

**Dulkadiroğlu
Belediyesi**

Kahramanmaraş Hediyelik Eşya Stratejik Eylem Planı

Giriş	5
Sunuş	7

1.BÖLÜM

1.	KAHRAMANMARAŞ İLİNİN COĞRAFI ÖZELLİKLERİ	9
1.1	Coğrafi Konum.....	9
1.2	Fiziki Coğrafya Özellikleri.....	9
	a) Jeoloji ve jeomorfoloji.....	9
	b) İklim.....	10
	c) Toprak.....	11
	d-) Hidrografya.....	11
	e) Arazi kullanımı.....	11
	f-) Bitki örtüsü.....	11
2.	BEŞERİ COĞRAFI ÖZELLİKLERİ	12
	2.1 Nüfus.....	12
	2.2. Yerleşme.....	12
	2.3 Ulaşım.....	13
	2.4. Maraş'a Ulaşım.....	13
3.	EKONOMİK VE SOSYAL GÖSTERGELER	14
	3.1. Sanayi ve İstihdam.....	14
4.	KÜLTÜR VARLIKLARI	14
5.	KAHRAMANMARAŞ'IN MUTFAK VE BESLENME KÜLTÜRÜ	18
6.	ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ	20
7.	KARDEŞ KENTLER	20
8.	MİLLİ PARKLAR	20
9.	KAHRAMANMARAŞ İLİ TURİSTİK ARZI	20
	9.1. Bağımsız Arz.....	21
	9.2. Bağımlı Arz.....	22
	9.2.1 Konaklama İşletmeleri.....	23
	9.2.2 Seyahat Acentaları.....	24
	9.2.3 Turistik Restoranlar.....	24
10.	KAHRAMANMARAŞ TURİZM TALEBİ	26
11.	KAHRAMANMARAŞ İLİ TURİST PROFİLİ	27
12.	KAHRAMANMARAŞ EL SANATLARI	31
	12.1. Abacılık.....	32
	12.2. Köşkerlik.....	33
	12.3. Bakırcılık.....	34
	12.4. Kordon İşlemeciliği.....	34
	12.5. Sim sırma işlemeciliği.....	35
	12.6. Bıçakçıl.....	36
	12.7. Saraçılık.....	38
	12.8. Oymacılık.....	39
	12.9. Kuyumculuk.....	40
	12.10. Semercilik.....	41
	12.11. Keçecilik.....	43
	12.12. Demircilik.....	44
	12.13. Taş İşlemeciliği.....	45
13.	KAHRAMANMARAŞ MÜZELERİ	46

13.1. Kahramanmaraş Arkeoloji Müzesi.....	46
13.2. Kahramanmaraş 1920 Kent Kurtuluş Müzesi.....	47

2.BÖLÜM

2.1	HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜNÜN TANIMI.....	48
2.3.	HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜNDE YER ALAN ÜRÜNLER.....	50
2.3.1.	Yöresel Ürünler.....	51
2.4.	SEKTÖRDE YER ALAN İŞLETMELER.....	51
2.5.	SEKTÖRDE ÖNDE OLAN İLLER.....	52
2.6.	BÖLÜM HEDİYELİK EŞYA DIŞ TİCARET VERİLERİ.....	52
2.6.2.	Ülkemizin Hediyelik Eşya İhracatı(1000\$).....	53
2.6.3.	Ülkemizin Hediyelik Eşya İthalatı(1000\$).....	54
2.6.4.	Hediyelik Eşya Sektöründe E-Ticaret Verileri.....	57
2.6.5.	Alışveriş Siteleri.....	57
2.6.6.	Online Alışveriş Verileri.....	58
2.6.7.	Ziyaretçi Verileri Ve Profili.....	59
2.6.8.	Hediyelik Eşya Sektöründe Özel Günlerin Etkisi.....	60
2.7.	TURİZMİN HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜNE ETKİSİ.....	61
2.8.	HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜNÜN TURİZME ETKİSİ.....	62
2.9.	KAHRAMANMARAŞ HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜ.....	62
2.10.	HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜ İÇİN STRATEJİ GELİŞTİRME.....	67
2.11.	KAHRAMANMARAŞ İLİ HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜ SWOT ANALİZİ.....	68
2.12.	KAHRAMANMARAŞ HEDİYELİK EŞYA STRATEJİK EYLEM PLANI ÇALIŞTAYI.....	71

3.BÖLÜM

KAHRAMANMARAŞ HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜ EYLEM PLANI.....	75
TASARIM ÇALIŞMALAI VE HİKAYELERİ.....	91
SONUÇ.....	113
KAYNAKÇA.....	115

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Kahramanmaraş İlinin Konumu.....	9
---	---

Şekil 2: Kahramanmaraş İli Jeolojik Yaş Haritası.....	10
--	----

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Kahramanmaraş'ın Kültürel ve Turistik Altyapısı.....	21
Tablo 2: Kahramanmaraş İli Turizm Belgeli Konaklama Tesisleri ve Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri Oda ve Yatak Sayısı.....	23
Tablo 3: Kahramanmaraş İli Turizm Seyahat Acentaları.....	24
Tablo 4: Kahramanmaraş İli Turizm İşletme Belgeli Lokantalar.....	25
Tablo 5: 2016 Yılı Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri Giriş ve Geceleme Yerli Turist Sayıları.....	28
Tablo 6: 2016 Yılı Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri Giriş ve Geceleme Yabancı Turist Sayıları.....	29
Tablo 7: Yıllar İtibariyle Hediyeelik Eşya Dış Ticaret Verileri.....	52
Tablo 8: Ülkemizin Hediyeelik Eşya İhracatı(1000\$).....	53
Tablo 9: Ülkemizin Hediyeelik Eşya İthalatı(1000\$).....	54
Tablo 10: Kahramanmaraş Hediyeelik Eşya Odak Grup Çalışması Katılımcı Listesi.....	71

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

Fotoğraf 1: Abacılık Atölyesinden Bir Görünüm.....	33
Fotoğraf 2: Köşkerlik Sanatının Örnekleri.....	34
Fotoğraf 3: Bakır İşlemeciliği Örneği.....	34
Fotoğraf 4: Kordon İşlemeciliği Örneği.....	35
Fotoğraf 5: Sim Sırma İşlemeciliği Örneği.....	36
Fotoğraf 6: Bıçakçılık Örneği.....	37
Fotoğraf 7: Saraççılık Örneği.....	39
Fotoğraf 8: Oymacılık Sanatının Örneği.....	40
Fotoğraf 9: Kuyumculuk Sanatının Örneği	41
Fotoğraf 10: Semercilik Atölyesinden Bir Görünüm.....	42
Fotoğraf 11: Keçecilik Sanatının Örneği.....	43
Fotoğraf 12: Demircilik Sanatının Örneği.....	44
Fotoğraf 13: Taş İşlemeciliğinin Bir Örneği.....	46
Fotoğraf 14: Kahramanmaraş Arkeoloji Müzesi.....	47
Fotoğraf 15: Kahramanmaraş 1920 Kent Kurtuluş Müzesi	48

GİRİŞ

Seyrimde bir şehre vardım, gördük ki sarayı güldür, bağı duvarı güldür, gül alırlar gül satarlar, gülden terazi tutarlar, gülü gül ile tartarlar, çarşı pazarı güldür gül, işte böyle kadim bir şehirdir Kahramanmaraş, her köşebaşında bir anı, bir hatıra, bir ağıt, bir destan ve bir gözyaşı vardır. Bir köşeye oturup kulak kesilince ise şehre edebiyat, kültür ve şiir başlar; anlatır şehri ve şehrin yüreği delip geçen meramını, Mikdad'dan Ukkâşe'ye, Yemenli Eşter'den, Tepedelen Halil Ağa'ya, Kundakçı Derviş'ten Mıllış Nuri'ye, Maraş'ın her sokağında bir kahramanlık hikâyesi vardır. Her sokağına bir şehidin ruh verdiği, yüreklerin dinlendiği şehirdir. Böyle bir şehirde usul usul adımlarken şehirde geçmişin sanatını hisseder, el emeği göz nuru ürünleri bakıra, ağaca ve ilmiğe işleyen ustaları görürken, başını kaldırdığında kartal yuvasını andıran kalenin burçlarında şehidimin kanıyla boyalı sancağı görürken bir kelime-i şehadettir kopar içinden ve kulaklarında yankılanır mübarek Cuma hutbesi;

Ey Ehl-i İslam!

İslam'ın Kılıcı Büyük Millet!

İlay-ı Kelimetullah Aşkına Çırpınan Büyük Türk Milleti

Cuma Namazı Kılmanın da Şartları Vardır.

Dışarıda da Fetva Verenler Oldu,

Doğrudur ve Malumdur ki...

Şer'an Cuma Namazı Kılınamaz!

Evet, böyledir Maraş ve devam eder meramını anlatmaya; "Maraş'a ekleyebilecek hiçbir şerefim yok, fakat Maraşlı olmaktan gelen bir şeref taşıyorum. Bu şerefi içimde rastgele bir duygu değil, sistemli bir gurur halinde besledim." diyen Necip Fazıl, Maraş'ı "harikalar vatani" olarak tanımlar. Necip Fazıl için Maraş "çocukluk günlerinden beri, masalını dinlediği, bir rüya alemini yeryüzüne kabul ve tasdik ettirecek" şehirdir. Sezai Karakoç; "Maraş, çocuk yüreğimin ateş aldığı yerdir." der ve ekler: "Belki ondan önce rüya alemi gibi bir iç dünyanın sahibiydim. Derinliğe aday bir dünya bu Maraş'ta alev aldı." Kahramanmaraş bir duygu menbâsıdır...

"Şairler Şehri" denir Kahramanmaraş'a... Halk şiirinin büyük ustası Karacaoğlu'dan modern şiirin en önemli temsilcisi Necip Fazıl'a, Erdem Bayazıt'tan Cahit Zarifoğlu'na, Nuri Pakdil'den Aşık Mahzuni'ye kadar pek çok şairi ve yazarı yetiştirmiş olan Kahramanmaraş sonuna kadar hak eder bu unvanı. Birçok edebiyatçının yolunun kesiştiği bu güzel kent, 1950'li yıllarda edebiyatta "Maraş Ekolü" diye anılan ekole de ev sahipliği yapmıştır. "Yedi Güzel Adam"ın Şehridir Maraş... Cahit Zarifoğlu'nun şiiridir 'Yedi Güzel Adam'.

"...İşçi eğilir, bükülür ve doğrulur.

Köylü bükülür, doğrulur eğilirken.

İnsan iyi, maden kuyumcuda."

Bitmedi... Dillere destan olacak kadar büyüktür Maraş'ın mutfak zenginliği. Maraş'ın daracık sokaklarında gezintiye çıkmışken mutfaklarda pişen o güzel yemeklerin kokusuna

duyarsız kalamaz ve arsızlık edip her kapıyı çalmak istersiniz, hatta çalarsınız da... Çünkü geri çevrilemeyeceğinizi bilirsiniz... Meşhur tarhanasını, paçasını içmeden, bazlaması, çiğ köftesi, içli köftesi en önemlisi de dolmalarından tatmadan kalkamayacağınız sofralar kurulur size burada. En başta dondurması olmak üzere fıstıklı ezmesi ve baklavasıyla da tatlı yenip tatlı konuşulur bu sofralarda.

Tarihi bir cennettir Maraş. Geçmişi günümüze taşıyan müzeleriyle, konaklarının ihtişamı ve mükemmelliğiyle hayat bulan kaleleri, köprüleri, cami ve külliyesiyle, şifa bulacağımız kaplıcalarıyla, uğur böceklerinin görsel şöleni ile bir hayattır Maraş. Bir de el dokuması göz nuru ürünler, oymacılık, bakırcılık bir başkadır burada, kültürel çeşitliliği ile seni alıp götürecektir. Kadim şehir Kahramanmaraş.

Anlatmakla bitmez Kahramanmaraş, fakat bir yerden başlanmalı ve bu kültürü, edebiyatı ve değerleri ölümsüzleştirip işlemeli hediyelik eşyalara ve tüm dünyaya bu şehri ve şehrin kültürünü tanıtmalı, işte bu duygular ile yola çıkıldı, yok olmaya yüz tutmuş değerlerimizi de işin içine katarak tüm Kahramanmaraş'ı dünyaya anlatacak "Kahramanmaraş Hediyelik Eşya Stratejik Eylem Planı" çalışmasını hayata geçirmeye çalıştık. Bu yolda Mevla'm muaffak eyleye...

İlimiz eşsiz değerlere ve tarihten gelen önemli bir kültüre sahiptir. Ayrıca bunların dışında ilimiz İpek ve Baharat yolları üzerinde olması, önemli yolların kesişim noktalarında bulunmasının yanında tarihin ilk yerleşim yerlerine ev sahipliği yapmıştır. Kahramanmaraş'ımız eşsiz turizm potansiyeline sahip olmasına rağmen turizm alanında hak ettiği noktada olmadığı bilinmektedir. İlimiz tarım ve sanayide yaptığı atağı turizmde gerçekleştirememiştir. Turizmi bir bütün olarak düşündüğümüzde bu bütünü oluşturan her parçanın geliştirilmesi ve turizme kazandırılması büyük önem arz etmektedir. Bu parçalardan en önemlilerinden biride yöresel değerleri ve yöresel kültürümüzü yansıtan ve ilimizin görünürlüğünü artıran hediyelik eşya sektörüdür.

Yapılacak bu çalışma hediyelik eşya sektörünün kapılarını ilimize aralayacak ve bununla birlikte yeni istihdam fırsatları doğurmasına imkân yaratacaktır. Bu kapsamda ilimizdeki sektör temsilcileri ile bir araya gelerek bu alanda yapılması gerekenler ve yapılacaklar planlanmış, kültürel değerlerimiz magnetten tutun da çini tabak, halı kilim ve bibloya kadarilmekilmek işlenme ve üretim çalışmaları yapılmıştır. Bu çalışmaları ile birlikte :

Başta Dulkadiroğlu Belediyemiz, Dulkadiroğlu Kaymakamlığımız ve Esnaf ve Sanatkârlar Odamız bölgemizin,

- Turizm potansiyelini ekonomiye kazandırmayı ve bölgesinde yerel ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlamayı,
- İlimizi ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtabilmek, tarihi ve kültürel potansiyeliyle turizm konusunda görünürlüğünü sağlamak için kültürel ve yöresel değerlerimizi anlatan hediyelik eşya tasarımları yapılmasını sağlamayı,
- İlimizde hediyelik eşya alanında faaliyet gösteren işletme ve atölyelerin oluşmasına katkı sağlayarak, yeni istihdam alanları yaratılmasını amaçlamışlardır.

Bu amaçlar doğrultusunda oluşturulan güç birliği ile ilimizin kültürünün ve değerlerinin yeni kuşaklarımıza ve tüm dünyaya tanıtımı çalışmaları yapılırken bölgemize yeni iş ve istihdam fırsatları yaratmaya çalışmak projemiz kapsamında planlanmıştır.

PROJE EKİ	
Proje Koordinatörü	Fatih KORKMAZ
Sektör Uzmanı	Prof. Dr. Mete SEZGİN
Grafiker	Emel BOZKURT
Heykeltıraş	Suat DÜNDAR

1. KAHRAMANMARAŞ İLİNİN COĞRAFİ ÖZELLİKLERİ

1.1 Coğrafi Konum

Kahramanmaraş ili Türkiye'nin güneyinde, Akdeniz Bölgesi'nin Adana Bölümü'nde, 37° 11' ve 38° 36' kuzey paralelleri ile 36° 15' ve 37° 42' doğu meridyenleri arasında yer almaktadır. Kahramanmaraş, kuzeyden Sivas, kuzeydoğudan Malatya, doğudan Adıyaman, güneyden Gaziantep, batıdan Adana, Osmaniye ve kuzeybatıdan Kayseri illeri ile çevrilidir (Şekil 1). Kahramanmaraş 14.525 km² yüzölçümü ile alan büyüklüğü bakımından Türkiye'nin on ikinci ilidir (Gürbüz, 2014: 95).



Şekil 1. Kahramanmaraş ilinin Konumu

Kaynak: <https://www.google.com.tr/search?q=kahramanmaraş+lokasyon+haritası&esp> v. Uyarlanmıştır, Erişim Tarihi: 30.02.2017

1.2. Fiziki Coğrafya Özellikleri

a) Jeoloji ve jeomorfoloji

Kahramanmaraş ve çevresi morfolotektonik açıdan Anadolu levhası ile Arabistan levhasının çarpışma etkilerini yansıtır. Bu çarpışma sonrasında kuzey-güney yönlü sıkışmalar nedeniyle faylar (Doğu Anadolu ve Ölü Deniz Fayı) ve kıvrımlar oluşmuştur (Şekil 2). Ayrıca bu bölgede Güneydoğu Kıvrım Kuşağı ile Doğu Toros Orojenik Kuşağı ve Amanoslar gibi

olduğu ve yağışların ilkbahar ayına kaydığı karasal iklim, doğudaki Pazarcık ilçesinde Güneydoğu Anadolu iklim özellikleri görölmektedir. (Korkmaz, 2001,16).

c) Toprak

Kahramanmaraş ilinde ana kaya, iklim, yeryüzü şekilleri ve zamana bağılı olarak farklı büyük toprak grupları oluşmuştur. Kahramanmaraş'ta daha çok kireçtaşı, kumtaşı ve metamorfik taşlar bulunmaktadır. Topraklar daha ziyade kahverengi, kolüviyal ve alüviyal toprak gruplarından meydana gelmektedir. Toprakların tekstür yapıları killi, siltlikilli ve kumlusiltli arasında değişmektedir (Kahramanmaraş Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü, 2011).

d-) Hidrografya

Kahramanmaraş ilinde iklim ve yer şekillerinde görölen çeşitlilik akarsuların yağış havzalarının, sayılarının, boylarının ve akım özelliklerinin çeşitlilik göstermesine neden olmuştur. Zengin su kaynaklarına sahip olan Kahramanmaraş'ın başlıca akarsu kaynakları; Ceyhan Nehri, Aksu Çayı, Körsulu Deresi, Bertiz Çayı, Erkenez Çayı, Göksun Çayı, Hurman Çayı, Söğütlü Çayı, Göksu Çayı, Fırınız Deresi, Tekir Deresi, Andırın Suyu ve Keşiş Suyu dur.

e) Arazi kullanımı

Kahramanmaraş ilinde arazi kullanım durumunu genel olarak topografya, iklim ve sulama şartları belirlemektedir. Kahramanmaraş ilinin toplam yüzölçümü 1.445.700 ha olup, orman ve fundalık alanlar 512.079 ha ile il yüzölçümünün %36'sını, çayır ve mera alanı 184.514 hektar olup yüzölçümün %13'ünü, tarım alanları 352.426 hektar olup il yüzölçümünün %24'ünü oluşturmaktadır (Çizelge 3). Kahramanmaraş'ta 1. ve 2. sınıf arazilerin toplamı 247.703 hektarlık yüzölçümü ile %17.24'lük bir alanı kaplamaktadır. 3. sınıf araziler ise 61.710 hektarlık yüzölçümü ile %4.30'luk bir alanı kaplamaktadır.

f-) Bitki örtüsü

Kahramanmaraş, Akdeniz ve İran-Turan Fitocoğrafya bölgelerinin geçiş kuşağında ve Anadolu Diyagonalı üzerinde yer alır. Buna karşılık Kahramanmaraş'ın bazı bölgelerinde Avrupa-Sibirya Fito Coğrafya bölgesine ait reliik tarzda bitkileri de görebiliriz. Bitki örtüsünün ana iskeletini Akdeniz Fitocoğrafya bölgesine ait bitki türleri oluşturur. Fakat,

ekolojik şartların belirlediği doğal bitki örtüsü beşeri tahribatlar sonucu tür, bileşim ve yoğunluk bakımından değişime uğramıştır. Kahramanmaraş ilinde ekolojik ve antropojenik şartların belirlediği üç vejetasyon kuşağı gözlenir.

2. BEŞERİ COĞRAFI ÖZELLİKLERİ

2.1 Nüfus

Kahramanmaraş 1970 yıllarına kadar diğer illere önemli sayıda göç vermiş, ilin verdiği göç aldığı göçün yaklaşık dört katı olmuştur. Kahramanmaraş ilinin 1970 yıllarından sonra aldığı göç miktarı artmaya başlamıştır. 2012 yılı nüfus verilerine göre; Kahramanmaraş ili dışında yaşayan Kahramanmaraş doğumlu nüfusun sayısı 459.488 kişidir. Aynı yıl için il dışında doğup da Kahramanmaraş ilinde yaşayan nüfus miktarı ise 73.615 kişidir. Bu durum Kahramanmaraş'ın göç veren bir il olduğunu göstermektedir. (<http://nufus.mobi/turkiye/nufus/kahramanmaras> Erişim Tarihi: 20.03.2017-2016).

2.2. Yerleşme

Ahır Dağı'nın güney yamacında, sulak ve verimli Maraş Ovası'nın hemen kuzeyinde kurulmuş olan Maraş, yaşam koşulları bakımından son derece uygun fiziki ve beşeri coğrafya özelliklerine sahiptir. Maraş Ovası'nın geniş ve verimli olması, su kaynaklarının yeterliliği ve üç tarafının dağlarla çevrili olması nedeniyle savunmaya elverişliliği, şehrin bu alana kurulmasında etkili olmuştur. Aynı zamanda tarihte güneyden gelen yolların Anadolu ile bağlantısını sağlayan geçiş bölgesinde bulunması Maraş'ın önemini daha da artırmıştır.

Bu olumlu coğrafi koşullar nedeniyle Maraş ve çevresinde yerleşmenin tarihi MÖ 4000-5000 yıllarına kadar inmekle beraber, şehrin kale çevresinde Hititler tarafından (MÖ XIX.-XII. yy) kurulduğu tahmin edilmektedir.

2.3 Ulaşım

Tarihin her döneminde Kahramanmaraş ve çevresinden önemli yollar geçmiştir. Akdeniz, Güneydoğu Anadolu, Mezopotamya, Mekke vb. güneydeki yerleşmeleri İç Anadolu ve İstanbul'a bağlayan yolların bir kısmı Kahramanmaraş ve çevresini kullanmıştır. Tarihi

dönemler içerisinde Kahramanmaraş'tan geçen yolların en önemlilerinde biri Antakya, Halep ve Mezopotamya'dan gelip İç Anadolu'ya ulaşan yoldur. Bu yol Hititlerden 20. Yüzyıla kadar kullanılmıştır. İç Anadolu'dan gelen yolların bir kısmı da Elbistan-Göynük (Kahramanmaraş'ın doğusunda tarihi bir yerleşme) üzerinden Halep'e geçmekte idi. Aynı zamanda doğudan gelip Akdeniz kıyısındaki kentlere giden yolların bir kısmı da Kahramanmaraş'tan geçmiştir.

2013 yılı itibari ile Kahramanmaraş il sınırlarımız içerisinde 398 km devlet yolu, 35 km otoyol, 533 km il yolu, 5068 km. köy yolu ile 1798 km orman yolu mevcuttur.

2.4. Kahramanmaraş'a Ulaşım

a) Karayolu

Kentin Akdeniz, İç Anadolu, Güneydoğu Anadolu, Doğu Anadolu bölgeleriyle güçlü bir karayolu bağlantısı vardır. Otobüs terminali kent merkezinde ve ulaşımı oldukça kolaydır.

b) Havayolu

Türk Hava Yolları başta olmak üzere diğer havayolları şirketlerinin Ankara, İstanbul ve İzmir'e haftanın değişik günlerinde uçuşları bulunmaktadır. Havaalanı kent merkezine 8 km. uzaklıktadır. 1996 yılında yapılan Kahramanmaraş Hava Alanı tüm uçakların iniş kalkışına uygun durumdadır. Haftada üç gün Ankara, her gün İstanbul seferleri yapılmaktadır.

3. EKONOMİK VE SOSYAL GÖSTERGELER

3.1. Sanayi ve İstihdam

Sanayi bakımından bir Anadolu kaplanı olan Kahramanmaraş, iki resmî ve iki de özel OSB'ye sahiptir. Özellikle tekstil ve iplik sanayiinde Türkiye ve Ortadoğu'da önde gelen bir merkez durumuna gelmiştir. Şehirdeki 5. OSB'nin yapımına karar verilmiş olup çalışmalar sürmektedir. Tomsuklu mevkiine yapılacak yeni OSB yaklaşık 25 bin dekar (dönüm) genişliğinde yapılacak ve bu büyüklüğü ile Türkiye'nin en büyük sanayi OSB'si olacaktır (Şerbetçi,2014, 185-190).

4. KÜLTÜR VARLIKLARI

Kahramanmaraş ve çevresi tarih öncesi dönemlerden günümüze kadar uzun bir geçmişi bulunmaktadır. Son dönemlerde yapılan arkeolojik çalışmalar neticesinde 14 - 16 bin yıllık bir geçmişe kadar uzandığı bilgisi bulunmaktadır

Türkiye Cumhuriyeti devletinin kuruluşunda önemli bir yere sahip olan Kahramanmaraş, bu destansı dönemi adeta tarihine, karakterine ışık tutan olaylar ile doludur. Milli ruhun, milli direnişin bir simgesi olan Maraş'ın bu iradesi, bu gücü karşılıksız bırakılmamış 5 Nisan 1925 tarihinde TBMM tarafından "Kırmızı Şeritli İstiklal Madalyası" ile onure edilmiştir. Yine bu başarılarından dolayı 7 Şubat 1973 tarihinde "KAHRAMANLIK" ünvanı ile şerefendirilmiş olan şehrimizin ismi bu tarih itibari "KAHRAMANMARAŞ" olarak değiştirilmiştir. Maraşlı "MARAŞ BİZE MEZAR OLMADAN DÜŞMANA GÜLİZAR OLMAZ" diyerek çıktıkları bağımsızlık yürüyüşleri ile ülke kurtuluş mücadelesinin bir bölümünü de burada vermiştir.

Geçmişten günümüze uzanan bu eşsiz tarih Kahramanmaraş'ın nasıl bir medeniyetlerin beşiği olduğunu gözler önüne sermektedir. Bu geçmişten günümüze uzanan kültür ve medeniyet günümüze yüzlerce kültür varlığı hediye bırakmıştır. Bunlardan;

Vakıflar Genel Müdürlüğü envanterinde 112, Kültür ve Turizm Bakanlığı envanterinde 182 ve Türk Tarih Kurumu envanterinde ise 44 eser, Kahramanmaraş adına kayıt altına alınmıştır.

