	885.428	10,16	-40,2
Ocak-Ağustos 2020	37 633	294 812	332 445		

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı- *2019 Ocak-Ağustos dönemine göre değişim

Gaziantep, özellikle yurt içi turizmde çok tercih edilen destinasyonlar arasında yer almaktadır. Yabancı ziyaretçi sayısında da son yıllarda yukarı doğru bir tırmanış olduğu görülmektedir. Başta Irak olmak üzere, Almanya, Amerika, İran, İtalya ülkelerinden bölgeye önemli bir talep olduğu dikkat çekmektedir.

Milliyetlerine Göre Gaziantep'te En Çok Tesise Giriş Yapan Ziyaretçi Sayısı (2019 Yılı)	
Ülke	Tesise Giriş
Irak	44 147
Almanya	8 186
İran	4 070
Amerika Birleşik Devletleri	3 207
İtalya	2 744
Ürdün	2 300
Çin Halk Cumhuriyeti	2 279
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti	2 112
İngiltere (Birleşik Krallık)	1 915
Fransa	1 881

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Gaziantep'teki Konaklama Tesis Altyapısı

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre, Gaziantep'in Bakanlık İşletme ve Belediye Belgeli olarak 65 tesis, 8 bin 913 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Bu tesislere Bakanlık'tan yatırım belgesi alan 13 tesis daha eklendiğinde tesis sayısı 78'e yatak sayısı ise 11 bin 114'e çıkacaktır.



Gaziantep'te İşletme Belgeli tesislerin 6'sı beş yıldızlıdır. Şehirdeki dört yıldızlı otel sayısı 13, üç yıldızlı otel sayısı ise 16'dır. Gaziantep'te özel belgeli tesis sayısının ise 16 olduğu görülmektedir.

GAZİANTEP'TEKİ KONAKLAMA TESİSİ İSTATİSTİKLERİ			
Şehir	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Belediye Belgeli	16	554	1 074
İşletme Belgeli	49	3 929	7 839
Yatırım Belgeli	13	1 044	2 201
TOPLAM	78	5 527	11 114

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

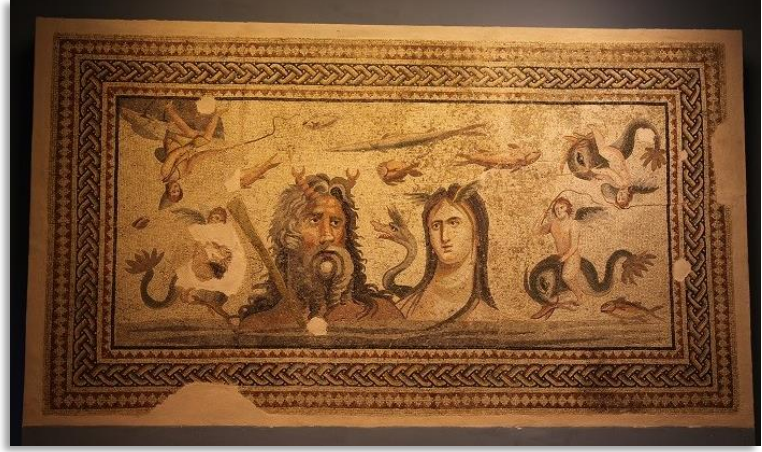
Seyahat Acentaları Turizmdeki Yükselişte Büyük Rol Sahibi

Seyahat acentaları, Gaziantep'in bir destinasyon olarak dünya genelinde tanıtımı ve pazarlanması noktasında önemli rol üstlenmektedir. Acentalar gerek yurt dışından gelen misafirlere gerekse de iç pazarda hizmet verdikleri vatandaşlarımıza sundukları kaliteli hizmetlerle misafir memnuniyetini artırmakta ve turizmin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Gaziantep'te Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'ne (TÜRSAB) bağlı olarak faaliyet yürüten 131 seyahat acentası hizmet vermektedir. Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası'na (GARO) bağlı bulunan rehber sayısı ise toplamda 168'dir.

7. GAZİANTEP'İN TURİZM DEĞERLERİ

Zengin tarihsel, doğal ve folklorik değerleri bünyesinde barındıran Gaziantep, turizm sektörü açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Yurt içi turizmin önemli bir destinasyonu konumundaki Gaziantep, yurt dışında da tanınmaya başlanmış ve merak edilen bir destinasyon konumuna

gelmiştir. Bölgenin en önemli değerleri arasında olan Zeugma Antik Kenti ve Mozaik Müzesi, Yesemek Açık Hava Müzesi, Dülük ve Karkamış Antik Kenti, Rumkale gibi antik müze ve ören yerleri bulunmaktadır. Gaziantep hanları ve bedestenleri, cami ve kiliseleri



ile kültür ve inanç turizmi açısından önde gelen iller arasında yer almaktadır. Özgünlüğü ve çeşitliliği nedeniyle şehrin ismi ile anılan tek mutfak olan Gaziantep Mutfağı ise yöresel malzemelerin çeşitliliği, farklı pişirme teknikleri ve bölgede hüküm süren medeniyetlerin etkileriyle hem Türkiye hem de dünyada ayrıcalıklı bir konuma sahiptir ve bu özellikleriyle gastronomi turizminde adını liste başına yazdırmıştır.

Kültür Turizmi



Sahip olduğu kültürel mirası, tarihi eserleri, müzeleri, ören yerleri ile Gaziantep, kültür turizminde en önemli duraklarından biridir. Zeugma, Yesemek, Dülük ve Karkamış antik kentleri kültür turizmi duraklarının başında gelmektedir. Gaziantep'te bulunan "Yesemek Taş Ocağı ve Heykel

Atölyesi", "Zeugma Arkeolojik Alanı" ve "Gaziantep Yeraltı Suyu Yapıları: Livas ve Kasteller" UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesine giriştir. Zeugma Mozaik Müzesi, Gaziantep Arkeoloji Müzesi, Hamam Müzesi ve Şahinbey Millî Mücadele Müzesi gibi müzelerde bölgenin önemli eserleri sergilenmektedir.

Zeugma Antik Kenti: Gaziantep'in Nizip ilçesinin 10 kilometre doğusunda, Büyük İskender'in generallerinden I. Selevkos Nikator tarafından M.Ö. 300'de, Büyük İskender'in, Fırat Nehri'ni geçtiği yerde, Selevkeia Euphrates ve Apama adıyla karşılıklı iki şehir kurmuş ve daha sonra bir köprüyle birbirine bağlamıştır. Şehir, M.Ö. 31'den itibaren Roma'ya bağlanarak adı geçit-köprü

anlamına gelen
"Zeugma" olarak
değiştirilmiştir. Roma
Dönemi'nde altın çağını
yaşayan ve Kommagene
Krallığı'nın en büyük
dört şehrinden biri olan
Zeugma, M.S. 256
yılında Sasani Kralı I.



