

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME POLİTİKASI VE
KAZAKİSTAN BURABAY TURİZM BÖLGESİ İLE
İLGİLİ BİR UYGULAMA**

Aigerim KERİMBEKOVA

**Danışman
Prof.Dr.Alp TİMUR**

2010

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi Olarak Sunduğum “Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası ve Kazakistan Burabay Turizm Bölgesi İle İlgili Bir Uygulama” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve gelenklere aykırı düşecek bir ayrdıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

.../.../.....

Aigerim KERİMBEKOVA

İmza

YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI

Öğrencinin

Adı ve Soyadı : Aigerim KERİMBEKOVA
Anabilim Dalı : Turizm İşletmeciliği
Programı : Turizm İşletmeciliği
Tez Konusu : Ürün Çeşitlendirme Politikası ve Kazakistan Burabay Turizm Bölgesi İle İlgili Bir Uygulama
Sınav Tarihi ve Saati :

Yukarıda kimlik bilgileri belirtilen öğrenci Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün tarih ve sayılı toplantısında oluşturulan jürimiz tarafından Lisansüstü Yönetmeliği'nin 18. maddesi gereğince yüksek lisans tez sınavına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini dakikalık süre içinde savunmasından sonra jüri üyelerince gerek tez konusu gerekse tezin dayanağı olan Anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin,

BAŞARILI OLDUĞUNA O OY BİRLİĞİ O
DÜZELTİLMESİNE O* OY ÇOKLUĞU O
REDDİNE O**

ile karar verilmiştir.

Jüri teşkil edilmediği için sınav yapılamamıştır. O***
Öğrenci sınava gelmemiştir. O**

* Bu halde adaya 3 ay süre verilir.
** Bu halde adayın kaydı silinir.
*** Bu halde sınav için yeni bir tarih belirlenir.

Tez burs, ödül veya teşvik programlarına (Tüba, Fulbright vb.) aday olabilir. Evet
Tez mevcut hali ile basılabilir. O
Tez gözden geçirildikten sonra basılabilir. O
Tezin basımı gerekliliği yoktur. O

JÜRİ ÜYELERİ

İMZA

..... Başarılı Düzeltme Red

..... Başarılı Düzeltme Red

..... Başarılı Düzeltme Red

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi
Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası ve Kazakistan Burabay Turizm Bölgesi
İle İlgili Bir Uygulama

Aigerim KERİMBEKOVA

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Turizm İşletmeciliği Programı

Günümüzde turizmin gelişmesi ile farklı profildeki turistlerin hizmetine sunulan ve onların ihtiyaçlarını karşılayabilecek birçok turistik ürün sunulmaktadır. Bu yüzden ürün çeşitlendirme turizm piyasasında giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Turizm piyasasında benzer ürün üreten birçok işletme ve destinasyon olduğundan güçlü bir rekabet ortamı vardır. Ürünler birçok yönden birbirine benzediği için işletmeler ve destinasyonlar kendi ürünlerini diğerlerinden farklılaştırmanın yollarını araştırmaya odaklanmıştır.

Kazakistan'ın kuzeyinde yer alan Burabay turistik bölgesinin arz verilerine göre turistik potansiyelinin değerlendirilmesi bu çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Bu çalışmada öncelikle turizm, turistik ürün ve turistik ürün çeşitlendirme politikası ve önemine değinilmiştir. Daha sonra genel olarak Kazakistan ve Burabay ile ilgili arz verileri ele alınmıştır.

Son olarak uzmanlar arasında gerçekleştirilen delphi yöntemi kapsamında oluşturulan anket uygulamasının sonuçları değerlendirilmiş ve Burabay bölgesi için uygun turistik ürünler belirlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: 1) Turistik Ürün, 2) Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası

ABSTRACT

Master Thesis

**Touristic Product Diversification Policy And Application on Burabay
Tourism Area in Kazakhstan**

Aigerim KERİMBEKOVA

Dokuz Eylul University

Institute of Social Sciences

Department of Tourism Management

Tourism Management Program

Today, with the growth of tourism in different profiles of the services offered to tourists and their needs are able to find many touristic products. Today, with the growth of tourism there are many touristic products offered to tourists who have different profiles . That's why Product diversification is becoming more important in tourism markets. There is a strong competition in tourism market because of similar destinations and a lot of firms which produce the same product. For products that are similar in many ways firms and destinations focused to research different ways to differentiating their products from others.

The main subject of study is assessment of tourism potential according to data from supply of tourist areas Burabay that located in northern Kazakhstan. In this study, primarily tourism, touristic products and tourist product diversification policy and its importance is mentioned. After that in general supply datas of Burabay and Kazakhstan are tackled.

Finally, results of survey in extension of delphi method polled between experts were evaluated and were determined eligible tourist products for Burabay region.

**Key words: 1) Touristic Product, 2) Touristic Product Diversification
Policy**

**TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME POLİTİKASI VE KAZAKİSTAN
BURABAY TURİZM BÖLGESİ İLE İLGİLİ BİR UYGULAMA**

YEMİN METNİ	ii
YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR	xi
TABLOLAR LİSTESİ	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ÜRÜN KAVRAMINA TURİZM, TURİSTİK GENEL YAKLAŞIM

1.1. TURİZM OLAYINA GENEL YAKLAŞIM	3
1.1.1. Turizm Kavramı	4
1.1.2. Turizm Tanımı ve Özellikleri	6
1.1.3. Turizmin Sınıflandırılması	9
1.2. TURİSTİK ÜRÜN	13
1.2.1. Turistik Ürün Kavramı	13
1.2.2. Turistik Ürün Tanımı	14
1.2.3. Turistik Ürün Özellikleri	17
1.2.4. Turistik Ürünü Oluşturan Faktörler	18
1.2.4.1. Çekicilik Faktörü	19
1.2.4.2. Olanaklar	21
1.2.4.3. Ulaşılabilirlik	22
1.2.4.4. İmaj	22
1.2.4.5. Fiyat	23
1.2.5. Turistik Ürünün Oluşumu	24

1.3.	TURİSTİK ÜRÜN POLİTİKASI	25
1.3.1.	Turistik Ürün Çeşitlendirilmesi	26
1.3.2.	Turistik Ürün Çeşitlendirmesinin Önemi	28
1.3.3.	Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası	29

İKİNCİ BÖLÜM

KAZAKİSTAN VE BURABAY BÖLGESİ HAKKINDA GENEL BİLGİLERİ

2.1.	KAZAKİSTAN HAKKINDA GENEL BİLGİLER	31
2.1.1.	Coğrafik Konum ve Yapı	32
2.1.2.	Tarih	33
2.1.3.	Nüfus ve Demografik Yapı	35
2.1.4.	Siyasal ve İdari Yapı	36
2.1.5.	Ekonomik Durum	37
2.2.	KAZAKİSTAN TURİZMİ	41
2.2.1.	Kazakistan Turizminin Tarihsel Gelişimi	43
2.2.1.1.	Sovyetler Dönemi Birliği	43
2.2.1.2.	Bağımsız Kazakistan Cumhuriyeti Dönemi ve Ülke Turizmini Geliştirmeye Yönelik Devlet Politikaları	44
2.2.2.	Kazakistan Turizminin Mevcut Durumu	45
2.2.3.	Kazakistan Dış Turizm Talebinin Yapısı	49
2.3.	BURABAY İLE İLGİLİ ARZ VERİLERİ	53
2.3.1.	Doğal Ekonomik Varlıklar	53
2.3.1.1.	İklim Durumu	53
2.3.1.2.	Bitki Örtüsü	54
2.3.1.3.	Hayvanlar	56
2.3.1.4.	Nehirler ve Göller	57
2.3.1.5.	Dağlar	59
2.3.2.	Sosyal Veriler	59
2.3.2.1.	Nüfus	59
2.3.2.2.	Tarih ve Tarihsel Eserler	60

2.3.2.3. Müzeler	61
2.3.3. Turizm Endüstrisinin Durumu	61
2.3.3.1. Ulaştırma İmkanları	61
2.3.3.1.1. Karayolu	62
2.3.3.1.2. Demiryolu	64
2.3.3.2. Turistik Enfrastrüktür	66
2.3.3.2.1. Oteller	66
2.3.3.2.1. Resortlar	67
2.3.3.2.2. Pansyonlar	68
2.3.3.3. Sağlık ve Spor Faaliyetleri	68
2.3.3.4. Eğlence İmkanları	70

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAZAKİSTAN BURABAY TURİSTİK BÖLGESİ İÇİN ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME POLİTİKASI İLE İLGİLİ BİR UYGULAMA

3.1. ARARŞTIRMANIN AMACI	71
3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	71
3.3. VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ	73
3.4. ÖLÇEĞİN BELİRLENMESİ	73
3.5. ANKET İÇERİĞİ	74
3.5.1. Anketin Uygulama Süreci	74
3.5.2. Araştırmanın Güvenilirlik Analizi	75
3.5.3. Uzmanların Demografik Özellikleri İle İlgili Değerlendirmeler	76
3.5.4. Anket Sonuçları İle İlgili Değerlendirmeler	80
SONUÇ VE ÖNERİLER	95
KAYNAKÇA	101
EKLER	107

KISALTMALAR

BDT	Bağımsız Devletler Topluluğu
DEİK	Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu
GSYİH	Gayri Safi Yurtiçii Hasıla
İGEME	İhracati Geliştirme Etüd Merkezi
KATIAD	Kazakistan ve Türkiye İşadamları Derneği
KZT	Kazakistan Tengesi
SPSS	The Statistical Program for Social Sciencies
SSCB	Sovyet Sosyal Cumhuriyetler Birliği
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TİKA	Türkiye İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı
UNWTO	World Tourism Organization
USD	Amerikan Doları

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1:	Yıllar İtibari İle GSYİH ve GSYİH Büyüme Oranı	39
Tablo 2:	GSYH'nin Sektörel Dağılımı	40
Tablo 3:	Temel Ekonomik Göstergeler	40
Tablo 4 :	Yıllar İtibariyle Kazakistan'a Gelen Yabancı Turist Sayısı ve Turizm Geliri	47
Tablo 5:	Kazakistan Turizmi İle İlgili Genel Göstergeler (2008)	47
Tablo 6:	Seyahat Aracılığıyla Gelen Turistlerin Ziyaret Amacı	47
Tablo 7.	Kazakistan'ın ıllar İtibariyle Toplam Konaklama Kapasitesi ve Doluluk Oranı	48
Tablo 8:	Şehirlerarası ve İlçelerarası Otobüsleri Listesi	62
Tablo 9:	“Kurort Borovoye” İstasyonundan Kalkan Tren Güzergahlarının Listesi	64
Tablo 10:	Burabay'daki Oteller Listesi	66
Tablo 11:	Burabay'daki Resortlar Listesi	67
Tablo 12:	Delphi Modelinin Aşamaları	72
Tablo 13:	Eşleştirilmiş T-Testi Sonuçları	75
Tablo 14:	1. ve 2. Tur Anketin Güvenilirlik Katsayıları	76
Tablo 15:	Ankete Katılan Uzmanların Demografik Özellikleri	76
Tablo 16:	Anket İle İlgili Değerlendirmeler	78
Tablo 16/1:	Burabay'ın Konaklama Altyapısı Bölge Turizminin Gelişmesi İçin Yeterlidir İfadesi	81
Tablo 16/2:	Burabay'a Son Yıllarda Gelir Düzeyi Düşük, Az Harcama Yapan Turistler Gelmektedir İfadesi	81
Tablo 16/3:	Burabay Turizminin Önemli Sorunlarından Biri Etkin Bir Tanıtım ve Pazarlama Yapılmamasıdır İfadesi	82
Tablo 16/4:	Burabay'da Genel Fiziksel Altyapının Yetersiz Kalması Turizmin Gelişmesini Olumsuz Yönde Etkilemektedir İfadesi	82
Tablo 16/5:	Burabay Turizminin Gelişmesinde Kamu Sektörü ve	