Buna göre; 1 bedesten, 56 cami, 1 cami-medrese, 2 cami-türbe, 1 çarşı, 6 çeşme, 9 hamam, 7 han, 1 kervansaray, 9 köprü, 1 medrese, 2 mescit, 1 mezarlık, 7 minare, 1 ribat, 7 türbe olmak üzere 112 eser Vakıflar Genel Müdürlüğü envanterine, 2 anıt ve abide, 57 arkeolojik sit alanı, 4 askeri alan (kale-kışla), 1 diğer (mağara), 22 dinsel (cami, türbe, minare, medrese), 2 endüstriyel ve ticari amaçlı (çeşme, dükkân), 40 halk kültürü (el sanatları vs), 5 idari (postane, hükümet, okul), 4 kalıntı, 1 kentsel sit alanı, 21 kültürel (köprü, hamam, çeşme), 2 mezar, 29 sivil mimarlık örneği olmak üzere 182 eser ise Kültür ve Turizm Bakanlığı envanterine kaydı yapılmıştır. Ayrıca 1 bedesten, 28 cami, 1 çarşı, 3 çeşme, 1 dua kubbesi, 2 hamam, 2 han, 1 kapalı çarşı, 4 türbe ve 1 zaviye olmak üzere de 44 eser Türk Tarih Kurumu envanterinde bulunmaktadır.

Kahramanmaraş ili envanterinde bulunan kültür miraslarının 26'sı Afşin'de, 9'u Andırın'da, 1'i Çağlayancerit'te, 1'i Ekinözü'nde, 3'ü Elbistan'da, 6'sı Göksu'nda, 216'sı Merkezde, 9'u Pazarcık'ta, 7'si Türkoğlu'nda bulunuyor. Eserlerin 21'i Kahramanmaraş İl Genelini kapsarken, 4'ü de Hatay ili ile ilişkilendirildi. Kahramanmaraş adına kayıtlı kültürel miraslardan 33'ü soyut 305'i ise taşınmaz nitelikte bulunmaktadır.

5. KAHRAMANMARAŞ'IN MUTFAK VE BESLENME KÜLTÜRÜ

Kahramanmaraş mutfağının kendine özgü yeme içme gelişim ve değişiminde Hitit, Asur, Makedon, Roma, Selçuklu, Dulkadirli ve Osmanlı kültür etkileşiminin ortak paydası vardır. Zülkadirli "Sultan Analar", Osmanlı beslenme kültürünü beylik kültürüyle zenginleştirmişlerdir. Osmanlı saray mutfağında Maraş mutfağının örnekleri bulunmaktadır. Cumhuriyet döneminde Kahramanmaraş damak zevkine farklılıklar yerleştirdiyse de özünü günümüze kadar korumuştur. Yöresel mutfağımız kendine özgü doğal ürünleriyle özgün araç ve gereçleriyle, pişirmesiyle, sofraya sunumuyla ve sofradaki davranış zarafetiyle beylik kültürünün temsilcisidir.

Kahramanmaraş mutfağında yeme-içme sanatının hem dış, hem iç güzelliklerini yansıtan zenginlikleri bir arada bulmak mümkündür. Maraşlı yemeği karın doyurmak için değil yemeğin zevkini lezzetini almak için yer. Çünkü Maraş mutfağı geçmişle beslenmiş gizemli ve çok yönlü kültürel bir farklılıktır. Kahramanmaraş mutfağında Orta Asya'nın et ve mayalanmış süt ürünlerini, Mezopotamya'nın tahıl bereketini (çeşitlerini), Akdeniz'in sebze meyve ve zeytinyağını, görebildiğimiz gibi Güney Asya baharatlarını ve Kahramanmaraş'ın adıyla anılan kırmızı pul biberini katkı ve lezzet düzenleyicisi olarak anabiliriz.

Yörenin yetenekli insanları beslenme birikimini yeme içme hünelerine dönüştürmüş, kıskanılacak mutfak örneklerini çoğaltmış, birçok özgün tadı sofrasına koymuş, birçok tadı coğrafi işaret olarak kabul ettirmiştir: Dünya markası Kahramanmaraş dondurması, Kahramanmaraş tarhanası, Kahramanmaraş kırmızı pul biberi ve coğrafi işarete aday eşgili çorbası v.b yeme-içme örnekleri gibi. (Özkarıcı, 2007)

Kahramanmaraş Dondurması: Kahramanmaraş dondurması, Ahir Dağı ve Maraş Dondurma ustalarının bir mucizesidir. Ahir Dağının yüksek yamaçlarında Maraş Coğrafyasına özgü kekik, keven, sümbül ve çiğdem gibi çiçeklerle beslenen keçilerin eşsiz kıvam ve aromaya sahip sütleri ve Ahir Dağının topraklarından baharla beraber yeşeren yabani orkide çiçeklerinin yumru köklerinden elde edilen Salep'in Dondurma ustalarının mahir ellerinde benzersiz bir lezzete ulaşarak Türkiye'de tek, Dünyada marka olmuştur. Osmanlılar Döneminde saraylarda "karsambaç" adı verilen bir yiyecek türünün farklı bir uzantısı olarak bulunmuştur. Yörede Maraşlı Osman Ağa diye bilinen kişi Osmanlı Saraylarına ve asil konaklarına yabani orkide (Salep) satardı. Bir gün satış bittikten sonra artan salebi şeker ve süt karışımı olarak kara gömmüş. Ertesi gün baktığında, salebin kıvamındaki değişiklik dikkatini çekmiş. Süt, Şeker ve salep karışımının yoğunluk kazandığını ve sakız gibi uzadığını görmüş. Önce kendisi tatmış ve farklı bir lezzet olduğunun farkına varmış ve kendi çevresinde birçok kişinin bu yeni bulunan gıda maddesini tadıp beğenmesi ile salepli Karsambaç olarak bilinen bu gıda maddesi üç kuşak sonra Maraş Dondurması olarak tanınmaya başlar. Kahramanmaraş Dondurmasının en büyük özelliği üretiminde kullanılan sütün keçi sütü olmasıdır. 90 derece sıcaklıkta kaynatılan sütler, mikroorganizmalardan arındırılıyor. Daha sonra bu süte önce salep, ardında şeker katılır. İyice karıştırılan bu karışım, 6-8 saat dinlendirdikten ve eksi 6 derecede soğutulduktan sonra tüketime sunulur. İçerisinde A B C D ve E grubu vitaminleri ile kalsiyum fosfor, magnezyum, sodyum, potasyum demir ve çinko gibi mineraller de bulunan Kahramanmaraş dövme dondurmasının 100 gr. sade dondurmada 135 mg kalsiyum, 115 mg fosfor, 100 mg. sodyum, 160 mg. potasyum, 0,1 mg. demir, 130 mg. A vitamini, 0,21 mg. E vitamini 0,25 mg. B vitamini ve 0,13 mg. diğer vitaminlerin olduğu tespit edilmiştir. Bugün Kahramanmaraş dövme dondurması 50 farklı çeşit ve tat da üretilip yurt içi ve yurt dışına dağıtımı yapılmaktadır (Yılmazoğlu,2014,s 260-295).

6.ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ

Tarihi kapalı çarşı, saraçhane, demirciler çarşısı, Maraş'ta en büyük AVM Piazza'dır.

7. KARDEŞ KENTLER

Kardeş şehirler Aceh (Endonezya), Salyan Belediyesi (Azerbaycan), Jackson (ABD), Siliana (Tunus), Houston (ABD), Nalçil (Rusya Federasyonu) (<https://kahramanmaras.bel.tr/kurumsal/kardes-sehirler-listesi>), Hatay, Trabzon, Niğde, Noyan (Moğolistan) dır. (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Kahramanmaras>).

8. MİLLİ PARKLAR

Kahramanmaraş Milli Parklar Müdürlüğü Orman ve Su İşleri Bakanlığı 15.bölge müdürlüğüne bağlı olup 179 ha alanlara sahiptir.

9. KAHRAMANMARAŞ İLİ TURİSTİK ARZI

Turizm sektöründe iki çeşit arz vardır. Bunlar; turizmden bağımsız arz ve bağımlı arz olarak tanımlanmaktadır.

Bağımsız arz; Bir bölgenin doğal, tarihi, kültürel ve folklorik değerleri, ormanı, dağı, denizi, güneşi ya da tarihi ve sanatsal değerleri, gelenek ve görenekleri, kalıntıları, anıtları, konuk severliği, kutsal yerleri vb. gibi faktörler, turizmden bağımsız arz unsurlarını oluşturmaktadır.

Bağımlı arz; Yukarıda sayılan değerlerden turizm amaçlı yararlanmak üzere, Turistik mal ve hizmetlerin alt ve üst yapıları tamamlanmış bir dizi tesislerle Turistin hizmetine arz edilmesi olayıdır. Bağımlı turizm arzı, bir bölgeye olan turizm hareketlerinin sonucunda ortaya çıkan bir arz çeşididir. Başka bir deyişle, Bağımlı turizm arzı, bir bölgede var olan turizm potansiyelinin turizm sektörünü destekleyici kurum ve kuruluşlar yardımıyla turiste hizmet amaçlı sunulması şeklinde ifade etmek mümkündür(Bahar ve Kozak 2015:85).

9.1. Bağımsız Arz

Kahramanmaraş, eski çağlara kadar uzanan bir geçmişe sahip olan şehirlerimizdendir. Kahramanmaraş'ın yer aldığı coğrafya tarih de Asurlar, Hititler, Makedonyalılar, Persler, Bizanslılar, Romalılar, Araplar ve Selçukluların egemenliği altına girmiştir (Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi,2017).

Döngel mağaralarında gerçekleştirilen araştırmalarda ele geçen kalıntılar yörede insan yerleşiminin üst Paleolitik çağlarda başlayıp, Neolitik ve İlk Tunç çağlarında da devam

ettiğini göstermektedir. Yöre Orta Tunç Çağında (İÖ 2000-1500) Suriye ve Mezopotamya'yı Kapadokya ile Anadolu'nun farklı yörelerini birbirine bağlayan önemli kervan yollarının kesiştiği uğrak bir kavşak da yer almıştır(Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017).

Tablo 1: Kahramanmaraş'ın Kültürel ve Turistik Altyapısı

Kültür Merkezi	3
Kütüphane	İl Merkezinde 14 Adet İlçelerde 11 Adet
Müze	4
Güzel Sanatlar Galerisi	3
Arkeolojik Sit Alanları	125
Doğal Sit Alanı	1
Şelaleler	2 Adet (Dögel Ve Savruk)
Kaplıca	2 Adet (Ilıca), 3 Adet İçme(Elbistan Ekinözü-Ş.Hopuru)
Hanlar, Hamamlar, Medreseler, Çarşılar, Bedestenler, Kervansaraylar	17
Höyük	70
Sivil Mimari	253
Kilise	1
Kale	12
Köprü	8
Çeşme	5

Camii-Minare-Türbe-Mezarlık	33
------------------------------------	----

Kaynak: Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi, 2014

Tablo 1 de görüldüğü üzere Kahramanmaraş'ın kültürel ve turistik alanlardaki altyapısını oluşturan 576 adet değer özetlenmiştir. Tabloda en çok değer ile sırasıyla sivil mimari, arkeolojik sit alanları ve höyükler öne çıkarken, kilise ve doğal sit alanlarının azlığı dikkat çekmektedir.

9.2. Bağımlı Arz

Bir ülkenin/bölgenin doğal, tarihi, kültürel, folklorik, sanatsal değerleri gibi faktörlerinden yararlanmak üzere turistik altyapı ve üstyapının tamamlanmasıdır. Günümüzde birçok yeni turizm çekim merkezleri, yeni ürünler ve yeni bir turizm arzı oluşturulmaya çalışılmaktadır. Bunun arkasında ise, ülkelerin turizmde ürün farklılaştırmasına giderek uluslararası turizm piyasasındaki rekabet gücünü, pazar payını, ülkeye gelen turist sayısını ve gelirini artırmak düşüncesi yatmaktadır. Dolayısıyla bir turizm ülkesinin turizm amaçlı kullanabileceği arz kaynaklarını iyi analiz etmesi ve onları turistin ve ülkenin yararına sunabilmesi ekonomik anlamda önemlidir. Kahramanmaraş iline ait bağımlı değişkenler aşağıda sıralanmıştır.

9.2.1 Konaklama İşletmeleri

İpek ve Baharat yolları üzerinde kurulmuş olan Kahramanmaraş binlerce yıllık tarihinden kaynaklanan önemli bir tarihi ve kültürel zenginliğe ev sahipliği yapmaktadır. Mezopotamya'yı Anadolu ve Kapadokya'ya bağlayan kent, sahip olduğu bu eşsiz konum sayesinde olsa gerek, tarihi boyunca önemli medeniyetlerin kritik yerleşim birimleri arasında yerini almıştır (Doğaka, 2015:48).

Tablo 2: Kahramanmaraş İli Turizm Belgeli Konaklama Tesisi ve Belediye Belgeli Konaklama Tesisi Oda ve Yatak Sayısı

Şehir	Turizm Yatırımı Belgeli			Turizm İşletmesi Belgeli		
	Tesis	Oda	Yatak	Tesis	Oda	Yatak

	sayısı	sayısı	sayısı	sayısı	sayısı	sayısı
Kahramanmaraş	16	2.088	4.414	38	2.111	4.302
	Belediye Belgeli Konaklama Tesis					
	Tesis sayısı			Yatak sayısı		
	148			7.641		

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2017.

Tablo 2 de görüldüğü üzere Kahramanmaraş ilinde 16 adet turizm yatırımı belgeli, 38 adet turizm işletmesi belgeli ve 148 adet belediye belgeli konaklama tesisi olmak üzere 202 adet tesis mevcuttur. Kahramanmaraş ilinin toplam yatak kapasitesi ise 16.357'dir.

9.2.2 Seyahat Acentaları

28 Eylül 1972 tarihinde yürürlüğe girmiş olan "Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu" uyarınca Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), kurulmuş olan bir meslek birliğidir. TÜRSAB'ın temel amacı, seyahat acentalığı mesleğinin ve faaliyet alanının temelini oluşturan turizm sektörünün gelişimine katkıda bulunmaktır(www.tursab.org.tr).

Tablo 3: Kahramanmaraş İli Turizm Seyahat Acentaları

İLÇE	GRUBU	SAYISI
Merkez	A	22
Elbistan	A	7
Afşin	A	1
Pazarcık	A	2

Kaynak: T.C. Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017.

Tablo 3 de belirtildiği üzere Kahramanmaraş ilinin toplam seyahat acentası sayısı 32'dir. Belirtilmekte olan 32 seyahat acentasının 18 tanesinin merkezi Kahramanmaraş'ta bulunurken, geriye kalan 14 seyahat acentası şubedir. 2015 yılı Türkiye de toplam seyahat acentası sayısı 8.633'dür.

9.2.3 Turistik Restoranlar

Lokantalar ikinci ve birinci sınıf olarak sınıflandırılırlar. İkinci sınıf lokantalar, müstakilen belgelendirilemez. Lokantaların sınıflandırılmalarında yönetmelikte belirlenen nitelikler kadar işletmenin dekorasyonu, hizmet standardı, yemeklerin nefaset, kalite ve sunuş özellikleri de dikkate alınır.

İkinci sınıf lokantaların yemek salonu kapasitesi en 50 kişiliktir. Birinci sınıf lokantaların toplam kapasitesi en az 150 kişilik olup en az 50 kişilik bir ana salon düzenlenmesi kaydı ile kapasitenin kalan kısmı ayrı salonlarda düzenlenebilir. Salon kapasiteleri, müşteri yerleşiminin rahat bir şekilde sağlanması koşuluyla, müşteriye hizmet verilen alanların kişi başına 1.2 metrekareye bölünmesiyle hesaplanır(www.resmigazete.gov.tr).

Tablo 4: Kahramanmaraş İli Turizm İşletme Belgeli Lokantalar

Sıra No	Tesisin Adı	Kapasitesi	Sınıfı	İlçe
1	Hayal Kahvesi Restoran	270	*	Merkez
2	Kayapınar Restoran	550	*	Elbistan
3	Clarion K.Maraş Otel Restoran (Otel Bünyesinde)	470	*	Merkez
4	Ramada Plaza Otel Restoran (Otel Bünyesinde)	1230	*	Merkez
5	Elbistan Park Otel Restoran (Otel Bünyesinde)	300	*	Elbistan
6	Arsan Otel Restoran	695	**	Merkez

	(Otel Bünyesinde)			
7	Saffron Otel Restoran (Otel Bünyesinde)	400	**	Merkez
8	Sword Otel Restoran (Otel Bünyesinde)	310	**	Elbistan
9	Germanicia Otel Restoran (Otel Bünyesinde)	95	**	Merkez
10	Altunt�rk Otel Restoran (Otel Bünyesinde)	120	**	Merkez
11	Elbistan Garden Otel Restoran (Otel Bünyesinde)	120	**	Elbistan
12	Sular Otel Restoran (Otel Bünyesinde)	130	**	Merkez
13	Alcazar Otel Restoran (Otel Bünyesinde)	110	**	Merkez
14	La Ville Otel Restoran (Otel Bünyesinde)	110	**	Merkez
15	Ertunç �iftlik-Köy Evi Tesisi	100	�iftlik Köy Evi Tesis	�a�layan�erit
16	Ha�tırın Park Otel (Otel Bünyesinde)	380	**	Andırın
17	Tekirhan Otel Restoran (Otel Bünyesinde)	400	**	Merkez
18	Türkoğlu Liva Otel Restoran (Otel)	85	**	Türkoğlu

	Bünyesinde)			
TOPLAM		5875		

Kaynak: T.C. Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017.

Kahramanmaraş ilinin turizm işletme belgeli lokantalar envanterinin yer aldığı Tablo 4'te gösterildiği üzere Kahramanmaraş ilinde birinci sınıf 5, ikinci sınıf 12 ve 1 adet de çiftlik köy evi tesisi bulunmaktadır. Birinci sınıf tesislerin toplam kapasitesi 2820'dir. Birinci sınıf tesislerin 3 tanesi toplamda 1970 kapasite ile şehir merkezinde hizmet verirken 2 tesis ise 850 kapasite ile Elbistan ilçesinde hizmet vermektedir.

10. KAHRAMANMARAŞ TURİZM TALEBİ

Turizm talebi turist gönderen bir merkezden turist çeken bir merkeze olan akım olarak tanımlanmaktadır (Bahar ve Kozak 2015: 109).

Kahramanmaraş ili için de turist çeken merkezlerin başında kültürel tarihi değerlerin geldiği dikkat çekmektedir. Tarih boyunca çeşitli uygarlıklar tarafından sık sık el değiştiren Kahramanmaraş, bu uygarlıkların izlerini günümüze kadar taşıyarak, sinesinde barındırdığı insanlığın ortak mirası olan pek çok tarihî ve kültürel varlıklarla turizm alanında misafirlerine görsel bir şölen sunmaktadır.

Akdeniz Bölgesinin doğusunda yer alan medeniyetler kenti Kahramanmaraş; muhteşem doğal güzellikleri, emsalsiz serin yaylaları, tabii termalleri, uçsuz bucaksız barajları, sürekli gelişen modern sanayi, seçkin ve nadide el sanatları, yöresel yemekleri ile alternatif turizmde önemli bir potansiyele sahip olup, tarihî dokusu, zengin kültür mirası, eşsiz tabiat varlıkları ile bilinmekte, Germanicia Antik Kenti Taban Mozaikleri başta olmak üzere her yıl gerçekleştirilmekte olan bilimsel yüzey araştırmaları sonunda tespit ve tescil edilen höyükler, kalıntılar ve harabelerden oluşan birçok tarihî ören yerinin bulunması ile arkeolojik bir kent konumunda bulunmaktadır(Küçükdağlı, 2014:467).

Kahramanmaraş'ı gözde bir kültür ve turizm şehri hâline getiren turistik değerlerin başlıcaları şunlardır;

Kahramanmaraş Arkeoloji Müzesi, Eshab-ı Kehf Külliyesi, Ilıca Kaplıcaları, Ekinözü İçmeleri, Germanicia Antik Kenti Mozaikleri, Kale, Ulu Cami, İklim Hatun Mescidi ve Türbesi, Taş Medrese, Mahmut Arif Paşa Konağı-Etnografya Müzesi, Dedeoğlu Konağı, Kocabaş Konağı, Katiphan(Cumhuriyet Hanı), Deligönüller Konağı, Tarihi Maraş Çarşıları, Saraçlar Çarşısı, Kuyumcular çarşısı, Kapalı Çarşı, Taş Han, Hatuniye Cami, Abdulhamithan Camii, Başkonuş Yaylası, Yavşan Yaylası, Döngel Mağarası, Yeşilgöz, Tekir Vadisi, Taş Köprü (Ceyhan Köprüsü), Şeyh Adil Çeşmesi(www.kahramanmaraskulturturizm.gov.tr).

11. KAHRAMANMARAŞ İLİ TURİST PROFİLİ

Tüketicilerin destinasyonlara ilişkin istek, ilgi, ihtiyaç, beklenti ve tutumları farklılıklar göstermektedir. Bireylerin demografik özellikleri bu farklılıkların temel nedenlerinden birini oluşturmaktadır. Birey, sahip olduğu demografik özellikler doğrultusunda bir takım ilgi, istek ve beklentiler içerisinde bulunmakta ve buna bağlı olarak destinasyonu ziyaret etme/etmeme davranışı sergilemektedir. Aynı demografik özellikler, bireyin tatil süresince destinasyona yönelik algılarını da farklı yönlerde etkilemektedir. Bu nedenle bir destinasyonun ya da bir turistik ürünün tüm turistleri aynı şekilde ve aynı derecede etkilemesi mümkün değildir. Günümüz rekabetçi pazar şartları içerisinde destinasyonlarda yer alan veya destinasyonlara yönelik turizm ürünleri üreten işletmelerin pazarlama faaliyetlerinde bu durumu dikkate almaları gerekmektedir. Bu durum, destinasyona yönelik tatil satın alan turistlerin profillerinin çıkarılarak belirli kriterler doğrultusunda gruplandırılması ve her bir grubun ilgi ve ihtiyaçlarını belirlemeye yönelik çalışmalar yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. “Pazar bölümlendirme” olarak ifade edilebilecek bu uygulama sayesinde destinasyonun farklı ilgi, istek ve ihtiyaçlara yönelik pazar gruplarına özel pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi mümkün olabilecektir. Hatta turistik ürünlerin pazar bölümlerine uygun olarak düzenlenmesi de bu yöntemle sağlanabilmektedir(Çokışlar ve Türker 2015:34).

1. Çeyrek	2. Çeyrek	3. Çeyrek	4. Çeyrek	Toplam
-----------	-----------	-----------	-----------	--------

Giriş	Geceleme	Giriş	Gecelme	Giriş	Geceleme	Giriş	Geceleme	Giriş
32.230	50.602	36.736	58.437	38.738	70.371	39.985	68.820	174.689

Tablo 5: 2016 Yılı Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri Giriş ve Geceleme Yerli Turist Sayıları

Kaynak: Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017.

Tablo 5’de belirtildiği üzer Kahramanmaraş ilindeki turizm işletme belgeli konaklama tesisleri en çok geceleme yılın 3. Çeyreğini oluşturan Temmuz, Ağustos, Eylül aylarında yaptırırken, en az geceleme yılın ilk çeyreği olan Ocak, Şubat, Mart aylarında yaptırmaktadır. Bu tabloda da görüleceği üzere turizmi 12 aya yaymanın önemi bir kez daha vurgulanmış olmaktadır.

Tablo 6: 2016 Yılı Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri Giriş ve Geceleme Yabancı Turist Sayıları

Ülke	Giriş	Geceleme	Ülke	Giriş	Geceleme
ABD	53	90	Honduras	0	0
Almanya	502	2046	Kırgızistan	39	161
Arjantin	15	136	Libya	6	11
Arnavutluk	6	14	Kuveyt	0	0
Avustralya	15	63	Letonya	0	0
Avusturya	16	64	Yeni Zellanda	0	0

Azerbaycan	68	125	Sri Lanka	2	2
B.A.E.	16	38	Litvanya	0	0
Etiyopya	0	0	Lübnan	45	97
Bangladeş	36	56	Libya	5	11
Belarus	4	15	Macaristan	1	1
Belçika	3	4	Makedonya	5	21
Bosna Hersek	4	13	Mali	1	1
Brezilya	9	22	Meksika	3	7
Bulgaristan	8	20	Tayvan	0	0
Cezayir	20	33	Mısır	122	307
Çek Cum.	52	395	Moldova Cum.	4	11
Çin	126	631	Peru	1	9
Danimarka	9	15	Sırbistan	1	2
Gambia	2	2	Norveç	1	1
Endonezya	0	0	Özbekistan	19	57
Ermenistan	7	9	Pakistan	10	54
Estonya	0	0	Polonya	11	34
Fas	10	16	Portekiz	4	11
Filipinler	0	0	Romanya	33	102
Filistin	3	8	Rusya Fed.	45	271
Finlandiya	16	67	S. Arabistan	112	344
Fransa	64	215	Swaziland	2	3

Somali	2	10	Sudan	27	62
G. Afrika Cum.	16	32	Singapur	1	1
G. Kore	80	142	Slovenya	3	9
Gürcistan	24	86	Slovakya	2	19
Kuzey Kore	1	1	Suriye	430	940
Hindistan	110	519	Malezya	1	3
Hollanda	47	84	Tacikistan	17	36
Irak	140	352	Tayland	2	2
İngiltere	44	89	Surinam	1	1
İran	88	129	Tunus	7	8
İrlanda	5	10	Türkmenistan	11	24
İspanya	30	64	Ukrayna	31	66
İsrail	13	23	Afganistan	2	2
İsveç	24	37	Ürdün	18	59
İsviçre	47	164	Yunanistan	44	102
İtalya	284	1444	Senegal	1	2
Hırvatistan	2	10	Yemen	12	35
Japonya	61	83	Tayvan	7	8
KKTC	18	45	Vietnam	2	6
Kanada	16	77	Birleşmiş Milletler	1	2
Şili	0	0	Amerikan Samoası	6	7
Kazakistan	5	7	Venezüella	3	8

Toplam	3.222	10.425
---------------	--------------	---------------

Kaynak: T.C. Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017.

2016 yılı turizm işletme belgeli konaklama tesislerinde ki yabancı turist geceleme sayılarını veren tablo 6 incelendiğinde 1. sırada 2046 geceleme ile Alman turistler, 2. Sırada 1444 turist ile İtalyan, 3. sırada ise 940 geceleme ile Suriyeli turistler yer almaktadır.

12. KAHRAMANMARAŞ EL SANATLARI

Kahramanmaraş'ın el sanatları, geniş ve derin tarihi sebebiyle büyük zenginliğe sahiptir. Aradan geçen binlerce yıla rağmen bugün de çeşitli alanlarda birbirinden güzel eserler veren Kahramanmaraş'lı ustaların büyük emek ve sabırla sürdürdükleri el sanatları Türk el sanatlarının binlerce yıllık sürekliliğini de gözler önüne sermektedir. İşte bütün bu çarpıcı özelliklerden dolayı Kahramanmaraş'ın Türk el sanatları tarihinde önemli bir yeri vardır(www.k-maras.com).