Şapur tarafından ele geçirilerek yıkılmış ve bir daha eski günlerine ulaşamamıştır.

Özellikle Roma döneminde, sanat alanında çok ilerleyen Zeugma, mozaik döşemeleri ile dünyada büyük bir ün kazanmıştır. Zeugma'nın gerçek anlamda bir mozaik kent olduğunu bölgenin sadece bir bölümünde gerçekleştiren kazılarda gün ışığına çıkmıştır. 2012 yılında UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer bulan Zeugma Antik Kenti, Zeugma kazıları sırasında ulaşılan ve bu alanda bir "dünya rekorunu" Gaziantep'e ve Türkiye'ye kazandıran bullalar (Mühür Baskı) da Belkis/Zeugma'yı eşsiz kılan özellikler arasındadır.



Zeugma Mozaik Müzesi:

Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi sanat tarihçileri ve arkeologların yanı sıra tarih ve kültür meraklılarının için oldukça önemli bir müzedir. Türkiye'yi ziyaret etmek için tek başına sebep oluşturabilecek bir zenginliğe sahip olan müze; yapı

büyüklüğü ve sergilenen mozaiklerin kapladığı alan bakımından dünyanın en büyük mozaik müzelerinden biri olarak bilinmektedir. Ayrıca Geç Antik Dönem kiliselerine, Erken Süryani ve Hristiyan ikonografisine ait örnekleri barındıran ve üstün bir sanat zevkini yansıtan mozaikleri müzeyi oldukça çekici hale getirmektedir.

Çağımızın en önemli arkeolojik keşiflerinden olan Zeugma Antik Kenti'nden çıkartılan, toplam olarak 2 bin 500 metrekarelik alanı kaplayan ve bu dönemde sanatın ulaştığı zirve noktasının örneklerini meydana getiren mozaiklerin haricinde yine Roma Dönemi'ne ait heykeller, sütunlar

ve çeşmeleri de müzede görebilmek mümkündür. Bu örneklerin başında özellikle Savaş Tanrısı Ares'in bronz heykeli ziyaretçilerine büyük bir beğeni oluşturmaktadır. Müzenin en önemli eseri bu çok büyük boyutlu panolara nazaran oldukça küçük bir parça halinde keşfedilmiş olan M.S. 2. yüzyıl tarihli Maenad ya da daha bilinir adıyla Çingene Kızı Mozaïği'dir. ABD Bowlig Green State Üniversitesi'nde olduğu tespit edilen kayıp on iki parçanın Kùltür ve Turizm Bakanlığı'nın girişimleri ile alınarak müzeye getirilmesi ile Çingene Kızı Mozaïği'nin bir bölümü daha Zeugma Mozaik Müzesi'nde ziyarete açılmıştır. 2019 yılında müzeyi toplam 367 bin 395 kişi ziyaret etmiştir.

Yesemek Açık Hava Müzesi: Yesemek M.Ö. 2. yüzyılın sonu ile M.Ö. 8'inci yüzyıl arasında, bölgenin en büyük taş ocağı ve heykel işleme atölyesiydi. Islahiye İlçesi'nin güneydoğusunda bulunan Karatepe sırtlarında yer alan Yesemek Köyü, Hitit hakimiyeti altına girmesiyle, M.Ö.1375-1335 yılları arasında, İmparator I. Şuppiluma zamanında işletmeye açılmıştır. Faaliyet yoğunluğu yıllar içinde değişiklik gösteren atölyede Geç Hitit



Krallıkları döneminde çalışmalar yoğunlaşmıştır. Bu dönem ile birlikte özellikle Hitit, Suriye, Arami ve Asur sanat unsurları ağırlık kazanmıştır. Oryantalizm adıyla anılan bu üslup, batıda gelişmeye başlayan Ege kùltürlerini etkileyerek Yunan sanatının temelini attığu düşünölmektedir.

M.Ö 8. yüzyılın sonlarında Asurlularca faaliyetine son verilerek terkedilen atölye, 1890 yılında yapılan kazılar ile birlikte tekrar ortaya çıkarılmıştır. Büyük çoğunluğunu kapı aslanlarının oluşturduğu toprak altından çıkarılan üç yüzün üzerindeki heykel ve heykel taslağı Yesemek Açık Hava Müzesi'nde sergilenmektedir. Ziyaretçiler, UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer alan antik kenti, kendi doğal ortamlarında sergilenen sfenksler, kapı aslanları, oturan aslanlar, kanatlı aslanlar, Amanos Dağları'nı temsil eden Dağ Tanrısı kabartmaları, savaş sahnesi kabartmaları ve mimari parçaları açık hava müzesinde ziyaret edebilmektedir.

Yesemek Taş Ocağı ve Heykel Atölyesi, taşların ocaktan kesilmesi, heykel taslaklarının hazırlanması ve tamamlanmasına kadar ki evrelerin teker teker örnekleriyle görülebileceği dünyada başka bir benzeri olmayan bir heykel okulu niteliğindedir. Günümüzde hala bu büyüklükte bir alanı kaplayan bir heykel atölyesi ve atölyede çalışan heykeltıraş sayısına ulaşmak mümkün olamamıştır.



Karkamış Antik Kenti: Fırat'ın batı kıyısında, Karkamış ilçesi yakınında bulunan antik kent, Yakındoğu arkeolojisinin en önemli izlerini taşımaktadır. Hitit İmparatorluğu'nun yıkılmasıyla kurulan Geç Hitit Krallıklarının en güçlüsü Karkamış Krallığı'na ait bulunan kabartmalar,

dönemin yaşam biçimine, giysilerine ve kültürüne ışık tutmaktadır. Karkamış kabartmalarının, büyük çoğunluğu bugün Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi ve Gaziantep Arkeoloji Müzesi'nde sergilenmektedir.

Gaziantep Kalesi: Gaziantep Kalesi, Türkiye'de ayakta kalabilen kalelerin en güzel örneklerinden birisidir. Kale heybeti ve bir sır gibi gizlediği tarihiyle şehir merkezinde, Alleben Deresi'nin güneyinde, yaklaşık 25-30 metre yükseklikte görülebilen bir tepe üzerine ilk olarak Roma Dönemi'nde bir höyük üzerine



gözetleme kulesi olarak inşa edilmiştir. Bugünkü biçimini ise Bizans İmparatoru Justinyanus döneminde MS. 6. yüzyılda almıştır. Çapı yaklaşık 100 metre, çevresi 1200 metre olan kale bedenleri üzerinde 12 adet kule mevcuttur.