	Özel Sektör Arasında Uyumlu ve Sıkı Bir İşbirliği Etkili Olacaktır İfdaesi	83
Tablo 16/6:	Turizm Maser Planının Oluşturulmaması, Burabay ve Kazakistan Turizminin Ulusal Turizm Piyasasından Yeterli Pay Almasını Engellemektedir İfdaesi	83
Tablo 16/7:	Burabay’da Günümüz Turistine Hitap Eden Yeterli Sayıda Birbirini Destekleyecek Turistik Ürün Çeşidi Vardır İfadesi	84
Tablo 16/8:	Burabay’ın Kendine Özgü Bir İmaj Yaratıp, Bir Marka Olmaması Turizmden Daha Fazla Pau Almasını Engellemektedir İfadesi	84
Tablo 16/9:	Bölgede Yaratılan gelirin Çoğunun Bölge Dışına Aktarılması, Bölgenin Gelişme Hızını Azaltmaktadır İfadesi	85
Tablo 16/10:	Bölgeye Gelen Turistlerin Büyük Bir Kısmı Ulaşım Aracı Olarak Demir Yolunu Tercih Etmektedirler İfadesi	85
Tablo 16/11:	Bölge Turizminin Tanıtımı ve Geliştirilmesi İçin Sektör İle Yerel Yönetimler, Ticaret Odaları ve Sivivl Toplum Kuruluşları Arasında Sıkı Bir İşbirliği Gereklidir İfadesi	86
Tablo 16/12:	Turizm Politikalarında Sürekliliğin Sağlanmaması Sonucu, Alınan Kararların Uygulanmaması Turizmi Olumsuz Yönde Etkilemektedir İfadesi	87
Tablo 16/13:	Bölgeye Olan Tursitik Talep Daha Çok Kitle Turizmine Yönelik Ürünleri Tercih Etmektedir İfadesi	87
Tablo 16/14:	Burabay’da Turizmin Hızlı Gelişmesinin, Doğal ve Kültürel Çevre Üzerinde Olumsuz Etkileri Olmuştur İfadesi	88
Tablo 16/15:	Turizm Açısından Çok Önemli Olan Çevrenin ve Kıyıların Korunması İçin Turistik İşletmeler İle Yerel Yönetimler Arasındaki İşbirliği Yetersizdir İfdaesi	88

Tablo 16/16: Turizm Plansız ve Kontrolsüz Geliştiği Bazı Yerlerde Taşıma Kapasitesi Sorunu Ortaya Çıkmaktadır İfadesi	89
Tablo 16/17: Turizm Kontrolsüz Geliştiği Yörelerde Doğal Peyzaj Zarar Göremektedir İfadesi	89
Tablo 16/18: Kültürel Açından Önemli Olan Bir Potansiyele Sahip Bölgede Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Turizm Mevsimini Uzatacaktır İfadesi	90
Tablo 16/19: Burabay'da Turistin Hizmetine Sunulan Turistik Ürün Sayısı Yetersizdir İfadesi	90
Tablo 16/20: Kamp ve Karavan Turizmi Doğal ve Kültürel Çevrenin Korunması Açısından Geliştirilmesi Gereken Bir Üründür İfadesi	91
Tablo 16/21: Burabay'da Turizm Amaçlı İnşaat Çalışmalarının Artması Turizmin Geleceğini Tehdit Etmektedir İfadesi	91
Tablo 16/22: Turizm Mevsiminde Nüfusun Hızla Artması Trafik Sorununa Neden Olmaktadır İfadesi	92
Tablo 16/23: Turistik Yörelerdeki Tarımsal Alanların Kontrolsüz Bir Şekilde Turizme Açılması Hem Tarım Sektörüne Hem de Turizm Sektörüne Zarar Verir İfadesi	93
Tablo 16/24: Burabay'ın Rakiplerine Karşı Avantaj Sağlayabilmesi İçin Sağlık Turizmi Kapsamında Ürünler Geliştirilmelidir İfadesi	93
Tablo 16/25: Sağlık Turizmi Kapsamında Doğal ve Kültürel Çevrenin Korunması ve Yerel Halkın Turizmden Pay Alabilmesi Sağlanmalıdır İfadesi	94

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1:	Kazakistan'a gelen Yabancı Turistlerin Ulaşım Araçlarına Göre Dağılımı	50
Şekil 2:	Ülkeye Giriş Yapanların Ülkelere Göre Dağılımı	50
Şekil 3:	Aktif Dış Turizm Talebi ve Ülkelere Göre Dağılımı	51
Şekil 4:	Pasif Dış Turizm Talebi ve Ülkelere Göre Dağılımı	52

GİRİŞ

Dünyada son yıllarda yaşanan siyasi gelişmeler ve değişmelerle birlikte kapılarını dünyaya açan Orta Asya ülkelerinden biri olan Kazakistan, diğer gelişmekte olan ülkeler gibi makro planlar vasıtasıyla sınırsız ihtiyaçlarına karşılık sınırlı kaynaklar bakımından ekonomik tercihlerini ve önceliklerini belirlemeye gayret etmektedir. Günümüzde Kazakistan'ın ihracatları büyük ölçüde hammadelerden meydana gelmekte ve ihraç fiyatları üzerinde etkili bir söz hakkı bulunmamaktadır. Bu nedele Kazakistan Hükmeti son yıllarda petrol gelirlerini kullanarak ekonominin enerji dışındaki sektörlerini kalkındırmaya ve bu sayede ekonomide çeıştlilik sağlamak ve ekonominin petrole ve dolayısıyla dünya petrol fiyatlarına aşırı bağımlılığını kırmaya çalışmaktadır. Bu doğrultuda Kazakistan Hükmeti'nin geliştirdiği program içerisinde ülkede gelişebilecek yedi sektör yer almakta ve bunların arasında turizm sektörü ilk sırada bulumaktadır.

Küreselleşme ile birlikte gelişimi her geçen gün artan turizm endüstrisi, günümüzde otomotiv, petrol ve kimya ile birlikte en hızlı gelişen sektörlerden biridir. Diğer taraftan turizmin ülkeye döviz girdisi sağlayarak ödemeler bilançosundaki açıkların kapatılması, istihdam yaratması, dış ticarete bölgesel ekonomi ile alt ve üst yapıya sağladığı olumlu etkilerinden dolayı, yalnızca gelişmekte olan ülkelere değil, gelişmiş ülkeler tarafından da gelişmesi teşvik edilmektedir. DünyaTurizm Örgütünü 2008 verilerine göre uluslararası turizm hareketine katılanların sayısı 922 milyon kişiye ulaşmış ve 944 milyar dolarlık bir harcama yapılmıştır¹.

Kazakistan 2 724 900 km² ilk yüzölçümüyle dünyada sayılı coğrafi büyüklüğe sahip ülkeler arasında yer almaktadır. Bu geniş topraklarda daha dokunulmamış ve değerlendirilmesini bekleyen doğal çekiciliğe sahip bir çok yer bulunmaktadır. Burabay Kazakista'nın kuzeyinde yer alan doğal güzelliğiyle ve hava temizliğiyle bilinen ve sahip olduğu turistik potansiyeli farkederek Kazakistan turizminden hakettiği payı almaya çalışan ve bu yolda hızla gelişmekte olan bir bölgedir

¹ UNWTO, "Worl Tourism Barometer", Vol.7. No.2, June 2009, p.3
<http://www.unwto.org/facts/menu.html>; Erişim: 12.12.2009

Tezin birinci bölümünde; turizm, turistik ürün ve turistik ürün politikaları hakkında genel bilgiler hakkında genel bilgi verilmiştir.

İkinci bölümde; Kazakistan'ın genel tanıtımı, Kazakistan turizminin mevcut durumu üzerinde durulmuş ve Burabay'ın turistik arz potansiyeli değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Tezin üçüncü bölümünde ise; literatür taraması sonucu oluşturulan ve Burabay'da görev yapan üst düzey yöneticileri arasında uygulanan delphi yöntemi kapsamında yapılan anket sonuçlarına yer verilmiştir. Herbir delphi ifadesi değerlendirilerek tablo halinde sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM, TURİSTİK ÜRÜN KAVRAMINA GENEL YAKLAŞIM

1.1. TURİZM OLAYINA GENEL YAKLAŞIM

İnsanlar tarihin ilkçağlarından beri çeşitli nedenlerle seyahate çıkmaktadırlar. Günümüzde milyonlarca insan sürekli ikamet ettikleri yer dışına geçici bir süre için ayrılarak farklı bölgelerle ülkelere gidip gezme, dinlenme, eğlenme ve öğrenme gibi psikolojik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılamak için çıkmaktadırlar. Ekonomik ve sosyal anlamda geniş etkiler meydana getiren ve turizm diye adlandırılan bu olay günümüzdeki çağın temel özelliğini oluşturmaktadır. Bugün turizm sektörü dünyanın en geniş ve en hızlı gelişen sektörlerinden biri haline gelmiştir.

İlkel toplumlarda insanları seyahate iten temel güdü, yiyecek toplamak, tehlikelerden korunmak ve iklimi daha uygun yerlere ulaşmaktır. Şimdiki zamanda ekonomik, sosyal, psikolojik, kültürel, çevresel ve teknolojik gelişmeler, insanları daha çok seyahat etmeye teşvik etmiştir.

Turizm kavramının kökenini, Latince dönme hareketini ifade eden "tornus" sözcüğü oluşturmaktadır. İngilizcedeki "touring" deyimini ile "tour" deyimleri de bu sözcükten türemiştir. "Tour" dairesel bir hareketi, bazı site ve yörelerin ziyaretini, iş ve eğlence amacıyla yapılan yer değiştirme hareketini ifade eder. "Touring" deyimini ise, zevk için yapılan, eğitsel ve kültürel özellik gösteren seyahatler için kullanılır. Özetle "tour" hareket edilen yere dönmek şartıyla yapılan kısa ya da uzun süreli seyahatleri ifade eder.²

² Hasan Olalı, **Turizm Dersleri**, Memleket Matbaası, İzmir, 1969, s.25.

İster ilk çağlarda tüccarların yaptıkları geziler ister biraz ötede Marco Polo ve diğerlerinin gerçekleştirdiği dünya gezileri başlangıç alınsın turizm, dünya kültürlerinin birbirini görmesinde en etkin araçlardan biri olageldi.

Devrimlerle üretim biçimlerinin değişmesi, toplumlara daha fazla hizmet ve mal bulma olanağı sunarken, insanların ve kültürlerin bir yerden bir başka yere taşınması ilkçağlardan bu yana inanılmaz derecede hızlandı.

Turizm olayı bir ilişkiler ve olaylar bütünüdür. Turizm olayını bir tek sebebe bağlamak, tek bir yönden ele almak onun tam anlamıyla anlaşmaması sonucu doğurabilir.³

Günümüzde, kişi başına düşen gelirlerin artması, refah düzeyinin yükselmesi, insanların boş zamanlarının artması, kültür düzeyinin yükselmesi, ülkelerin izledikleri ekonomi politikaları, uluslar arası entegrasyonlar, yaşam standardındaki artışlar gibi nedenler, turizmin tarihi boyunca insanların ticari, dini ve askeri amaçlarla yaptıkları seyahatlerden farklı bir boyut kazanmasına ve turizme sosyal ve ekonomik bir olay özelliği kazandırmıştır.

1.1.1. Turizm Kavramı

Turizm olayını ve kavramını belirlemek amacıyla yapılan çalışmalar XIX. yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır. Olaya değişik yönlerden değinen yazarlar, değişik tanımlar yapmışlardır. Konuya eğilenlerin hareket noktalarının aynı olması, başka bir deyişle konuya yaklaşım açıları ve önem verdikleri unsurların farklı olması turizmin çeşitli tanımlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur.⁴

Turizm olayı özellikle İkinci Dünya savaşından sonra önem kazanmış, gelişen bir sosyal ve ekonomik olay olarak daima artan bir şekilde dikkati çekmeye başlamıştır. Turizm geliştikçe, etkileri ve hacmi artıkça bilimsel açıdan ele alınmaya

³ Tuncay Toksay, **Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, 3.Basım, Der yayınları, Ankara, 1989, s. 38.

⁴ Tuncay Toksay, a.g.e, 1989, s.19.

başlanmış, 1930 yıllarından itibaren ekonomik ve sosyal bilimlerde turizm olayı da yer almıştır. Turizm kavramının, turizm olayının tanımları da bu tarihten itibaren üzerinde durulan konular haline gelmiştir.⁵

Turizm, son derece geniş, çok yönlü ve karmaşık bir olay olup, tek bir tanım ile açıklanamaz. Hunziker yaptığı tanımlamada turizmin önemli yanının tüketici özelliği olduğu vurgulanmış ve turizmi “Yabancıların sürekli yerleşmeye dönüşmeyen ve herhangi bir kazanç getirici faaliyette ilişkili olmayacak şekilde seyahat etmelerinden ve konaklamalarından dolayı ortaya çıkan olayların ve ilişkilerin tümü” olarak tanımlanmıştır.⁶

Her şeyden önce turizm insanların belirli bir süre için ve değişik amaçlara yönelik olarak yaptıkları kısa ve uzun seyahatler ile konaklamaları kapsar. Bu seyahat ve konaklamalarda sürekli yerleşme amacına yönelik düşünce mesleki faaliyetlerde bulunma, para kazanma niyetinin olmaması gerekir. Bu ifadeden anlaşılacağı üzere göçlerin, tayinlerin, siyasi faaliyetlerin, iş arama, para kazanma gibi faaliyetlerin turizmle ilgisi olmadığı anlaşılıyor.