Kahramanmaraş; Saraçhane, Bakırcılar, Semerciler, Mazmanlar, Kapalı Çarşı, Kazzazlar, Demirciler Çarşısı ve bu çarşıların etrafında toplanmış geleneksel el sanatları alanında hizmet veren ve üretim yapılan çok sayıda atölye ve dükkanla Türkiye’de geleneksel el sanatlarının geçmişten günümüze en yoğun şekilde icra edildiği merkezlerden biri olarak varlığını sürdürmektedir(Çalış, 2014: 298).

Kahramanmaraş el sanatları aşağıda belirtilmiştir;

- Abacılık
- Bakırcılık
- Bıçakçılık
- Demircilik
- Keçecilik
- Kordon İşlemeciliği
- Köşkerlik
- Kuyumculuk
- Oyacılık
- Oymacılık

- Saraçlık
- Semercilik
- Sim Sırma İşlemeciliği
- Taş İşlemeciliği
- Yorgancılık

Ortak geçmişimiz ve kültürümüz sebebiyle bazı el sanatlarımız birden çok yöreye ait olabilmektedir, fakat bu el sanatları bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir. Kahramanmaraş'ta yaygın olarak icra edilmekte olan ve sembol haline gelmiş el sanatlarından aşağıda bahsedilecektir.

12.1. Abacılık

Dokuma tezgâhında dokunan, gömlek üzeri giyilen nakış işlemeli, yakasız, kısa kollu bir yerel kıyafet olan aba, kışın sıcak, yazın serin tutması ve yağmur geçirmemesi sebebiyle Kahramanmaraş'ta eski dönemlerde çokça kullanılmış geleneksel bir giysidir. Aba üzerindeki her motife 'sandık' ismi verilmektedir. Abada 9 sandığın bulunması giyen kişinin çok zengin biri olduğunu göstermekteydi. Sandık sayısı arttıkça abanın değeri de artmaktadır. Dokuma malzemesi olarak kuzu yünü kullanılır. Dokumada gömme tezgah denilen el tezgahı kullanılmaktadır. (www.kahramanmaraskulturturizm.gov.tr).



Fotograf 1: Abacılık sanatının örnekleri

12.2. Köşkerlik

Günümüzde Kahramanmaraş'ta yemeni ve çarık üretimi yapan atölyelerde bot şeklinde olan “kelik”, kadınların giydiği “edik”, düğün nişan ve özel günlerde giyildiği bilinen “tokalı Osmanlı yemenisi” günlük yaşamda giyilen fatih yemenisi, saray ve ev içinde giyilen “tokalı ve tokasız saray yemenisi”, tarla, bağ, bahçede çalışırken giyilen “Karadağ çarığı” geleneksel yöntemlerle üretilmektedir. Ürünlerin orijinal yapısı ve geleneksel üretim şekli, Hollywood yönetmenlerinin ilgisini çekmiş ve Harry Potter, Yüzüklerin Efendisi, Truva, Fetih 1453 filmlerinde kullanılan çarıklar Kahramanmaraş'ta üretim yapan köşkerlerden temin edilmiştir (Çalış,2014:304).



Fotoğraf 2: Köşkerlik Sanatının Örnekler

12.3. Bakırcılık

Kahramanmaraş'ta çok eski bir geçmişe ve geleneğe sahip olan bakırcılık sanatı, 1950'li yıllardan itibaren ivme kazanmış ve Türkiye'nin her yerine ürün ihraç eder hale gelmiştir (www.kahramanmaraskulturturizm.gov.tr).

Bakırın dövülerek şekillendirilmesi ve süslenmesiyle ortaya çıkan mutfak eşyaları ve çeşitli süs eşyalarının imal edildiği bir geleneksel el sanatı olan bakırcılık, yaygın bir şekilde devam etmektedir. Pek çok bakırcı ustası tarafından icra edilen bu sanatın izlerine Kahramanmaraş'ta hemen her evde rastlanılmaktadır. Günümüzde bakırcı esnafı tarafından üretilen tencereler, kazanlar, kahve takımları, paşa mangalları, sürahiler, tepsiler çeşitli motiflerle bezenmekte, yurt içinde ve yurt dışında pazarlanmaktadır (Çalış,2014:303).



Fotoğraf 3: Bakır İşlemeciliği Örneği

12.4. Kordon İşlemeciliği

Yöre halkı tarafından günümüzde tanınan bir el sanatı olmamakla birlikte Kahramanmaraş Arkeoloji Müzesinde geçmişten kalan örnekleri bulunmaktadır. Kordon işlemede gergef, makas, iğne gibi araçlar ve ayna, renkli kumaş, pul, boncuk, inci, kordon ve kordon rengi ip gibi malzemeler kullanılmaktadır. Genelde kalın atlas ve saten kumaş kullanılır. Sim, altın, gümüş ve ibrişim iplikleri eğrilerek en az 10 en fazla 30 kat kıvrılarak kordon elde edilir. Kordon, gergef üzerine sabitlenen kumaşın tek yüzeyine yine kordonun elde edildiği iplikle desen oluşturularak sabitlenir. Desen oluştururken kordonun üst üste gelmemesine dikkat edilir. Kordon kumaşın altına hiçbir zaman geçmez. Kordon işlenen kumaşın altına astar çekilmektedir. Tek yüzden işlenen bir el sanatıdır.



Fotoğraf 4: Kordon İşlemeciliği Örneği

12.5. Sim sırma işlemeciliği

Kahramanmaraş'ta sim sırma işlemeciliği önceleri saraçlar tarafından yapılmaktaydı. Zamanla etkisini kaybetse de Kahramanmaraş'ta bu işi yapan pek çok usta bulunmakta ve sim sırma işlemeciliği aktif olarak devam etmektedir. Kullanılan desenler genellikle bitki motiflerinin stilize edilmesiyle oluşmuştur. Gül, lale, karanfil sık kullanılan motiflerdendir. Fes, yaka ve kolluklar, bindallı, sabahlık, gece mantoları, çantalar, masa örtüleri, perdeler, kadın ayakkabıları, terlikler, seccadeler, bohçalar, gözlük kılıfları, sedir örtüleri, yastıklar, Kur'an kapları, geleneksel erkek giysilerinden Maraş abası, palaska, yelek, şalvar, yağlık, çevre ve zıbınların uygun yerlerine sim sırma uygulanmaktadır. Sim sırma işlemeciliği 1947 yılında Maraş Kız Meslek Lisesi bünyesinde sim sırma işlemeciliği bölümünün kurulup eğitim verilmeye başlanmasıyla da yeniden canlılık kazanmış ve moda gelişimine paralel olarak gelişimini sürdürmüştür(Çalış,2014:300-301).



Fotoğraf 5: Sim Sırma İşlemeciliği Örneği

12.6 Bıçakçılık

Kahramanmaraş Merkezde Demirciler Çarşısında ve Merkeze 32 km uzaklıkta olan Hartlap Köyünde bıçakçılık yapılmaktadır. Üretilen bıçaklar il içinde ve il dışında alıcı bulmaktadır. Bıçak üretiminde çelik, tosak ağacı, boynuz, plastik ve fiber ana malzemeler olarak kullanılmaktadır. Bıçakların çelik veya demir olan kısmına “namti” denilmektedir. Namti yapımında geçmişte tren yollarına döşenen raylar kullanılmıştır. Ray demirlerinin kullanılma sebebi bu rayların üretiminde kullanılan demirin kaliteli olması ve daha keskin bıçaklar elde edilebilmesidir. Günümüzde namti yapımında ise çelik şeritler kullanılmaktadır (Y. Demir ile kişisel iletişim, 11 Eylül 2012). Çelik şerit kullanımının Kahramanmaraş’ta çelik sanayinin gelişmeye başladığı 1990’lı yıllardan itibaren arttığı düşünülmektedir. Bıçağın sapının yapımında ise “tosak ağacı”, boynuz, plastik ve fiber tercih edilmektedir. Sert, dayanıklı ve işlenmesi kolay bir yapıda olan tosak ağacı, 1990’lı yıllara kadar bıçak sapının yapımında kullanılan temel malzemedir. Kahramanmaraş’ın Andırın ilçesinden, Düldül Dağı’ndan, Hatay’ın Erzin ve Yayladağı ilçesinden temin edilebilmektedir. Boynuz olarak koç boynuzu ve keçi boynuzu kullanılmaktadır. Günümüzde tosak ve boynuz saplı bıçak üretimi azalmış ağırlık olarak plastik ve fiber saplar kullanılmaya başlanmıştır. Bu malzemelerin kullanımının yaygınlaşma sebebi kolay temin edilebilmeleri ve ucuz ve seri üretime imkan vermeleridir. Plastik saplar Kahramanmaraş’ta sanayiden hazır olarak alınabilmekte ve namtilere monte edilmektedir. Hartlap Köyünde eğri bağ bıçağı, maskot bıçağı, cep bıçağı, ges boy bıçak, orta boy bıçak, kurban bıçağı, meyve bıçağı, kasap bıçağı, kıyma bıçağı gibi bıçak çeşitleri üretilmektedir. Her bıçak çeşidinin yılan dili, söğüt yaprağı, böbrekli ve topak olarak adlandırılan şekilleri vardır. Ayrıca üretilen bıçakları kapanır ve kapanmaz olarak da ikiye ayırmak mümkündür (Ö.Çelik ile kişisel iletişim, 11 Eylül 2012). Köyde üretim evlerin altında bulunan atölyelerde gerçekleştirilmekte ve genelde tek usta çalışmaktadır. Köyde bulunan bıçakçıların çocukları bıçakçılığı öğrenmiş ancak geliri azaldığı için bırakmıştır. Yanlarında yetişen çırakların da birçoğu bıçakçılığa devam etmemiştir. Bu yüzden geçmişte evlerin altında 35’e kadar çıkan bıçakçı atölyesi sayısı günümüzde 10-15’e kadar düşmüştür.



Fotoğraf 6: Bıçalçılık Örneği

12.7 Saraçlık

Saraçlar biz, çekiç, pergel, makas, iğne, pense gibi aletleri kullanarak hamut, kedene, eğer, belleme, aşirtma, kolon, beygir paldını, at boncuğu, yular, kılıf, deri önlük, kemerlik, hasır işleme, sarka, hayvan süslemeleri, cüzdan, heybe, kabza ve benzeri ürünleri geleneksel yöntemlerle yapmaktadır. Kullanılan deri, Kahramanmaraş ve Gaziantep tabakhanesinden; zincirler, demirciler çarşısından; keçeler ise Kahramanmaraş'ta üretim yapan keçecilerden temin edilmektedir. Deri olarak sığır derisi tercih edilmektedir. Sim sırma (Maraş işi) da geçmişte eğerlerin üzerine yapılan süslemelerden ortaya çıkmış ve gelişip zenginleşerek ayrı bir el sanatı haline gelmiştir. Geçmişte kadınlar tarafından evde hazırlanan sim sırmalar, saraç ustaları tarafından dükkâna getirilerek eğer üzerine yerleştirilmekteydi. 50 yıl öncesine kadar Kahramanmaraş'ta saraçlar çarşısında bu işle uğraşan 28 dükkân olduğu bilinmektedir. Günümüzde ise değişen sosyal ve ekonomik nedenlerden dolayı saraçlar çarşısında dükkân sayısı 6'ya kadar düşmüştür. Saraçların tamamı mesleği babasından veya dedesinden devralarak devam ettirmiştir. Sayılarının azlığından dolayı kendi derneklerini kuramamakta ve Köşkerler Derneği çatısı altında birleşmiş bulunmaktadır.

XIX. yüzyılın başlarında saraçlık ürünlerini satın alırken ihtiyaç karşılamanın yanı sıra ürünlerin üzerindeki işlemlerden dolayı görsel güzelliğe de önem verilmekteydi. Günümüzde bu görsellik önemini yitirmiş ve alıcılar sadece ihtiyaçlarını karşılama amacını güder olmuştur. Maraş'ta meydana gelen sosyal ve ekonomik değişim sonucunda tarım ve hayvancılığın iyice azalması, gelişen ulaşım imkânları sonucunda at, eşek gibi binek hayvanlarının yerini araba ve traktörlerin almasıyla saraçlık ürünlerine olan ilgi azalmıştır. (Günay, 201:166) Ancak el sanatlarının birçok dalındaki ustaların aksine saraçlar, gelirlerinden memnun olduklarını, mesleğin hala iyi bir getirisi olduğunu ifade etmektedirler.



Fotoğraf 7: Saraççılık Örneği

12.8 Oymacılık

Selçuklular döneminden beri Türklerin yaşadığı bölgelerde rastlanılan oymacılık sanatı, Kahramanmaraş'ta gelişme gösteren ve hala canlılığını korumakta olan geleneksel el

sanatlarından biridir. Oymacılıkta şimşir, meşe, ıhlamur ve özellikle ceviz gibi işlemeye elverişli ağaçların kurutulmuş keresteleri kullanılmaktadır. Çiçek, nebat ve hayvan şekillerinden stilize edilerek meydana getirilen geleneksel motifler, iskarpileler (oyma kalemleri) ile mobilya ve süs eşyaları üzerine işlenmektedir. Çeyiz sandığı, rahle, gazetelik, şifreli ziynet kutusu, aynalık, isimlik, tepsi, tavla, salon sehpa, televizyon sehpa, camekân, dolap, vitrin, şamdan, sandalye, minber, vaaz kürsüleri v.b ürünler üretilmekte, yurtiçi ve yurt dışına satışı gerçekleştirilmektedir. Günümüzde mimaride özellikle camilerin iç mekânlarının döşeme ve kaplamalarında oymacılık ürünleri kullanılmaktadır. Oyma eşyaların üretiminin %80'inde ceviz ağacı kullanılmaktadır. Kavak, gürgen ve çam ağacı da kullanılan diğer ağaçlardır. Hammadde olan bu ağaçların hıyarda uygun ebatlarda biçilmesinden sonra elde edilen tahtalar birbirine monte edilmekte, üzerine motifler çizilmekte ve daha sonra oyma makinesiyle bu motifler işlenmektedir. Kabartmalar çekiç ve oluklu kesici kalemlerle yapılmaktadır. Perdah ve zımpara yapıldıktan sonra vernikleme işlemi yapılmaktadır (Ozan, 2001:66).



Fotoğraf 8: Oymacılık Örneği

12.9 Kuyumculuk

Kahramanmaraş'ta önemli bir sektör haline gelmiş geleneksel el sanatlarındanır. Kuyumcular Çarşısı'ndaki atölyelerde hem geleneksel hem de modern araçlar kullanılarak üretilen Maraş burma bileziği, hasır örgü, arı peteği, kafesli kordon, alyans, kolye, bilezik, kemer çeşitleri yurt içinde ve yurt dışında pazarlanmaktadır. Türk Patent Enstitüsü tarafından yapılan incelemelerin ardından Maraş burma bileziği coğrafi işaret olarak tescillenmiştir. Dört eşit boyda altın telin çivi ve mengene yardımıyla örülmesi sonucu elde edilen Maraş burma bileziğinin üretimi örme, kalıplama ve kilit sistemin montajı aşamalarından oluşmaktadır.

Kuyumculuk sektörünün en fazla geliştiği illerden olan Kahramanmaraş, Maraş burması, kafesli kordon gibi geçmişten günümüze üretmiş olduğu geleneksel modellerin yanı sıra modern tasarımlarla da sektördeki yerini güçlendirmektedir. Maraş altınlarının rağbet görmesinin bir nedeni de hammadde olarak genellikle 22 ayar altın kullanılmasıdır. Üretilen ürünlerin sahip olduğu ekonomik ve estetik değer, kuyumculuğun canlılığını korumasını sağlamıştır. "Kahramanmaraş İli Geleneksel Takılarından Maraş Burması Üzerine Bir Araştırma" adlı tez çalışmasında yer alan anketten elde edilen verilere göre (Coşkun, 2012:69-87); kuyumculuğa olan ilginin devam ettiği, kuyumculuğun aileden değil %86,7 oranında ustadan öğrenildiği, araştırmaya katılanların çoğunluğunun gelirlerinden memnun oldukları, altın işlemede kullanılan tekniklerin geçmişe oranla geliştiği anlaşılmaktadır.



Fotoğraf 9: Kuyumculuk Örneği

12.10 Semercilik

İnsan ve yük taşımak amacıyla binek hayvanlarının sırtına bağlanan hayvan koşumlarına semer adı verilmektedir. Semerciliğin geçmişi çok eskilere dayanmakla beraber günümüzde yeni çırak yetişmemekte ve giderek kaybolmaktadır. Kahramanmaraş'ta bu işle uğraşan birkaç dükkân kalmıştır. Semercilikte keçe, deri, ot, çivi, çınar veya meşe ağacı kerestesi, telis, çivi, raptiye gibi malzemeler ile çuvaldız, çeşitli iğneler, biz, bıçkı bıçağı, makas, pense, el demiri, ot demiri gibi araçlar kullanılmaktadır. Keçeler yine Maraş'ta bulunan keçecilerden temin edilmektedir. Semer yapımına iç telisinin biçilip dikilmesiyle başlanılmaktadır. Sonra telisin içine berdi (ot) yerleştirilmektedir. Bu işlem sonunda ortaya çıkan semerin iç kısmına "kürtün" adı verilmektedir. Suda ıslatılıp yumuşatılan deri, kürtün üzerine dikilmekte, hazırlanan ağaç aksam da derinin üzerine yerleştirilmektedir. Son olarak keçe semerin alt kısmına dikilmekte ve süsleme işlemi yapılmaktadır. Ağaç aksamın hazırlanmasında geçirme tekniği kullanılmaktadır. Parçalar deri kolonlar ve çivilerle birbirine tutturulmaktadır. Bir semerin yapımı 1-1,5 gün kadar sürmekte, kalite ve büyüklüğüne göre çeşitli fiyatlarda alıcı bulmaktadır. Kullanılan deri, keçe gibi malzemelerin orijinal olması nedeniyle maliyet fazla olduğundan fazla kar bırakmamaktadır. Geçmişte ürettikleri semerler temel ihtiyaç olarak görüldüğü için daha yüksek kar ile satabilen semerciler, günümüzde köylülerden geçmişteki kadar rağbet görmediklerini ve bu nedenle semerleri ucuza satmak zorunda kaldıklarını belirtmekte, eskiden müşterilerin semerin kalite ve süslemesine daha çok önem verdiklerini, günümüzde ise bu durumun o kadar da önemsenmediği anlatmaktadırlar.



Fotoğraf 10: Semercilik Örneği

12.11 Keçecilik

Koyun ve kuzu yününden yapılan keçe, soğuğa karşı güçlü yalıtım özelliği ve dayanıklılığından dolayı geçmişten günümüze kullanılmaktadır. Kahramanmaraş'ın geleneksel giysilerinden olan ve başa giyilen keçe külah, çobanların giydiği kepenek, Maraşlı keçeciler tarafından üretilmektedir.

Keçenin yapılışı: Yüncülerden temin edilen kuzuların birinci kırkım yünü makineye atılarak ayıklanmakta ve ayrıştırılmaktadır. Makineden çıkan yumuşak ve ayrıştırılmış yün yerde bir naylon üzerine serilmektedir. Serme işleminden sonra naylon yuvarlanarak aradaki yün sıkıştırılmakta ve düzleştirilmektedir. Daha sonra depik makinesine girmekte oradan da tezgaha geçerek su ve sabunla ıslatılıp yuvarlanarak pişirim işlemi yapılmaktadır. Su ve sabun yünün kaynaşmasını, birleşmesini, düzleşmesini ve yumuşamasını sağlamaktadır. Yünün içerisinde pıtırak ve benzeri maddeler varsa bu aşamada ayıklamada bıçak kullanılmaktadır. Sonra tekrar depik makinesine girmekte çıkışta da tekrar su ve sabunla düzleştirme ve birleştirme devam etmektedir. Son aşamada hazırlanan keçe kurumaya

birakılmaktadır. Üzerindeki desenlerin yapımında siyah koyun yünü ve kırmızı yün boyası kullanılmaktadır. Günümüzde Kahramanmaraş'ta bakırcılar çarşısı civarında iki keçeci dükkanı bulunmaktadır. Ustalar gelirlerinin az olmasında dolayı yeni çırak yetişmediğini ve mesleklerinin kendileriyle birlikte kaybolacağını dile getirmektedir.



Fotoğraf 11: Keçecilik Örneği

12.12 Demircilik

Çin ve Arap tarih ve coğrafya kaynaklarında Türkler eski çağlardan beri demiri en iyi işleyen millet olarak tarif edilmektedir. Türk destanlarında demircilere sıkça yer verilmesi, demircilerin kutsallığına inanılması, günümüzde Kahramanmaraş'ta ve Türklerin yaşamakta olduğu pek çok yerde yeni ölmüş birinin üzerine bıçak, makas gibi demirden eşyalar koyulması, pek çok belde ve köy isminin demirciler, demirci v.b adlarla anılması gibi pek çok olgudan demirin ve demirciliğin Türk kültür ve inanışındaki önemi rahatlıkla anlaşılabilir. Kahramanmaraş'ta ağırlıklı olarak Demirciler Çarşısı'nda faaliyet gösteren demirciler; kancalar, zincirler, tarım araçları ve benzeri metal yapılı eşya ile demir ve benzeri maden parçalarını bükerek, döverek veya kalıpla biçimlendirmektedir. Demircilik diğer geleneksel el sanatlarında ve sanayi de kullanılan pek çok el aletinin isteğe göre şekillendirildiği bir meslek konumundadır. Demirin istenilen sertlikte şekle sokulabilmesinin tek yolu demircilerden geçmektedir. Taş işlemeciliğinde taşa şekil vermek için kullanılan demir kalemler, bir çekiç türü olan madraha, çarpacak ve diğer

geleneksel el sanatlarında kullanılan pek çok el aleti demirci ustaları tarafından özel olarak yapılmaktadır. Çekiç, örs, mengene, ocak gibi araçları kullanarak demire şekil verip Kahramanmaraş'ta bu eski mesleği devam ettiren ustalar Demirciler Odasına bağlı olarak faaliyet göstermektedir.



Fotoğraf 12: Demircilik Örneği

12.13 Taş İşlemeciliği

Geçmişten günümüze mimari yapıların inşasında önemli bir yere sahip olan taş işlemeciliği Kahramanmaraş'ta varlığını günümüzde de sürdürmektedir. Taş işlemeciliği çoğunlukla Mağaralı Mahallesinde ikamet eden ustalar tarafından icra edilmekle birlikte, şehrin diğer kesimlerinden yetişmiş ustalar da bulunmaktadır. Taş işleme ustaları tarafından şekil verilen taşlar; cami kaplamaları, minare, mihrap, minber, kürsü, yazlıklar, çeşme, şömine, şadırvan, saat kulesi gibi yapıların inşasında kullanılabilmektedir. Maraş'ta son dönemde inşa edilen en büyük mimari yapılardan olan ve dışı tamamen taş kaplama olan Abdulhamithan Camii'nin inşasında da Maraşlı taş ustaları çalışmıştır.

Taş işlemeciliğinde moloz taş ve kesme taş adı verilen iki tür taş kullanılmaktadır. Moloz taşlar sert yapılarından dolayı sanat kaygısı güdülmeyen bahçe duvarı, yer kaplamalarında kullanılmaktadır. Kesme taşlar ise yumuşak ve işlemeye elverişli olduklarından mimari yapıların hemen her yerinde istenilen ölçü ve motiflerle kullanılabilmektedir. Kesme

taşlara t f taşı denilmektedir. Gaziantep'in Topaktaş mevkiinden gelenlere topaktaş, mağaralarda çıkan taşlara havara taşı denilmektedir. Minarelerin büyük çoğunluğu havara taşlarından inşa edilmektedir. Kahramanmaraş'ta taş işleme atölyelerinde kullanılan taşlar Gaziantep Topaktaş mevkiinden ve Kayseri'de Tomarza, Gesi, Hotcağız'dan volkanik t f taşlarından temin edilmekte ve 30x60-70 santim ebatlarında çıkarılarak taş işleme atölyelerine getirilmektedir. Taşlar gri, siyah, gül kurusu, kahverengi, sarı renklerde olabilmektedir. Atölyeye gelen taşlar önce testereye girerek istenilen ölçüde kesilmektedir. Kaval, armudi, kavalkepçe, lale, papatya gibi geçmişten günümüze kadar gelen birçok motif önce karton veya alüminyum levha üzerine çizilmekte, sonra ortaya çıkan şablon makasla kesilerek taşın üzerine aktarılmakta ve yontma işleme geçilmektedir. Yontma işleminden önce taşlar su havuzunda bekletilerek yumuşatılmaktadır. Taş işlemeciliğinde testere, kompresör, hava tabancası, spiral gibi makinaların yanı sıra tabanca, madraha, çarpacak, kalem gibi aletler kullanılmaktadır.



Fotoğraf 13: Taş İşlemeciliği  rneği

13. KAHRAMANMARAŞ MÜZELERİ

13.1. Kahramanmaraş Arkeoloji Müzesi

Türkiye’de Akdeniz Bölgesinde bulunan ve tarihi 14 bin yıl öncesine kadar dayanan, Anadolu’nun kültürel zenginliğini oluşturmada önemli bir yere sahip olan Kahramanmaraş ili, günümüze kadar birçok farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır(www.muze.gov.tr).

Türkiye’deki ilk müzeciliğin izlerine Selçuklular Döneminde Kahramanmaraş’ta rastlanmış olup Dulkadiroğlu Beyliği döneminde ise dünyada eşsiz öneme sahip olan Geç Hitit Stelleri Kahramanmaraş Kalesinde sergilenmiştir (www.kahramanmaraskulturturizm.gov.tr).

Müzedede bulunan bölümleri sıralayacak olursak; antik fil sergi salonu, direkli mağara kazısı canlandırma ve sergi salonu, domuztepe höyük kazısı canlandırma ve sergi salonu, maraş aslanı ve hitit eserleri sergi salonu, mozaik sergi salonu, taş eserler ve steller sergi salonu, kronolojik arkeolojik eserler sergi salonu, sikke teşhir bölümü, bahçe teşhir kompleksi gezilecek bölümler arasında yer almaktadır.



Fotoğraf 14: Kahramanmaraş Arkeoloji Müzesi

13.2. Kahramanmaraş 1920 Kent Kurtuluş Müzesi

Kahramanmaraş Kalesinde bulunan müze, son derece başarılı bir şekilde dizayn edilmiş; *“Maraş Bize Mezar Olmadan Düşmana Gülizar(gül bahçesi) Olmaz”* diyerek kendi kendini kurtaran Kahraman Ecdadın kahramanlık olaylarının görsel özenle anlatıldığı tarih konulu bir müzedir. Müze alanına girer girmez insanı savaşın yaşandığı zamana götüren bir milli mücadele havası ile baş başa kalıyorsunuz. Müzedede sahneler kente İngilizlerin

gelişki konusu ile başlayıp; devamında diğerk olaylar kronolojik olarak sıralanmıştır (www.kahramanmaras.bel.tr).