Tilmen Höyük:
Anadolu'nun Hattuşa kentinden sonra en ihtişamlı Hitit şehirlerinden biri olan Tilmen'de, 2003 yılından bu yana yapılan kazılar neticesinde Tilmen Höyük, Arkeopark haline getirilmiştir. Höyüğe ait

buluntular eski Mezopotamya ve Suriye kültürleri ile eski Anadolu kültürleri arasındaki bağı ve karşılıklı ilişkiyi göstermektedir. Yapılan kazılar sonucu tarihinin M.Ö. 4000 yılında başladığı ve M.Ö III. bin yılın son döneminde büyük bir şehir olduğu anlaşılmıştır. İnanılmaz büyüklükte ve tonlarca ağırlıktaki taşlarla yükselen surlar kentin görkemini gözler önüne sermektedir. Kentin asıl giriş kapısı doğudadır ve iki yanı kapı aslanlarıyla korunmuştur.

Gaziantep Arkeoloji Müzesi:

1969 yılında hizmete açılan Gaziantep Arkeoloji Müzesi arkeolojik kazılarla ve satın alma yöntemiyle oluşturulan zengin bir koleksiyona sahiptir. Müzenin eser yönünden zenginleşmesi ve Zeugma Antik Kenti'nden çıkarılan mozaiklerin de bir dönem



Arkeoloji Müzesi'nde sergilenmesiyle mekân yetersizliği ortaya çıkmış, 2011 yılında mozaiklerin Zeugma Mozaik Müzesi'ne taşınmasıyla Gaziantep Arkeoloji Müzesi Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yeniden projelendirilerek çağdaş müzecilik anlayışına uygun olarak 2017'de yeniden ziyaretçilere açılmıştır.

Gaziantep'te yer alan Hasan Süzer Etnoğrafya Müzesi, Hamam Müzesi, Gaziantep Oyun ve Oyuncak Müzesi, Şahinbey Milli Mücadele Müzesi, Gorgo Medusa Cam Eserler Müzesi, İslam Bilim Tarihi Müzesi de ziyaretçilerini beklemektedir.



Bakırcılar Çarşısı: Gaziantep'in simgelerinden biri olan Bakırcılar Çarşısı, ahşap kaplamalı dükkanları, taş döşenmiş sokakları ve otantik yapısıyla kente özgün bir hava katmaktadır. Genel olarak Bakırcılar Çarşısı olarak adlandırılrsa da el sanatı yapan esnafın üretim yaptığı bir çarşılar kompleksidir.

Bakırcılar Çarşısında yer alan dükkanların yapım tarihi kesin olarak bilinmemekle birlikte 19'uncu yüzyılda yapıldığı düşünülmektedir. Tek katlı dükkanlardan oluşan çarşı, hanlar bölgesi içinde yer almaktadır. Kemerli girişlerle sokağa açılan dükkanlar düzgün kesilmiş sert kalker taştan yapılmıştır. Kültür Yolu Projesi kapsamında yer alan çarşı, Tarihi Kentler Birliği'nin "Başarı Ödülüne" layık görülmüştür. Çarşıya adını veren bakırcılık sanatı varlığını günümüzde de yoğun bir şekilde devam ettirmektedir.

Tarihi Gümrük Hanı: Hacı Ömer Efendi tarafından 1873-1878 yılları arasında yaptırıldığı bilinen han, Gaziantep Kale çevresinde yer almaktadır. Gümrük hanı geleneksel Osmanlı han mimarisi içinde tek avlulu, iki katlı han mimarisi özellikleri taşımaktadır. 'Yolcu hanı' olarak inşa edilen hanın



zemin katındaki mekânlar depo ve ahır, üst katta yer alan odalar ise yolcuların kalması için yapılmıştır. Eski kent merkezinde yer alan Han, günümüzde turistik ve iş gezisi amacıyla kullanılmaktadır. 2011 yılında restorasyonu gerçekleştirilen tarihi hanı, kaybolmaya yüz tutmuş el sanatlarının üretim ve satış merkezi olarak "Yaşayan Müze" kimliği ile hizmet sunulmuştur.

Gümrük Han'da gümüşçülük, tesbihçilik, ressam kilimci, aba dokuma, mozaik, cam üfleme, bakır işleme, takunya, ebru, eski gelinlik salonu, Antep işi, el ürünleri satış yeri, ahşap oyma, kutnu dokuma, yemenicilik, kilimcilik ve sedefkârlık meslekleri yaşatılmaktadır.



Zincirli ve Kemikli Bedesten: 18. yüzyılın ilk çeyreğinde Darendeli Hüseyin Paşa tarafından yaptırılan Zincirli Bedesten, halk arasında "Kara Basamak Bedesteni" olarak bilinir. Uzun yıllar kasaplara ev sahipliği yaptığı için Et Hali olarak da adlandırılan tarihi yapı, Vakıflar Bölge Müdürlüğü'nün yaptırdığı restorasyon

çalışmaları sonrasında, genişlikleri 10-25 m2 arasında değişen 73 dükkân ile ticari faaliyette bulunmak isteyen özellikle baharatçı ve turistik eşya satıcılarına otantik bir ortam sunmaktadır. Kemikli Bedesten ise 19. yüzyılda Müftü Hacı Osman Efendi tarafından yaptırılan bedestende 72 dükkân bulunmaktadır. Kemikli Bedesten, iki bölümden oluşmuş dikdörtgen planlı ve kesme taştan yapılmış bir yapıdır. Temel kazıları sırasında kemik bulunduğu için adına halk tarafından Kemikli Bedesten denmiş ise de asıl adı Mecidiye Bedestenidir.

Tarihi Antep Evleri: Tarihi Antep Evleri genellikle iki katlı, yüksek duvarlar arkasında, dış mekanlardan mümkün olduğunca soyutlanmış, avluya dönük yapılardır. Bölgede kullanımının yaygın olması sebebiyle, evlerin yapımında havara taşı (yumuşak kalker), topak taşı, keymih (sert kalker), minare kayası, bazalt (karataş), beyaz mermer, kırmızı mermer ve doğadan toplanan bazı



renkli taş cinsleri kullanılmıştır. Kullanılan bu taşlar, evleri dayanıklı kılmasının yanı sıra yazları serin, kış aylarında ise sıcak tutmaktadır. İklimsel etkiler ve yaşayış tarzı mimaride iç avlu anlayışı hakimdir. Mahremiyeti sağlamak için zemin katlarda sokağa bakan pencereler açılmamaktadır.