Turizm ekonomisi bakımından turizmi şu şekilde tanımlayabiliriz: “turistik olayların nedenlerini, kapsamını, gelişme koşullarını, sonuçlarını, bu olaylar arasındaki neden-sonuç ilişkilerini bilimsel yöntemlerle ekonomik açıdan araştırarak turizm olayının bağlı olduğu kanunun ve ilişkileri ortaya koyan bir disiplindir.”⁷

Turizm kavramı üzerindeki tartışmalar özellikle akademik çevrelerde uzun süredir yapılagelmektedir. Bazı araştırmacılar, turizmi “endüstri” olarak kabul ederken, bazıları da endüstriden çok “sistem” olarak kabul etmektedirler. Turizm kavramının birçok disiplin ve sektörle ilişkisi bulunmaktadır. Turizm kavramının tanımının yapılamamasının nedeni, farklı disiplinlerde çalışan araştırmacıların turizmi kendi disiplinlerine özgü niteliklerini dikkate alarak tanımlamalarından

⁵ M. Zeki Bayer, **Turizme Giriş**, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul, 1992, s.3.

⁶ Savaş Ürger, **Genel Turizm Bilgisi**, Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Antalya, 1992, s.10.

⁷ Hasan Olalı ve Alp Timur, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık Sti, İzmir, 1988, s.159.

kaynaklanmaktadır. Örneğin, ekonomistler turizmi. Bir “endüstri” olarak görürken, pazarlamacılar “pazar” olarak görmekte, çevre bilimciler turizmi çevresel etkileri üzerinde durmakta toplumbilimcilerde turizmin insan davranışları yönünü ana unsur olarak ele almaktadırlar.⁸

1.1.2. Turizm Tanımı ve Özellikleri

Turizmin bir bilim dalı olarak ortaya çıkması XIX. yüzyıl sonrası ile XX. yüzyılın başlarında olmuştur. Bu itibarla turizmin tanımlamaları da bu tarihlerde yapılamaya çalışılmıştır.

İlk tanımlardan biri 1884 yılında Avrupa'nın Graz kentindeki toplantıya başkanlık eden Josef Stander tarafından yapılır ve kavram sorunlarını ele alarak turizm endüstrisini ekonomik bir çalışma olarak şu biçimde açıklar: “Turizm endüstrisi bir ekonomik çalışma olarak yabancıların ziyaretlerinden oluşan faydalara yöneliktir. Bu endüstri, ürünü tüketicinin yanına götürmek yerine tüketiciyi üretimin yanına getirmektedir. Tüketici ulaştırılması olanağı bulunmayan bu mallardan yararlanmak istediği için bu yolculuğu yapmaktadır. Hava, doğa, arazi iklim gibi bugüne kadar yararlanılmayan unsurları turizm ekonomik mala dönüştürmüştür. İhracata yönelik bir ticaretkendisi için bir sürüm sahası sağlamaya sahip olduğunda nasıl sıhhatli kabul ediyorsa, turizm endüstrisinin mevcut tüketicileri, her yıl artan bir kitle halinde kendine çekmesi de turizmin amacını oluşturur”.⁹

Yaygın benimsenen bir tanımlama ile turizm; kazanç sağlama amacına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek koşuluyla yabancıların bir yere seyahatleri ve orada konaklama sonucunda ortaya çıkan olayların ve ilişkilerin tümüdür. Daha kısa ve öz olarak turizm, sürekli yaşanan yer dışında tüketici olarak yapılan seyahat ve geçici konaklama olayıdır.¹⁰

⁸ Nazmi Kozak ve diğerleri, **Genel Turizm**, 4.Baskı, Turhan Kitabevi, Ankara, 2000, s.5.

⁹ Sait Evliyaoğlu, **Genel Turizm Bilgisi**, Ankara, 1989, s.45.

¹⁰ İsmet Barutçugil, **Turizm İşletmeciliği**, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1989, s.15.

Turizm, bir ülke vatandaşı olan veya olmayan insanların devamlı ikamet ettikleri yerden, sağlık, merak, iş, spor, inanç, öğrenim, dinlenme, eğlenme ve diğer amaçlarla 24 saatten fazla 6 aydan az, gittiği yerde para kazanma amacı olmaksızın gerçekleştirilen faaliyet.

Bu tanım turizm faaliyetini seyahat ve yer değiştirmeden farklı yapan özellik tüm belirtileri dikkate almasıdır. İnsanın turistik yer değiştirmesini sağlayan en önemli belirtilerden biri de boş zamanın olmasıdır. Boş zaman, insanın yıllık izni, haftasonu ve tatil günleri, emeklilik zamanı olarak nitelendirilebilir. İkinci önemli belirti ise yer değiştirme amacı. Tanımda ise bu amaçların tümü gösterilmiştir. Üçüncü belirti turistik yer değiştirmenin zaman çerçevesini göstermektedir (24 saatten fazla, 6 aydan az), bu turizm ekonomisi ve turistik istatistiklerin yapılması için önemlidir. Turistik yer değiştirmeyi nitelendiren dördüncü belirti, gidilen yerde para kazanma amacının olmamasını, başka bir deyişle insanın boş zaman haricinde dinlenme, sağlık ve diğer amaçlara harcanacak parasının da olması gerektiğini ifade eder.¹¹

Turizm farklı işler, hizmetler ve endüstrilerin bir sentezidir. Bu bileşim, ulaştırma ve konaklama işletmeleri, yeme-içme kuruluşları, alışveriş mağazaları, eğlence-dinlenme yerleri, spor tesisleri ve ister tek başına ister gruplar halinde olsun, evinden uzak yerlere seyahat edenlere her öşit konukseverlik hizmetlerini içerir. O, gezginlere mal ve hizmet sağlayan bütün üreticileri kapsar. Bu bakımdan turizm, ulaşım, konaklama, alışveriş ve diğer tamamlayıcı kısımlarıyla tam bir dünya endüstrisidir. Nihayet turizm, gezginlerin ülke içinde ve dışında yaptıkları bütün harcamaların toplamıdır. Turizm, farklı insanlara farklı şeyler anlatır ve dünya henüz evrensel bir tanıma adapte olmuş değildir.¹²

Turizm olayının gelişmesi, genişlemesi, ulusal ve uluslararası önem kazanması ile kendi bünyesi içinde bir takım özelliklerin de ortaya çıkmasına neden

¹¹ A. Babkin, Spetsialniye Vidı Turizma (Turizm Türleri), Fenikz Yayınevi, Rostov-na- Donu, 2008, s. 5.

¹² Harun Erdoğan, **Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm**, 2.Basım, Bursa, 1995, s.9.

olmuştur. Bu özelliklerin kendi bünyeleri içinde ele alınmasında ve açıklamasında yarar vardır. Kendine özgü bu özellikleri şunlardır:¹³

- Turizm öncelikle insanların belirli bir süre için değişik amaçlarla yaptıkları seyahati ve konaklamayı kapsamaktadır.
- Turizm insanların kendi konaklama yerleri dışında sürekli olarak yerleşmemek üzere yaptıkları seyahatler ve gittikleri yerlerdeki geçici konaklamalarından oluşmaktadır.
- Turizm para kazanma amacına dönük bir mesleki faaliyette bulunmamak üzere yapılan seyahat ve konaklamaları içerir. Çünkü turizmin esas amacı, para kazanmak değil, bir tüketim olayı yaratmaktır.
- Turizm serbest bir ortam içinde yapılan hareketlerdir. Turizmde seyahat edilecek yer, seyahat aracı, konaklama yeri serbestçe belirlenir.
- Turizm insanların iş, merak, din, sağlık, dinlenme, kültür, ve benzeri amaçlarla dost ve akraba ziyareti, kongre ve seminerlerle katılma, gibi sebeplerle yaptıkları seyahat ve konaklamaları kapsamaktadır.
- Turizm bir taraftan seyahatin oluşturduğu dinamik eleman, diğer taraftan gidilen yerde 24 saati veya bir gecelemeyi aşan konaklamaların oluşturduğu statik elemanı kapsar. Geceleme ya da 24 saati aşan konaklamalar, turizmin asıl yöneldiği tüketim amacınının gerçekleşmesi için zorunludur.
- Turizm olaylı toplum içinde meydana gelen sosyal bir olaydır. Turizmin sürekli var olması ona objektif bir nitelik kazandırır. Aynı zamanda ölçülebilir olması nedeniyle turizm bir miktar olaydır.
- Turizm olayı sadece seyahat ve konaklamalardan oluşmaktadır. Seyahat ve konaklamaların ortaya çıkardığı bütün kurumlar, işletmeler, davranışlar, faaliyetler bu kavram içinde yer almaktadır. Bu nedenle turizme bir endüstri gözüyle bakmak gerekmektedir.

¹³ Hasan Olalı ve Alp Timur, a.g.e., 1988, s.36-40.

- a. Turizm her şeyden önce ağır bir endüstridir. Turizm sektörü son derece çeşitli ve büyük yatırımlar gerektirmektedir.
- b. Turizm bütünleşmiş bir endüstridir. Turizm konaklama, yiyecek-içecek, eğlence, rekreasyon, tamamlayıcı hizmet sunanlar gibi yardımcı elemanlar ile arz teşkilatını oluşturan turizm araçları, ulaştırma teşebbüsleri gibi elemanlar arasında birbirlerine destek ve yardımcı olacak şekilde bir bağın kurulması gerekmektedir. Bu bağın hedefi, ağır endüstriye bütünleşme yolu ile kitle tüketim yaratacak ve yatırım kapasitelerinden yararlanma oranını artıracak kitlevi bir hareketi oluşturmaktır ve buna süreklilik kazandırmaktır.
- c. Turizm bir hizmet endüstrisidir. Turizm hizmet üreten bir sektördür. Satılan ürün ise hizmettir.
- d. Turizm bir kültür endüstrisidir. Turizm değişik kültürler arasında bir diyalog kurmakta, kültürleri de birbirine yaklaştıran bir fonksiyonu yerine getirmektedir. Seyahat eden insanlar için ruhsal ve kültürel bir değişme ve yarar sağlamaktadır. Ayrıca turizm, bir ülkenin kültürel varlığını tanıtmının da bir aracıdır.

Turizm bir hizmet endüstrisidir. Görünmeyen ve ek ihracat olarak döviz sağlayan önemli bir kaynaktır. Teknolojik gelişmeye rağmen “emek-yoğun” üretim teknolojisine sahip olan, istihdam yaratan ve işsizliğin gelişmesini kısmen engelleyen bir sektördür. Günümüzde turizmin özellikle ekonomik yanının ağır bastığı açıktır. Turizm, ülke ekonomisine sağlayacağı döviz geliriyle ölçülmekle tanımlanmaktadır.¹⁴

1.1.3. Turizmin Sınıflandırılması

Turizm olayının daha açık ve doğru bir biçimde ele alınabilmesi amacıyla çeşitli kriterlere göre ayrı ayrı sınıflandırılması gerekmektedir. Bu kriterler, turistin geldiği yer, turist sayısı, turizmin amacı, seçilen zaman, kapsanan süre ve turizmin

¹⁴ Barçın Osmonalieva, **Bir Turistik Ürün Çeşidi Olarak Av Turizmi ve Kırgızistanda Av Turizmi**, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007, s.5.

sosyolojik niteliği, ulaştırma araçları ve organizsyon şekli bakımından sınıflandırılabilir.¹⁵

a) Turistin geldiği yere göre i turizm ve dış turizm olmak üzere ikiye ayrılır.

İ turizmde insanlar yaşadıkları ülkeleri içindeki diğer bölgeler veya şehirlere seyahat etmektedirler. Pasaport ve vize gibi izin belgeleri, yabancı dil bilgisi ve döviz gerektirmeyen iç turizm, milli gelirin bölgelerarası dağılımına önemli bir katkı sağlar.

Dış turizm ise yaşanılan ülke dışında bir ülkeye seyahat etmeyi ifade eder. İ turizmle arasındaki en önemli fark; yabancı dil, döviz ve pasaport gibi bazı engeller doğurmasıdır.