Resim 14: Kahramanmaraş Kurtuluş Müzesinden Bir Görünüm

2.BÖLÜM

2.1 HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜNÜN TANIMI

Birinden hediye almak veya birine hediye vermek çok güzel duygular barındıran bir etkinliktir. Her insan yaşı kaç olursa olsun tanıdıklarından, yakınlarından, ailesinden, sevgilisinden arada bir hediye almak ister. Çünkü her insan hediye aldığı zaman çok mutlu olur.

Tarihe bakıldığında zaman ilk hediye kelimesinin kullanıldığı zaman 1600'li yıllara dayanıyor. Bu yılların içerisinde ortalama 1600'li yılların tam ortalarında hediye kelimesi ilk defa bir metinde görülmüştür. "Armağan vermek, aslında tam yeri gelmişken veriliyor gibi görülen, ama sunulmasında hiçbir yararı olmayan şeyler için kullanılıyor" deniyordu. 1600'li yılların Avrupa'sında aslında bu sözlere bakıldığında hediye kavramı içi boş bir kavram olarak düşünülüyordu. Bundan sonraki dönemlerde ise Roma imparatorluğunda hediye örneklerine rastlanıyor.

Roma imparatorluğunda hediyein bir gelenek haline geldiği söylenir. Krallara ve krallık yönetimindeki önde gelen kişilere, orada kutsal sayılan mine çiçeğinin dalları yılbaşı ve bayramlarda hediye olarak gönderilirmiş. Bu bir süre sonra Roma İmparatorluğunda gelenek haline gelmiştir. Daha sonraki dönemlerde ise farklı hediyeler düşünen Romalılar mektubun içine mine çiçeğinin dalları yerine incir, bal, hurma gibi yiyecekler koymaya başlamış. Romalılarda buradaki hediyein amacı ise yeni yıla tatlı yenilerek başlayıp, tatlı bir yıl geçirileceğine inanmalarından ötürüdür.

Krallara ve önde gelen kişilere bu tarz tatlı yiyecekler gönderilip tüm yılın tatlı ve huzur içerisinde geçmesini diliyorlardı. Daha sonraki dönemlerde ise hediye 1800'lü yıllarda Noel ve Noel baba kavramları ile kendisine toplum içinde iyice yer ediniyor. Noel babanın her yılbaşında çocuklara hediye vereceğine inanılmaktadır. Böylece her yılbaşında artık insanlar birbirlerine hediyeler almaya başlıyorlar. Böylece hediye kavramı iyice dünyada kendine yer edinmeye başlıyor. Tarihe baktığımız zaman Osmanlı Devletinin de zaman zaman belli başlı devlet büyüklerine hediyeler gönderdiklerini tarihten biliyoruz. Hatta tarihte Osmanlı'nın hediye olarak verip aldığı topraklardan bile bahsedebiliriz (www.demokrathaber.org).

Kültürümüzde hediyeleşmek olgusu yüzyıllardır var. Her ne kadar günümüzde; hediyeleşmek için anneler, babalar, sevgililer günü vb. birçok gün bilinçli olarak oluşturulsa da neticede; bu günler “hediyeleşmeyi” teşvik ettiği için hepimiz için özel. Hediyeleşmek günümüzde o kadar fazlalaştı ki illa özel bir gün aranmamakta karşındaki kişi ile arasındaki samimiyeti iletirmek veya aralarında sorun olan kişilerin bu sorunu hediyeleşmekte buldukları gözlemlenmiştir. Bunların dışında artık özel günler o kadar fazlalaştı ki anneler günü, babalar günü, sevgililer günü, yılbaşı gibi. Bunların da dışında kişiler kendi aralarında tanışma yıl dönümü, evlilik yıl dönümü gibi başka hediyeleşme günleri de belirlemektedirler.

2.2. Sektör Hakkında Kısa Bilgi

Ülkemizin el değmemiş sektörü: Hediyelik eşya sektörü hakkında yapılan araştırmalarda bu sektör üzerine çok fazla çalışmalar yapılmadığıdır. Hediyelik eşya sektörü günümüze kadar uykuda kalan, bir türlü canlandırılmayan sektördür. Yurt dışında çok büyük bir sektör haline gelmiştir (www.turkiyegazetesi.com.tr).

Hediyelik eşya sektörü de diğer sektörler kadar önemli bir sektördür. İnsanlar için hediyeleşmek güzel bir duygu ve görgü kuralları arasında diyebiliriz. Hediyeleşmek karşısındaki kişinin mutlu olmasını, iyi hissetmesini sağlar. Bu nedenle de diyebiliriz ki insan ilişkilerini düzenleyici, yapıcı bir işlev görmektedir. İnsanlar arasında hediyeleşmek bu kadar önem arz ederken neden hediyelik eşya sektörü beklenen düzeyde veya beklenenin üzerinde değil bunu araştırmaktayız.

Hediyelik eşya sektörü dünyada önem kazanmaya başlamış bir sektördür. Ne yazık ki ülkemizde o kadar güzel yöresel ürünlerimiz varken bunu turizm pazarına beklenen şekilde sunamıyoruz. Bu sektör üzerine yıllar önce yapılan çalışmalar hep askıda kalmış, sektörde tam anlamıyla bir ilerleme görülememiştir. Günümüzde artık özel günlerin vasıtası ile hediyeleşmek, hediyelik eşya sektörünün öneminin arttığını göstermektedir.

Hediye sektörü anlam, vesile ve hediye yaratımı temelinde kurgulanmakta ve iletilmektedir. Hediye sektörünün profesyonelleri yaşamın her anını hediyeleşmeyi sağlayacak şekilde dönüştürmek isterler. Bu süreçte ulusal, yöresel ve küresel nitelikteki sosyo-kültürel belleklerden yararlanılmasının yanında, daha önce olmayan vesileler de yaratılmakta ya da var olanlar yeni başlamaya göre dönüştürülmektedir. Sevgililer günü, anneler günü, babalar günü, doğum günü gibi vesileler, bu türdendir. Bu süreçte talep yaratımı önem kazanmaktadır (Özdemir, 2008: 477).

Hediyelik eşya sektörü gelişir ise ülkemize ihracatta büyük getiriler sağlar. Hediyelik eşya sektörünü diğer sektörlerle bağdaştırıp sunumu yapılabilir. Örneğin, bir turizm sektörü ile bağdaştırıldığında ülkeye ve sektöre büyük katkı sağlar. İlk önce bu sektörün öneminin bilincine varılmalı ve geliştirilmelidir. Turizmden nasıl marka haline getirebiliriz? Bu şehrin markası ne olmalıdır? gibi sorular yıllarca turizm ülkelerini sıkıntıya sokmuştur. Örneğin, Kapadokya denildiğinde ilk akla gelen Peribacaları oluyor ise bunun üzerinden hediyelik eşyalar yapılabilir hem hediyelik eşya sektörüne hem de turizm sektörüne katkı sağlamış olabiliriz.

2.3. HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜNDE YER ALAN ÜRÜNLER

Ahşap aksesuarlar, antika hediyelik eşyalar, av malzemeleri, bijuteri, çiçek, deri ve tekstil aksesuarları, elektronik eşyalar, ev tekstili, evcil hayvan ve aksesuarları, gıda (çikolata,

yöresel tatlar), gümüş aksesuarlar, kırtasiye ürünleri, kitap, kozmetik, kristal ürünler, ofis aksesuarları, oyuncak, saat & optik, seramik ürünler, tekstil ürünleri, yılbaşı süs eşyaları, züccaciye, medikal ürünler, oto aksesuar, hırdavat, cam, bakır ve ahşap ürünler, dekoratif ürünler, süs eşyaları, heykelticilik, gümüş ve altın mücevherler vb. ürünlerdir. (sektorrehberi.blogcu.com)

2.3.1. Yöresel Ürünler

Her bölgenin kendine has yöresel ürünleri vardır. Bu durum çoğunlukla o bölgede yetişen doğal ürünler olmaktadır. Yöresel ürünler doğal yetiştirme ortamları ile kendini özdeşleştirerek o bölgeye ait bir değer haline dönüşmektedir. (onedio.com). Bu bazen bir yapı, bir kültür, bir din, bir tarih, bazen bir doğası, bir sebze ve meyvesi, bir yöresel lezzeti, bazen de bir şelalesi, bir mağarası, bir örf ve adettir o bölgenin yöresel ürünü.

Farklı kültürlerin, yöresel el sanatlarının zenginliği ile ortaya çıkan hediyeelik eşyalar turizmin gizli kalemleri olarak önemli yer tutarken, iş koluna dönüşüp hem yöre insanına gelir kazandırıyor, hem ülke tanıtımına katkıda bulunuyor hem de sahibini mutlu ediyor. Turistlerin gittikleri yerlerde en çok aldıkları şüphesiz turizmin davetiyesi sayılan kartpostallardır. Az yer işgal eden, taşınabilir özellikli, hafif ve küçük hediyeelikler, çiniler, takılar, bakır eşyalar, kumaşlar, dekoratif objelerle örnekler çoğalıyor. Anadolu’da hemen hemen her ilin, ilçenin, köyün kendine has özellik taşıyan ya yöresel hediyeelik eşyası, ya da birkaç çeşit ağız tadı bulunmaktadır. (sihirlitur.com).

2.4. SEKTÖRDE YER ALAN İŞLETMELER

Züccaciye, üretici ve ithalatçı olarak çok az sayıda firmanın faaliyet gösterdiği sektörlerden biridir. Gerek yurtiçi üretimde, gerekse yurtdışından yapılan ithalatın nihai tüketicilere ulaştırılmasında genellikle izlenen yöntem doğrudan üretici veya ithalatçı firma tarafından, ürünün toptancılar ve perakende zinciri içinde nihai tüketicilere ulaştırılmasıdır. Yaygın olan ve toptancıların ortadan kaldırıldığı bir sistem de, üretici firmaların doğrudan ürünlerini öncelikle kendi ihtisas mağazalarına, büyük alışveriş merkezlerine dağıtmaları ve oralardan satış yapmalarıdır. Son yıllarda büyük alışveriş merkezlerinin perakende sistemindeki ağırlığı giderek artmaktadır. Son yıllarda gelişim gösteren ve yakın gelecekte dağıtım sisteminde paylarının artması muhtemel bir grup da benzin istasyonu marketleri ile indirim ve fabrika satış mağazalarıdır. Bunların dışında, geçmiş yıllarda gazetelerin promosyon yapmaları sonucunda gazete ana bayii ve bayileri

de dağıtım zincirlerinden biri olarak ortaya çıkmıştır (Akgün, 2005: 11) Bunların yanı sıra sosyal ağlar içerisinde kurulmuş olan işletmeler bulunmaktadır.

2.5. SEKTÖRDE ÖNDE OLAN İLLER

Züccaciye sektöründe üretim ve ticaretin en yoğun olduğu iller İstanbul ve İzmir'dir. Bu illeri sırasıyla Ankara ve Bursa izlemektedir. İzmir'de züccaciye üretim ve ticaretinin en yoğun olduğu bölgeler, Pınarbaşı ve Kemeraltı gibi ticaret bölgeleridir. İzmir'de sektörün ağırlıklı olarak ticarete sahne olduğu diğer bölgeler arasında ise Karşıyaka, Bornova, Narlıdere, Alsancak, Göztepe bulunmaktadır. Aydın, Muğla, Manisa, Uşak gibi Ege illerinde faaliyet gösteren perakende züccaciye esnafı ürünlerini toptan olarak İzmir ve Denizli gibi illerden almaktadır. Bölgenin ana üretim üssünün İzmir olması diğer illerde üretim tesisi kurulmasında caydırıcı bir rol oynamaktadır. Diğer taraftan çelik kaplama tencere ise Kahramanmaraş, Gaziantep, Urfa gibi Güneydoğu illerinden getirilmektedir. (www.izto.org.tr)

2.6.BÖLÜM HEDİYELİK EŞYA DIŞ TİCARET VERİLERİ

2.6.1.Yıllar İtibariyle Hediyeelik Eşya Dış Ticaret Verileri

Tablo 7: Yıllar İtibariyle Hediyeelik Eşya Dış Ticaret Verileri

YILLAR	İHRACAT	İTHALAT	DENGE
2011	25.873.435	207.760.548	-181.887.113
2012	24.030.943	175.770.816	-151.739.873
2013	42.664.410	216.382.300	-173.717.890
2014	46.197.436	218.220.911	-172.023.475

Kaynak: Züccaciye Sektörü Dış Ticaret Raporu

Hediyelik eşya, ihracat-ithalat yapısı ve 172 milyon \$'a ulaşan açığı ile göze çarpan bir sektördür. 264 milyon \$'a ulaşan hacim içerisinde ihracatın payı 2012'den sonra yaklaşık 2 katına çıkmakla beraber halen 46 milyon \$ seviyesindedir. Hediyelik eşya sektörünün toplam züccaciye sektörü içindeki payı %2 iken, ithalatta bu oran %19'dur.

2.6.2.Ülkemizin Hediyelik Eşya İhracatı(1000\$)

Tablo 8: Ülkemizin Hediyelik Eşya İhracatı(1000\$)

GTİP KODU	ÜRÜN ADI	2012	2013	2014
4414	Ağaçtan Çerçeveler	1.230.073	1.851.483	1.971.856
4420	Üzerine Kakma Yapılmış Ağaç Mahfazalar	815.962	2.219.449	1.852.607
6702	Yapma Çiçekler	940.867	1.294.374	887.102
6913	Seramikten heykelcikler ve diğer süs eşyaları	4.612.680	4.783.421	5.507.978
7018	Cam Boncuklar, süsler vb. eşya	2.262.378	4.257.058	16.652.873
8306	Çerçeve, Ayna vb.	6.881.149	8.378.647	9.866.600
9103	Duvar saatleri ve çalar saat	286.159	495.713	680.149
9105	Diğer saatler	2.376.164	1.986.997	2.417.436
9602	İşlenmiş, yontulabilir	131.170	170.752	135.770

	bitkisel veya mineral maddeler vb. eşya			
9701	Elle yapılmış karakalem, yağlı boya ve pastel resimler	1.800.973	14.541.928	3.520.704
392640	Plastikten küçük heykeller ve diğer süs eşyaları	2.693.368	2.684.588	2.704.361
Toplam		24.030.943	42.664.410	46.197.436

Kaynak: T.C Ekonomi Bakanlığı Sektörler İhracatı ve Züccaciye Sektörü Dış Ticaret Raporu Verilerinden Derlenmiştir.

2.6.3.Ülkemizin Hediyeelik Eşya İthalatı(1000\$)

Tablo 9: Ülkemizin Hediyeelik Eşya İthalatı(1000\$)

GTİP KODU	ÜRÜN ADI	2012	2013	2014
4414	Ağaçtan Çerçeveler	3.091.111	3.911.419	3.653.943
4420	Üzerine Kakma Yapılmış Ağaç Mahfazalar	8.585.945	10.372.072	9.157.626
6702	Yapma Çiçekler	26.860.054	27.517.273	33.678.578
6913	Seramikten heykelcikler ve diğer süs	18.173.894	21.769.545	22.727.062

	eşyaları			
7018	Cam Boncuklar, süsler vb. eşya	34.419.942	39.158.094	36.851.694
8306	Çerçeve, Ayna vb.	11.663.178	14.998.113	14.475.617
9103	Duvar saatleri ve çalar saat	316.092	421.236	418.751
9105	Diğer saatler	10.431.744	13.262.830	11.992.363
9602	İşlenmiş, yontulabilir bitkisel veya mineral maddeler vb. eşya	10.337.199	13.870.822	12.846.998
9701	Elle yapılmış karakalem, yağlı boya ve pastel resimler	18.647.452	32.378.183	31.388.740
392640	Plastikten küçük heykeller ve diğer süs eşyaları	33.244.205	38.722.713	41.029.539
Toplam		175.770.846	216.382.300	218.220.911

Kaynak: T.C Ekonomi Bakanlığı Sektörler İhracatı ve Züccaciye Sektörü Dış Ticaret Raporu Verilerinden Derlenmiştir.

Ağaçtan çerçeveler ithalatı ihracatının yaklaşık 2 katı olup, değişken oranlarda her yıl açık vermektedir. 2014 yılında açığın bir önceki yıla göre %22 oranında düşmesi dikkat çekmektedir.

Ağaç biblolar ve süs eşyalarında da ithalat ihracatın yaklaşık 5 katı olarak gerçekleşmektedir. 7 – 8 milyon \$'lar civarında dış ticaret açığı mevcuttur. 2013 yılına göre 2014'te sektör hacmi %14 küçülmüştür.

Hediyelik eşya ürün grubu içerisinde yapma çiçek ve meyve yaklaşık 34 milyon \$ hacim ile en önemli 3 kategoriden birini teşkil etmekte olup, hacmin neredeyse tamamı ithalat olduğu görülmektedir.

Seramik heykelcik ve süs eşyaları; yaklaşık 21-23 milyon \$ ithalat ve 5,5 milyon \$ ihracat ile 26-29 milyon \$ hacme ve 17 milyon \$ açığa sahip ürün grubudur. Son 10 yılda ihracat 3,3 ithalat ise 2,2 oranında artış göstermiştir

Cam boncuk süs eşyaları grubu, hediyelik eşya grubunun 53,4 milyon \$ ile (2014) en büyük hacmine sahip ürün kategorisidir. İthalat yaklaşık 36 milyon \$ bandında iken, ihracat 2014'te bir önceki yıla göre 3,9 kat artış göstererek 16,6 milyon \$'a tırmanmıştır. Bu gelişme 32-34 milyon \$ arasındaki dış ticaret açığını 20,2 milyon \$ seviyesine indirmiştir.

Çerçeve, ayna vb. süs eşyaları grubu ithalatı her yıl ihracatın yaklaşık iki katıdır. Ve sürekli açık vermektedir. Ülkemizde duvar saatleri ve çalar saatlerde az da olsa dış ticaret fazlası görülmektedir. 3 yılda ihracatın yaklaşık 3 kat artması ve ithalatın 2,5 kat civarında azalması olumlu bir gelişmedir.

Diğer saatlerde; artan ihracat ve azalan ithalat rakamları ile 2014 yılında cari açık küçülmüş olsa da 10 milyon \$ bandında devam etmektedir.

İşlenmiş, yontulabilir bitkisel mineral maddeler vb. eşya grubu yaklaşık 13 milyon \$ dış ticaret hacmi ve neredeyse yok sayılabilecek ihracatı ile dikkat çekmektedir. Bu haliyle dış ticaret hacminin hemen tamamı açık durumundadır. Hacim 2013 ve 2014 yıllarında 13 milyon \$ düzeyine tırmanmıştır.

Elle yapılmış resim, kolaj ve plakaların dış ticaretinde dengesiz bir yapı söz konusudur. İstikrarlı olan tek unsurun gittikçe artarak seyreden açık olduğu grupta, dış ticaret hacmi de, ihracat da iniş çıkışlar göstermektedir. Örnek olarak; 2013 yılı ihracatın 8 kat, ithalatın ise 2 kata yakın arttığı bir yıldır. 2013 sonrası ithalat 32 milyon \$ düzeyinde tutunmuş gözükmekle birlikte, ihracat bu kez 4,1 kat gerilemiştir.

Plastikten heykel ve süs eyas grubu; toplamda 172 milyon \$ d ticaret açığı veren hediyeelik eşya sektöründe 38,3 milyon \$ ile açığa en çok katkı yapan ürün grubudur. (Diğerleri 32,8 milyon \$ ile yapma iek ve meyve, 27,9 milyon \$ ile elle yaplm resim, 20,2 milyon \$ ile cam ss eşyaları, 17,2 milyon \$ ile seramik ss eşyaları ve 12,7 milyon \$ ile yontulabilir mineral eyalardır.)

2.6.4.Hediyeelik Eşya Sektöründe E-Ticaret Verileri

İnsanlar genellikle hediyeelik eşya alverilerini internet siteleri üzerinden yapmaktadırlar. E-ticaret uygulamalarında hediyeelik eşya sektörünün payı diğer sektörlere göre fazladır. İnsanlar özelikle sevgililer günü, anneler günü, doğum günleri ve bayramlar gibi özel günlerinde internet üzerinden istedikleri ürünlere ulaabilmekte ve kısa sürede alveri yapabilmektedirler. İnternet üzerinde yapılan alverilerde kredi kartı, banka kartı, mterilerle teslim esnasında ödeme gibi demeler ve banka havalesi, EFT, sanal kart, hediye çeki, posta çeki gibi yöntemler de az da olsa internetten alverite tercih edilen yöntemler olarak sıralanabilir. Toplum bilinçlendikçe internete yönelim artmakta ve gün geçtikçe internet siteleri üzerinden yapılan alveri miktarları artmaktadır.

2.6.5.Alveri Siteleri

Türkiye’de hediyeelik eşya sektöründe hizmet veren internet siteleri Ŗunlardır:

- www.buldumbuldum.com 4799 ürün bulunmaktadır.
- www.gittigidiyor.com 1761 adet ürün bulunmaktadır.
- www.n11.com 97.836 ürün bulunmaktadır.
- www.evidea.com 229 ürün bulunmaktadır.
- www.firsatfiyatlari.com 60 adet ürün bulunmaktadır.
- www.hediyefabrikasi.com 4109 adet ürün bulunmaktadır.
- www.markafoni.com
- www.hediyesepeti.com
- www.hediyenizbizden.com
- www.bundesign.com
- www.butiksaati.com

- www.modafeneri.com
- www.1dahasoyale.com
- www.mucitcin.com
- www.hediyedenizi.com
- www.bombapaket.com
- www.hediyeliksec.com
- www.hediyemen.com
- www.hepsiburada.com
- www.artisthediyelik.com
- www.kocantik.com
- www.cixlive.com
- www.netcik.com
- www.doganhediyelik.com
- www.olsaolsa.com/tr
- www.hediyekulubu.com
- www.ulaspromosyon.com.tr

2.6.6. Online Alışveriş Verileri

Bilişim ve teknolojiye son yıllarda büyük yatırımlar yapan Türkiye'de, internet kullanıcı sayısı 2000'li yılların başında Uluslararası Telekom Birliği'ne (ITU) göre yaklaşık 2 milyon iken son 10 yılda yüzde 1750 artmıştır. Türkiye, yaklaşık 78 milyonluk nüfusunun 35 milyonunu internete bağlarken, nüfusa göre doygunluk oranı yüzde 44'ü geçmiştir (sgb.kulturturizm.gov.tr).

TÜİK verilerine göre; İnternet kullanan bireylerin internet üzerinden kişisel kullanım amacıyla mal veya hizmet siparişi verme ya da satın alma oranı 2015 yılına göre 1 puan artarak %34,1 olmuştur. İnternet üzerinden alışveriş yapan bireylerin 2015 yılı Nisan ile 2016 yılı Mart aylarını kapsayan on iki aylık dönemde %60'ı giyim ve spor malzemesi, %29,7'si seyahat bileti, araç kiralama vb., %25,8'i ev eşyası (Mobilya, oyuncak, beyaz eşya vb.), %21'i elektronik araçlar (Cep telefonu, kamera, radyo, TV, DVD oynatıcı vb.), %19,8'i gıda maddeleri ile günlük gereksinimler (çiçek, kozmetik, tütün ve içeceklerin de

dahil) satın almıştır. İnternet üzerinden 2015 yılı Nisan ile 2016 yılı Mart aylarını kapsayan on iki aylık dönemde satın alım ya da sipariş veren bireylerin %24,9'u sorun yaşamıştır. En çok karşılaşılan sorunlar %44,9 ile 'teslimatın belirtilenden daha yavaş olması' ve %42,1 ile yanlış veya hasarlı ürün veya hizmetin teslim edilmesi' olmuştur. (www.tuik.gov.tr)

2.6.7. Ziyaretçi Verileri Ve Profili

www.markafoni.com'un araştırmasına göre (www.pazarlama30.com);

- e-ticaret dünyasında 10 milyon online alışveriş yapan kişi bulunmaktadır.
- Kişilerin yüzde 75'i 18-35 yaş aralığında yer almaktadır.
- Bu kişilerin yüzde 45'i bayandır.
- E-ticaret sitelerinin sayısı ise 5000'i aşmış durumda.
- E-ticaret sektörünün hızlı büyümesinin nedenleri arasında, yaygın internet kullanımı, yüksek kredi kartı penetrasyonu, güçlü lojistik altyapı, yaygın mobil internet kullanımı ve viral kullanım etkisi gösterilmektedir.
- Türkiye'de online alışverişte İstanbul, Ankara ve İzmir başta yer alırken bu illeri Bursa, Antalya, Kocaeli, Muğla, Adana ve Konya takip etmektedir.
- Ülkemizde e-ticaret sitelerinden en çok elektronik, tekstil, ayakkabı, aksesuar, bilet, seyahat, yemek ve çiçek alışverişi yapılmaktadır.
- Lüks ürünleri tercih eden online tüketiciler yüzde 40 oranında.
- Modadaki trendlere göre kıyafet satın alanlar yüzde 31 oranında.
- Mutlu olmak için alışveriş yapan kadınların oranı yüzde 64 iken, pazarlık ederek alışveriş yapanların oranının yüzde 50.
- En hesaplı ürünü almak için sabah 06.00'da uyanan tüketicilerin oranı yüzde 5 iken, alışverişte yeni ürün ve markaları denemekten hoşlananların oranı yüzde 42 dir.
- 14 – 35 yaşları arasındaki erkeklerden boyu 1.80 ve üzerinde olanların oranı yüzde 17 iken 14 – 35 yaş yaşları arasındaki kadınların boyu 1.70 ve üzerinde olanların oranı yüzde 10 olarak görülmektedir.

- Arkadaşlarına alışveriş kararında yardım eden kadınların oranı yüzde 47, 42 numara ayakkabı giyen erkeklerin oranı yüzde 35 iken 38 numara giyen kadınların oranı yüzde 31'dir.
- Alışverişi yaşamının bir parçası haline getirmiş olan tüketicilerden, sevdiği ürün için para harcayanların oranının yüzde 40, indirimdeki ürünleri takip edenlerin oranının yüzde 44 ve daima en ucuz ürünleri tercih edenlerin oranı yüzde 30'dur.
- Türkiye'de online mağazası olan markaların oranı yüzde 49'dur.
- En çok öğleden sonra saatlerinde online alışveriş yapmayı tercih eden tüketiciler, ödemelerini yüzde 88 oranında kredi kartıyla yapmaktadır.