Hayat olarak adlandırılan avluların kenarlarında çoğu zaman çiçeklikler, merdiven altında ya da avlu kenarında gizlenmiş kuyu ve ortasında "Ganne" adı verilen havuz bulunmaktadır.



Bayaz Han: Bayaz Han Osmanlı Mimarisine ait önemli eserler arasında yer alan Bayazhan, 1909 yılında tütün tüccarı Bayaz Ahmet Efendi tarafından yaptırılmıştır. 3 katlı, geniş bir avlu ve bu avlunun çevresinde inşa edilmiş çok sayıda odası bulunan Bayazhan, 1922 yılında Amil Müslüm Efendi tarafından satın alınarak rakı imalathanesine

dönüştürülmüştür. 1930 yılında Tekel'in satın aldığı Bayazhan'ı, kapılarına kilit vurulmuşken Gaziantep Büyükşehir Belediyesi satın alarak restorasyon çalışmalarına başlamıştır. Hanın üst bölümü günümüzde Gaziantep'in tarihi, turistik yerleri, doğal güzellikleri, ekonomisi, el sanatları ve mutfak kültürü gibi kültürel zenginliklerinin tanıtıldığı Bayazhan Kent Müzesi olarak hizmet vermektedir. Alt katta ise şehrin en popüler restoran, kafe, ocakbaşı ve hediyelik eşya mağazalarından oluşan bir işletme mevcuttur.

Hışva Han: Tek katlı hanlar gurubuna giren ve Lala Mustafa Paşa Hanı olarak da bilinen yapı, Gaziantep'in en eski hanıdır. Adını pamuk kozasından alan Hışva Han'ın Lala Mustafa Paşa tarafından



yaptırıldığını gösteren Vakfiyeler ve Şer'i Mahkeme sicillerine göre tarihi (Hicri 985) 1577 olup, 1563-1577 yılları arasında Lala Mustafa Paşa'nın Halep ve Şam Beylerbeyliği görevinde bulunduğu yıllarda yapıldığı tahmin edilmektedir. Gaziantep Kalesi eteklerinde yer alan han, batısındaki hamam, Susamhane, doğusunda şimdi mevcut olmayan Bedesten ve Mir-i Miran Mescidi ile birlikte bir külliye (Lala Mustafa Paşa Külliyesi) durumundaydı. Hanın kuzey cephesinde yola açılan alanların dükkan olarak, iç bölümde ise avluya açılan odaların yolcuların

konaklamaları amacıyla, revaka açılan mekanların ise depo ve ahır olarak kullanıldığı düşünülmektedir. Yapının inşaatında siyah ve beyaz kesme taş kullanılmıştır. Örtü sistemi, taş konstrüksiyonlu tonozlar biçimindedir. Oldukça sade inşa edilen handa tek süsleme cümle kapısındadır. Kapı, zeminden itibaren siyah ve beyaz taşlarla inşa edilmiştir. Kültür Yolu üzerinde yer alan ve Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından restore edilen Hışva Han, 2014 yılında Tarihi Kentler Birliği (TKB) tarafından düzenlenen "Tarihi ve Kültürel Mirası Koruma Proje ve Uygulamalarını Özendirme Yarışmasında" 15. Yıl Özel Ödülü'nü aldı. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından aslına uygun olarak restore edilen Hışva Han, 2016 yılı Ağustos ayında otel-restoran-dükkan olarak hizmete girmiştir.

Kasteller: Dünyada benzeri bulunmayan ve su mimarisinin eşsiz örnekleri olan Gaziantep



Kastelleri, birçok işlevi bulunan yapılar olarak inşa edilmiştir. Türk mimarisinde sadece Gaziantep'te bulunan bu yapılar kısmen veya tamamen yer altında buldukları için pek dikkat çekmemektedir. Gaziantep Yeraltı Suyu Yapıları, 2018 yılında UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'ne

girmiştir. "Kastel" kelimesinin dilimize Arapça'dan geçtiği tahmin edilmekte ve suyun yer altındaki bölümlerine ayrıldığı yer anlamına gelmektedir. Gaziantep şehir merkezinden geçen Alleben Deresi gibi bir su kaynağına sahip olmasına rağmen, tarih boyunca yeraltı su kaynakları bakımından fakir bir şehir olmuştur. İnsanlar buldukları suyun buharlaşma veya başka bir yolla kaybolmasını önlemek için yerin altından açtıkları Livas denilen kanallarla suları belli bir merkeze (Suburcu) toplamışlar ve bu merkezden de şehre dağıtmışlardır. Evler su ihtiyacını karşılayabilmek için livaslar üzerine yapılır ve bu evlerden livaslara kuyular açılırdı. Bu kuyular hem su ihtiyacını karşılamak hem de yazın sıcaktan bozulacak erzakların kuyulara sarkıtılarak bozulmaması için kullanılırdı. Kasteller sade ve gösterişsiz yapılarına rağmen ilk günden, evlerin modern manada şehir içme suyuna kavuştuğu ve çeşmelerin yapıldığı tarihe kadar önemini korumuştur. Su mimarisinin eşsiz örneklerinden olan kastellerden 5-6 tanesi çeşitli sebeplerle yok olmuş; Şeyh Fethullah Kasteli, İhsan Bey Mescidi ve Kasteli, Pişirici Mescidi ve Kasteli,

İmam-ı Gazali Kasteli, Ahmet Çelebi Kasteli ve Kozluca Kasteli ise günümüze kadar ulaşmıştır.

İnanç Turizmi

Gaziantep'te antik dönem inançlarının yanı sıra Musevilik, Hristiyanlık ve Müslümanlık gibi semavi dinlerin önemli dini yapıları günümüze kadar varlıklarının sürdürmüştür. Müslümanlıkla birlikte; Nesimi, Hacıibaba, Şeyh Fethullah, Alibaba, Kurbanbaba ve daha birçok türbeyle Gaziantep bir evliyalar şehri haline gelmiştir. Anadolu'da binlerce yıllık tarihi ile Türkler de mimarisi ile dikkati çeken çok sayıda Türk-İslam eseri cami Gaziantep'e armağan etmiştir. 1920-1921 yıllarında Gaziantep'te kurtuluş için mücadele veren Antep'iler binlerce şehit vermiştir. Bu şehitlerin anısına yapılan Şehitler Abidesi, Şahinbey'in mezarı ve o dönem şehit olan birçok önemli şahsiyetin mezarı bulunmaktadır.