Dış turizm, demeler dengesi açısından kendi içinde dış aktif turizm (yurtdışından ülkeye yabancı turistin gelmesi) ve dış pasif turizm (lke vatandaşının dış ülkelere seyahati) olmak üzere ikiye ayrılabilir. Dış aktif turizm, bir ülkeye döviz girişi sağladığından demeler dengesi üzerinde olumlu, dış pasif turizm ise ülkeye döviz çıkışına yol atığından demeler dengesi üzerine olumsuz etkiler doğurur.

b) Turist sayısına göre turizm, bireysel, kolektif ve kitle turizmi olmak üzere üçe ayrılır.

Bireysel turizm, seyahat ve konaklamanın kişisel olarak düzenlenmesi ve gerçekleştirilmesi ile ortaya çıkar.

Kollektif turizm, belirli bir grup, örgüt veya klüp tarafından düzenlenen seyahat ve konaklama biçimidir.

Kitle turizmi ise, seyahatin büyük lde ve konaklamanın tümüyle kolektif bir biçimde gerçekleştirildiği ve turistin grupla bütünleşmesinin bilinçli olarak özendirildiği bir turizm biçimidir.

¹⁵ İsmet Barutçugil, a.g.e., 1989, s.29.

c) Bir kişinin turizm olayına katılmasını sağlayan temel amaçlar çok çeşitlidir. Bir turistin hangi amaçla seyahate karar vermiş olduğunu belirlemek, amaçların birbirleriyle yakından ilişkili ve çoğu zaman da iç içe olması nedeniyle oldukça güçtür. Bununla birlikte, seyahat ve konaklama süresince girilen olayların ve kurulan ilişkilerin ağırlığının hangi noktalarda toplandığına bakılarak temel amacın belirlenmesi olasıdır. Buna göre turizm, dinlenme ve eğlence, sosyal ve kültürel, sportif, dinsel, ekonomik, politik ve ailesel olmak üzere yedi gruba ayrılabilir.

- Dinlenme turizmi. Kişinin bedensel ve ruhsal sağlığını kazanmak amacıyla yapılan sakin ve dinlendirici, hareketli ve eğlendirici turizm biçimidir.
- Sosyal ve kültürel turizm. İnsanlarla bir arada bulunarak sosyal ilişkiler kurmak, bilim, kültür ve sanat kaynaklarını ziyaret ederek bilgi ve görgü arttırmak, bilimsel ve kültürel inceleme ve araştırmalarda bulunmak amacıyla yapılan turizmdir.
- Sportif turizm. Spor yapan, spora ilgi duyan ve sporla ilişkili bulunan kişilerin sportif karşılaşmalara, olimpiyatlara ve benzer olaylara katılmak ve bunları izlemek amacıyla yarattıkları turizm hareketi boyutlara ulaşan seyahatlerin ve konaklamaların oluşturduğu turizm olayıdır.
- Ekonomik turizm. Doğrudan kazanç sağlamaya yönelik bulunmamakla birlikte, bazı ekonomik beklentilerle fuar ve sergileri gezmek, iş görüşmelerinde bulunmak ve ticari bağlantılar kurmak amacıyla yapılan ve bu arada turizme özgü olay ve ilişkileri de kapsayan bir turizm biçimidir.
- Politik turizm. Devlet adamlarının, kamu görevlilerinin, ulusal ve uluslararası politik ilişkiler nedeni ile olayları izlemek veya bunların gerçekleştiği yerleri görmek için yaptıkları seyahatlerdir.
- Aile turizm. Akrabaları ziyaret etmek, onlarla bir arada olmak, daha önce yaşadıkları yerleri görmek için yapılan seyahatlerdir.

d)Seçilen zaman açısından ise yaz ve kış turizmi biçiminde sınıflandırılabilceği gibi turizm hareketlerinin yoğunluğuna bağlı olarak sezon-içi ve sezon dışı turizmi biçiminde de ikiye ayrılabilir.

e)Turizmin sosyolojik niteliği. Turizme katılan kişilerin yaşları, meslekleri, sosyo-kültürel özellikleri, gelir durumlarına göre sınıflandırılabilir. Bu anlamda yaygın kullanılan sınıflandırmalardan biri yaş kriterine göre yapılan, gençlik turizmi ve aktif yaş turizmi ayrımıdır. Bir diğer sınıflamada turistin gelir düzeyi ve sosyal durumu ile bağlantılı olarak yapılan lüks turizm, geleneksel turizm ve sosyal turizm ayrımıdır.

- Lüks turizm. Gelir düzeyi yüksek kişilerin, lüks turizm ürünlerine talep oluşturan turizm biçimidir.
- Yaygın turizm. Tüketim olanakları normalin üzerinde, geleneksel seyahat ve konaklama işletmelerinin hizmetlerinden yararlanan kişilerin oluşturdukları turizm biçimidir.
- Sosyal turizm. Satın alma gücü zayıf kitlelerin alınan bazı önlemlerle turizme katılmalarının sağlanması veya kolaylaştırılması ile ortaya çıkan turizm biçimidir.

f) Ulaştırma araçları bakımından turizm. Turizmde seyahat için tercih edilen ulaşım aracının türüne göre de şekilleri bulunmaktadır. Bunlar: havayolu, demiryolu, denizyolu, karayolu şeklinde sınıflanabilir.¹⁶

g) Organizasyon şekillerine göre turizm.¹⁷

Bu sınıflamada:

- Kişilerin doğrudan doğruya seyahat etmeleri,

¹⁶ Ahmet Aktaş, **Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi**, Azim Matbaa Fatih Ofset San.Tic.Ltd.şti, Antalya, 2002, s.10

¹⁷ Hasan Olalı ve Alp Timur, a.g.e., 1988, s.66.

- Seyahat acentası veya tur operatörleri aracılığı ile yapılan seyahatler yer almaktadır.

1.2. TURİSTİK ÜRÜN

İnsanların devamlı oturdukları yerden başlayarak tekrar aynı yere dönünceye kadar tikettikleri mal ve hizmetler turistik ürünlerdir. Turistik ürün, turistin seyahate çıkmasına sebep olan ve seyahat boyunca ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli olan tüm maddi (mal) ve maddi olmayan (hizmet) ürünlerin tümünü ifade eder.

1.2.1. Turistik Ürün Kavramı

Turizm bir ihtiyaçtır ve bu ihtiyacı insanların devamlı oturdukları yerde karşılanması imkansızdır. Bu açıdan bakıldığında insanların devamlı oturdukları yeri terk etmelerine neden olacak bazı faktörlerin oluşumu gerekir. Bu faktörler genellikle turizm yönünden değer arz eden yerler, olaylar veya gösterilerdir.¹⁸

Turizm faaliyetine katılan insanlar, gittikleri yerlerde dinlenme, eğlenme, yeme-içme, alışveriş gibi tüm zorunlu ve zorunlu olmayan ihtiyaçlarını karşılariken tükettikleri mal ve hizmetler, turizm faaliyeti sırasında tüketildiği için turistik ürün olarak ifade edilir.¹⁹

Turistik ürün iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlardan birincisi, bir ülke veya bir yörenin sahip olduğu tüm doğal, tarihi ve turistik kaynakların oluşturduğu turizm ürünüdür. İkincisi ise, tüketicilerin yer değiştirmelerine ve tatil yapmalarına imkan veren tüm hizmetler yani bir paket turu oluşturan turistik hizmetlerin tümüdür.²⁰

¹⁸ Savaş Ürger, a.g.e., 1992, s.162

¹⁹ Mustafa Sarkım, **Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği**, (Yayınlamış Doktora Tezi), DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007, s.135.

²⁰ Necdet Hacıoğlu, **Turizm Pazarlaması**, 4.Baskı, Vipa A.Ş., Bursa, 2000, s. 39.

Tatil seyahatindeki ihtiyaçların çok çeşitli sektörler tarafından karşılanması, çok değişik turistik ürünün varlığını ortaya çıkarmaktadır. Ancak tatil seyahatinin bir bütün olduğu düşünülduğünde bu hizmetlerin bütünü parçaları olduğu kendiliğinden anlaşacaktır. Çünkü turist tatil seyahatine çıkarken genellikle, seyahatteki bütün ihtiyaçlarını karşılayacak tek bir ürün satın alır.²¹

1.2.2. Turistik Ürün Tanımı

Ürün, piyasaya tüketicinin dikkatine alması, kullanması, tüketilmesi, istek ve ihtiyaçlarının karşılayabilmek için sunulanların tümüdür. Kendi içine fiziksel nesnelere, hizmetler, mekanlar, organizasyon ve fikirleri dahil etmektedir.²²

Turistik ürün diğer ürünlerden farklı olarak bir mal veya hizmet olabileceği gibi her ikisinin karışımından oluşan ürün de olabilir. Bir uçak koltuğu, otel odası, lokantada yenilen yemek gibi maddi bir ürün olabileceği gibi rehberlik hizmeti gibi maddi olmayan bir ürün de olabilir. Turizm sektörü alanına giren tüm faaliyetler, ayrı ayrı veya bir araya getirilerek bir bütün halinde turistik ürün olarak nitelendirilebilir.²³

Turizm faaliyetleri kapsamında turistlere sunulan her türlü bileşen aslında turistik ürünü oluşturmaktadır. Ürünün kompozisyonundaki bu çeşitlilik, turistik ürün kavramının tanımını ve kapsamının belirlenmesini güçleştirmektedir. Bu noktada, turistik tanıma ve pazarlamanın temel ögesi olan turistik ürünün tanımı konusunda tüm uzmanlarca kabul görülmüş tek bir tanım yoktur. Turistik ürüne farklı bakış açılarıyla yaklaşıldığında değişik tanımlar ortaya çıkmıştır. Bu tanımların ortak özelliği, turistik ürünün birçok alt üründen oluşan toplam bir üründür.²⁴

²¹ Savaş Ürger, a.g.e., 1992, s.163.

²² Philip Kotler ve diğerleri, **Marketing for Hospitality and Tourism**, 4th Edition, Unity-Dana Yayınevi, Moskova, 2007, s.349.

²³ Mustafa Sarkım, a.g.e., 2007, s.136.

²⁴ Esin Özkan Yürük, **Türk Turizminin Dünya Turizmine Entegrasyonunda Turistik Ürün Politikaları**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), DEÜ, İzmir, 1999, s.3.

Turistik ürünlerin bir bölümü doğa tarafından yaratılırken, bir bölümü yapay olarak insanlar tarafından yaratılmıştır. Bu iki değeri çekici yapan onun içindeki özelliklerdir. Bu özellikler insanların bu yerleri ziyaret etmelerine neden olmaktadır. Bu ziyaretler sırasında verilen hizmetler de diğer turistik ürünleri oluşturmaktadır. O halde turistik ürün doğal ve yapay kaynaklı olabileceği gibi bir hizmet şeklinde de görülebilmektedir.²⁵

Turistik ürün, turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikteki mal ve hizmetler veya mal ve hizmetlerin karışımı ya da çokluklu mal ve hizmetler karışımından oluşan bir pakettir. Bu tanıma göre turistik ürün, sadece mal ve hizmetten oluşabileceği gibi çok defa ihtiyaçları karşılayabilecek nitelikte mal ve hizmetlerin karışımı ya da hepsinin karışımı bir paket şeklinde de olabilir.²⁶

Ürün pazara sunulduğunda gereksinimleri karşılayarak tüketicide tatmin duygusu yaratan, kullanılabilen, tüketilen ve üzerine harcama yapılan her şey olarak kabul edildiğinde farklı özellikleri bulunmakla birlikte turistik ürün kavramı da dolaylı biçimde açıklanmış olmaktadır. Turistik ürün dar anlamda turistin satın almak istediği her şey, geniş anlamda ise turistin gittiği yerlerde ödeme yapmaya konu olan her şey, kullandığı her türlü olanak, yararlandığı mal ve hizmetlerin oluşturduğu bir bütün şeklinde tanımlanabilmektedir.²⁷

Başka bir tanımda turistik ürün, çağdaş insanın çok boyutlu ihtiyaçlarını karşılamak üzere turizm işletmesince bir araya getirilmiş ve yeniden düzenlenmiş doğal, toplumsal, siyasal ve psikolojik verilerden oluşan karmaşık bir mal ve hizmetlerin bütünüdür. Bu nedenle turistik ürün, turistin sürekli konutundan ayrılışından itibaren yeniden evine dönene kadar geçen süre içerisinde satın aldığı mal ve hizmetlerin oluşturduğu bir paket ya da edindiği deneyimlerin bir toplamıdır.²⁸

²⁵ Savaş Ürger, a.g.e., 1992, s.163.