2.6.8. Hediye Eşya Sektöründe Özel Günlerin Etkisi

Dünyada ve ülkemizde özel günlerin insanlar üzerindeki etkileri gün geçtikçe artmaktadır. İnsanlar özel günlerde değer verdikleri insanlara hediyeler alarak duygularını göstermektedirler. Dolayısıyla bu özel günlerde ekonomi canlanmaktadır. Artan teknoloji koşulları ile insanlar artık özel günlerde alışverişlerini internet üzerinden yapmaktadırlar. Alışveriş siteleri ise tüketicilerin zaman kaybını azaltmak amacıyla özel günlerin isimlerini kategorileri ile vermektedirler. Alışveriş merkezleri ve alışveriş siteleri bu özel günlerde çeşitli indirimler ve promosyonlar yaparak müşteri çekmektedirler. Dünyada ve ülkemizde giderek yaygınlaşan özel günler şunlardır:

- Anneler Günü
- Babalar Günü
- Sevgililer Günü
- Yıldönümleri
- Yılbaşı
- Doğum Günü
- Öğretmenler Günü (Meslek Gruplarına Ait Günler)
- Dini Bayramlar

Capital Dergisi'nin haberine göre (www.capital.com.tr); Advantage Card ile 2016 yılında 12-13-14 Şubat günlerinde yapılan alışveriş miktarı 7,8 trilyon lira olarak gerçekleşmiştir. Bu, bir önceki haftaya oranla yaklaşık yüzde 53 artış anlamına geliyor.

Bonus Card yetkilileri de, bu dönemlerde, ciro oranlarında 3 kata varan artışlar gördüklerini belirtmişlerdir. Amerika’da “Sevgililer Günü’nde” bireylerin ortalama harcaması kişi başına 65 dolar. O gün ekonomiye pozitif katkı olarak dönen toplam miktar 3,6 milyar dolar civarındadır. Boyner Holding Murahhas Azası Cem Boyner (www.capital.com.tr); “Anneler Günü’nden” önceki cumartesi günü 49 bin 542, pazar günü 31 bin 72 işlem gerçekleşirken, alışveriş yapanların sayısını 80 bin 614 olduğunu söylemiştir. Babalar Günü öncesindeki cumartesi günü ise 43 bin 494 kişi alışveriş yaparken, pazar günü işlem sayısının 32 bin 977 olduğunu belirtmiştir.

2.7. TURİZMİN HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜNE ETKİSİ

El sanatları ürünleri turizm endüstrisi ile yoğun bir etkileşim içerisinde olup, turistlerin alışverişlerinde özel bir yer tutar. Çünkü turist için gittiği yöreye ait olan bir el sanatı ürünü satın almak, hem yaşadığı kişisel tecrübenin bir delili, hem de evine döndüğünde kendisi için anı niteliği taşıyan bir eşya olacaktır. Bu nedenle el sanatları turizmin ayrılmaz bir parçasıdır (Can, 2013: 261).

Turistlerin özgünlük arayışı içinde el sanatı üretimlere yönelmeleri Türkiye gibi turizm endüstrisi büyüyen ülkelerde potansiyel oluşturmaktadır. Bu nedenle turizm merkezlerinde toptan veya perakende olarak çeşitli şekillerde pazarlanan özgün veya taklit el sanatı ürünlerinin yoğun olarak satıldığı görülmektedir. Bu amaçla standlar, ziyaretler, alışveriş, müzeler, fuar, festival gibi etkinlikler geliştirilmekte ve el sanatları etkinlikleriyle turistlerin deneyimine kültürel motifler eklenmiş olmaktadır. Böylelikle el sanatları ekonomik açıdan hem el sanatçıları hem de yerel kalkınma unsurlarını olumlu etkilemektedir (Can, 2013: 261).

El sanatı turizm sektörü ile yoğun etkileşime girmekte ve turistlerin alışverişinde özel bir yer tutmaktadır. Turistin yanında götürmüş olduğu hediyelik eşyalar, geçirdiği kültürel tecrübenin bir delili veya sertifikası anlamına gelmektedir. Türkiye’de turistik alışverişe konu olan el sanatları çoğunlukla geleneksel ve dekoratif niteliklidir. Örnek olarak, halı dokumacılığı, kuyumculuk, seramik, çömlek, taş süsleme, ağaç oymacılığı, ebru, hat, minyatür, tezhip sanatları gibi. Turistlerin el sanatlarını satın almaya yönelmeleri Türkiye gibi turizm endüstrisi büyüyen ülkeler için potansiyel oluşturmaktadır (Bayazıt ve diğ.2012: 902).

2.8.HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜNÜN TURİZME ETKİSİ

Turizm bir ülkenin var olan değerlerini tanıtmada konusunda en önemli olgudur. Turizm alanında kültür ve sanat ürünlerinin tüketimi ilk sıralarda yer almaktadır. Ülkemiz el sanatları bu anlamda hiç bir şekilde göz ardı edilemeyecek potansiyele sahiptir. Yapılan istatistiklere göre ülkemizin 22 milyar dolar turizm gelirleri içerisinde en büyük payı el sanatları ürünleri oluşturmaktadır. Bu sebeple turizm amaçlı el sanatları üretimi yapan bireylerin pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine rehberlik etmek, hem kültürel değerlerimize sahip çıkmak hem de ekonomiye katkı sağlamak adına önemlidir (Can, 2015: 261).

El sanatları etkinlikleriyle turistin deneyimine kültürel motifler eklenmiş olmaktadır. Böylece ekonomik sonuçlar hem el sanatçıları hem de yerel kalkınma unsurlarını olumlu etkileyebilmektedir. Turizm ve el sanatları olumlu sonuçlar doğurabilecek iş birliği potansiyeli taşımaktadır. El sanatları topluma çeşitli şekillerde katkı sağlamaktadır. Örneğin kişilere istihdam olanağı sağlar, kırsal bölgeden kentsel bölgeye göçü yavaşlatır ve bulundukları bölgede turistik çekicilik unsuru olmaktadır. Kültürel bir çekicilik olan el sanatlarının üretimi çoğu durumda geri kalmış bölge halkının iç üretim ve tüketim dengeleri içinde algılanan ve daha çok kırsal kesimdeki kimselerin ekonomik sorunlarına çözüm olarak görülmektedir (Bayazıt ve diğ. 2012: 902).

Turistik anlamda hediyelik eşya satışı bazen çok önemli miktarlara ulaşabilmektedir. Örneğin; 1990'ların ortasında Hong Kong'un turizm gelirlerinin yarısı hediyelik eşyaların satışından sağlanmıştır. Bu durum turizmin perakende ticarete olan etkisinin gücünü ve bazı turistlerin sadece alışveriş yapmak için seyahat ettiklerinin bir göstergesidir. Böylece turistik alışveriş gelir kapısı olmanın yanı sıra başlı başına çekim gücüne de dönüşebilmektedir. (Can, 2013: 262).

2.9. KAHRAMANMARAŞ HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜ

Hediyelik eşya; birini sevindirmek, mutlu etmek, onurlandırmak, kutlamak ya da anı olarak kalması için verilen, türlü amaçlarla kullanılabilen, insan yapısı, taşınabilir ve cansız, hediye olarak verilebilecek değerde olan nesne olarak tanımlanmaktadır.

Türkiye, denizlere, kıyılara, akarsu ve göllere, mağaralara, şelalelere, dağlara, kaplıcalara, şifalı sulara ve bitki örtüsü gibi görülmeye değer doğal turistik varlıklara sahiptir. Türkiye, turizme elverişli iklim şartlarını dört mevsim yaşatabilmektedir. Doğal varlıkların yanı sıra çok sayıda tarihi eser, gelenek ve görenek, geleneksel giyim, halk dansları, yeme içme gibi kültürel turistik varlıklara da sahiptir. Kültürel turistik varlıklar, insan tarafından oluşturulan, bir toplumun her türlü yaşayış, fikir ve sanat varlıklarının tümünü içeren, turistlerin görmek, tanımak ve faydalanmak istedikleri değerlerdir. El sanatları kültür turizminin başlıca öğeleri arasında yerini almaktadır. Bir yöreye gelen turist sayısı o yörenin yeme içme, ulaşım, konaklama ve yöreye ait el sanatları potansiyeline bağlı olarak değişiklik göstermektedir

Hediyeleşmek günümüzde o kadar fazlalaştı ki illa özel bir gün aranmamakta karşıdaki kişi ile arasındaki samimiyeti ilerletmek veya aralarında sorun olan kişilerin bu sorunun çözümünü hediyeleşmekte buldukları gözlemlenmiştir. Bunların dışında artık özel günler o kadar fazlalaştı ki anneler günü, babalar günü, sevgililer günü, yılbaşı gibi. Bunların da dışında kişiler kendi aralarında tanışma yıl dönümü, evlilik yıl dönümü gibi başka hediyeleşme günleri de belirlemektedirler.

Hızla ilerleyen teknoloji sayesinde internet gibi kaynaklardan nerede ne var, neresi nasıl gezilir gibi konulardan haberdar olma durumu modern dünyanın insanlara sunduğu olanaklar sayesinde turizm hareketliliği artmaktadır. Türkiye her çeşit turizm aktivitesini turistlere sunmaktadır. Gerek yerli gerekse yabancı turist; avcılıktan su sporlarına, doğa yürüyüşlerinden kaplıcalara, dini amaçlı geziden deniz, kum, güneş tatiline kadar çeşitli aktiviteleri yerine getirebilmektedir. Bu da Türkiye'nin turizm yelpazesinin geniş olmasından kaynaklanmaktadır. Ulaşım ve konaklamada yol kat eden Türkiye bazı konularda hala olumsuzluk yaşayabilmektedir. Özellikle turistik varlıklardan biri haline gelen el sanatları konusunda giderilmesi gereken olumsuzluklar söz konusudur.

Kahramanmaraş'ta satılmakta olan başlıca hediyeelik eşyalar aşağıda verilmiştir;

- **Dökümler**



- **Bakırlar**



- **Mücevher kutuları**



- **Nişan ve çeyiz sandığı**



- Su kabağı lambaları



- Masa ve sehpalar



- Oymalı beşik



- **Ahşap hediyelikler**



- **Maraş çarıkları**



- **Biblolar**



- **Deri ürünleri**



Konu turistik hediyeelik eşya olunca üretici, aracı, ithalatçı, satıcı, tüketici gibi bazı kesimlerle karşılaşılmaktadır. Her kesimin kendine özgü yaşadıkları ve karşılaştıkları olumsuzluklar bulunmaktadır. Turistik hediyeelik eşyanın Kahramanmaraş'taki mevcut durumu; kaynakları (orijinleri), üretim yerleri, hammaddeleri, üreticileri ile pazarlamacılar arasındaki zincirleri, sorunları, olumlu ve olumsuz yanları göz önüne alınarak işletme ve çalışanlara yöneltilen sözlü ve yazılı soru sorma tekniği ile elde edilecek verilerin değerlendirilmesi ile saptanması ve mevcut durumun belirlenmesi planlanmıştır.

2.10. HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜ İÇİN STRATEJİ GELİŞTİRME

Bilindiği üzere turizm bir ülkenin var olan değerlerini tanıtmada konusunda en önemli olgudur. Turizm alanında kültür ve sanat ürünlerinin tüketimi ilk sıralarda yer almaktadır.

Genelde ülkemiz özelde ise Kahramanmaraş el sanatları bu anlamda hiç bir şekilde gözardı edilemeyecek potansiyel bir güce sahiptir.

Kültür taşıma aracı olarak nitelendirebileceğimiz hatıra ve hediyelik objelerle seyahatlerini tamamlayan kişiler, bir nevi kültürlerarası kaynaştırma görevi görürler. Toplumsal değişimler ve ekonomik nedenler arasında yer alan dar gelirlilik problemi hediyeleşme miktarını kısıtlamaktadır. Fakat hediye alışverişinin “karşılıklılık” ilkesini bu değişimler etkilememektedir. Hediye alışverişlerinin olmaması yerine daha ekonomik, kolay taşınabilir ve çok yer kaplamayan olan hediyelikler tercih edilmektedir.

Unutulmamalıdır ki gerçek bir strateji onu meydana getiren ve kendisine ruh kazandıran şahıs ve kurumların ahenkli faaliyetleriyle ortaya çıkmakta ve hayat bulmaktadır.

- Kahramanmaraş il turizm stratejisi turizm endüstrisinin aktif bir biçimde stratejik yönetim sürecine, bütün safhalarda entegre edilmesini benimsemelidir.
- Turizm sektörü pek çok sektörle karşılıklı bağımlılık ilişkisine sahiptir. Turizm gıda, tekstil, tüketim malı sınırları, hizmetler, konut sahipliği ve ulaştırma gibi çok ve geniş bir sektörel kapsamdan ekonomik girdi kullanmaktadır. Aynı şekilde faktör piyasalarından önemli oranlarda yatırım çekmekte ve işgücü talebi oluşturmaktadır. Tüm bu özellikler göz önünde bulundurulmalıdır.
- Yeni dönemde en az talep unsurları kadar arz unsurlarına da önemle dikkat edilmelidir.
- Arz geliştirme stratejileri turizm varlıkları, fiziki altyapı ve konaklama kapasitesi, beşeri sermaye ve işgücü, turizm KOBİ’lerinin rekabet güçlerinin artırılması, farklı turizm türlerinin geliştirilmesi gibi stratejinin arz yönlü temelini oluşturmak üzere çeşitli gelişme eksenleri tanımlamakta ve gerekli stratejik hedefleri ve faaliyetleri örgütlemelidir.
- Alışlageldik tanıtım ve talep stratejileri hızla geçerliliklerini yitirmiştir. Sağlıklı bir stratejik planlama için turizm endüstrisinin hem arz hem de talep unsurlarıyla entegre bir biçimde kavranması gerekmektedir.

2.11. KAHRAMANMARAŞ İLİ HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜ SWOT ANALİZİ

Swot analizi kapsama konu olan yerin, güçlü ve zayıf yönlerini belirlemekte ve dış çevreden kaynaklanan olanak ve kısıtlamaları saptamakta kullanılan bir tekniktir. Amaç; iç ve dış etkenleri dikkate alarak, var olan güçlü yönler ve olanaklardan en üst düzeyde yararlanacak, kısıtlamaların ve zayıf yönlerin etkisini en aza indirecek plan ve stratejiler geliştirmektir.

Kahramanmaraş İli Hediyeelik Eşya Sektörü Güçlü Yönleri (Strengths)

- Hediyeelik eşya sektörü ile ilgili olarak gerek kamu kurum ve kuruluşlarını gerekse özel sektör temsilcilerinin farkındalığı.
- Ziyaret edilebilirliği yüksek güvenli ve huzurlu bir il olması.
- Coğrafi bölge olarak önemli bir kavşakta yer alması.
- Maraş dondurması, Maraş çarığı gibi ismi il ile bütünleşmiş ürünlerin olması.
- Bakır, deri ve metal ürünlerinin imalatında ilerlemiş olmak.
- İlin ulusal ve uluslararası pazarlar için keşfedilmemiş bir destinasyon olması.
- Geleneksel Türk Misafirperverliğine sahip olması.
- Güçlü ekonomisi.

Kahramanmaraş İli Hediyeelik Eşya Sektörü Zayıf Yönleri (Weaknesses)

- Doğal ve kültürel değerlerin yeterince korunamıyor olması.
- Turizm paydaşları yerel yöneticiler, sektör yöneticileri, sivil toplum örgütleri, yerel halk, vb. arasında diyalog ve işbirliğinin yetersiz olması ve katılım eksikliği.
- Merdiven altı üretimlerinin varlığı.
- Nitelik yerine niceliğe önem verilmesi.
- Dağıtım ve tutundurma faaliyetlerinin olmayışı ya da azlığı.
- Geleneksel el sanatlarından bazılarının giderek yok olması.
- Bölge halkında turizm bilincinin yeterince gelişmemiş olması.
- Turizm konusunda yeterli sayıda yetişmiş personel bulunmaması.

Kahramanmaraş İli Hediyeelik Eşya Sektörü fırsatları (Opportunities)

- İlde turizmin henüz yeni bir sektör olması, turizm pazarının doyuma ulaşmamış olması ve rekabetin şiddetli olmaması nedeniyle yeni yatırımcılara açık olması ve birçok yatırımlara uygun alanın olması.
- Dünyada ve Türkiye’de hediyelik eşyanın öneminin ve talebin giderek artması.
- Geleneksel El Sanatlarının son yıllarda çeşitli projelerle desteklenmesi.
- Maraş’ta birden fazla el sanatında önde gelen bir il olması,
- Kültürel çeşitliğin fazla olması,

Kahramanmaraş İli Hediyelik Eşya Sektörü Tehditleri (Threats)

- İlde turizm potansiyeli olan alanların yeterince değerlendirilemiyor oluşu.
- Rakip destinasyon merkezlerinin bazı alanlarda rekabet üstünlüğüne sahip olmaları.
- Turizm konusunda yetişmiş personelin çalışmak için batıda veya deniz kenarındaki turistik şehirleri tercih etmesi.
- Uzak doğudan gelen ucuz hediyelik eşyalara talebin artması nedeniyle geleneksel el sanatlarına olan ilginin azalması, bazı el sanatların neredeyse yok olması.
- Kahramanmaraş’ta ilerlemiş olan özellikle bakırcılık gibi bazı el sanatı dallarının şehrin yakınında komşusu olan Gaziantep ilinde de özenle icra ediliyor oluşu.

Kahramanmaraş Hediyelik Eşya Misyonu;

Kahramanmaraş'ın turizm ve kültürel mirası çerçevesinde, kamu ve yerel halk yararına hediyelik eşyada hizmet vererek Kahramanmaraş'a hizmet etmek.

Kahramanmaraş Hediyelik Eşya Vizyonu

Kahramanmaraş'ın derin tarih ve kültüründen aldığı tarihi, kültürel, coğrafi mirası, aslına uygun olarak günümüz insanının bilgi, dinlenme ve eğlenme motifleri ile süsleyerek dünya vatandaşlarına yaşayan hediyelik eşya ürünleri sunmaktır. Gelecek kuşakların emanetçisi olma bilinciyle hareket ederek, bu zenginlikleri Dünyaya tanıtmayı sağlayarak Kahramanmaraş'a gelenlere unutulmaz hatıra bırakmaktır. Turizm, kültür ve inanç çerçevesinde, yüksek bilince sahip, modern ve güçlü Kahramanmaraş Halkı’nın Dünyaya hizmet eden turizm vasıtasıyla gelecekte sektörde atacağı imzadır.

Bu vizyonu destekleyen bir slogan oluşturmak adına aşağıdaki örneklerden biri veya başka bir ifade eklenebilir. “inançların coşkusu burada”, “mutlaka görülmeli-alınmalı”, “tarihin kıyısında”, “kahramanlığa uzan” “uzağın yakınlığı”, “tarihe dokunuş”, “kültürel cazibe”.

Vizyonu Destekleyen İlkeler:

- ✓ Geçmişin ustalığı ile teknolojik gelişmelere açık,
- ✓ Her kesime hitap eden,
- ✓ Kültürel ve tarihi değerleri koruyarak hediyeelik eşya üreten,
- ✓ İnsana, doğaya, ve ekolojik değerlere duyarlı,
- ✓ Müşteri memnuniyetini düşünen, hoşgörülü hizmet,
- ✓ Yaptığı her işi hızlı, doğru, zamanında ve kaliteli yapmak,
- ✓ Kentin menfaatini kişisel menfaatlerden önde tutmaktır.

KAHRAMANMARAŞ HEDİYELİK EŞYA STRATEJİK EYLEM PLANI ÇALIŞTAYI

Kahramanmaraş Hediyeelik Eşya Stratejik Eylem Planı çerçevesinde masa başı araştırması, anket çalışması, odak grup toplantı ve çalışması yapılmış ve eylem planı son olarak yapılan çalıştayda şekillendirilmiştir.

Odak grup çalışmasında; Kahramanmaraş’ta hediyeelik eşya sektörüne etki edebilecek Kahramanmaraş’ta sektör temsilcileri ve aktörlerinin görüşleri, eylem planı için katılımcıların görüşlerine başvurulmuştur. Odak grup toplantısı katılımcıları şunlardır;

Tablo 10: Kahramanmaraş Hediyeelik Eşya Odak Grup Çalışması Katılımcı Listesi

No	Adı Soyadı	Kurum/Kuruluş
1	Necati OKAY	Dulkadiroğlu Belediyesi
2	Mehmet TÜRKÖZ	Dulkadiroğlu Kaymakamı
3	Ahmet KUYBU	Esnaf ve Sanatkârlar Odası Başkanı
4	Sebük Tekin ALPARSLAN	Dulkadiroğlu Belediyesi Başkan Yrd.
5	H. Mustafa ÖZ	Kuyumcular Odası Başkanı

6	Cafer TEPE	Dulkadiroğlu Belediyesi STK Temsilcisi
7	Gökhan Büyükdereli	Germanicia Otel Kahramanmaraş
8	Feridun TABUR	Clarion Hotel Kahramanmaraş
9	Ökkeş BOZLAÇOĞLU	Bakırcılar Odası Başkanı
10	Enver Çelebi	Marangozcular Odası Başkanı
11	Aladdin ERKÜÇÜK	Ayakkabıcılar Odası Yön. Kurulu Üyesi
12	Ali KÖKÇÜ	Demirciler Odası Başkanı
13	Mustafa ÜLKER	Kahramanmaraş Odalar Birliği Genel Sek.
14	Selamet ATLI	Kahramanmaraş Odalar Birliği Yön. Kr. Üy.
15	Mutlu BOLAT	Sektör İşletmecisi
16	Bayram AKGÜL	Zahireciler Odası Başkanı
17	Mehmet GEÇGİL	Sandalyeciler ve Oyma İşleri Odası Başkanı
18	Emel BOZKURT	Gaziantep Üniversitesi
19	Prof. Dr. Mete SEZGİN	Selçuk Üniversitesi
20	Fatih KORKMAZ	Dulkadiroğlu Kaymakamlığı Ar-Ge
21	Suat DÜNDAR	Gaziantep Üniversitesi

Eylem planının hazırlanması aşamasında: Dulkadiroğlu Belediyesi Başkanı Necati OKAY, Dulkadiroğlu Belediyesi STK Temsilcisi Cafer TEPE ve Dulkadiroğlu Kaymakamlığı ARGE sorumlusu Fatih KORKMAZ ve Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. Mete SEZGİN hediyeelik eşya sektörü ile ilgili sunum yapmışlardır.

Katılımcılar iki tematik eksen ve bu eksenlere uygun stratejik amaçlar belirlemişlerdir. Önerilen stratejik amaçlar oylaması sonucu aşağıdaki tablolarda görülmektedir. Yapılan oylama sonucuna göre her iki eksen de beşer adet stratejik amaç belirlenmiştir. Daha sonra tek tek bu amaçlara uygun eylemler belirlenmiş olup eylem planı yapısı oluşturulmuştur.

Eylem Planı Tematik Eksenleri ve Stratejik Amaçlar Sıralaması

Tematik Eksen 1:		ÖNERİLEN STRATEJİK AMAÇLAR	Sıra
Kahramanmaraş Hediyelik Eşyalarının Tanıtılması ve Pazarlanması	Amaç 1	Hediyelik eşya konusunda bilgilendirmek ve farkındalık yaratmak	1
	Amaç 2	Hediyelik eşya envanterini tanıtmak	2
	Amaç 3	Hediyelik eşya pazar seçme ve pazar hedefleme yapmak	3
	Amaç 4	Hediyelik eşya marka imajı oluşturmak	4
	Amaç 5	Hediyelik eşya sektörü ve turizm sektörü işbirliği oluşturmak	5

Tematik Eksen 2:		ÖNERİLEN STRATEJİK AMAÇLAR	Sıra
Kahramanmaraş Hediyelik Eşya Sektörünün Gelirlerini Artırmak	Amaç 1	Hediyelik eşya sektörü altyapısını Kahramanmaraş Turizmine uygun hale getirmek, turistik ürünlerle birleştirmek	1
	Amaç 2	Hediyelik eşya sektörü personelini istihdam etmek	2
	Amaç 3	Sektörde devlet teşvik ve desteklerden yararlanırmak	3
	Amaç 4	Hediyelik eşya sektöründe yeni tasarımlar geliştirmek	4
	Amaç 5	Hediyelik eşya sektörü teşhir, fuar ve çarşısı kurmak	5

Kahramanmaraş Hediyelik Eşya Tematik Eksenler

Tematik Eksen 1:	Tematik Eksen 2:
Kahramanmaraş Hediyelik Eşyalarının Tanıtılması ve Pazarlanması	Kahramanmaraş Hediyelik Eşya Sektörünün Gelirlerini Artırmak

KAHRAMANMARAŞ HEDİYELİK EŞYA SEKTÖRÜ EYLEM PLANI

Kahramanmaraş Hediyelik Eşya Sektörü için Stratejik Amaçlar

Tematik Eksen 1:				
Kahramanmaraş Hediyelik Eşyalarının Tanıtılması ve Pazarlanması				
STRATEJİK AMAÇLAR				
AMAÇ-1	AMAÇ-2	AMAÇ-3	AMAÇ-4	AMAÇ-5
Hediyelik eşya konusunda bilgilendirmek ve farkındalık yaratmak	Hediyelik eşya envanterini tanıtmak	Hediyelik eşya Pazar seçme ve Pazar hedefleme yapmak	Hediyelik eşya marka imajı oluşturmak	Hediyelik eşya sektörü ve turizm sektörü işbirliği oluşturmak
Tematik Eksen 2:				
Kahramanmaraş Hediyelik Eşya Sektörünün Gelirlerini Artırmak				
STRATEJİK AMAÇLAR				
AMAÇ-1	AMAÇ-2	AMAÇ-3	AMAÇ-4	AMAÇ-5
Hediyelik eşya sektörü altyapısını Kahramanmaraş Turizmine uygun hale	Hediyelik eşya sektörü personelini istihdam etmek	Sektörde devlet teşvik ve desteklerden yararlanırmak	Hediyelik eşya sektöründe yeni tasarımlar geliştirmek	Hediyelik eşya sektörü teşhir, fuar ve çarşısı kurmak

getirmek, turistik
ürünlerle birleştirmek

TEMATİK EKSEN 1:		STRATEJİK AMAÇLAR	EYLEMLER	GERÇEKLEŞMESİ ÖNGÖRÜLEN YILLAR	SORUMLU KURULUŞLAR	AÇIKLAMA / ALT EYLEMLER
Kahramanmaraş Hediyelik Eşyalarının Tanıtılması ve Pazarlanması	Amaç-1	Hediyelik eşya konusunda bilgilendirme ve farkındalık yaratmak	Eylem 1 Hediyelik eşya sektörü paydaşları bilgilendirme toplantıları yapmak	2017-2019	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Kaymakamlıklar, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası, Kahramanmaraş Esnaf ve Sanatkarlar Odası,	Kahramanmaraş Merkez ve 11 ilçesinde hediyelik eşya sektörü ile ilgili tüm paydaşlara Dünya'da, Türkiye'de ve Kahramanmaraş'taki durumu ve ilimize olan katkısı hakkında bilgilendirme toplantıları yapılacaktır.