Sahip olduğu çok kültürlü yapısının yanı sıra farklı inançlara ev sahipliği yaparak bu kültürlerin ve inanç eserlerini sınırlarında barındırmasıyla Gaziantep günümüzde de inanç turizmi açısından önemli bir destinasyon konumundadır.

Dülük Antik Kenti ve Mitras Tapınağı: Gaziantep kent merkezinin 10 kilometre kuzeyinde yer alan, bilinen ilk yerleşimi ise 600 bin yıl öncesine dayanan Dülük, "Antik Kent" ve "Kutsal Alan" olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Antik yerleşim, Dülük



Köyü'nün kuzey bitişiğindeki Keber Tepesi ve çevresinde toprak altındadır. Kutsal alan ise Dülük Köyü'nün yaklaşık 3 kilometre kuzeyinde, Dülük Baba Tepesi'nde yer almaktadır. Dülük Mitras Tapınağı, Gaziantep Arkeoloji Müzesi ile Almanya Münster Üniversitesi'nin katılımlı kazıları sonucunda 1997-1998 yıllarında ortaya çıkarılmıştır. Anadolu'da bulunan Mitras Yeraltı Tapınağı'nın ilkidir. Şehitkamil Belediyesi ve Gaziantep Arkeoloji Müzesi koordinatörlüğünde Mitras Tapınağı düzenlenmiş, aydınlatma sağlanarak gezi yolları oluşturulmuştur. Keber Tepesi'nin karşı sırtları, antik yerleşmenin nekropol (mezarlık) alanıdır. Burada çok sayıda kayaya

oyulmuş oda mezarları mevcuttur. Mezarların içerisinde, dini ve mitolojik konulu kabartmaları olan lahitler bulunmaktadır.

Dülük'te Keber Tepesi'nde yapılan bilimsel kazılarda Alt Paleolitik Dönem'e ait çakmaktaşı aletler ve bu aletlerin yapıldığı atölyeler bulunmuştur. Aynı dönemde barınma için kullanılan "Şarklı Mağara"da M.Ö. 600 bin yıllarına tarihlenmektedir. Bizans Dönemi'nde Dülük Kenti, Hititler'den beri süregelen kutsal şehir konumunu Başpiskoposlukla devam ettirmiştir. İslam akınları sonrasında oldukça tahrip olmuş, Başpiskoposluğun 7. yüzyılda Zeugma'ya taşınmasıyla birlikte dini merkez konumunu kaybetmiştir.



Rumkale: Fırat Nehri ile Merzimen Çayı'nın birleştiği, yüksek kayalarla örtülü bir tepe üzerinde yer alan Rumkale, antik dönemden günümüze kadar Şitamrat, Kal-a Rhomayta, Hromklay, Ranculat, Kal-at el Rum,

Kal-at el Müslimin ve Kale-i Zerrin (Altın Kale) gibi birçok isimle adlandırılan mimari kalıntılar Geç Roma ve Ortaçağ karakteri taşımaktadır. Kalede bugün görülebilen yapılar arasında Aziz Nerses Kilisesi, Barşavma Manastırı, çok sayıda yapı kalıntısı, su sarnıçları, kuyu ve hendek yer almaktadır.

Valide Meryem Kilisesi – Kurtuluş

Camii: Kurtuluş Camii 1892 yılında Valide Meryem Kilisesi (St. Mary) olarak yaptırılmıştır. Önceleri kilise ve hapisane olarak kullanılan bu yapı, sonradan camiye dönüştürülmüştür. Gaziantep'in en büyük camilerinden olan yapı, eski ihtişamını günümüzde de



korumaktadır. Dikdörtgen planlı, Haç biçimindeki caminin içerisi mihraba dik sütunlarla üç

sahna ayrılmıştır. Haçın kolları dıştan alınık şeklinde, içten de çapraz tonozlarla örtülmüştür. Ana mekânın ortası yuvarlak kasnaklı, oldukça yüksek kubbelidir. Kesme taştan yapılan duvarlar üzerinde ilk iki sırada sivri kemerli, üst sırada da yuvarlak pencereler bulunmaktadır. Sonradan eklenen minare, kare kaide üzerinde yuvarlak gövdeli ve tek şerefelidir. Caminin 5 kapısı bulunmaktadır. İki kapısı kuzeye, iki kapısı güneye, ana kapısı ise batıya açılmaktadır. Cami olarak kullanılan yapının çan kulesi minare olarak düzenlenmiştir.



Şehitler Abidesi: Kurtuluş Savaşı'nda Gaziantep savunmasında kurtuluş için mücadele ederek canını feda eden altı bin 317 şehidiyle sembolleşmiştir. 01.04.1920 ve 08.02.1921 tarihleri arasında şehit olan altı bin 317 vatandaşın adına, Kurtuluş Savaşı'nda Çınarlı (Arıburnu) Cephesi olarak geçen Çınarlı Cami'nin üstüne mütevazi bir anıt yapılmıştır. Günümüzde, Şehitler Abidesi'nin mezarlık kısmı restore ettirilmiş ve duvarlarına Kurtuluş Savaşı'nı anlatan resimler koyulup, yazılar yazılarak

ziyarete açılmıştır.

Yuşa Peygamber ve Pirsefa

Hazretleri Türbeleri: Bilindiği üzere Yuşa Peygamber (A.S.) İsrailoğulları'ndan olup, Hz. Musa'nın yeğenidir. İsrailoğulları'nı göçebelikten kurtarır ve Arz-ı Kenan'a yerleştirir. Gaziantep'te Boyacı Mahallesi'nde Boyacı



Camii'nden Kavaflar Çarşısı'na doğru uzanan sokakta Pirsefa denilen mevkide tek katlı bir bina vardır. Bu binada iki oda içinde iki türbe bulunmaktadır. Rivayete göre bunlardan biri Yuşa Peygamber'e, diğeri ise Pirsefa Hazretleri'ne aittir. Pirsefa hakkındaki rivayetlere göre; Pirsefa'nın Hz. Yuşa'nın türbedarı olduğu ve ölünce buraya gömüldüğü söylenmektedir. Bir başka rivayete göre ise Pirsefa Medinelidir ve ensardandır. Gaziantep'in Müslümanlar tarafından fethinde Hz. Ali kumandasında buraya gelmiş, Karaçomak'la yan yana savaşırken,

uğradığı zorlu bir kılıç darbesi ile gövdesi ikiye bölünmek suretiyle şehit olmuştur. Bunun üzerine Hz. Ömer, Yuşa Aleyhisselam'ın yanına defnederek "Kendini Peygamber-i Zışan'la komşu ettim" demiştir.