²⁶ Hasan Olalı ve Alp Timur, a.g.e., 1988, s.421.

²⁷ Özge Adan, **Bir Turistik Ürün Çeşidi Olarak Termal Turizm ve Ege Bölgesi Açısından Değerlendirme**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), DEU, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2004, s.16.

²⁸ Alparslan Usal ve Saime Oral, **Turizm Pazarlaması**, Kanyılmaz Matbaası, İzmir, 2001, s.33.

Bir turizm ürününün en büyük özelliği bileşik ürün olmasıdır. Turistik ürünlerin bileşik ürün olarak arz edilmesinin temel sebebi, birbirini tamamlayan ürünler olmalarıdır. Bileşik ürün olarak turistik ürünü, konaklama, yeme-içme ve eğlence hizmetleri gibi tamamlayıcı ürünlerin bir araya gelmesiyle oluşmaktadır.

Turizmin sektör olarak hizmet ağırlıklı yapıya sahip olması, turistik ürünü etkiler. Bu sebeple sektörde, turistik mallar objektif nitelik taşıırken, turistik hizmetler ise subjektif karakterdedir. Çünkü turistik hizmetleri her birey farklı şekilde algılar.²⁹

Bir turist tatil süresince sadece nesnel (fiziksel) ürünler ile ilgilenmemekte, motivasyonun bir gereği olarak öznel (subjektif) faktörler ile de etkileşimde bulunmaktadır. Bu nedenle, turistik ürünün tanımını yaparken nesnel ve öznel her iki faktörü de dikkate almak gerekir. Turistik ürün, bir turistin seyahatinin başlangıcından bitimine kadar geçen zaman dönemi içerisinde gereksinimlerini karşılamak amacıyla elde ettiği ve turizm arzını oluşturan faktörler tarafından sunulan nesnel ve öznel değerlerin bütünüdür.³⁰

Turistik ürün, tüketim isteği uyandıran doğal, kültürel ve sosyal verilerin, bu isteği artıracak hizmet ve faaliyetlerle birlikte değerlendirilmesi sonucunda oluşan karma bir ürün olarak da tanımlanabilir.³¹

İnsanlar turistik ürünleri fizyolojik ve psikolojik ihtiyaçlarını gidermek için satın aldığı için insanlar üzerinde uzun süre etkisini bırakmaktadır. İnsanların turistik merkezlerdeki yaşadıkları bütün olay ve ilişkiler de turistik ürünün bir parçasıdır. Yaşadıkları olay ve ilişkilerin turistlerin tatmini açısından çok önemli ve o turizm merkezinin geleceği için de önem arz etmektedir. Çünkü insanların ihtiyaç ve

²⁹ Hasan Olalı, **Turizm Politikası ve Planlaması**, İşletme Fakültesi Yayını, Yön Ajans, İstanbul, 1990, s. 140.

³⁰ Orhan İçöz, **Turizm Ekonomisi**, 3. Baskı. Turhan Kitabevi. Ankara, 2005, s.20.

³¹ Ocal Usta, **Turizm**, Sümbül Basımevi, İstanbul, 1988, s.167.

isteklerini tatmin eden turistik ürünü bir daha tatil yaptığında tekrar satın alma olasılığı büyüktür.³²

Yapılan tanımların ortak noktası turistik ürünün bir turistik yörede turistler tarafından tüketilen bir mal ya da hizmet olabileceği gibi mal ya da hizmetlerden oluşan çoklu bileşimler de olabileceğidir. Kısaca, turistik ürün, turistlerin seyahatleri sırasında satın aldıkları ve kullandıkları tüm mal ve hizmetler ile elde ettikleri deneyimlerden oluşur. Bu turistik ürünün ya da ürün grubunun içeriği, turistik faaliyete katılan turistin demografik özelliği ile zevk ve tercihlerine bağlı olarak değişebilir.³³

1.2.3. Turistik Ürünün Özellikleri

Turizm, zorunlu olmayan lüks ve kültürel bir ihtiyacın karşılanması ile ilgili bir tüketim olduğu için turizmin talep esnekliği oldukça yüksektir. Turizme katılan insanlar günlük yaşantılarından farklı olarak daha fazla eğlenmek, dinlenmek ve zevk almak isterler. Bu yüzden de satın aldıkları turistik ürünlerin tüm istek ve ihtiyaçlarını karşılamalarını beklerler. Turistik ürünün de bu beklentileri karşılaması, turistik talep yönünden çok önemlidir. Turistik ürünün elde tutulamayan (soyut) unsurlardan oluşması ve hizmetlerin standartlaştırılmaması, turistik ürünün diğer mal ve ürünlerden farklı özellikler taşımasına neden olur.

Turistik ürün diğer ürünlerden farklı özelliklere sahiptir. Bu farklılık, turizmin sektör olarak hizmet ağırlıklı bir yapıya sahip olmasından kaynaklanır. Turistik ürünün diğer ürünlerden farklı özellikleri şöyle sıralanabilir:³⁴

- Turistik ürün ulaşım konaklama, yeme-içme, eğlence gibi birçok hizmetlerin birleşimidir. Kullanımdan geri kalan memnuniyet veya memnuniyetsizlik ile bir faturadır.³⁵

³² Esin Özkan Yürük, a.g.e., 1999, s. 4.

³³ Mustafa Srkım, a.g.e., 2007, s. 138.

³⁴ Hasan Olalı, a.g.e., 1990, s. 140-141.

³⁵ Hasan Olalı ve Alp Timur, a.g.e., 1988, s.422.

- Turistik ürünü oluşturan hizmetleri genel olarak turist birleştirir.
- Turistik ürünü oluşturan hizmetler turist tarafından combine edildiğinden, herkese uygun bir turistik ürünü meydana getirmek güçtür.
- Turistik mallar genel olarak somut ürünler değil; soyut nitelikte hizmetlerdir.
- Turistik hizmetler makineleşmeye ve otomasyona elverişli olmayıp insanlar tarafından gerçekleştirilirler.
- Turistik ürün insanlar tarafından üretildiğinden, standart bir kaliteye ulaştırılması güç olan bir üründür.
- Turistik ürünün kullanımında müşteri, doğrudan doğruya ürünün üreticisi ile karşı karşıya gelir.
- Hizmetleri insanlar gördükleri için, turistik ürünün işe yaramaz duruma gelmesi kolaydır.
- Turistik ürün stok edilemez.
- Turistik ürün üretimi ve tüketimi aynı anda olur. Çoğu kez ürün önce satılır, sonra üretilir ve daha sonra tüketilir.
- Turistik ürün üretildiği yerde tüketilir.
- Turistik ürün, ürünü yaratan kişiler ve kuruluşlar arasında sık bir işbirliğini zorunlu kılar.
- Markaya bağımlılık çok azdır. Turistik ürün bir ülke veya olabilir. İmaj kavramı önemlidir.
- Turistik üründe, çekicilik, yararlılık ve kolay elde edilebilirlik özelliklerinin olması lazımdır.³⁶

1.2.4. Turistik Ürünü Oluşturan Faktörler

Turistik ürün tanımında olduğu gibi, turistik ürünü oluşturan öğelerin de tam olarak neler olduğu konusunda bir uzlaşma yoktur. Uzmanların bu konuda farklı görüşleri var. Olalı, Hacıoğlu ve Kozak turistik ürünün çekicilikler, olanaklar ve ulaşılabilirlik aktörlerinin bir bileşim olduğunu belirtmişlerdir. Usta, turistik ürünü oluşturan faktörleri, tabii faktörler, sosyo-kültürel faktörler ve geliştirici faktörler

³⁶ Necdet Hacıoğlu, a.g.e., 2000, s. 42

olmak üzere üç grupta ele almıştır. Timur turistik ürünü oluşturan faktörleri, çekicilik, olanaklar, ulaşılabilirlik, imaj ve fiyat olmak üzere beş başlık altında incelemiştir.

Hizmet ve faaliyetler tek başına, doğal ve kültürel cazibe olmadıkça önemini yitirdiği gibi, işlenmemiş bir doğal güzelliğin ve değerlendirilmemiş kültürel zenginliğin de hiçbir anlamı yoktur. Tüm bu faktörlerin bir arada bulunmaması ve uyum sağlayabilmesi sonucu turistik ürün oluşmaktadır.³⁷

Bir turistik ürünü oluşturan unsurlar genel olarak üç temel başlık altından toplanabilir:³⁸

- Turistleri çeken bir ülkenin veya bölgenin doğal, kültürel, tarihi, sanatsal varlıkları ve değerleri,
- Turiste hizmet veren işletmeler otel, motel, restoran, eğlence ve spor tesisler, seyahat acentaları,
- Turistin yer değiştirmesini, gidilecek yere ulaşmasını sağlayan taşımacılık işletmeleri.

Bileşik bir özellik taşıyan turistik ürün veya paket tur kendisini oluşturan faktörlerle göre aşağıda daha ayrıntılı olarak incelenmiştir.

1.2.4.1. Çekicilik

Turistik çekicilik bir ülke, bölge, yöre ya da turistik işletmeye talebi yönlendiren, turist akışını sağlayan faktörlerdir. Başka bir ifade ile gidilecek yerin çekiciliği turistin bu yeri, diğer bir yere tercih etmesini sağlayan faktördür. Yöredeki çekicilik faktörleri, tüketicinin seçimini yapmasında etkili olabilmektedir. Çekicilik faktörü yer ve olay şeklinde oluşur.³⁹

³⁷ Öcal Usta, a.g.e., 1988, s.167.

³⁸ Necdet Hacıoğlu, a.g.e., 2000, s. 41

³⁹ Hasan Olalı, a.g.e., 1990, s.140

Yer çekiciliği, turisti bir bölgeye gitmek için harekete geçiren faktörlerdir. Burada turistin turistik faaliyete katılmasının en önemli nedeni, çekiciliğe sahip yeri görmektir. Örneğin, Kuşadası, Antalya, Pmukkale, Dubai, veya dağ, deniz, kum, güneşli yerler vb.

Olay çekiciliğinde ise, gerçekleşen önemli bir olay turisti bir yöreye gitmek için harekete geçiren önemli bir faaliyettir. Burada turist, belli bir yerde gerçekleşen olaya katılmak ya da o olayı izlemek amacıyla bu yere gider. Örneğin olimpiyatlar, fuar, sergi, konferanslar, sanat gösterileri vb.

Çekicilik, turistin gideceği yeri başka bir yere tercih etmesini etkileyen en önemli unsurdur. Çekicilik faktörü yöresel veya ulusal düzeyde olabileceği gibi uluslararası nitelikte de olabilir.⁴⁰

Çekicilik faktörünü turizm bölgelerinin sunmuş oldukları kaynaklar açısından, birincil ve ikincil özellikler olarak iki başlık altında açıklanabilir:

- a. Birincil özellikler: iklim, ekoloji, kültür, ve geleneksel mimari vb.
- b. İkincil özellikler: konaklama, yiyecek-içecek, ulaştırma ve eğlence işletmeleri vb.

Bu iki özellik birlikte turizm bölgesinin çekiciliğini oluşturmaktadır. İkincil özelliklerin turizm bölgelerinin gelişmesinde birincil özelliklere göre daha etkin ve önemli olduğu bilinmektedir.⁴¹ Çünkü ulaştırma ve konaklama olanakları gibi insanların birincil ihtiyaçlarını karşılamadan bir yere gitmeleri turistik bir gezi yapmaları ve o yerde konaklaması mümkün olmamaktadır.

Turistik üründe çekiciliği belirleyen unsurlar dört gruba ayrılabilir:⁴²

⁴⁰ Necdet Hacıoğlu, a.g.e., 2000, s.41

⁴¹ Orhan İçöz ve Metin Kozak, **Turizm Ekonomisi**, Turhan Kitabevi, Ankara, 1998, s.15

⁴² Nazmi Kozak ve diğerleri, a.g.e., 2000, s. 47

Doğal unsurlar: Turistik ürünlerde çekiciliği belirleyen en önemli etken doğal unsurlardır. Coğrafik durum doğal güzellikler, temiz hava, deniz, yaz mevsiminde güneş, kış mevsiminde kar, flora ve fauna, kaplıca ve şifalı sular, doğal unsurları oluşturmaktadır.

Sosyo-kültürel unsurlar: Sosyo-kültürel unsurları oluşturan değerler arasında gelenek ve görenekler, kültürel varlıklar, siyasal yapı, eğitim durumu ve kentleşme düzeyi gelmektedir.