			Eylem 2	Kahramanmaraş hediyelik eşya platformu oluşturmak	2017-2019	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Esnaf ve Sanatkarlar Odası, Kaymakamlıklar, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Kahramanmaraş hediyelik eşya sektörü eylem planını gerçekleştirmek ve eylem planına bağlı olarak hediyelik eşya sektörü geliştirmek için resmi kurumların ve özel sektörün rahat iletişime geçebileceği bir platform oluşturulacaktır.
			Eylem 3	Kahramanmaraş hediyelik eşya web sitesi oluşturmak	2017-2019	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Kahramanmaraş hediyelik eşya sektörü hakkında temel bilgilerin olduğu aynı zamanda bilgi akışının tek bir kanaldan tüm paydaşlarla paylaşılması ve iletişimin doğru bir şekilde sağlanabilmesi için bir kamu ve özel sektör birlikte ortak web sitesi oluşturulacaktır.

			Eylem 4	Hediyelik eşya konusunda kamuoyunu bilgilendirme seminerleri yapmak	2017-2019	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Kahramanmaraş merkez ve 11 ilçesinde, vatandaşlara, öğrencilere, acentelere, sektör çalışanlarına Dünya'da, Türkiye'de ve Maraş'taki durumu ve ilimize olan katkısı hakkında kamuoyu bilgilendirme seminerleri yapılacaktır.
			Eylem 5	Tanıtım araçlarını hazırlamak	2017-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Kahramanmaraş hediyelik eşya sektörü alanlarını ve ürünlerini tanıtmak için yazılı, görsel tanıtım kitapçıkları, broşür, internet sitesi en az Türkçe ve İngilizce olarak hazırlanacaktır.

	Amaç-2	Hediyelik eşya envanterini çıkarmak ve tanıtmak	Eylem 1	Hediyelik eşya envanterini çıkarmak	2017-2019	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Kahramanmaraş hediyelik eşya sektörünü canlandırmak için yapılan faaliyetlerin başarılı olabilmesi önce mevcut durum analizi yapılarak bir envanter çıkarılarak elde olan değerler iyi değerlendirilip olmayanlar konusunda çalışmalar yapılacaktır.
--	--------	---	---------	-------------------------------------	-----------	---	--

			Eylem 2	Hediyelik eşya tescilleri almak tanıtıcı materyal hazırlamak	2017-2019	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Kahramanmaraş hediyelik eşya sektörü turizmi alanlarını ve ürünlerini tanıtmak için yazılı, görsel tanıtım kitapçıları, broşür, internet sitesi en az Türkçe ve İngilizce olarak hazırlanacaktır. İhtiyaç dahilinde şehirdeki billboardlara da reklam girilecektir.
--	--	--	------------	--	-----------	--	---

	Amaç-3	Hediyelik eşya Pazar seçme ve Pazar hedefleme yapmak	Eylem 1	Uluslararası ve ulusal reklamlar vermek	2018-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Kahramanmaraş hediyelik eşya sektörü geliştirilmesi için özellikle Avrupa'daki Türk nüfusunun izlediği televizyon kanalları, sosyal medya araçları ve dergilere reklamlar verilecektir.
			Eylem 2	Ulusal ve Uluslararası Turizm ve Hediyelik Eşya Fuarlarına Katılmak	2018-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Avrupa, Afrika, Asya ve Amerika'da organize edilen hediyelik eşya sektörü fuarlarına katılımcı olarak stant açmak, satış yapılabilecek Kahramanmaraş hediyelik eşya paketleri sergilenecektir. Tuyap ISTANBUL Life Media Fuarcılık, IFM - Yeşilköy ulusal fuarlarına ve Cnr Expo, Madrid, Feria de Madrid, Hong Kong Asia World-Expo, Bangkok Thaitrade Fair, Hong Kong Mega Expo, Birmingham Emap Connect uluslararası fuarlarına katılmak

			Eylem 3	Hediyelik eşya için hedef ülke ve bölge seçmek	2018-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Kahramanmaraş hediyelik eşya sektörü için öncelikle kısa sürede turist gelebilecek ve il düzeyinde hedef ülke olarak ikili ilişkilerinde daha ileri safhada olunan ve iç turizmi canlandırmak adına öncelikle ülkemizdeki diğer şehirler, Türkiye Cumhuriyetler ve Avrupa hedef seçilecektir.
			Eylem 4	Hediyelik eşya için gelen yerli ve yabancı turistlerden pazar oluşturmak	2018-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Kahramanmaraş hediyelik eşya sektörü kapsamında Kahramanmaraş'a gelen turistlerden, örneğin Avrupa ülkeleri olan Almanya ve İtalya başta olmak üzere pazarlama yapılarak, pazar oluşturulacaktır.

	Amaç-4	Hediyelik eşya marka imajı oluşturmak	Eylem 1	Hediyelik eşyalar için marka ve patent tescili almak	2018-2023	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Kaçak üretimi önlemek ve üretilen ürünlerin kalite ve standartlarını belirlemek amacıyla valilik ya da belediyelerce onaylanacak marka ve patent tescili almak.
			Eylem 2	Kahramanmaraş hediyelik eşya logosunu hazırlamak	2017-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Kahramanmaraş hediyelik eşya sektörü kurumsal olarak pazarlanabilmesi için bir logo çalışması yapılacaktır.

			Eylem 3	Hedef seçilen ülke bazlı pazarlama yapmak	2018-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Hedef pazar seçilen ülkelerde, dış pazar araştırması yapmak, pazar profili ve müşteri talep özelliklerini belirlemek, pazar şemaları oluşturarak, brikolaj pazarlara hitap edilecektir.
			Eylem 4	Kahramanmaraş hediyelik eşya imajını oluşturmada bazı hediyelik eşyaları öne çıkarmak	2018-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Kahramanmaraş hediyelik eşya sektörü marka imajı oluşturulurken, örneğin bakırcılık, köşkerlik vb. alanlarında öne çıkmış Kahramanmaraş'taki ustaların imajını öne çıkarılacaktır.
	Amaç-5	Hediyelik eşya sektörü ve turizm	Eylem 1	Turizm işletmeleri ve hediyelik eşya sektörü	2018-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB,	İldeki konaklama işletmeleri başta olmak üzere, müzeler, restoranlar ve seyahat acentelerinin yöneticileri ve hediyelik eşya

		sektörü işbirliği oluşturmak		işbirliğini sağlamak		Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	sektörü üreticileri arasında sürdürülebilir temas sağlanacaktır.
Tematik Eksen 2:		STRATEJİK AMAÇLAR	EYLEMLER		Gerçekleşmesi Öngörülen Yıllar	Sorumlu Kuruluşlar	Açıklama / Alt Eylemler
Kahramanmaraş Eşya Hediyelik Sektörünün Gelirlerini Artırmak	Amaç-1	Hediyelik eşya sektörü altyapısını Kahramanma raş Turizmine uygun hale getirmek, turistik ürünlerle birleştirmek	Eylem 1	Hediyelik eşya işletmelerinin fiziki alt yapılarının iyileştirmek	2018-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Turizme uygun olarak uluslararası turistlerin turizm taleplerine göre Kahramanmaraş'ta yapılabilecek turistik ve hediyelik eşya üretimi için fiziksel alt yapılarda iyileştirmeler yapılacaktır.

			Eylem 2	Oteller bünyesinde hediyelik eşya birimleri oluşturmak	2018-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Hedef pazarlara uygun olarak ilde özellikle fazla ziyaretçi alan bölgelerde turizm birimleri oluşturularak, burada il ve hediyelik eşya konusunda bilgi sahibi kişilerin istihdamı sağlanacaktır.
			Eylem 3	Kahramanmaraş turizmini canlandırmak	2018-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Turizmi 12 Ay'a yayarak, alternatif turizm çeşitlerine yönelerek komşu iller ile birleşip bir koridor oluşturulacaktır.
	Amaç-2	Hediyelik eşya sektörü personelini	Eylem 1	Turizm ve hediyelik sektör için personel	2018-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB,	Turizm sektöründe çalışacak personeller, turizm fakülteleri ile işbirliği yapılarak, diplomalı kişilerin istihdamına dikkat

		istihdam etmek		yetiştirmek		Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOğAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	edilecek.
			Eylem 2	Yabancı dil eğitimi yapmak	2018-2023	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOğAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Hedef pazara göre belirlenen turistik işletmelerde, hedef pazarın ihtiyaçlarına cevap verebilecek başta İngilizce olmak üzere farklı dillerde temel dil eğitimleri istihdam edilen personele verilecek.

			Eylem 3	Gelen turistleri hediye- lik eşya üretim sürecine dahil etmek	2018-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	
	Amaç-3	Sektörde devlet teşvik ve desteklerden yararlan- dirmek	Eylem 1	Hediye- lik eşya ile ilgili kurumsal gelişimi sağlayacak projeler hazırlamak	2018-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş	DOĞAKA'nın "Doğrudan Faaliyet Desteği", "Teknik Destek" ve "Alt Yapı" mali destek programlarına proje hazırlayarak Kahramanmaraş hediye- lik eşya sektörü geliştirilmesi, paydaşların kurumsal kapasitesini geliştirmeye yönelik projeler hazırlanacaktır.

						Ticaret ve Sanayi Odası	
			Eylem 2	Horizon 2020 kapsamında projeleri hazırlamak	2018-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Turizm ve hediyelik eşya sektörü konusunda bilimsel arenada bilgi üretmesi için Avrupa Birliği ülkelerindeki turistik işletmeler ve hediyelik eşya üreticileri ile işbirliği yaparak Horizon 2020 kapsamında projeler hazırlanacaktır.
			Eylem 3	TÜBİTAK projeleri hazırlamak	2018-2023	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi,	Turizm başlığı altında TÜBİTAK desteklerine yönelik projeler hazırlanarak, ulusal ve uluslararası yayınlarda yer alınacaktır.

						Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	
			Eylem 4	Kümelenme çalışması yapmak	2018-2023	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	DOĞAKA desteği ile Ekonomi Bakanlığı'nın Kümelenme desteğinden yararlanmak için Kahramanmaraş turizmi ve hediyelik eşya kümesi oluşturulacaktır ve küme raporu hazırlanacaktır.
	Amaç-4	Hediyelik eşya sektöründe yeni tasarımlar geliştirmek	Eylem 1	İnovasyon birimi oluşturmak	2018-2023	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş	Dünyadaki hediyelik eşya sektörü kapsamında AR&GE ve inovasyon faaliyetlerinin izlenebilmesi için Kahramanmaraş hediyelik eşya sektörü platformu kapsamında inovasyon birimi oluşturulacak.

				Ticaret ve Sanayi Odası	
Eylem 2	Ar&Ge inovasyon konusunda işbirliği yapmak	2018-2023	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Başta Amerika ve Avrupa olmak üzere hediyelik eşya konusunda inovasyon ve AR&GE uygulamaları yapan araştırma birimleri, AR&GE merkezleri ile işbirliği protokolü imzalayarak Kahramanmaraş hediyelik eşya sektörü AR&GE inovasyon kapasitesi geliştirilecektir.	
Eylem 3	Kahramanmaraş hediyelik eşya ürünleri oluşturmak	2018-2023	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü	Profesyonelleştirdiğimiz ve en iyi yaptığımız el sanatları ve hediyelik eşya hizmetlerini öne çıkartarak, bunları fiyat, içerik, detaylı bilgi, iş akış şemaları ile Kahramanmaraş hediyelik eşya sektörü ürünleri oluşturulacaktır.	

Amaç-5						İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	
	Hediyelik eşya sektörü teşhir, fuar ve çarşısı kurmak	Eylem 1	Turistik ürün paketleri oluşturmak, teşhir ve fuarlar ve hediyelik eşya çarşısı kurmak	2017-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Kahramanmaraş hediyelik eşya sektörü paketleri kapsamında, turistlerin, karşılanması, uğurlanması, ulaşım, transfer, gezi, konaklama unsurlarını da içeren farklı fiyat ve içerikte paket tur hizmeti sunulacaktır.	
		Eylem 2	Ürünlerinin fiyatlandırılması ve sürdürülebilirliğinin sağlamak	2017-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu	Farklı ülke, sosyal sınıf, meslek ve farklı gelir grubundaki turist için fiyat politikaları oluşturmak ve lansman kampanyaları ile fiyatı ön planda tutulacaktır.	

						Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	
			Eylem 3	Web site ve bilgilendirme levhalarının hazırlanması	2017-2020	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, TÜRSAB, Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Dulkadiroğlu Belediyesi, DOĞAKA, İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası	Hedef pazara uygun olarak turistik işletmelerin web sitesi dilleri çeşitlendirilecek ve web sitelerinde hediyelik eşya paketleri hakkında hedef pazarında dillerinde bilgiler yer alacak.

DEĞERLENDİRME



Yapılan çalışmalar, anketlerden toplanan bilgiler ve çalıştayda dile getirilen çözümlerler sonucunda “Kahramanmaraş Hediye Eşya Sektörü” için öncelik hediye eşya ürünlerinin pazarlanmasıdır. Bu bağlamda, özellikle yurtdışı pazar analizinin yukarıdaki şekilde, coğrafi, demografik, sosyolojik, ekonomik analizinin yapıp pazar seçme, bölümleme, hedefleme ve konumlama gibi "Stratejik Hediye Eşya " yapılmasını sağlamaktır. Özellikle en son aşama olan pazar konumlama ile seçtiğimiz hedef pazar üzerine yoğunlaşmak ve hediye eşya sektörünün sürdürülebilirliğini sağlamak önem taşımaktadır.

TASARIMLAR VE HİKAYELERİ

1-KAHRAMANMARAŞ ULUDAZ VE UĞURBÖCEKLERİ



Çocuklar yerden topladıkları uğurböceklerini avuçlarına koyup, hep bir ağızdan "Uç uç böceği, yarın düğün olacak, annen sana terlik pabuç alacak" tekerlemesini söylüyorlar. Kahramanmaraş'ın Çimen Dağı Uludaz Tepesi civarındaki köylerde, bu tekerlemenin ardından uğurböceğinin uçtuğu yönden gelin geleceğine inanılıyor. Çocuklar bir yandan büyüyünce evlenecekleri kişinin hangi köyden geleceğine dair hararetli bir iddialaşma yaşarken, diğer yandan uğurböcekleri ucsun diye tekerlemeyi yüksek sesle tekrarlıyorlar. Elleriindeki uğurböcekleri ise "Aceleye gerek yok" dercesine yerlerinden kıpırdamıyor. Gözlerinde fark edilen hayal kırıklığına rağmen, oyunu ciddiyetle sürdürüyorlar.

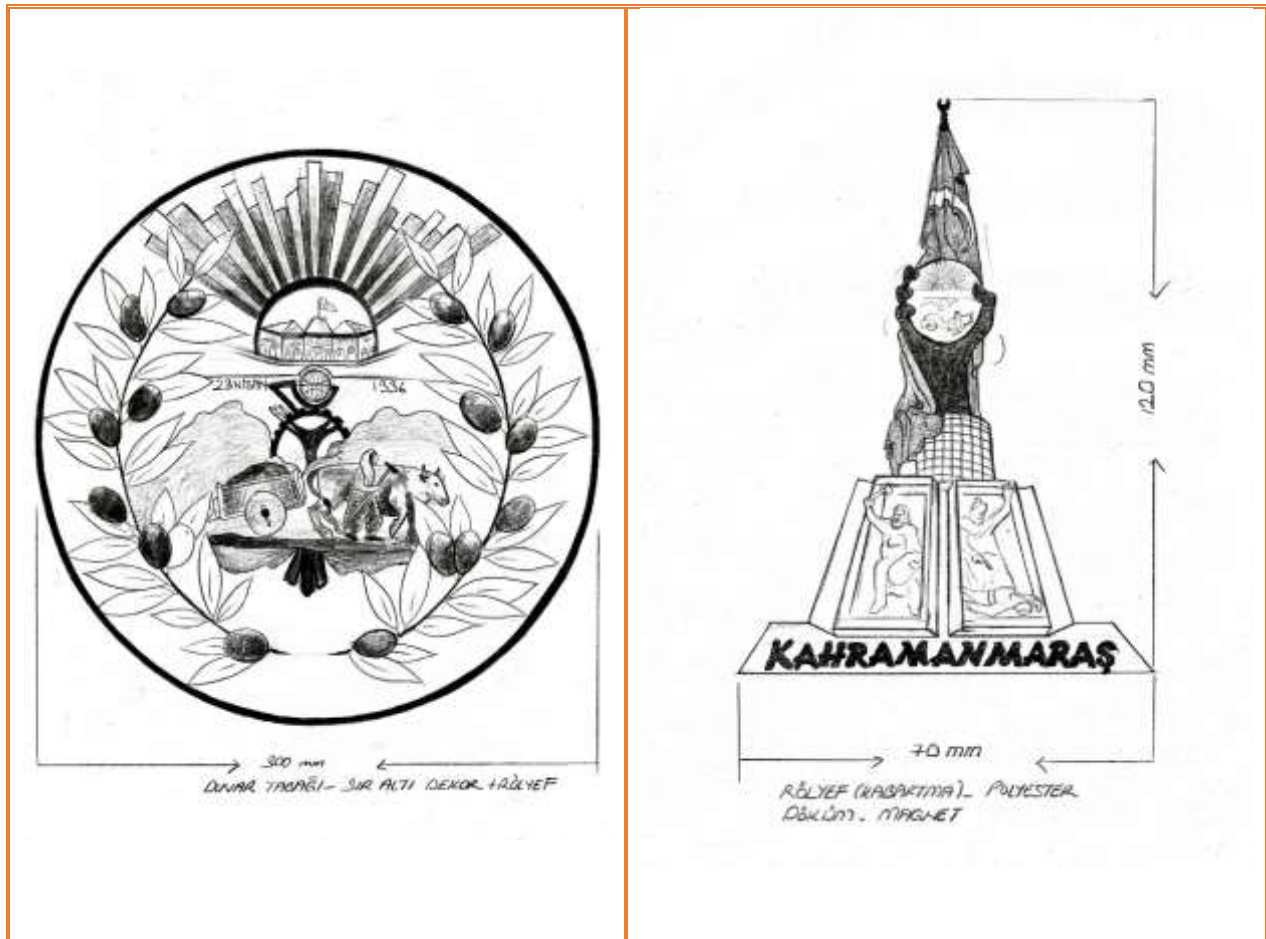
Kahramanmaraşlı bir grup dağcı tarafından Uludaz tepesinde tesadüfen keşfedilen uğurböcekleri bir yıllık yaşamlarının son dönemini sessiz ve korunaklı bir alanda geçiriyor. Uludaz tepesini adeta kırmızıya boyayan uğur böceklerinin görmek isteyen doğaseverler Kahramanmaraş'a bağlı Büyüksır Köyü Uludaz zirvesine yolculuk yapıyor.

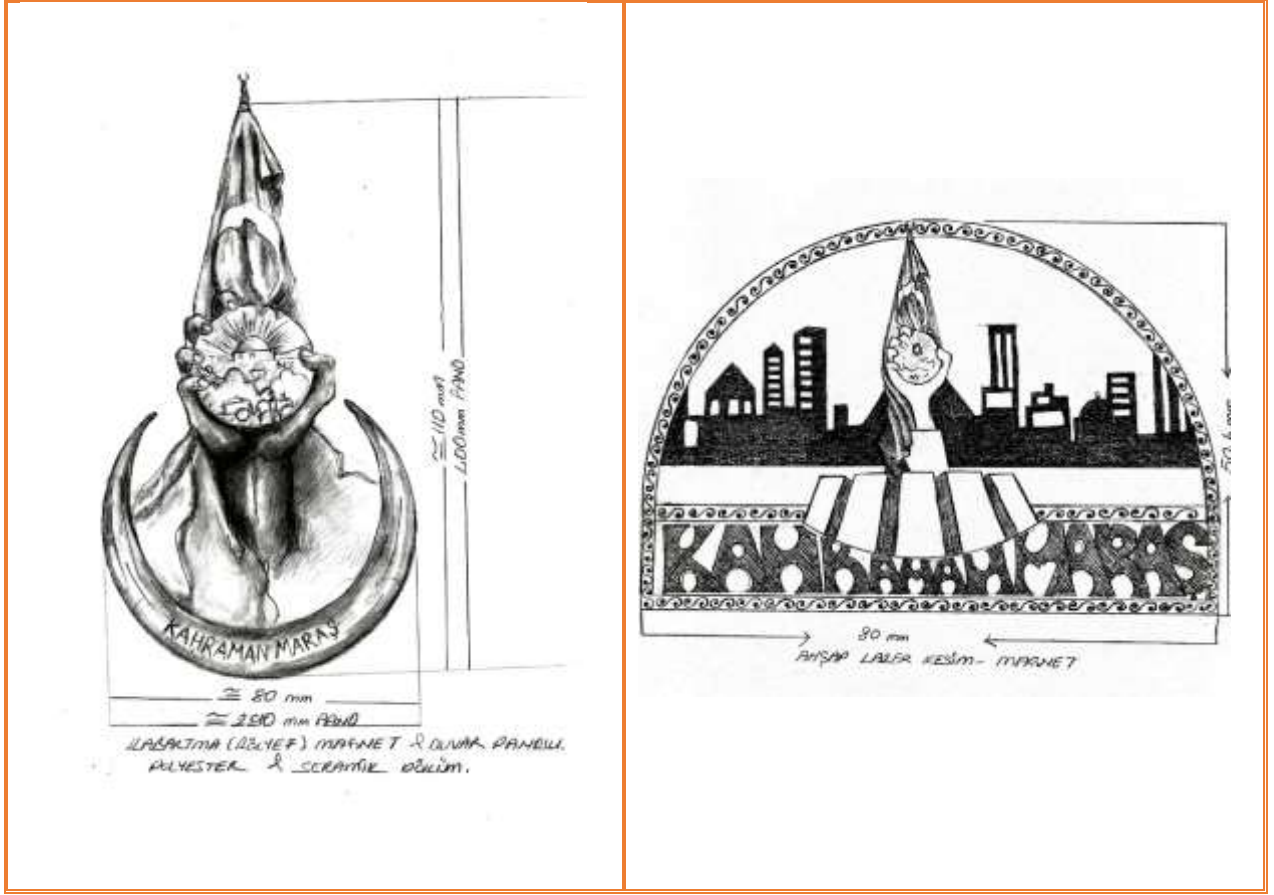
Uğurböcekleri dünyanın hemen her yerinde tanınıyor ve uğurlu olduklarına inanılıyor. Türkiye'de uğurböceği, uç uç böceği, gelin böceği, nişan böceği olarak da adlandırılıyor. Başka ülkelerdeki adları da dikkat çekici: Amerika'da hanımböceği (ladybugs), İngiltere'de hanımkuşu (ladybird), Almanya'da Meryem'in böceği (marienkäfer).

Uludaz Uğurböceği, Kahramanmaraş Valiliği, Çevre ve Orman Müdürlüğü, Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nin desteklediği festival, yaz başında Uludaz'ın 2270 metredeki zirvesine yol alan binlerce uğurböceğinin göçünü kutlamak için düzenleniyor.

Uğurböceklerinin sırrı taşta, toprakta, çimende, kaya oyuklarında, kısaca her yerdeler. Yaz aylarında Kahramanmaraş'taki Uludaz Tepesi binlerce Yedi Noktalı Uğur Böceğini konuk ediyor. Dünyada tek olma özelliğine sahip bölge ilimiz turizm açısından büyük önem taşımaktadır.

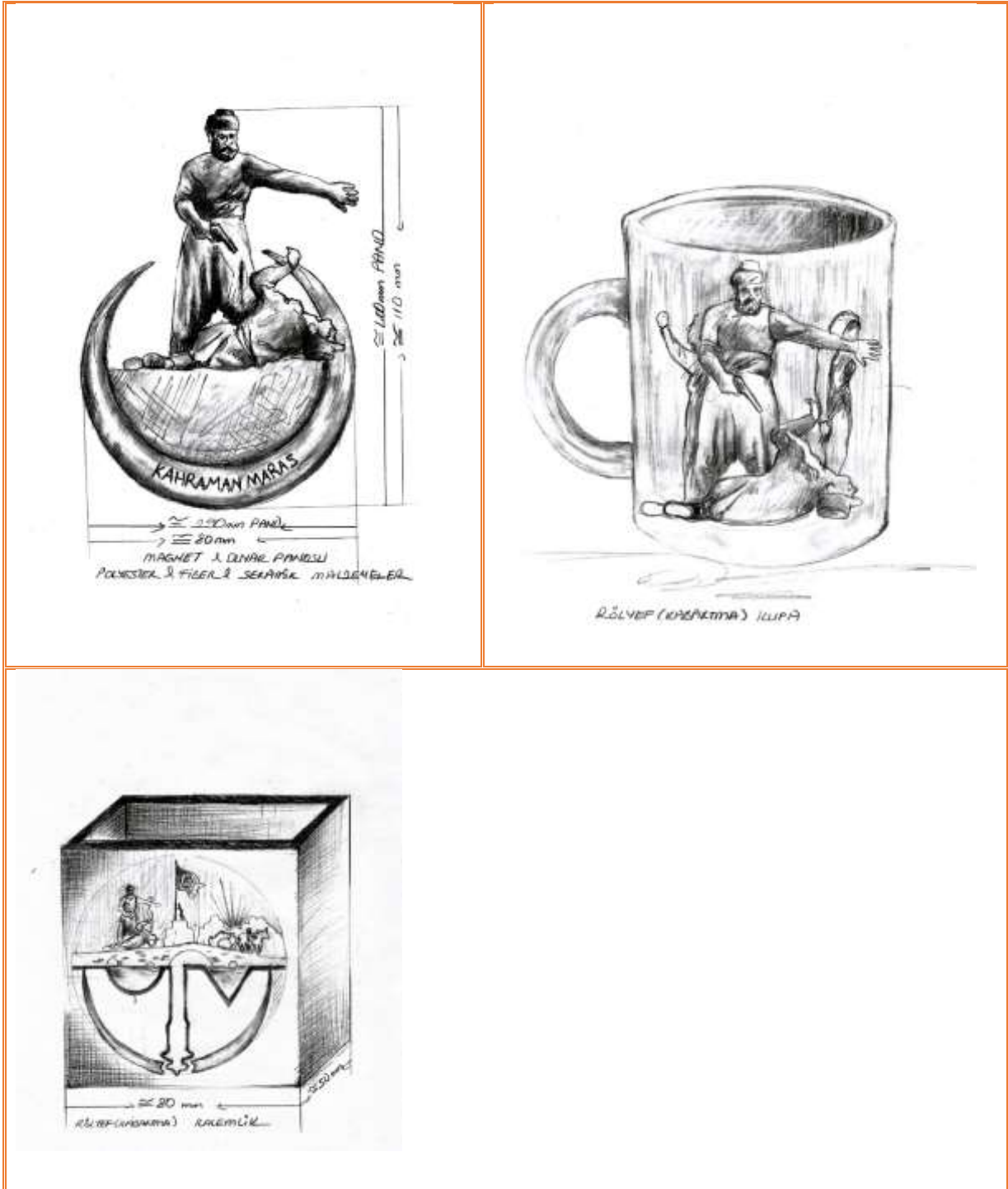
2-İSTİKLAL MADALYASI





Maraş'ın Kurtuluş Savaşında şehir halkı ile birlikte topyekûn direniş göstermesi ve çevre vilayetlerinin de yardımına koşması büyük takdir toplar ve Kurtuluş Savaşı sonrasında Maraş'a bir yazı gönderilerek Milli Mücadeleye katılanların listesi istenir. Şehrin ileri gelen yöneticileri toplanır, bir durum tespiti yapar. Sonunda Ankara'ya "Maraş'ta Milli Mücadeleye katılmayan tek fert bile yoktur" cevabı verilir. Bunun üzerine 5 Nisan 1925 yılında toplanan Türkiye Büyük Millet Meclisi İstiklal Madalyası'nın Maraş'ta fertlere değil, şehir halkına verilmesi kararlaştırılır. Maraş'a bir adet Kırmızı Şeritli İstiklal Madalyası ile ödüllendirilir. Maraş şehri yine Milli Mücadeledeki fedakârlığından ötürü TBMM tarafından 7 Şubat 1973 tarihinde de "Kahramanlık" payesiyle de ödüllendirilir. Kahramanmaraşlı 1925 yılından beri her yıl kurtuluş günü olan 12 Şubat Bayramında İstiklal Madalyasını Şanlı Bayrağına törenle takarak, geçmişini yâd eder.