Kozanlı Camii: Kozanlı Camii'nin, 1647 ve 1654 tarihli Şer'i Mahkeme sicillerinde ismi mescit olarak geçmektedir. Dikdörtgen planlı, kesme taştan yapılan caminin, ibadet mekânı ortadaki iki taş ayakla altı bölüme ayrılmıştır. Bu bölümlerin üzeri çapraz tonozlarla örtülmüştür. Caminin önündeki son cemaat yeri de birbirlerine sivri kemerlerle bağlanmış iki payenin oluşturduğu üç bölüm halindedir. Son cemaat yerinin ortasındaki giriş kapısı, Gaziantep yöresine özgü siyah ve beyaz taşlardan yapılmıştır. Mihrap, sivri kemerli ve mukarnaslı bir niş görünümündedir. Minare kalın, kısa ve kütleli bir görünüşte olup

burmalıdır. Tek şerefesinin altındaki mukarnaslı ve rozetli bir şeritle minarenin kalın görünümü hafifletilmek istenmiştir.

Gastronomi Turizmi

Gaziantep'in en önemli turizm çeşitlerinden birisi gastronomi turizmidir. Tarihsel ve kültürel zenginliği nedeniyle Türkiye'nin en önemli yerleşim merkezleri arasında yer alan Gaziantep, yemeklerinin çeşitliliği, yapılış teknikleri ile Türk mutfak geleneğinin en önemli



destinasyonlarından biri olmuştur. Şehrin yıllar boyu İpek Yolu gibi önemli bir kervan yolu üzerinde yer alması, birçok medeniyete ev sahipliği yapması, bereketli toprakları, iklimi ve

coğrafik konumu şehirde zengin bir mutfak kültüre oluşmasına vesile olmuştur. Şehrin coğrafik şartları ve iklim koşullarının desteği ile değişken ürün yelpazesinin oluşmasına etkisi olmuş ve hatta Gaziantep'e özgü 29 farklı coğrafik işaretli ürün tescili gerçekleşmiştir. Yerelde yetişen tahıllar, baklagiller, sebzeler, meyveler, Gaziantep fıstığı, onlarca farklı yöresel ot ve baharatlar Gaziantep mutfağının her biri özgün yüzlerce yemeğinin oluşmasına sebep olmuştur. Bahçe tarımında başta Antep fıstığı olmak üzere zeytin ve üzüm çeşitleri yetişir. Yöreye özgü domates, biber, patlıcan ve birçok sebze çeşitleri yetişmektedir. Ayrıca kayısı türleri (zerdali ve şekerpare), kiraz, elma, ayva şeftali, ceviz, incir, dut, nar, erik, badem, vişne, armut, kavun, karpuz ve son zamanlarda Trabzon hurması gibi muhtelif meyve çeşitleri de yörenin verimli olan topraklarında yetişmektedir. 4000-5000 yıllık geçmişe sahip olduğu bilinen Antep fıstığı yörenin isminden de anlaşılacağı üzere bir bahçe ürünü olup Gaziantep'in önemli bir ekonomi kaynağıdır.



Şehrin her noktasında yerel yeme içme noktaları bulunmaktadır. Gaziantep'te farklı olarak sadece yöreye özgü sunum şekilleriyle katmer, beyran, kelle, çorba çeşitleri, dürüm

çeşitleri, kaymak çeşitleri, börek çeşitleri, ciğer kebabı ve simit gibi unlu mamül çeşitleri satan yerler bu çeşitliliğin başlıca örnekleri arasında yer almaktadır.

Gaziantep gastronomi kültürünün en önemli örneklerinden biri de baklava ve çeşitleridir. Osmanlı mutfağına ait olan bu tür tatlılar zaman içerisinde Gaziantep'in adıyla özdeşleşmiştir. 19. yüzyılın sonlarında Osmanlı mutfağında var olan Baklava, Gaziantepli ustaların çabalarıyla özel yöntemlerle geliştirilerek bugünkü adıyla anılan Antep Baklavası ortaya çıkmıştır. İçerisinde kullanılan Antep fıstığı, yöresel sadeyağ ve un çeşidi yöre topraklarından elde edilmiş olup bu tatlıların şehrin adıyla anılmasına sebep olmuştur. Gaziantep, Avrupalı Seçkin Destinasyonlar Projesi'nin (EDEN) 2015 yılı Ulusal Destinasyonu "Yerel Gastronomi ve Turizm" teması ödülünü almıştır. Ayrıca Gaziantep Mutfağı, 2015 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Listesi'ne dahil edilerek dünya mutfağında adından söz ettirecek başarısını bir kez daha tescillemiştir.

Kentte gerçekleştirilen Gastroantep Festivali, uluslararası fuar niteliği taşımaktadır. Şehirde gastronomi alanında düzenlenen diğer festivaller ise şunlardır: İslahiye Üzüm, Biber ve Kültür Festivali, Fıstık Festivali, Oğuzeli Nar ve Kültür Festivali.



Emine Göğüş Mutfak Müzesi:

Gaziantep gastronomi kültür ve birikiminin tarihçesinin anlatıldığı Emine Göğüş Mutfak Müzesi, şehre gelen konukların ilgi ve merakla ziyaret ettiği bir müzedir. Gaziantep Kalesi'nin güneyinde bulunan Göğüş Konağı, 1904 yılında yapılmış, tarihi dokusu olan, aynı zamanda

Türkiye'nin ilk Turizm ve Tanıtma Bakanlarından olan Ali İhsan Göğüş'ün doğduğu evdir. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından restorasyonu yapılan konak, 2008 yılında hizmete açılmıştır. Türkiye'de kurulmuş ilk mutfak müzesi olma özelliğine sahip olan ve Gaziantep mutfak kültürünü tanıtmayı amaçlayan Emine Göğüş Mutfak Müzesi, Gaziantep mutfağında kullanılan araç ve gereçlerin teşhir edildiği ve unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemeklerin görseller halinde sergilendiği bir müzedir.

Doğa Turizmi

Gaziantep'in iklimi, Akdeniz ile arasında bulunan Amanos Dağları nedeniyle, iç kesimlerde iklim karasal bir nitelik kazanarak iki iklim arasında geçiş özelliklerini taşımaktadır. Coğrafi özellikleriyle doğa turizminde de öne çıkan Gaziantep, ekolojik özellikleri açısından zengin ve etkileyici bir ildir. Gaziantep il sınırları içinde çok sayıda endemik bitki türü mevcuttur. Gaziantep'in isminin verildiği Hesperis Aintabica ve Satureja Aintaebensis bunlardan sadece ikisidir.