Ekonomik unsurlar: Turistik ürünün talep edilmesinde ve satın almasında ekonomik koşulların uygunluğu da önemlidir. Turistik ürün fiyatı, genel ekonomik durum, altyapı olanakları ve turizm endüstrisinin durumu ekonomik unsurlarda bazılarıdır.

Psikolojik unsurlar: Turistik ürünü çekici kılan psikolojik unsurlar arasında ülkeler arasındaki tarihi, kültürel ve dinsel ilişkiler, toplumların gelenek, görenek ve davranış biçimleri, yöneticilerin gelenek ve davranışları, moda, alışkanlık, snobizm, sempati ya da antipati gelmektedir.

1.2.4.2. Olanaklar

Olanaklar, çekicilik faktörünün tamamlayıcısıdır. Turistik işletmeler, doğrudan turist akımı yaratmayabilir. Olay ve yer çekiciliği olan yerlerde turistik işletmeler yoksa çekicilik faktörü etkinliğini kaybedecektir.

Çekim gücüne sahip olan yerlerde, çekim gücünü yanı sıra konusu bölgedeki fiziksel unsurlar da önemlidir. Bu hizmetlerin varlığı destinasyon çekiciliğini tamamlayan unsurlardır. Konaklama yerleri, restoranlar, eğlence yerleri, ulaştırma hizmetleri gibi işletmelerin olmadığı yörelerde sadece çekicilik yeterli olmayabilir. Ayrıca taksi, oto kiralama servisleri, otobüs işletmeleri gibi gidilecek yerdeki ulaşım imkanları, spor aktiviteleri, seyahat acentaları, hediyelik eşya dükkanları, turizm

polisi, turizm danışma gibi diğer servislerde çekiciliği tamamlayan, turist çekici olanak ve hizmetlerdir.⁴³

1.2.4.3. Ulaşılabilirlik

Ulaşılabilirlik fiziki mesafe, zaman ve ulaşım masrafları ile ölçülür ve değerlendirilir. Bu turistik ürünün ulaşılabilirliği onun kolay ve ekonomik oluşuna bağlıdır. Yogun nüfuslu yerleşim merkezlerine yakın çekici yöreler ulaşımı en kolay ve en çok turist çeken yerdir. Karayolu, havaalanı, limanlar ve toplu taşıma araçları gibi altyapı tesisleri ile bunların büyüklüğü ulaştırma araçlarının sıklığı, güzergahları ve düzenli seferler, ulaşılabilirliği etkileyen önemli faktörlerdir.⁴⁴

Günümüzde, teknolojik gelişmenin etkisiyle ulaştırma araçlarının hız ve kapasitesi artmış, böylece ulaşım süreleri ve ulaştırma maliyetleri düşmüştür. Seyahat sürelerinin ve maliyetlerinin azalması ile konaklamaya ayrılan süre ve parasal olanaklar artmıştır. Bunun sonucunda ise daha önceleri uzaklık ve maliyet nedeniyle gidilemeyen yerlere turistik seyahatler artmıştır.⁴⁵

1.2.4.4. İmaj

Turistlerin bir yeri seçmelerindeki en önemli faktörlerden biri o yörenin imajıdır. İmaj ve deneyimlerden oluşan beklentiler, turist açısından birbiriyle yakından bağlantılı elemanlar olup, turistik ürünün soyut yanını oluşturur.⁴⁶

Bir destinasyonun olumlu ve çekici imajını çok kısa zamanda geliştirmek ve ortaya koymak mümkün olmayacağı gibi, olumsuz imaj faktörlerini de kısa vadede bertaraf etmek mümkün olmamaktadır.⁴⁷

⁴³ Özge Adan, a.g.e., 2004, s.6

⁴⁴ Esin Özkan Yürük, a.g.e., 1999, s.7

⁴⁵ Mustafa Sarkım, a.g.e., 2007, s.145.

⁴⁶ Barçın Osmonalieva, a.g.e., 2007, s. 21.

⁴⁷ Chris Cooper ve diğerleri, Tourism: Principles and Practice, 3rd Edition, Prentice Hall, Essex, 2005, s. 63

Bir yörenin iyi yöne imajının oluşumunu sağlayan değerler, kalıtlar ve doğal güzellikler değişse veya ortadan kalksa bile imaj varlığını uzun süre korur. Sadece imajını yeni oluşturmuş yörelerin değil, eski dönemlerde imaj oluşturmuş yörelerin de çekim gücü vardır.

Turist imajı oluşturulan değerlere bakarak tercihini yapar. Burada turistin tercihleri ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, gidilecek yöredeki turizm işletmelerinin ve hizmetlerin imajı da o yörenin imajı ile yakından ilgilidir.⁴⁸

1.2.4.5. Fiyat

Fiyat, turizmin dinamik etmeni olarak seyahate çıkma kararının alınmasında, seyahat süresinin belirlenmesinde, turistik ürünün seçiminde, gelir etmeni ile beraber önemli bir rol oynar.⁴⁹ Herhangi bir turizm merkezine yapılacak seyahatin bir fiyatı vardır. Bu fiyat; seyahat konaklama, var olan çekicilikler arasında kullanılan hizmetlerin toplamıdır.

Turistik talebi belirleyen en önemli faktörlerden biri fiyattır. Genel olarak günümüz turist tipi, genelde bütçesi ve zamanı sınırlı olan, en az maliyetle en fazla tatmini sağlamaya çalışan bir tiptir. Bu yüzden turistik ürünün fiyatında meydana gelen dalgalanmalar turizm talebini önemli ölçüde etkilemektedir.⁵⁰

Fiyat faktörü, her ne kadar turistin kişisel bütçesinde ve tatil yerindeki günlük harcamalarında etkiliyse de tatil yerinin seçiminde alışkanlıklar, psikolojik etkenler, taklitçilik, moda ve reklâm gibi faktörler fiyatın etkinliğini azaltır. Fiyat, turizmin dinamik faktörü olarak seyahate çıkma kararının alınmasında, seyahat türünün, yerinin ve süresinin saptanmasında gelir faktörü ile birlikte önemli rol oynar.⁵¹

⁴⁸ İlham Jafarov, **Azerbaycan'ın Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Turistik Ürünün Politikası**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2003, s.36

⁴⁹ Hasan Olalı ve Alp Timur, a.g.e., 1988, s.245.

⁵⁰ Mustafa Sarkım, a.g.e., 2007, s. 146.

⁵¹ Hasan Olalı ve Alp Timur, a.g.e., 1988, s.245.

1.2.5. Turistik Ürünün Oluşumu

Turistik ürün oluşmasını esas itibariyle bir mekana bağımlı olarak tamamlar yada bir mekanda kendilerini hissettirir veya gösterir.⁵²

Turizm ve turistik ürün temelinde bir hizmettir. Turizmde ürün ve olanaklar geçici bir süre ve belli amaç için turistin kullanımına verilir. Bu durum turistin seyahat süreci içerisinde kullandığı ürüne sahip olmadığı anlamına gelir. Turist bu ürünleri kiralar ve belli bir zaman sürecinde kullanır veya tüketir. Konaklama, ulaşım ve seyahat gibi tür, nitelik ve yer açısından farklı fakat birbirini tamamlayıcı işletmeler tarafından hizmetlerin toplamı turist için tek bir ürün (paket) olarak nitelendirilir. Başka bir ifade ile bir ülkenin turizm kaynakları tek başına turizm talebi yaratamayabilir. Kaynaklar turizm için ön koşul olmakla birlikte yeterli değildir. Turizm kaynakları altyapı ile birlikte oluşturulan fiziki üstyapı ve işletmeler tarafından işlenir, kullanılır. Altyapı turizm kaynaklarının işlenmesi için gerekli ortamı yaratır. Üstyapı, turistin tüketeceği ürünler için olanak sağlar. Organizasyon kaynakların turist tarafından kullanımı ve tüketimi için vazgeçilmez unsurlardır.⁵³

Turistik ürünün oluşabilmesi için belli işlevlerin ve özellikleri içermesi gerektirmektedir. Bu işlevleri şu şekilde özetlenebilir:⁵⁴

- a) Turistik ürünü tatil boyunca turistin birincil gereksinimlerini (fizyolojik ve güvenlik gereksinimleri) hesaba katmalıdır.
- b) Turistik ürün, turistin gerçek ve çağdaş bir anlamda (aynı zamanda eğlenmesine fırsat verecek biçimde) dinlenmesini sağlayacak (daha çok ikincil gereksinimlerini giderecek) Turistik ürün ulaştırma işlevini kesinlikle içermelidir.
- c) doğal ya da kültürel özellikli çekici ve dinamik öğeleri içermelidir.

⁵² Savaş Ürger, a.g.e., 1992, s.165.

⁵³ Barçın Osmonalieva, a.g.e., 2007, s. 22.

⁵⁴ Özge Adan, a.g.e., 2004, s.25.

- d) Turistik ürün içeriği hakkında tüketicisine ayrıntılı bilgi vermelidir. Bu bilgi, genellikle ürünü oluşturan parçalar; bu parçaların yerleri, konumu ve kullanma yada tüketim biçimleri ile kullanım zamanlamasını kapsayan bir programdır.

Yeni bir turistik ürünün ilk piyasaya sunumu; bilinmeyen belirsizlikler ve çoğunlukla hesaplanması olanaksız olan risklerle doludur. Her ürünün bir yaşam düzlemi oluşturulmalı ve belli yaşam dönemleri içinde ele alınmalıdır. Yeni bir turistik ürünü piyasaya sunmadan önce turistik ürünün her dönemde, hem bu ürüne olan talebi hem de bu talebin istikrarını sağlayacak çalışmalar yapılmalıdır.⁵⁵

1.3. TURİSTİK ÜRÜN POLİTİKASI

Turistik ürün politikası, turistik ürünü belirlemeye yardımcı olan tüm faaliyetleri içermektedir.⁵⁶ Doğal, tarihi ve sosyal faktörler turistik ürünü sunan kamu ve özel sektör işletmeleri, turistik ürünün marka ve imajı gibi faktörler turistik ürün politikasını oluşturur ve bunlar arasında bir işbirliği gerektirir.

Turistik ürün politikası farklı elemanlardan oluşur:⁵⁷

- | | |
|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 1. Turistik ürünü oluşturan temel faktörler | - Orijinal doğal faktörler
- Tarihi faktörler
- Sosyal faktörler |
| 2. Turistik ürünü sunanlar | - Kamu teşekkülleri
- Özel teşebbüsler
- Karma teşekküller |

⁵⁵ Victor Middleton T. C., **Marketing in Travel and Tourism**, Butterworth-Heinemann, Oxford, 1988, s.81.

⁵⁶ Hasan Olalı ve Alp Timur, a.g.e., 1988, s.425.

⁵⁷ Hasan Olalı ve Alp Timur, a.g.e., 1988, s.425.

- | | |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| 3. Turistik ürünü oluşturan faktörlerin gelişimi | - Büyüme
- Planlama
- Bütünleşmeye olan eğilim |
| 4. Yatırımlar ve karlılık | - Kamu yatırımları
- Karlılık kavramı |
| 5. Marka ve imaj | - Turistik marka
- Turistik imajın belirlenmesi |
| 6. Turistik ürünün yaratılması | - Genel anlayış
- Muteva (İçerik)
- Mal ve hizmetlerin yaratılması |
| 7. Ürünün uyumu | - Çok uyumlu faktörler
- Az uyumlu faktörler |

Turistik ürün politikasını oluşturan bu elemanlar her bir turistik ülke, bölge ya da yöre için farklılık gösterebilir. Bunun nedeni her bir ülke ya da yörenin sahip olduğu turistik arz potansiyelinin ve sosyo-kültürel yapısının farklı olmasıdır. Bu elemanlar uygun bir strateji ve planlama süreci sonunda turistik ürün politikasını oluşturmaktadır.⁵⁸

1.3.1. Turistik Ürün Çeşitlendirilmesi

Birbirinden şekli ve ismi ile ayrılan her ürün bir çeşittir. Çeşitli turistik ürünler, bir bütün olarak turistik ürünü oluştururlar. Turistik ürün çeşitlendirme ile turizm piyasasına arz edilen turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi ifade edilmektedir. Ürün çeşitlendirme, ülkenin satışa sunduğu turistik ürünlerin sayısında ya da çeşidinde yapılan eklemeleri ya da çıkarmaları ifade eden bir kavramdır. Var olan

⁵⁸ Mustafa Srkı, a.g.e., 2007, s.178.