3- SÜTÇÜ İMAM OLAYI

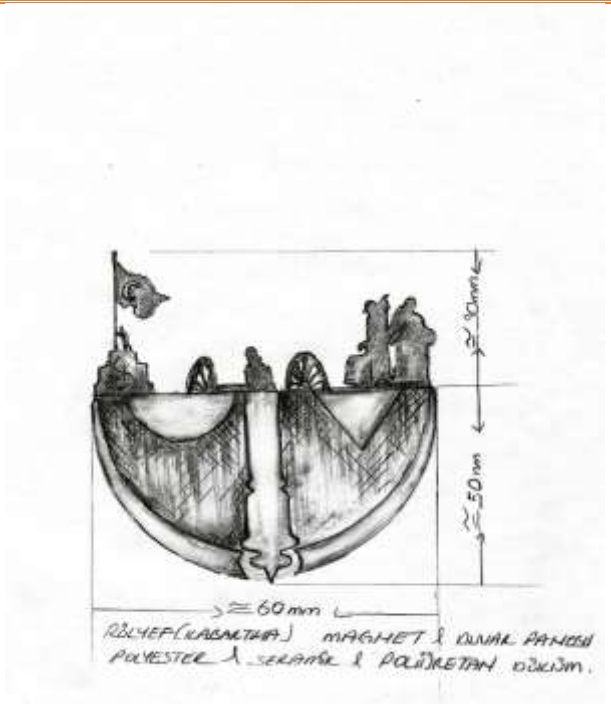
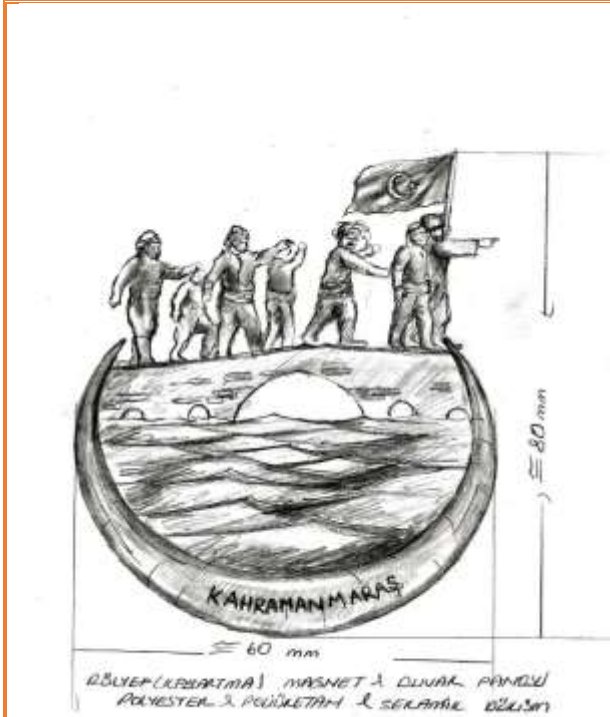
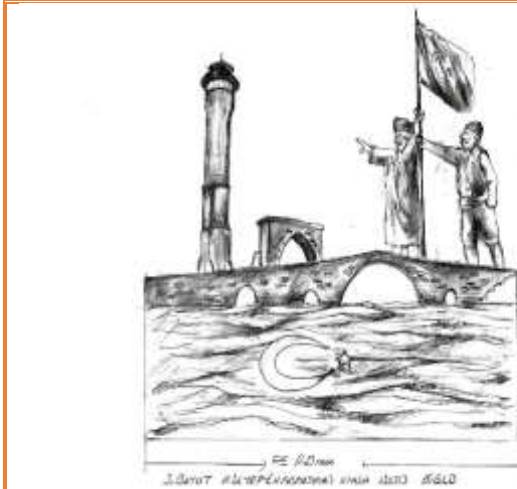


Maraşlılar için bitmez tükenmez sayılan bir gün, ağır ağır gün ışığının kararmasıyla yavaş yavaş bitmek üzere iken bir grup Fransız Ermeni devriyeleri Uzunluk Caddesinden Kışlaya dönüyorlardı. O sırada tarihi Uzunluk Hamamından çarşafli 3 Müslüman Türk kadını ve bohçalarını taşıyan oğlan çocuğu çıkmışlardı. Yollarını değiştiren Fransız devriye

askerlerinden biri kadınlara yanaşarak: “Burası artık Türklerin değildir. Fransız müstemlekesinde peçe ile gezilemez!” diyerek kadınların peçesini zorla açmak istedi. Namus ve şereflerini herşeyden mukaddes sayan Müslüman-Türk kadınları, askerlerin bu küstah hareketlerine karşı koyarak ve aynı zamanda bağırarak yandaki Kel Naci'nin kahvesinden yardım beklediler.

Olay yerine ilk yetişen Çakmakçı Sait:“Gâvur oğulları dokunmayın bacılarıma!” diyerek Fransızların üzerine yürüdü. Fakat düşman kurşunlarına hedef olarak yaralandı. Gözü dönmüş Fransız askerlerinin sağa sola rastgele ateş etmeye başlaması üzerine kahpe kurşunlara hedef olmak istemeyen silahsız halk, kendilerine siper buldukları yerlere geçmişlerdi. İşte, tam bu sırada; karşıda kendi başına, sessiz sedasız, çocuklarının nafakasını temin için sabah ezanından akşam ezanına kadar çalışan ihtiyar Sütçü, dükkânında bu olayı görmüştü. Sağa sola ateş ederek bir kahraman havasında olan Fransız askerlerinin karşısına tabancasını çekerek; “Durun bire dinsizler, durun be densizler. Yaptığınız yetti artık... “ diyerek tabancasını ateşledi. Bir ses... Bir kurşun... Yerde bir Fransız Ermeni... Bu kurşun, düşmana atılan ilk tokattı. Bu kurşun, Türk İstiklal ve özgürlüğünün ilk işareti ve Kurtuluşun müjdecisi idi. Türk'ün namusuna el atan ve bir Türk'ü yaralayan el nihayet koptu. Bu arada silah seslerine, henüz şehri terk etmemiş İngiliz devriyeleri ve subayları da gelmişlerdi. Sütçü İmam devriyeler gelinceye kadar Nalbant Bekir'den emanet aldığı ata binerek Kandil ve Ahır dağı istikametine hareket etti. Ahır Dağı'nı aşarken Süleymanlı'dan Maraş'a gelmekte olan bir Fransız müfrezesine "incebel" mevkiinde tesadüf etti. Hadiseden haberi olmayan Fransızlar, Sütçü İmam'ın silahını müsadere ettikten sonra kendini serbest bıraktı. İmam yoluna devam ederek Bertiz'in Ağabeyli Köyündeki Beyazıtlıoğlu Muharrem Bey'in yanına gitti. Ertesi gün Sütçü İmam, Fransız ve Ermeniler tarafından ev ev arandı. Ama en ufak bir iz dahi bulunamadı. Bugün gönüllerde yaşayan o kahramanın o günde yeri ne Berit dağları, ne Kandil yaylası; ne de Bertiz bağları idi. Yeri yine yiğit Maraşlıların kalpleri idi. Sütçü İmam'ın bütün aramalara rağmen bulunamaması Fransızları kızdırdı. Ertesi gün (1 Kasım 1919) misilleme hareketine giriştiler. Şeyhadil Mahallesinden Sütçü İmam'ın dayısının oğlu Tiyeqlioğlu Kadirin ellerini ve ayaklarını arkadan bağlayarak burnunu ve kulaklarını keserek şehit ettiler. Sütçü İmam'ı bulamayan alçaklar intikamlarını dayısının oğlundan aldılar.

4- BAYRAK OLAYI

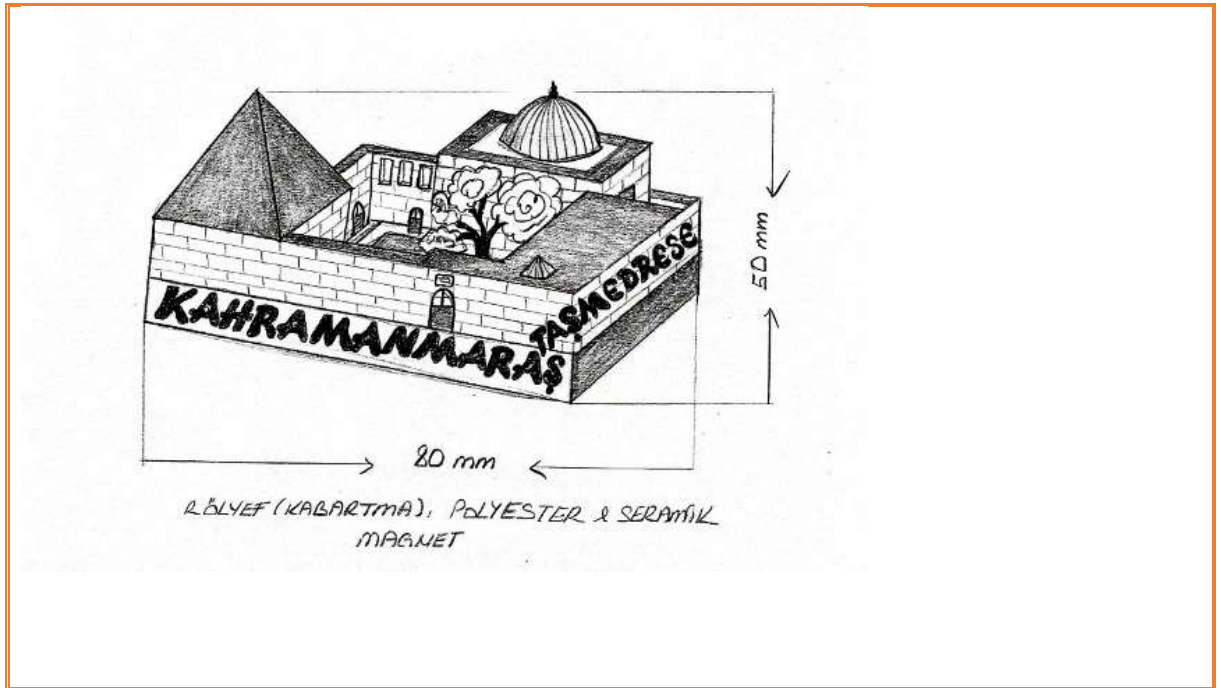


İşgalci güçlerin şehirde yaptığı taşkınlıklar tam bir terör havası estirir. Olaylar bir türlü durmak bilmez. 27 Kasım 1919 gecesı Ermenilerin ileri gelenlerinden Hırlakyan'ın evinde bir balo tertiplenir. Ziyafette yemekler yenilip içildikten sonra baloyu açmak ve Hırlakyan Ailesini şereflendirmek düşüncesiyle Guvernör Andre, Agop Hırlakyan'ın iki torunundan Osep'in kızı müstakbel Ermenistan Prensesi diye adlandırılan Helena'yı dansa davet eder. Genç kız; "Sizinle dans etmemekten üzgünüm, çünkü kendimi hala esaret ve zillet içinde yaşayan bir

kadın olarak görüyorum. Kalesinde Türk Bayrağı dalgalanan bir memlekette, Fransızların hakim oldukları ve bizim emniyet ve hürriyet içinde yaşadığımızı nasıl düşünebiliyorsunuz?” diyerek, Guvernör Andrenin teklifini red eder. Bunun üzerine askerlerine emir veren komutan, Kaledeki Türk Bayrağı’nın indirtir. 28 Kasım 1919 Cuma sabahı Maraşlı’nın kara sabahıdır. Yatağından kalkan Maraşlılar, asırlardan beri kale burcunda dalgalanan şanlı bayraklarını göremezler. Bu olay şehri infiale sürükler. Savcı Avukat Mehmet Ali Kısakürek derhal kaleme sarılıp “Alem-i İslam’a Hitap” beyannamesini yazarak şehrin muhtelif yerlerine dağıttırır. Halkı bayrağın indirilmesine tepki göstermeye davet eder.

Bir milletin istiklaline son verilmesi anlamına gelen bayrağının indirilmesi karşısında Maraşlılar sessiz kalmazlar ve halk cuma namazı vakti Ulu Cami’de toplanır. Ezan okunduktan sonra, camide toplanan halk “Bayraksız namaz kılınmaz” diye bağırır. O esnada cami imamı “Aziz cemaat, kalesinde düşman bayrağı dalgalanan bir millet hürriyetini kaybetmiş sayılır. Hürriyet olmayan bir yerde Cuma namazı kılmak caiz değildir” diyerek dağıtılan beyannamenin doğru olduğunu tasdik eder. Bunun üzerine Maraşlılar topluca kaleye hücum ederek, indirilen bayrağı yeniden kale burçlarına diker ve Cuma namazı orada eda edilir.

5-TAŞ MEDRESE



Taş Medrese (Padişah kızı mezarlığı) "Bektutiye"

Kalenin güneyindeki meydandadır. XIV.yy'da Ala Üd-Devle Bey'in kızı adına yapıldığı öne sürülen yapı yazıtsızdır. Türbedeki beş satırlık yazıt ise bozulmuştur. Taş Medrese, düzgün olmayan dörtgen planlı açık avlu çevresinde sıralanmış bölümlerden oluşmaktadır. Avlunun sağında medrese odaları, girişin karşısında dikdörtgen planlı mescit ve solunda da piramit çatılı türbe yer alır. Medrese odaları dikdörtgen planlı, tonoz örtülüdür. Taş Medresenin Mescit ve Türbe kısımları vardır. Onarımı yapılmış olan Taş Medrese kentin önemli bir meydanında yer almaktadır.

6-MARAŞ ASLANI



Maraş'ın çok eskiye dayanan bir tarihinin olduğunun en önemli kanıtlarından biri "Maraş Arslan"ıdır. Bazalt 'tan yapılmış aslan Maraş Kale'sinde bulunmuş, daha sonra İstanbul Eski Şark Eserleri Müzesi'ne taşınmıştır. Halen ordadır. Maraş Arslanı tam bir Hitit eseridir. Heykelin üzerinde Hitit hiyeroglifi ile yazılı uzun bir metin vardır. Bu metinde; İ.Ö. 9.YY da kenti yönetmiş olan Kral Halparunda'nın, babasının, dedelerinin, geçmiş kralların adları yazılıdır ve kraliyetin geçmişi hakkında bilgi verilmektedir.

7-KAHRAMANMARAŞ DONDURMASI



Kahramanmaraş dondurması, Ahır Dağı ve Maraş Dondurma ustalarının bir mucizesidir. Ahır Dağının yüksek yamaçlarında Maraş Coğrafyasına özgü kekik, keven, sümbül ve çiğdem gibi çiçeklerle beslenen keçilerin eşsiz kıvam ve aromaya sahip sütleri ve Ahır Dağının topraklarından baharla beraber yeşeren yabani orkide çiçeklerinin yumru köklerinden elde edilen Salep 'in, dondurma ustalarının mahir ellerinde benzersiz bir lezzete ulaşarak Türkiye'de tek, Dünyada marka olmuştur. Osmanlılar Döneminde saraylarda "karsambaç" adı verilen bir yiyecek türünün farklı bir uzantısı olarak bulunmuştur. Yörede Maraşlı Osman Ağa diye bilinen kişi Osmanlı Saraylarına ve asil konaklarına yabani orkide (Salep) satardı.

Bir gün satış bittikten sonra artan salebi şeker ve süt karışımı olarak kara gömmüş. Ertesi gün baktığında, salebin kıvamındaki değişiklik dikkatini çekmiş. Süt, şeker ve salep karışımının yoğunluk kazandığını ve sakız gibi uzadığını görmüş. Önce kendisi tatmış ve farklı bir lezzet olduğunun farkına varmış ve kendi çevresinde birçok kişinin bu yeni bulunan gıda maddesini tadıp beğenmesi ile salepli karsambaç olarak bilinen bu gıda maddesi üç kuşak sonra Maraş Dondurması olarak tanınmaya başlar. Kahramanmaraş Dondurmasının en büyük özelliği üretiminde kullanılan sütün keçi sütü olmasıdır. 90 derece sıcaklıkta kaynatılan sütler, mikroorganizmalardan arındırılıyor. Daha sonra bu süte önce salep, ardında şeker katılır.

İyice karıştırılan bu karışım, 6-8 saat dinlendirdikten ve eksi 6 derecede soğutulduktan sonra tüketime sunulur.

İçerisinde A B C D ve E grubu vitaminleri ile kalsiyum fosfor, magnezyum, sodyum, potasyum demir ve çinko gibi mineraller de bulunan Kahramanmaraş dövme dondurmasının 100 gr. sade dondurmada 135 mg kalsiyum, 115 mg fosfor, 100 mg. sodyum, 160 mg. potasyum, 0,1 mg. demir, 130 mg. A vitamini, 0,21 mg .E vitamini 0,25 mg. B vitamini ve 0,13 mg. diğer vitaminlerin olduğu tespit edilmiştir. Bugün Kahramanmaraş dövme dondurması 50 farklı çeşit ve tat da üretilip yurt içi ve yurt dışına dağıtımı yapılmaktadır.

8-BERTİZ ÜZÜMÜ



Kahramanmaraşlının damak zevkine hitap eden meşhur kabarcık üzümü yöremize özgü bir üzüm çeşididir. Daha çok Bertiz yöresinde yetiştirilen kabarcık üzümü Hititliler'den günümüze miras kalmıştır. Çağlayancerit ilçesinde de bol miktarda yetiştirilen kabarcık üzümü kültürümüzün bir parçası olarak yaşamaktadır.

Meyve tadı güzel, salkımları konik yapıda olan sofralık bir çeşittir. Salkım ağırlığı 400-750 gram arasındadır. İnce kabuklu ve bol sulu olan kabarcık üzümü, son bahara doğru çıkıyor. Ayrıca bütün şıra ürünleri, bu üzümden faydalaniyor. Şeker yönünden ise çok zengin bir ürün olarak karşımıza çıkıyor. Bu noktada getirisi de iyidir. Çok olgunlaştığında kırmızıya çalan bir renk alır. Uzun ömürlü ve dayanıklıdır. Bol miktarda verime haizdir. Yöre iklimi ve toprak yapısı uygun bir ortam olduğundan oldukça kaliteli ve Bertiz yöresiyle meşhurdur. Ayrıcalıklı olarak kabarcık üzümünden yine yöremize özgü Ravanda Şerbeti bu üzümden yapılır. Kabarcık üzümünün arı yaralamasından arta kalan tanelerinin ezilerek çıkan şerbetinin güneşte bekletilmesi ile elde edilen bir şerbettir. Ekşi ile tatlı arasında bir tada sahip Ravanda Şerbeti kış günlerinin hoş bir içeceği.

Sağlık yönünü ele aldığımızda ise Kabarcık üzümü, bağışıklık sistemini kuvvetlendirmektedir. Böbrek ve karaciğerin işlevini artırır, karaciğer hastalıkları ve kansızlığın tedavisinde etkilidir. Çekirdeği kanın temizlenmesine, vücutta yağların erimesine yardımcı olur. Vücutta biriken zararlı maddelerin dışarı atılmasını sağlar. Kanı sulandırarak kalp-damar sisteminin düzenli çalışmasına yardımcı olur. Vücudu virüslere karşı dirençli hale getirir. Kabuk ve çekirdekleri mideye zarar vermeden sindirimi hızlandırır, bağırsak sisteminin çalışmasını düzenler, bağırsak sancısını giderir. Sedeften kaynaklanan yaralara sürülerek şifa bulunur. İçerdiği besin, vitamin ve mineraller sayesinde güzellik iksiri ve zayıflama rejimlerinde kullanılmaktadır. Beyinin enerji kaynağıdır.

9- MARAŞ ORKİDESİ



Dünyada eşi benzeri olmayan Kahramanmaraş'ın Geben yaylasına, daha bahar mevsimi başlamadan da evvel, adı Orkis olan, beyaz kadife tenli, zarif bir prenses gelirmiş. Orkis, yaylanın eteklerindeki köy ahalisinin gözleri uykuya dalınca, uçar adımlarla Geben' in gökyüzüne en yakın dağındaki yalçın kayalıklarına koşarmış. Oturdu mu etekleri dağı kaplar, upuzun saçlarının eşsiz kokusu bütün yaylayı sararmış.

Tılsımlı rüzgâr eksik notalı bir şarkı gibi serenada başladığında, Orkis rüzgârın sevdasına karşı o upuzun saçlarını çözer ve gün doğana dek tararmış.

Günlerden bir gün prenses Orkis'in dağlardan ovalara inen eteklerine, göklerden süzüle süzüle gelen leylekler konuvermiş. Leylekler, Orkis'in sarı çiçekli eteklerinin üzerinde öyle güzel duruyorlarmış ki, Orkis, gözlerini ayırmadan leylekleri seyre dalmış...

Vakit öyle hızlı geçmiş ki... Günün akşama döndüğünü çok geç fark etmiş. Sırrının açığa çıkacağından korkup telaşlanan Orkis, eteklerini hızla dağın eteklerinden çekivermiş. Çekmiş çekmesine de, eteklerinde bekleyen leylekleri unuttuğundan, göçe geride kalan yorgun leyleğin kanadını da kırıvermiş.

Prenses Orkis, uçar adımlarla gelmiş leyleğin yanına. Yaralı leyleğin başında saatlerce gözyaşı dökmüşse bile kanadı kırık leylek bir türlü gözlerini açmıyormuş. Orkis, saçlarından bir kaç tel koparıp yaralı leyleğin kırık kanadını şefkatle sarıverince, kendine gelen leylek birdenbire silkinip dünya güzeli bir delikanlı oluvermiş.

Delikanlıyı görünce soluğu nefesi kesilen Orkis'in o an nutku tutulmuş, zaten söylemez dili hepten lal olmuş. Derken delikanlının yaylayı çınlatan sesi duyulmuş: "Asırlar var ki ben, dağ taş diyar diyar dolaşıp, nice gökyüzü eskitip seni arıyordum " deyince, prenses Orkis, kendisini bu dağa çeken şeyin ne olduğunu işte o an anlamış. Delikanlı ve Orkis, konuşmadan, hal diliyle nice vakit öylece dağlarda kalmışlar.

Gelgelelim mutlu vakit tez geçmiş, havalar soğumaya başladığında, delikanlı Orkis'e dönüp; "seninle uzun yıllar yaşayabilmem için şimdi gitmem gerek, mutlaka döneceğim" dedikten sonra, silkinip kar beyaz kanatlı bir leylek olup uçup gitmiş.

Orkis, bir kuş gibi uçup giden sevdiğinin ardında öylece kala kalmış. Titrek ellerini toprağa koymuş. Dermansız ayakları çözülürince, saçları kendinden evvel yığılmış toprağa... Prenses Orkis dağların kızarmış artık. O günden sonra gözü yollarda sevdiğini bekleyen Orkis'in gözlerinin biri güler, diğeri ağlar olmuş. Biri sevdiğinin geleceğini umut eder, diğeri ümidi keser sızlanırmış...

Kar beyaz kanatlı leylek niçin gelmemiş bilinmez ama günlerin yıllara dönmesi çok sürmemiş.

Rüzgâr her zamanki vaktinde gelip, Orkis'e: " Haydi, yine çöz bana saçlarını, kokusunu dağlara salacağım" dediyse de sevdiğini yıllar yılı bekleyen Orkis'in saçları orada çoktan toprağa kök salmış bile. Orkis'in bir gözündeki yaştan; sevdası, diğerk gözündeki gülüşten; umudu, toprağa iki inci damlası gibi dökülvermiş.

Sevdiğinin geleceğinden iyice umudu kesilen Orkis bu sevdıyla günden güne erirken, rüzgâra son kez seslenmiş: "Beni götürüp şu dağlara serper misin?" Rüzgâr: " Sana olmaz diyemem ama seni taşımaya gücüm yetmez ki" diye karşılık vermiş Orkis'e... Orkis içli bir sesle: " Ben bende değilim ki, zaten zerrem kaldı, zorlanmazsın. Sen bir es hele " demiş. Rüzgâr estiğinde, gerçekten de Orkis rüzgârın içinde bir toz misali erimiş ve kaybolmuş. O an bütün bir dağ mis gibi bir koku kaplamış.

Orada yaşıyanlar o günden sonra, Orkis'in kendini rüzgâra verdiği yerde bir çiçek buluvermişler. Çiçeğin beyaz kadife teni üzerinde, inci gibi mor damlalar varmış. Köklerinde ise, iki damla gözyaşından doğmuş biri gülen biri ağlayan iki yumru...

Dünyada sadece Geben Yaylası'nda yetişen bu çiçeğe Maraş Orkide'si adını vermişler. Maraş Orkidesinin ağlayan yumrusu toprakta kalmış, gülen yumrusu Maraş dondurmasına lezzetini vermiş. Çünkü orkideye adını verenler derler ki; ağlayan yumru topraktan çıktığında, hem orkidenin çiçeği hem de yetiştirdiği topraklar ağlarmış.

O günden sonra, Geben Yaylası'na gelenler, bilimsel adına Orchis Anatolica denen Maraş Orkidesinin, bu aşkın mevsimi her geldiğinde Geben 'de filizlendiğini görmüş.

Bilenler bu aşkı dünyada tatmayan kalmasın diye, salebin gülen yumrusundan, o dünyaca ünlü Maraş'ın dövme dondurmasını yaratmışlar.