Gaziantep'te 2009 yılında 17 bin metrekare alan üzerinde kurulan Botanik Bahçe'de 30 binden fazla bitki bulunmaktadır. Eğitim amaçlı kurulan Botanik Bahçesi içerisinde; Kaya Bahçesi, Açık Tohumlu Bitkiler Bahçesi, Osmanlı Bahçesi, Renk ve Koku Bahçesi, Tıbbi ve Endemik Bitkiler Bahçesi, Zen Bahçesi, Gül Bahçesi, Japon Bahçesi ve Su Bitkileri

Bahçesi olarak adlandırılan özel tasarım bahçeleri bulunmaktadır.

Gaziantep'te ayrıca kuş gözlemciliği de yapılmaktadır. Özellikle Aşağı Fırat kıyıları, göçmen kuşların göç güzergâhıdır. Ayrıca Nizip Belkıs'ta, Sofdağı Yaylası'nda ve Tahtaköprü Baraj Gölü kıyısında kuş gözlemleri yapılmaktadır.

Gaziantep Hayvanat Bahçesi:

Gaziantep Burç ormanı içerisinde Büyükşehir Belediyesi tarafından yapılan hayvanat bahçesi, bin dönüm arazi üzerinde kurulmuştur. Türkiye'nin en geniş, Avrupa'nın ise ikinci büyük hayvanat bahçesi olan Gaziantep Belediyesi Hayvanat Bahçesi'nde; servis binası, kafeterya, akvaryum,



kanatlılar için kafesler, maymun, kanguru, deve kuşu, atlar, deve, ceylan, geyik, dağ keçisi, dağ koyunu, karaca, Kamerun koyunu evleri gibi yaban tropik, vahşi, balık, kuş gibi yüzlerce hayvana ait doğal ortamlar ve barınaklar yer almaktadır. Hayvanat Bahçesinde toplamda 325 tür ve 7100 hayvan yaşamını sürdürmektedir. Gaziantep Hayvanat Bahçesi içinde ayrıca Zooloji ve Doğa Müzesi de hizmet vermektedir. Çocukların büyük ilgi gösterdiği ve 2017 yılında 3,5 milyon kişinin ziyaret ettiği hayvanat bahçesi, paket tur listelerine de girmiştir.

Kongre Turizmi

Bulunduğu bölgenin kùltür ve ticaret merkezlerinden biri olan Gaziantep, günümüzde önemli bir sanayi ve ticaret şehridir aynı zamanda. Coğrafi yönden çevresindeki şehirlerle ilişkisi bulunan kent, GAP bölgesinin de merkezi konumundadır. Türkiye ekonomisinde payı her geçen



gün artan Gaziantep, kongre ve fuar turizminde de altyapı imkanlarına sahiptir. Ev sahipliğı yaptığı ulusal ve uluslararası etkinliklerle adından söz ettiren kentte, kongre turizminin geliştirilmesi için kongre salonu ve alt yapı çalışmaları devam etmektedir.

Geleneksel Gaziantep El Sanatları



Zanaatlar ve el sanatları konusunda oldukça gelişkin bir kent olan Gaziantep'in her bölgesinde el sanatları yapılmaktadır. El sanatlarında binlerce yıllık tarihinin ve ev sahipliğı yaptığı uygarlıkların kùltür mirasıyla kendi öz değerlerini birleştiren Geleneksel Gaziantep El Sanatları içerisinde Sedefçilik, Bakırcılık, Kutnuculuk, Aba Dokumacılığı, Yemenicilik, Antep İşi El İşlemeciliğı, Gümüş İşlemeciliğı, Antep

kilim ve halı dokumacılığı, küpçülük, kuyumculuk, semercilik, müzik aletleri yapımıcılığı yer almaktadır.

8. COVID-19 SALGINI SONRASI GAZIANTEP TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK ÖNERİLER

Doğa, kültür, termal ve gastronomi turizmi gibi birçok farklı alanda turist ağırlama potansiyeline sahip olan Gaziantep'in Covid-19 salgını sonrası oluşan krizden en az hasarla çıkabilmesi ve salgın sonrası duruma hazırlıklı olabilmesi için kamu, özel iş birliği içinde ortak akılla adım atılması önem arz etmektedir. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği olarak Gaziantep turizminin geliştirilmesine yönelik önerilerimiz şunlardır:



- Dünyada marka şehirler turizmde gelişim hedeflenen alanları ve pazarları belirlemekte, bu çerçevede kısa orta ve uzun vadeli tanıtım ve pazarlama stratejileri oluşturmaktadır. Bu bakımdan bölgenin en önemli zenginliğini oluşturan kültür ve inanç turizmi alanındaki potansiyelin değerlendirilmesi bölge turizminin gelişimine ve geleceğine ışık tutacaktır.
- Pandemi sürecinde oluşan yeni trendler dikkate alınarak; **kısa, orta ve uzun vade** tanıtım ve pazarlama planının oluşturulması önemlidir.
- Kültür turizmine meraklı hedef pazarların destinasyon bazında belirlenerek bu çerçevede pazarlama planlamasının yapılması önem taşımaktadır.
- Gaziantep'in tanıtımı için dünya örneklerinde olduğu gibi özel bir web sayfası ve cep telefonu uygulaması geliştirilmesi fayda sağlayacaktır.
- **TÜRSAB-GTO** olarak tanıtım ve pazarlama alanında **ortak bir iş birliği protokolü** imzalanması Gaziantep turizmine güç katacaktır.
- **Akıllı şehir uygulamalarının geliştirilmesi** turistlerin otel dışı aktivitelere katılımına ve turizmin yerel ekonomiye katkıda bulunmasına olanak sağlayacaktır.
- Dünyada sürdürülebilir turizme verilen önem giderek artmaktadır. Yerel ürünler ve yerel istihdamı destekleyen bu yaklaşım çerçevesinde halkın turizme katılımı büyük önem

taşımaktadır. Bu bakımdan **halkın turizm konusunda bilinçlendirilmesi** ve turizm eğitimi almasının sağlanması turizm alanındaki gelişime katkı sağlayacaktır.

- Dünyada öne çıkan bir diğer turizm çeşidi deneyim turizmidir. Bu çerçevede bölgede öne çıkan başta **gastronomi ürünleri** olmak üzere yerel ürünlerin üretim aşamasına turistlerin katılımını sağlayacak eğitim atölyeleri oluşturulabilir.
- Pandemi döneminde tüketici beklentileri açısından hijyen, güvenlik ve sağlık büyük önem kazandı. Bu süreçte pandemiyle mücadele konusunda Türkiye'nin dünyada örnek gösterilen başarılı çalışmalarını anlatan bölgesel bir tanıtım videosu çekilebilir. Bu videoda hem sağlık altyapımızdaki gelişmişliği hem de turizm tesislerinde hijyen konusunda alınan önlemlerin sergilenmesi faydalı olacaktır.