ürünlerin terk edilmeden yeni bir ürün oluşturma çabasına girilmesi ürün çeşitlendirmenin ana ilkesidir.⁵⁹

Mikro düzeyde turistik işletmeler ürün çeşitlendirme kapsamında sunmuş oldukları ürünlerin yanında turistik talebi harekete geçiren yeni ürünler oluşturmaya çalışırlar. Örneğin, otel olarak faaliyet gösteren bir turistik işletme, yeni yatırımlar gerçekleştirerek spor alanları, golf sahaları, gazino ve benzeri farklı hizmetler sunmaya başlayarak hizmetlerini farklılaştırabilir. Bu sayede pazarını genişleten işletme, farklı tipteki müşteri taleplerini karşılayarak değişen piyasa şartlarında rekabet olanaklarını artırmış olur.

Makro düzeyde ürün çeşitlendirme, mikro düzeydeki ürün çeşitlendirmeden daha farklı amaçları öngörür. Sosyal bir kurum olan devlet herhangi bir gelişimde bulunurken, olayın sadece ekonomik boyutu ile değil, sosyal boyutu ile de değerlendirmek zorundadır. Bir ülke için dünya turizm piyasasındaki Pazar payını genişleterek, turizm gelirini artırmak ürün çeşitlendirmenin önemli sebeplerinden biri. Bunun yanında atıl durumunda bulunan kaynakların kullanımlarını daha etkin hale getirerek turizmin yararlarının bölgeler arasındaki dağılımını sağlamak da devlet için önemlidir.⁶⁰

Turistik ürün çeşitlendirmesi günümüz turizm işletmeleri, turistik yöre ya da bölgeleri için kaçınılmaz bir durumdur. Turistik ürün çeşitlendirmesi kavramı; bir turistik ülke, bölge ya da yörenin artan rekabet ortamında ve sürekli değişen tüketici tercihleri karşısında mevcut durumunu korumak ya da daha iyi bir konuma gelmek, daha çok gelir elde etmek, rakiplerine karşı avantajlar elde etmek için mevcut turistik ürünlerine yenilerini eklemek, yeni ürünler geliştirmek olarak belirtilebilir.

Eğer bir ülke mevcut pazarını genişletme veya pazardaki belirsizliğin ypl açtığı sorunları gidermek istiyorsa, turistik ürün çeşitlerini artırmalıdır. Uluslararası turizm pazarında aynı turistik ürünü sunan rakip ülkelere karşı rekabet üstünlüğü

⁵⁹ Mustafa Sarkım, a.g.e., 2007, s. 157.

⁶⁰ Alp Timur, Turistik Ürün Politikaları, Yayınlanmamış Doktora Ders Notları, 2006.

sağlayabilmek için turistik ürün çeşitlendirmesine gidilebilir. Çeşitlendirilen ürünler, mevcut müşterilerin talep şiddetini artırdığı gibi yeni müşterileri çekmesi bakımından da caziptir. Ürün çeşitlendirmek yeni Pazar bölümlerine girmek demektir.⁶¹

1.3.2 Turistik Ürün Çeşitlendirme Önemi

Günümüzde yaşanan ekonomik, sosyal, politik ve teknolojik gelişmeler turistlerin istek ve ihtiyaçlarını da değiştirmiştir. Dünya turizmindeki gelişme eğilimi ile standart turist tipinin ve turist beklentilerinin değişmesi turistik ürünlerde çeşitlenmeye gidilmesini gerekli kılmıştır. Turistik talep, gelir düzeyinin artması, boş zamanın artması ve ilerleyen teknoloji ile birlikte farklı alanlara yönelmeye başlamıştır. Farklı çekici özelliklere sahip destinasyonlar ve turizm faaliyetleri gün geçtikçe daha çok tercih edilir olmuştur. Dolayısıyla değişen turistik talebe ve artan turist beklentilerine cevap verebilmek için turistik ürün çeşitlendirmesi bir çözüm olarak görülmektedir. O nedenle, doğal ve beşeri turistik arz verilerinin en optimal ve de bilinçli bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir.⁶²

Geçmiş yıllarda turizmin gereksinimlerinin karşılayacak şekilde turizm arzının artırılması hedef olarak kabul görmüşken, günümüzde başarılı bir turizm politikası için turistik ürün çeşitlendirilmesi ürünün kalitesi, ve ürünün toplum tarafından üretilmesi önem kazanmıştır.⁶³

Yerli ve yabancı turistlerin artan turistik ihtiyaçlarına yeterli düzeyde cevap verebilmek açısından turistik ürün çeşitlendirme önemlidir. O nedenle, doğal ve beşeri turistik arz verilerinin dengeli ve dikkatlice mümkün olduğu kadar turizm piyasasında değerlendirilmeleri gerekir.

Turizmde ürün çeşitlendirme, ülke istihdam artışı da sağlar, bu ülke ekonomisine turizm gibi emek-yoğun üretim tekniğiyle katkıda bulunan bir sektörün,

⁶¹ Esin Özkan Yürük, a.g.e., 1999, s.31.

⁶² Gökçe Özdemir, **Bir Turistik Ürün Çeşidi Olarak Yat Turizmi ve Bodrum-Antalya Güzergahında Yat Turizmin Mevcut Durumu**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2003 10.

⁶³ İlham Jafarov, a.g.e., 2003, s.38.

gelişen ülkelerde önemli bir sorun olan istihdam sorununu çözmeye yönelik önemli bir katkısını ifade eder. Ayrıca çeşitlendirme ile bireysel gelir artışı ve başka yörelerin de turizm gelirlerinden pay almaları sağlanmış olacaktır.

Çeşitlendirme, bir ülke turizminin gelişmişlik düzeyini göstermesi açısından önem taşır. Gelişmiş ülkeler yeni turizm türleri oluşturma yönündeki iç dinamik çok güçlü olduğundan çeşitlendirmeyi daha rahat koşullarla sağlarlar.

Çeşitlendirme, potansiyel turistik verilerin değerlendirilmesi, ürün çeşitliliğinin sağlanması bakımından yeni yatırımcıları turizm piyasasına çeker. Bu ise, turizmin dinamik bir yapı kazanması ve gelişmesi açısından önemlidir.⁶⁴

1.5.3. Ürün Çeşitlendirme Politikası

Turistik ürün politikası, turistik ürünün özelliklerini belirlemeye yardımcı olan tüm faaliyetleri ifade eder.⁶⁵ Turistik ürün çeşitlendirme politikası ise, özellikle potansiyel turistik arz verilerinin turizme kazandırılması amacı ile gerçekleştirilen faaliyetleri ifade etmektedir. Turistik ürün çeşitlendirmesine gidilirken, söz konusu arz verilerinin tek başına talep yaratıp yaratamayacağını, diğer bir ifade ile arz verilerinin ne ölçüde çekim gücü yaratacağının tahminleşmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra, turistik ürün çeşitlendirmesinde tüm verilerin (konaklama, yeme-içme, alış-veriş ünitelerinin) yeniden oluşturulması gerekmektedir.

Turistik ürün çeşitlendirme politikasına olan ihtiyaç aslında turizm olayının içerdiği özelliklerden dolayı ortaya çıkar. Öncelikle turizm, ancak kamu yönetimi tarafından düzenlenebilecek ve koordine edilebilecek boyutta dev bir ekonomik ve sosyal bir faaliyettir. Turizm sektörün büyük altyapı ihtiyacı yaratması, zorunlu kıldığı büyük ve sabit sermaye yatırımları devlet desteğini yardımını ve katkısını gerektirmektedir. Ayrıca turizm sektörünün diğer sektörlerle olan ilişkisi ve sektöre bağlı sorunları devlet müdahalesini zorunlu kılar. Bu nedenle turistik ürün

⁶⁴ Barçın Osmonaliev, a.g.e., 2007, s.26.

⁶⁵ Hasan Olalı va Alp Timur, a.g.e., 1988, s.425.

çeşitlendirme politikası yaratma ve uygulama sürecinde kamu kuruluşlarının önemi büyüktür.⁶⁶

Turizmin günümüzde giderek bireysel bir nitelik kazanması, turistik ürün çeşitlendirmesine gidilirken kişilik özelliklerinin de dikkate alınmasını gerektirmektedir. Çünkü farklı kişilik özelliklerine sahip olan kişiler, farklı çekiciliklerin olduğu ülke ya da bölgeyi tercih etmektedir.⁶⁷

Turizm politikası ve turistik ürün politikasının oluşturulmasında kamu önemli bir rol üstlenmelidir. Çünkü turizm, ülkeyi ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel açılardan etkilemektedir. Turizm politikası belirlenmeden, gerekli hukuki ve yasal çerçeve oluşturulmadan sektörün kontrolü özel işletmelere bırakılırsa turizmin birçok olumsuz etkisi ortaya çıkar. Yalnızca kâr etmeyi hedefleyen, sosyal ve çevresel amaçlar taşımayan turistik işletmelerin faaliyetleri turizmin geleceği açısından önemli sorunlar ortaya çıkarabilir.

⁶⁶ Alp Timur, Turistik Ürün Politikaları, Yayınlanmamış Doktora Ders Notları, 2005.

⁶⁷ Zehra Ege, **Bir Rekreasyon Türü Olarak Av Turizmi ve Türkiye’de Av Turizminin Geliştirilmesi İle İlgili Bir Model Önerisi**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), DEÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 1996, s.34.

İKİNCİ BÖLÜM

KAZAKİSTAN VE BURABAY BÖLGESİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

2.1. KAZAKİSTAN HAKKINDA GENEL BİLGİLER

25 Ekim 1990 tarihinde egemenliğini, 16 Aralık 1991 tarihinde de bağımsızlığını ilan eden Kazakistan Cumhuriyeti 46⁰-87⁰ doğu enlemi ile 40⁰-56⁰ kuzey boylamı arasında Orta Asya'nın geniş bozkırlarında⁶⁸, Avrasya kıtasının tam ortasında yer almaktadır⁶⁹. 2 724 900 km² ilk yüzölçümüne sahip olan Kazakistan, doğudan batıya 3 000 km, kuzeyden güneye 1 700 km uzamaktadır. Sahip olduğu bu geniş coğrafyası ile Kazakistan toprak genişliği yönünden dünyanın dokuzuncu, eski Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) ülkelerinin en büyük ikinci ülkesidir⁷⁰.

Kazakistan Cumhuriyeti'nin sınır komşularını, kuzey ve kuzeybatısında Rusya Federasyonu (6 467 km), doğusunda Çin Halk Cumhuriyeti (1 460 km), güneyinde ise Kırgızistan (980 km), Özbekistan (2 300 km) ve Türkmenistan (380 km) gibi Orta Asya ülkeleri oluşturmaktadır. Ülke sınırlarının toplam uzunluğu ise, batısında Hazar Denizi ile olan 600 km'lik sınırı dahil olmak üzere 12 187 km'dir⁷¹.

Kazakistan'ın başkenti 1929 yılında Kızılorda'dan Almatı'ya⁷² ve daha sonra 10 Aralık 1997'de ülkenin tam ortasında yer alan ve daha önce adı Akmola olan

⁶⁸ Mehmet Saray, **Kazak Türkleri Tarihi**, "Kazakların Uyanışı", Nesil Matbaacılık, İstanbul, 1993, s.7.

⁶⁹ Taldıkorgan, "Karta Kazakhstana", <http://www.taldyk.central.kz>, Erişim: 12.11.2009

⁷⁰ Abdijappar Abdakimov, İstoriya Kazakhstana, Kazakistan Yayınevi, Almatu,2003, s.16

⁷¹ K.C. Ankara Büyükelçiliği, <http://www.kazakhstan.org.tr>, Erişim 12.11.2009

⁷² Rona Tunalı, **Kazakistan**, İstanbul Ticaret Odası Yayını: İstanbul, 1992, s.10.

Astana'ya taşındı. Bugün Ülkenin Başkenti olan 639 311 nüfuslu Astana⁷³, Almatı'nın 1 150 km kuzybatısında yer almaktadır⁷⁴.

2.1.1. Coğrafi Konum ve Yapı

Ülkenin doğu ve güneydoğusundaki dağlık olan tarafa bırakılacak olursa, Kazakistan'ın büyük kısmı ovalık ve bozkırlardan meydana gelmektedir⁷⁵. Doğudaki Altay Dağları güneydoğudaki Tiyan-Şan (Tanrı Dağları) ve onun uzantıları Jongar-Alatau ve Saur-Tarbagatay ülkenin en büyük dağlarını oluşturmaktadır⁷⁶. Kazakistan'ın en yüksek noktası, 7 010 metre yükseklikte Tiyan-Şan Dağları'ndaki Han Tengri zirvesidir⁷⁷. En alçak yeri ise -132 metreyle Batı Kazakistan'daki Karakıya Çukuru'dur. Genel olarak ülkenin en alçak bölgesini Hazar Denizi sahillerindeki topraklar teşkil etmektedir. Kazakistan'ın % 7'sini ormanlar, % 4'ünü dağlar, % 26'sını ekilebilir alanlar, % 23'ünü bozkır, % 40'nı da çöl görünümülü topraklar oluşturmaktadır⁷⁸.