Bu yaylayı ziyaret edenler, Orkis'in sesini de duyar gibi olmuş. Çünkü Orkis bir zerre gibi uçup giderken bundan sonraki bütün ziyaretçilerine şöyle seslenmiş: "Ey dünyanın cümle yolcuları! Sevdiğimin aşkına ve benim sadaketime Geben'de şahit olun" gidip görene, duyup anlayabilene aşk olsun vesselam.

O günden sonra Maraş Orkidesi; sadakatin ve aşkın çiçeği olmuş. İşte Maraş Orkidesinin salebiyle yapılan dondurmayı yiyenler de bu aşkın lezzetine varıp sadakatine erenler olmuş.

Aşık leyleğe ne mi olmuş? Âşık leylek pir ihtiyar olarak yıllar sonra gelebilmiş yaylanın eteklerine. Sevdiğini bulamayan leyleğin gözyaşları herkese sel gibi görünse de, Geben 'de filizlenen orkide çiçeğine can suyu olmuş her seferinde de.

Âşık leylek, kanatları arasında sakladığı Orkis'in bir tutam saçıyla ölesiye dek oracıkta yaşamış. Gâh kanat çırpmış, gâh ağlamış, gâh takırdamış sabahlara dek... O günden sonra bütün leylekler her göç vakti uğrar olmuşlar Orkis'in kendini rüzgâra verdiği bu yere.

Bilenler bilir, leylekler, o günden sonra her göçte Geben yaylasına uğramışlarsa da orkide çiçeğinin açtığı vakti bir türlü yakalayamamışlar. Yine de, bu dağın eteklerine konup, Orkis'in rüzgâra sinmiş mis gibi kokusunu almadan uzak diyarlara göç eden hiçbir leylek olmamış.

10-TAŞ KÖPRÜSÜ



KAHRAMANMARAS SİĞİRTİ - KAHAMAR MARAŞ / TEKİRERER BACI

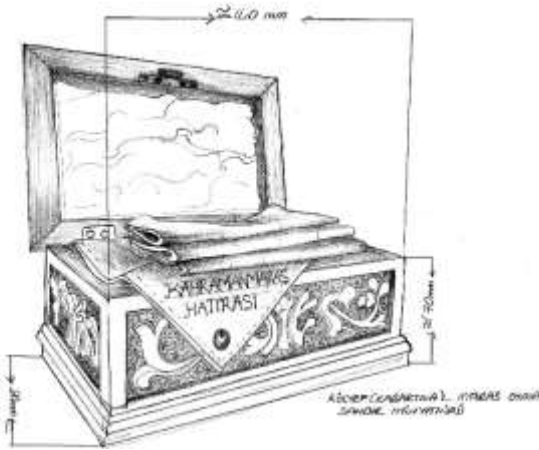
KAHRAMANMARAS SİĞİRTİ - KAHAMAR MARAŞ / TEKİRERER BACI



Kahramanmaraş-Kayseri yolu, kent merkezine 11 km uzaklıkta Kılavuzlu Mahallesi sınırlarında yer alır. Ceyhan nehri üzerinde olmasından dolayı bu isim ile anılır. 16. Yüzyıla ait

olduğu düşünölen yapı Doğu-batı doğrultusunda 158 metre uzunlukta altı kemer gözünden oluşur. 24.60 metre ölçülerinde anıtsal kemer gözü ile köprü tarihte bir teknoloji harikalarındandır. Moloz taş malzemenin kullanıldığı yapı ihtişamlı duruşu ile günümüze kadar gelebilmiştir.

11- MARAŞ İŞİ CEVİZ OYMACILIĞI



Fatih Sultan Mehmet Han'ın Kahramanmaraşlı eşi Sitti Mükrime Hatun'un çeyizi ile Osmanlı sarayına giren oymalı sandıklar, daha sonra saraya birçok gelin gönderen Kahramanmaraş'ta tarihi süreçte adeta markaya dönüştü. Ustaların maharetli ellerinde farklı şekiller alan sandıkların, hediyelik küçük ebatlardan çeyizlik büyük boylara kadara tüm tasarımları ve üretimi Kahramanmaraş'ta yapılıyor.

Türklerin Anadolu'ya gelmeleri ile birlikte sandık yapım işi büyük önem kazanmış ve yapım işleri her geçen gün gelişerek artmıştır. Sandıklar, Anadolu'nun değişik yerlerinde yapılmasına rağmen Kahramanmaraş'ta bulunan iklim çeşitliliğinden neşret eden değişik bitki sistematığının bulunması, tarihten beri Kahramanmaraş'ın kadim bir şehir olmasından dolayı Kahramanmaraşlı ustaların elinde son şeklini almıştır.

12- Eshab-ı Kehf (yedi Uyurlar) - Afşin / Kahramanmaraş



Eshab-ı Kehf-Kehf hadisesi Kur'anı Kerim' de ve diğer semavi kitaplarda Bas-ü badel mevt (Yeniden dirilme) inancının delilleri arasında gösterilir. Buna göre; Efsus ya da Yarpuz denilen bir şehirde Dakyanus (Dakyus) adında bir zalim hükümdar halkı kendisine ve putlarına taptırmış. Allah' ın varlığına ve birliğine inanan birkaç genç ise gizlice ibadet ederek bu zalimin buyruğu dışına çıkarmış. Bunu haber alan Dakyanus' tan kaçan gençler, kendileri gibi inançlı bir çobana rastlarlar. Çoban ve Kıtmir adındaki köpeği de onlara katılır. Çobanın bildiği ve yanında su olan bir mağaraya sığınan Eshab-ı Kehf-Kehf burada uykuya

dalarlar. Kralın vezirleri mağarayı bulurlar. Ancak korkularından içeri giremezler. Eshab-ı Kehf-Kehf, burada ise çıkamayıp helak olsunlar diyerek mağaranın ağzını ördürürler.

Eshab-ı Kehf-Kehf, bir rivayete göre 309 sene bu vaziyette kalırlar. Uyandıklarında, acıktıklarından bahisle içlerinden Yemliha' yı şehire ekmek almaya gönderirler.

Şehirde, Dakyanus zamanından kalma para ile alışveriş yapmak isteyen Yemliha' dan şüphelenen halk, onu mahkemeye çıkartır. Mahkemede halini anlatan Yemliha, delil için kalabalığı mağaranın olduğu yere getirir. Ancak, mağarada kendisini bekleyen arkadaşlarının korkabileceğinden bahisle, içeriye yalnız girip onlara durumu anlatacağını söyleyerek ayrılır ve sır olup gider. Bu olay, zalim Dakyanus' tan yüzyıllarca sene sonra Allah' a inanmakla beraber ahirete ve yeniden dirilmeye inanmayan halk için müthiş bir mucize olur. Devrin kralının duaları da böylece kabul olmuş olur.

MAĞARA ARKADAŞLARI



Kur'an'ı Kerimde yer alan Kehf suresin'de mağara arkadaşlarının durumuna değinilmiş ancak ayrıntılı bilgi verilmemiştir. Kehf suresinin 9.ayetinde "Sen Eshab-ı Kehf'i ve Rakimi keramatlerimizden biri mi sandın "sözleri ile Hz. Peygambere seslenildikten sonra, mağara arkadaşları ile ilgili bilgi verilmeye başlanmaktadır.

(Bazı kimseler):” Onlar üçtür,dördüncüleri köpekleridir” diyecekler bunlar.(bazıları da):”onlar beştir altıncıları köpekleridir”diyecekler.bunlar gaybı taşlamaktır.(bazıları ise):”Onlar yedidir,sekizincileri köpekleridir” diyecekler. Der ki:”Onların sayılarını Rabbim daha iyi bilir. Onlar hakkında bilgisi olan çok azdır”. O halde onlar hakkında,(sana bildirilen) açık deliller dışında bir münakaşaya girme ve onlar hakkında hiç kimseden bir şey sorma(Kehf suresi 22)
Hiçbir şey için “Bunu yarı yapacağım”deme! (Kehf suresi 23)

Ancak “Allah dilerse (yaparım)” (de). Bunu unuttuğun taktirde Rabbini an ve, “Umarım ki Rabbim, beni bundan daha yakın olan bir yola iletir”de!(Kehf suresi 24)

Onlar mağaralarında üç yüzyıl kaldılar. Buna dokuz yıl daha ilave etmişlerdir.(Kehf suresi 25)
Kur’an’ı Kerim de yedi uyurların isimleriyle ilgili herhangi bir ibare bulunmamakla birlikte halk arasında isimleri şöyledir: Yemliha, Mekselina, Mislina, Mernuş, Debernuş, Şazenuş, Kefeştatayuş ve köpeklerinin ismi Kıtmir’ dir. Taberi’ ye göre mağara arkadaşlarının reisi Mekselina idi. Diğerlerinden üçü Dakyanus’un (Decius) sağ kolu diğer üçü ise sol kolu idiler. Kefeştatayuş ise yolda onlara katılan çoban olup Kıtmir de onun köpeğidir.

Selçuklular devrinde Eshab’ ül Kehf mağarasının Afşin yakınlarında olduğuna kesin şekilde inanılıyordu. Bunu 13. yy ın birinci yarısında Selçuklu devleti’ nin Maraş valisi Nusreteddin Hasan Bey’ in buraya bir tekke, mescid ve bir de Medrese yaptırmıştır.

GERMANICIA ANTİK KENTİ



Germanicia Kenti uğradığı istilalar ve yangınlar sonucu yakılıp yıkılarak 1500 yıl toprağın derinliklerine gömülmüştür. Dulkadiroğlu Mahallesi 37. sokak 4–5 parselde vatandaş tarafından iki katlı bir evin zemin katında yapılan kaçak kazı ihbarı sonucu taban mozaiklerinin tespiti sonucu Kahramanmaraş Müzesinin ve Emniyet güçlerinin titiz çalışmaları sayesinde 1500 yıl boyunca toprak altında kalan Germanicia'nın ilk izlerine rastlanılmıştır. Mozaiklerin yer aldığı evler Kültür ve Turizm Bakanlığınca kamulaştırılmış 2009–2010 yılları içerisinde Müze Başkanlığında yürütülen kurtarma kazısıyla Antik Kente ait ilk yaşayan belge niteliği taşıyan Mozaikler gün ışığına çıkartılmıştır. MS. 4–5. Yüzyıl Geç Roma Dönemine ait bir villanın zemin döşemesi olan mozaikte o günün sosyal yaşamı anlatılmaktadır.

SONUÇ

Sadece Türkiye ekonomisinde değil bugün birçok ekonomide hatta ABD, İngiltere gibi bazı gelişmiş ekonomilerde dahi en önemli ekonomik sorunların başında işsizlik problemi gelmektedir. Tüm ülkeler artan nüfuslarıyla beraber durgun olan küresel ekonomi içerisinde istihdam oluşturma çabası içerisinde. Dolayısıyla günümüzde Türkiye ekonomisinde de işsizlik hem halk hem de devlet tarafından en önemli ekonomik sorun olarak görülmekte ve bu soruna çözüm aranmaktadır. Bu çözümün tek yolu yeni istihdam olanakları geliştirilerek istihdam edilen kişi sayısının artırılmasıdır.

Bu bağlamda çok hızlı gelişme gösteren turizm sektörü, dinamik bir endüstri olması sebebiyle gelişmiş, gelişmekte olan veya az gelişmiş olan ülkelerin hepsinde önemli bir kaynak olarak görülmektedir. Çünkü turizmin geliştiği bir ekonomide, bunun etkileri hem ekonomik hem de sosyal alanlarda kendini hissettirmektedir.

Turizm sektörünün önemi giderek artmakla birlikte turizmi diğer sektörlerden ayıran en önemli özelliklerden biri, sektörün emek-yoğun bir yapıya sahip olmasıdır. Bu sebeple, turistik faaliyetlerde ve turizm ürün oluşturmada kaliteye ulaşabilmenin tek yolu insan gücüne bağlı olmasıdır. Şöyle ki; turizm sektöründe hizmetin makineleştirilmesi ve otomasyona dönüştürülmesi olanağı diğer sektörlerle nazaran sınırlı kalmaktadır. Çünkü sektördeki işletmelerin temel işlevi ülkeye gelen turisti ağırlamaktır. Teknolojik yenilikler artsa dahi çoğu iş insanlar tarafından yapılmak zorundadır. Çalışmada öncelikle turizmde istihdamın özelliklerine yer verilmiştir. Diğer sektörlerle karşılaştırıldığında daha geniş iş olanakları sağlamasına karşılık turizmde iş gücü ücretleri genellikle düşüktür. Turizmde ücret oranlarının düşüklüğü turizm istihdam piyasasının özellikleriyle ilgilidir.

Çalışma sonucunda; turizm endüstrisinin dünyadaki her 11 istihdam edilen kişiden 1'ini istihdam ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Son yıllarda turizm ve seyahat sektörlerinde doğrudan istihdam edilen kişi sayısı 1,4 milyon artmış, toplam olarak 4,7 milyon yeni iş olanağı oluşturulmuştur. Türkiye ekonomisinde turizm sektörünün istihdama katkısının son 10 yılda giderek arttığı gözlemlenmiştir. Bu katkılardan en önemlisi sektörün toplam istihdama sağladığı doğrudan katkıdır. Türkiye'de turizm sektörünün doğrudan istihdam rakamları söz konusu dönemde % 29 oranında artarak 474 bin kişiden 614 bin kişiye ulaşmıştır.

Hediyelik eşya sektörü de gerek gelenek, örf ve adetlerimiz gerekse de gündemdeki özel günler nedeniyle çok fazla gelecek vadeden pazarlardan bir tanesi haline gelmiştir.

Keynes'e göre; ekonomik büyüme toplumda yüksek ahlaki standartlar yaratacak ve yeni nesil farklı mal ve hizmetler ile yeni iş modellerini her zaman bularak ekonomik olanaklarını arttıracaktır.

Gerek klasik yöntemler ile gerekse de e-ticaret yolu ile hediyelik eşya sektörünün hacminin yurt içinde ve yurt dışında artacağı ve sektörün yükselen bir değer olarak ekonominin nabzını yükselteceği düşünülmektedir.

Buradan hareketle bölgemizin turizmden aldığı payı artırmak ve yeni istihdam imkanları oluşturmak büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle bölgemizde ve ülkemizde turizm gelirlerini artırmak ve çeşitlendirmek için çalışmalar başlatılmıştır. Bunlardan en önemlisi hediyelik eşya sektörüdür. Bu sektör ülkemizde ciddi potansiyele sahip olup, bu açığı kapatacak ve bölgemize ve ülkemize yeni iş imkanları oluşturacaktır. Kaldı ki Hong Kong kentinin turizm gelirlerinin yarısı hediyelik eşya sektörüdür. Ayrıca ABD'nin yıllık hediyelik eşya sektöründen elde ettiği gelir ise 16 milyar doların üzerindedir. Böyle bir ortamda ülkemize yıllık ortalama 30 Milyon turist geldiği düşünüldüğünde sektörün en az 7 Milyar dolarlık potansiyele sahip olduğu öngörülmektedir. Fakat şu anki durum bunun çok altındadır. Yapılan bu çalışma bu potansiyel dikkate alınarak hazırlanmıştır. Bu çalışmada hediyelik eşya sektöründe bir Kahramanmaraş ekolü oluşturmak, Türkiye ve dünyaya hediyelik eşya satar bir konuma getirme kurgusu üzerine oluşturulmuştur.

Kahramanmaraş bu çalışma ile hediyelik eşya sektöründe yeni iş ve istihdam imkanları oluşturulmasına olanak sağlayacaktır. Kültürel çeşitliliğin fazla olması hediyelik eşya sektörü çalışmalarına olumlu yansiyarak geniş bir istihdam ağı oluşturacaktır. Aynı zamanda edebiyatımızın başkenti olan ilimiz bu çalışmalarla kültür ve sanatın da başkenti haline gelecek, sanat ve kültürümüz hediyelik eşya objelerine işlenerek sanat ve sanatçımız korunarak ileri kuşaklarda taşınacaktır. Ayrıca bu çalışma ilimizin görünürlüğünü artıracak ve tanıtım etkisi ile turizm potansiyelini artıracaktır.

KAYNAKÇA

- Akgün, Cem, 'Züccaciye Sektör Çalışması' Dış Ticaret Şubesi Araştırma Servisi, 2005, S:11
- Atalay, B., (Çeviren Özbaş, M.) 1973, Maraş Tarihi ve Coğrafyası, Dizerkonca Matbaası, İstanbul.
- Bahar O., ve Kozak M., (2015), *Turizm Ekonomisi*, Ankara, 7. Baskı, Detay Yayıncılık
- Bayazıt Murat, Ceylan Uğur, Saylan Uğur,. 'Geleneksel El Sanatlarının Bölge Turizmine Etkisi: Güneydoğu Anadolu Bölgesi' Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, Cilt 1, 2012 S: 902
- Can, Mine. 'Geleneksel Türk El Sanatlarının Turizme Ve Ekonomiye' 2013, S:261-262-263
- Coşkun, A. (2012), *Kahramanmaraş İli Geleneksel Takılarından Maraş Burması Üzerine Bir Araştırma*, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Geleneksel El Sanatları Eğitimi Bilim Dalı, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara.
- Çalış, H. (2014), "Kahramanmaraş'ta Geleneksel El Sanatları", *Akdeniz'in Altın Kenti Kahramanmaraş*, Kahramanmaraş, DOĞAN, O.(ed) ve diğerleri, (ss: 299-324)
- Çokişler N., ve Türker A., (2015), *Doğu Karadeniz Bölgesinin Yerli Turist Profili Ve Pazar Bölümlendirmede Kullanımı*, Karadeniz Araştırmaları, 2015, Sayı 44, s. 33-57
- Doğaka (Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı), (2012), Kahramanmaraş İl Turizm Stratejisi Ve Eylem Planı(2012-2015), Kahramanmaraş.
- Durum Raporu, ÇED Hizmetleri ve Çevre İzinleri Şube Müdürlüğü, Kahramanmaraş
- Evliyâ Çelebi, 1985, Evliyâ Çelebi Seyahatnamesi, Tasvir Matbaası, Cilt:9, İstanbul.
- Gürbüz M.(2014) Akdenizin Altın Kenti Kahramanmaraş. Sediha Küçükdağlı (Ed) Kitap içinde (95-133).Kahramanmaraş.
- <http://bombapaket.com/> 03.03.2016 18:50

- <http://cixlive.com/hediyelik-esya-ve-cicekci-e-ticaret-sitesi.html> 03.03.2016 18:52
- <http://kahramanmaras.bel.tr/kesfedin/1920-kurtulus-muzesi-0>, Erişim tarihi: 24.03.2017
- <http://kahramanmaras.bel.tr/stratejik-plan>, Erişim Tarihi: 21.03.2017
- <http://kahramanmaras.gov.tr/kahramanmaras-muzesi>, Erişim Tarihi 20.03.2017
- <http://nufus.mobi/turkiye/nufus/kahramanmaras> Erişim Tarihi: 20.03.2017
- <http://sektorrehberi.blogcu.com/hediyelik-esya-sektoru/7295958> (10.03.2017)
- <http://sgb.kulturturizm.gov.tr/TR,15252/turkiyede-internet-kullanimi-yuzde-1750-artti.html> 05.03.2016 20:13
- <http://sihirlitur.com/belgesel/hediyelikler/index.html> (12.03.2017)
- <http://www.1dahasoyale.com/> 03.03.2016 18:45
- <http://www.artisthediyelik.com/Hediyelik-esya-siteleri,TA-16.html> 03.03.2016 18:51
- <http://www.buldumbuldum.com/hediyesi/> 03.03.2016 18:45
- <http://www.butiksaati.com/hediyelik-esya> 03.03.2016 18:44
- <http://www.cankiripostasi.com/manset/hediyelik-esya-sektoru-h4848.html> (09.03.2017)
- <http://www.capital.com.tr/yonetim/pazarlama/ozel-gunler-ekonomisi-haberdetay-2144> 05.03.2016 20:00
- <http://www.demokrathaber.org/tanitim-yazisi/gecmisten-gunumuze-hediye-kavrami-h32588.html> (11.03.2017)
- <http://www.doganhediyelik.com/> 03.03.2016 18:52
- <http://www.evidea.com/hediyelik-esyalar/c/3329> 03.03.2016 18:48
- <http://www.gittigidiyor.com/arama/?k=hediyelik+e%C5%9Fya> 03.03.2016 18:45
- <http://www.hediyedenizi.com/> 03.03.2016 18:50

- <http://www.hediyeliksec.com/> 03.03.2016 18:52
- <http://www.hediyemen.com/> 03.03.2016 18:57
- <http://www.hediyenizbizden.com/> 03.03.2016 18:54
- <http://www.hepsiburada.com/> 03.03.2016: 18:57
- <http://www.izto.org.tr/Portals/0/Argebulten/hediyelikesyasektoru.pdf> (09.03.2017)
- <http://www.kahramanmaraskulturturizm.gov.tr/TR,149576/gezilecek-yerler.html>, Erişim tarihi: 24.03.2017
- <http://www.kahramanmaraskulturturizm.gov.tr/TR,151914/maras-dondurmasi.html>, Erişim tarihi: 24.03.2017
- <http://www.kahramanmaraskulturturizm.gov.tr/TR,151917/abacilik.html>, Erişim tarihi: 24.03.2017
- <http://www.kahramanmaraskulturturizm.gov.tr/TR,151934/kahramanmaras-arkeoloji-muzesi.html>, Erişim tarihi: 24.03.2017
- http://www.k-maras.com/a_dos/k_tarhanasi.htm, Erişim tarihi: 24.03.2017
- <http://www.kolayevyemekleri.net/antep-fistikli-maras-dondurmasi-tarifii> Erişim Tarihi: 19.03.2017)
- <http://www.modafeneri.com/> 03.03.2016 18:59
- <http://www.mucitcin.com/> 03.03.2016 19:00
- <http://www.muze.gov.tr/tr/muzeler/kahramanmaras-muzesi>, Erişim tarihi: 24.03.2017
- <http://www.n11.com/dekorasyon-ve-aydinlatma/hediyelik-esya> 03.03.2016 18:46
- <http://www.pazarlama30.com/wp-content/uploads/2013/10/markafononlineperakende-baslik.jpg> 05.03.2016 20:10

- <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621-11.htm>, Erişim Tarihi: 18.03.2017
- <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779> 05.03.2016 20:20
- <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/Genel/a437791.aspx> (11.03.2017)
- http://www.tursab.org.tr/tr/tursab/tursab-hakkinda_3.html, Erişim Tarihi: 18.03.2017
- <http://www.ulaspromosyon.com.tr/> 03.03.2016 19:05
- http://yoremyemekleri.blogspot.com.tr/2016_06_01_archive.html, Erişim Tarihi:15.0.2017
- <https://kahramanmaras.bel.tr/haber/2017/03/13/kadinlar-sagliga-adim-atti>, Erişim Tarihi: 21.03.2017
- <https://kahramanmaras.bel.tr/kurumsal/kardes-sehirler-listesi>, Erişim tarihi:20.03.2017
- <https://kahramanmaras.bel.tr/maras-dondurmasi>, Erişim tarihi: 24.03.2017
- <https://olsaolsa.com/tr/> 03.03.2016 19:02
- <https://onedio.com/haber/sehirlerin-kendine-ozgu-yoresel-urunleri-355616> (10.03.2017)
- <https://www.bundesign.com/ilginc-hediye> 03.03.2016 18:48
- <https://www.firsatfiyatlari.com/hediyelik-esya> 03.03.2016 18:48
- <https://www.google.com.tr/search?q=kahramanmaras+lokasyon+haritasi&esp> v. Uyarlanmıştır, Erişim Tarihi: 30.02.2017)
- <https://www.hediyefabrikasi.com/> 03.03.2016 18:50
- <https://www.hediyekulubu.com/> 03.03.2016 18:52
- <https://www.hediyesepeti.com/> 03.03.2016 18:55
- <https://www.kocantik.com/> 03.03.2016 18:59

- <https://www.mgm.gov.tr/veridegerlendirme/il-ve-ilceler-istatistik.aspx?m=K.MARAS>, Erişim Tarihi: 01.03.2017
- <https://www.netcik.com/> 03.03.2016 19:00
- Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi, (2014), *2015-2019 Stratejik Eylem Planı*, Kahramanmaraş, s.29
- Kahramanmaraş Çevre ve şehircilik İl Müdürlüğü, 2011, Kahramanmaraş İli Çevre
- Karabulut, M. ve Cosun, F., 2009, “Kahramanmaraş İlinde Yağışların Trend Analizi”, Coğrafi Bilimler Dergisi, Sayı:7, Cilt:1, s.65-89, Ankara.
- Korkmaz, H., 2001, Kahraman Maraş Havzası’nın Jeomorfolojisi, Kahramanmaraş Valiliğı, İl Kültür Müdürlüğü Yayınları No:3, Kahramanmaraş.
- Küçükdağılı Seydihan (Ed.) (2014).Akdeniz’ in Altın Kenti Kahramanmaraş. Turizm ve Kültür Bakanlığı Katkılarıyla. Kahramanmaraş.
- Küçükdağılı, S. (2014), “Kahramanmaraş'ta Turizm”, *Akdeniz'in Altın Kenti Kahramanmaraş*, Kahramanmaraş, DOĞAN O.(ed) ve diğeri, (ss: 467-481)
- ÖZDEMİR, Nebi,.’ Türk Hediyeleşme Geleneğı Ve Medya’, 2008, S: 477
- Özkarcı, Prof. Dr. Mehmet. (2007), Türk Kültür Varlıkları Envanteri I-II, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Roney S., (2011), *Turizm Bir Sistem Analizi*, Ankara, Detay Yayıncılık
- şerbetçi İ.(2014) Akdenizin Altın Kenti Kahramanmaraş. Sediha Küçükdağılı (Ed) Kitap içinde (185-207).Kahramanmaraş.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı Sektörler İhracat İthalat Verileri 2016
- T.C. Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2017.
- TÜİK, 2005, Genel Nüfus Sayımı 2000 Göç İstatistikleri, Türkiye İstatistik Kurumu Yayın No: 2976, Ankara.

- www.kahramanmaraskulturturizm.gov.tr, Erişim tarihi: 24.03.2017
- Yağcı Ö., (2007), *Turizm Ekonomisi*, Ankara, 2. Baskı, Detay Yayıncılık
- Yılmazoğlu, H. İ. (2014), “Kahramanmaraş’ın Mutfak ve Beslenme Kùltürü”, *Akdeniz'in Altın Kenti Kahramanmaraş*, Kahramanmaraş, DOğAN O.(ed) vr diğerleri, (ss: 268-295)
- Yılmazoğlu H.İ. .(2014) Akdenizin Altın Kenti Kahramanmaraş. Sediha Kùçükdaęlı (Ed) Kitap içinde (250-295).Kahramanmaraş.
- Zùccaciye Sektörü Dış Ticaret Raporu, Zùccaciyeler Derneği, Mayıs.