- Gaziantep'e gelen misafirlerin beklentilerini ve memnuniyetlerini ölçmek amacıyla gerçekleştirilecek bir anket çalışması, müşteri sadakatini geliştirmek ve geleceğe yönelik planlama yapmak açısından önemli katkı

sağlayacaktır. Bu çerçevede Gaziantep Ticaret Odası, oteller ve üniversitelerin turizm fakültelerinin ortak çalışması ile bir anket çalışması gerçekleştirilebilir.

- Büyüme hedeflenen pazarlarda workshop ve tanıtım etkinlikleri düzenlenmesi önem arz etmektedir. Bu çerçevede sektör paydaşlarıyla ortak bir tanıtım stratejisi benimsenmesi ve bu tarz etkinliklerin yanı sıra uluslararası fuarlarda ortak hareket edilmesi sağlanmalıdır.

- Dünyanın demografik yapısı değişmekte; X, Y, Z kuşağının ardından teknolojiyle bütünleşen Alfa kuşağı gelmektedir. Dolayısıyla tanıtım ve pazarlama stratejilerinde dijital pazarlamanın önemi



hiç olmadığı kadar artmaktadır. Bu bakımdan dijital mecralara uygun tanıtım çalışmalarında kullanılmak üzere **sanal gerçeklik VR uygulamalarının** geliştirilmesi, sosyal medya mecralarında ilgi çekecek tanıtım filmi içerikleri oluşturulması katkı sağlayacaktır.

- Yeni kuşağın satın alma tercihleri üzerinde etkisi olan “instagrammer”, “blogger” ve sosyal medya fenomenlerinin eş zamanlı olarak ülkemize ve Gaziantep’e davet edilerek, deneyimlerini takipçileriyle paylaşması şehrin tanıtımına katkı sağlayacaktır.
- Turizmde gelişim hedeflenen pazarlarda etkili basın-yayın organlarında görev yapan medya mensuplarının ağırlanması fark yaratacaktır.
- Turizmde büyük veri izleme ve teknoloji merkezinin kurulması fayda sağlayacaktır.
- Mevcut festival ve etkinliklerin içeriklerinin zenginleştirilmesi, uluslararası tanıtım çalışmalarıyla desteklenerek Gaziantep’in ismini dünya genelinde gündeme taşıyacak ve markalaşması noktasında katkı sağlayacak festivallere dönüştürülmesi büyük önem arz etmektedir. Bu kapsamda, festival programlarının ulusal ve uluslararası medyada önceden duyurulması, bu dönemlerde erken rezervasyon kampanyaları ile indirimli uçuş ve konaklama fırsatlarının sunulması talebi artıracaktır.
- Son yıllarda dünya genelinde gastronomi ile ilgili televizyon programları büyük ilgi çekmektedir. Bu bakımdan dünyaca ünlü gurmelerin Gaziantep’e davet edilerek bölgenin gastronomi zenginliğini yansıtacak çekimler yapılması gastronomi turizmi alanında bölgede ağırlanan misafirlerin sayısını artırabilir.
- Bölgede; doğa, macera turizmi ve trekking açısından çok önemli bir turizm potansiyeli bulunmaktadır. Bu potansiyeli geliştirecek biçimde mevcut yürüyüş ve bisiklet rotalarının zenginleştirilmesi ve tanıtılması önemlidir.
- Pandemi aynı zamanda büyük ve kalabalık oteller yerine butik otel tercihinin öne çıkartmış durumda. Gaziantep bölgesinde büyük turizm tesislerin yanı sıra butik otellerin hizmet verdiği bir destinasyon konumunda bulunuyor. Dolayısıyla pazarlama süreçlerinde Gaziantep’in bu yöndeki potansiyeline dikkat çekilebilir.
- Korona virüsü salgını nedeniyle daha sakin destinasyonlara ilginin artması “Slow City – Sakin Şehir” kavramına da ayrı bir değer katmaktadır. Cittaslow (Sakin Şehir) listesine dahil olan yerleşim noktalarının artırılması ve sakin şehir vurgusunun tanıtım ve pazarlama noktasında daha etkin biçimde kullanılması içinden geçmekte olduğumuz süreçte turizm açısından fayda sağlayabilir.

- Dünya genelinde artık hikayesi olan destinasyonlar ilgi görüyor. Bu bakımdan tarihin ilk dönemlerinden itibaren önemli bir yerleşim yeri olan Gaziantep'e dair mitolojik hikayeler tanıtımlarda daha yoğun biçimde kullanılabilir.
- Tematik müze ve modern sanat müzeleri destinasyon imajını destekleyen ve yükselten unsurlar arasında yer almaktadır. Bu bakımdan şehir genelinde tematik müze ve sanat müzelerinin sayısının artırılması önem arz etmektedir. Bu kapsamda, üniversitelerle ve sanat okulları ile ortak çalışmalar sağlanarak açık sanat atölyeleri ve eğitim programları bölge turizminin gelişimine katkı sağlayacaktır.
- Gastronomi konusunda potansiyeli yüksek olan Gaziantep'in bu potansiyelinin yurt dışında daha çok tanıtılması önemlidir.
- Zeugma müzesinde yer alan ve Çingene Kız mozaiği olarak ünlenen mozağin son halinin dünya basınında yeniden tanıtılması bölgenin yeniden hareketlenmesine ivme kazandıracaktır.
- Birçok festivalin düzenlendiği Gaziantep'te uluslararası boyut kazanan Gastroantep Festivali'nin ve kent için son derece önemli olan kırmızı biber hasadının tanıtımların uluslararası boyutta yapılması önem taşımaktadır.
- Günümüzde çocuklu ailelerde seyahat kararında çocukların seveceği rotalar belirleyici olmaktadır. Bu nedenle çocukların sevebileceği rotaların oluşturulması, tur rotalarına giren Gaziantep Belediyesi Hayvanat Bahçesi'nin bu anlamda daha çok tanıtılması önem arz etmektedir.
- Workshoplar, tanıtım çalışmaları, info gezileri ve yeni iş birlikleri bölge turizmine güç katacaktır.



Dikilitaş Mah. Aşık Kerem Sk. No: 40 Fulya - Beşiktaş 34349 İstanbul / TÜRKİYE
Tel: +90 212 259 84 04 Faks: +90 212 259 06 56
E-posta: tursab@tursab.org.tr / web: www.tursab.org.tr