Kazakistan'ın okyanuslardan uzak kalması ve deniz tesirini iç kısımlara girmesini engelleyen büyük dağların olması, Kazakistan iklimini sert kırsal kara iklim yapmaktadır. Ülke genelinde yaz ve kış ayları arasında ısı farkı çok büyüktür. Yazın ortalama hava sıcaklığı kuzey bölgelerinde +20 derece, güney bölgelerinde ise +30 derecedir. Kışın ortalama hava sıcaklığı ise kuzey bölgelerinde -20 ile -35 derece, güney bölgelerinde ise -4 ile -15 derece aralığındadır. Yıllık metrekareye düşen yağış miktarı ortalama 250-350 m³'tür⁷⁹.

Kazakistan'da 85 022 akarsu bulunmaktadır, 8 000 tanesinin uzunluğu 10 km'yi geçmektedir. Bunların büyük bölümü, Hazar Denizi (sahası 374 000 km²,

⁷³ Kazakistan Cumhuriyetinin Başkenti Astanan'ın Resmi Sitesi, <http://www.astana.kz/index.php?option=com&task=view&id=6544&itemid=814>, Erişim: 12.11.2009

⁷⁴ K.C. Ankara Büyükelçiliği, <http://www.kazakhstan.org.tr>, Erişim 12.11.2009

⁷⁵ Mehmet Saray: a.g.e., s.7.

⁷⁶ T.C. Başbakanlığı Dış Ticaret Müsteşarlığı İGEME, Kazakistan Ülke Raporu, 2009, s.2

⁷⁷ Kazatour, "Alpinizm" <http://www.yassawi.kz/kaztour/alpinism.htm>, Erişim: 11.11.2009

⁷⁸ K.C. Ankara Büyükelçiliği, <http://www.kazakhstan.org.tr>, Erişim 12.11.2009

⁷⁹ Milli Ansiklopedi, **Kazakistan**, 5.cilt, Almatı 2003, s 253

dünyanın en büyük tuz gölüdür (kıyı şeridinin 2 430 km'si Kazakistan sınırlarındadır), Aral Denizi (sahası 46 064 km²) ve Balkaş Gölü (sahası 18 002 km²) su toplama havzalarında yer almaktadır. Ayrıca Kazakistan 48 000 civarında büyük ve küçük göllere sahiptir. Ülkeyi boydan boya geçen başlıca akarsular Ertis (Kazakistan toprakları dahilinde uzunluğu 1700 km), Esil (1 400 km), Sırderya (1 400 km) ve Ural/ Jayık (1 082 km)⁸⁰.

Kazakistan'da yaklaşık 6 500 çeşit bitki yetişmektedir. Kazakistan'a özgü 158 cins memeli, 485 cins kuş ve 150 cins balık türü vardır. Birçok değişik türde besin hayvanı cinsi, av kuşu cinsleri ve nadir hayvanlar türü vardır. 70'ten fazla bitki ve 129'dan fazla hayvan türü ve alttürleri "Kazakistan'ın Kırmızı Kitabı'nda" koruma altındaki türler olarak kayıtlıdır. Onlar dokuz doğal koruma alanında korunmaktadır: Aksu Jabaglı, Almatı, Alaköl, Korgaljin, Batı Kazakistan, Barsakelmes, Üstyurt, Nauruzım ve Markaköl⁸¹.

2.1.2. Tarih

Kazakistan Cumhuriyeti'nin asıl halkının oluşturan ve tarihi yurtları Doğu Türkistan' da en büyük ikinci Türk topluluğu olarak Kazaklar, Orta Asya'nın eski Türk uluslarından biridir⁸², çeşitli Türk boylarının birleşmesi ve gelişmesi neticesinde ortaya çıkmıştır. 10. ve 16. yüzyıllar arasında isimlerini muhafaza etmekte olan Sak, Üysün, Alan, Kıpçak, Kanglı, Dulat, Argın, Nayman ve Kerey gibi kadim Türk boyları zaman içerisinde Kazakları oluşturmuşlardır⁸³.

Kazak adının ya da tabirinin anlamının ne olduğu meselesine gelince; bu konuda, uzmanlar arasında tam bir görüş birliğinin olduğunu söylemek zordur. Genel olarak Kazak adı, "hür, bağımsız, serbest, bekar, mert, yiğit, heybetli, cesur, güçlü,

⁸⁰ Milli Ansiklopedi, a.g.e., 5 cilt, s256

⁸¹ Milli Ansiklopedi, a.g.e., 5. cilt, s.260

⁸² Kayyum Kesici, **Dün, Bugün ve Hdeftteki Kazakistan**, IQ Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, 2003, s. 17

⁸³ Akseleu Seydimbek, **Kazak Alemi**, Almatı, 1997, s.62

kendi başına buyruk” manalarına gelmektedir⁸⁴. Kazak Türkçesi ise Tatar, Başkurt, Nogay, Kırgız gibi Kuzey-Batu (Kıpçak) ürk şiveleri grubunda yer almaktadır⁸⁵.

Bugünkü Kazakistan topraklarında M.Ö. 8. ve 3. Yüzyıllar arasında, ülkenin güney, doğu ve orta kesimlerinde Sakların; batı ve kuzeyinde Savromatlar’ın daha sonra Sarmlatlar’ın yaşadığı görülmektedir. Herodot, Sakları “Asya İskitleri” olarak adlandırmıştır. Sakların yanı sıra, Kazakistan topraklarında tarih boyunca Hun, Göktürk, Karluk, Karahanlılar gibi birçok kağanlık, imparatorluk ve devlet kurulmuştur⁸⁶.

Kazaklar’ın tarih sahnesinde rol oynamaya başlaması özbek hanları dönemine rastlamaktadır. Abulhayır Han’ın (1412-1468) idaresi altında bulunan Özbek boylarının kendi aralarında çıkan sürtüşmeler yüzünden, bir kısmı Barak Han’ın (1425- 1427) oğulları Kerey ile Canibek idaresinde, doğuya doğru göç ederek oraya yerleşmişlerdir. Daha sonra bunları diğer bazı boylar izlemiş ve Kazak Türk birliği ile bir milyonluk bir kütle haline gelmiştir⁸⁷. Bu olaylar Kazak Hanlığının kurulması yolundaki ilk adım olmuştur. Başlangıçta Kazak Hanlığı’nın toprakları batı Yedisu havaisi, Çu ve Talas nehirlerinin olduğu bölgeleri kapsıyordu. Tarihî kaynaklarda ise Kazakistan kelimesi ilk defa 17. asırda bu bölgeler için kullanıldı . 1480’de Canibek Han’ın ölümünden sonra sırayla tahta çıkan halefleri Murunduk Han (1480-1511) ve Kasım Han (1511-1523) zamanlarında Kazak Hanlığının gücü artarak, Orta Asya bozkırlarının kuvvetli devleti haline geldi. Kazak Hanlığının merkezi başlangıçta Sırderya nehri boyundaki Sıgnak şehriydi. Daha sonra Ahmet Yesevi Hazretlerinin türbesinin bulunduğu Türkistan şehri ele geçtikten sonra, bu şehir başkent oldu ve Kazak Hanları ülkeyi buradaki Ak Saray’da oturarak idare ettiler . Kazakların dirayetli hanı Kasım’dan sonra yerine gelen Mamaş (1523), Tahir (1523-1533) ve Buydaş (1533-1538) hanlığın gücünü korumakta başarı sağlayamadılar.

⁸⁴ Kayyum Kesici, **Dün, Bugün ve Hdefteki Kazakistan**, IQ Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, 2003, s.18-21

⁸⁵ T.C. Dışişleri Bakanlığı, **Kazakistan Ülke Raporu**, Genişletilmiş 4.Baskı, TİKA Yayınlar, Ankara, 1993, s.3

⁸⁶ Kayyum Kesici, **Dün, Bugün ve Hdefteki Kazakistan**, IQ Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, 2003, s. 24-28

⁸⁷ TOBB, **Kazakistanda Tarım ve Tarıma Dayalı sanayinin Yapısı ve Türkiye ile İlişkileri Açısından Değerlendirilmesi**, TOBB Yayını, Ankara, 1996, s.7

Hanlık "Ulu Cüz", "Orta Cüz" ve "Küçük Cüz" olarak üçe bölündü. Cüzlerin bölünmesi coğrafi bölge ve boylara göre gerçekleşti. Buydaş Han'dan sonra tahta çıkan Kasım Han'ın oğlu Haknazar Han (1538-1580) Kazak Devletinde babasının ölümünden sonra ortaya çıkan 15 yıllık fetret devrinin zararlı sonuçlarını düzeltmekte büyük başarı sağladı. 42 Yıllık saltanatıyla Kazak Hanlığı tahtında en uzun süre oturan han sıfatını alacak olan Haknazar, evvela Cüzler arasında bir birlik tesis etti. Böylece Tahir ve Buydaş Hanlar devrinde Hanlığın parçalanan siyasi otoritesini yeniden eski haline getirdi. Hatta Kırgızları da idaresi altına alarak, Kazak ve Kırgızların Hanı ünvanına da sahip oldu . Haknazar'dan sonra tahta çıkan Tahir Han'ın torunu Şıgay Han (1580-1582) ve Tauekel Han (1586-1598) devirlerinde Kazak Hanlığı gücünü muhafaza etti. Fakat 17. yüzyılda Hanlık gücünü kaybetmeye başladı. Bu yüzyılın sonlarından itibaren Kazaklara zaman zaman saldırılar düzenleyen Oyratlar (Cungarlar) 18.yüzyılın başında hücumlarını arttırdılar⁸⁸.

18. yüzyıllarda Oyrat (Cungar) Devleti'nin istilasıyla iyice zayıflayan Kazak Hanlığı, Rus yayılması tehlikesi ile karşılaştı. Oyrat Devleti'nin tehditlerine karşı Ruslardan yardım istemeleri ise, Kazakların kendi aralarında bölünmüş olmalarının bir donucuydu. 1822 yılına gelindiğinde ise Ruslar, tüm Cüzleri egemenlikleri altına almış ve bütün Kazakistan'ı ele geçirmişleridr. Daha sonar 1917'de Çarlık Rusya'nın yıkılmasıyla Kazakistan toprakları da yeni kurulan Sovyet Birliğine dahil olmuştur. 1936 yılında ülkenin adı "Kazak Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti" olarak değiştirilmiştir. Böylece yaklaşık 70 yıl Sovyetler Birliğinde bulunan Kazaklar, 25 Ekim 1990 yılında bağımsızlıklarını ilan ederek tarih sahnesinde "Kazakistan Cumhuriyeti" adıyla yeniden yerini alan genç bit ülkedir⁸⁹.

2.1.3. Nüfus ve Demografik Yapı

Kazakistan yüzölçümü itibariyle dünyada sayılı coğrafi büyüklüğe sahip olan ülkelere birisi olmasına rağmen, nüfus sayısı sadece 16 milyon civarındadır. Kazakistanda genel nüfus sayımı 10 yılda bir kez yapılmakta olup, Kazakistan

⁸⁸ K.C.Ankara Büyükelçiliği, <http://www.kazakhstan.org.tr> , Erişim12.11.2009

⁸⁹ Abdjappar Abdakimov, a.g.e., s.319

İstatistik Acentası'nın 2009 yılında yaptığı sayımının verilerine göre 15 776 942 kişidir⁹⁰.

Kazakistan nüfusunun en büyük özelliği, etnik yapısının çok farklı olmasıdır. Günümüzde ülkede 120 değişik milletten insan yaşamakta olup, Kazakların yanı sıra toplam nüfus içinde Rus ve Slav kökenli ulusların halen belirgin bir ağırlığı olduğu görülmektedir. Genel olarak ülke nüfusunun etnik yapısı 9 540 806 (% 60.4) Kazak, 3 869 661 (% 24.5) Rus, 463 381 (% 2.9) Özbek, 422 680 (% 2.6) Ukraynalı, 241 946 (% 1.5) Uygur, 226 803 (%1.43) Tatar, 220 975 (% 1.4) Alman ve 790 240 (% 5) diğer milletlerden oluşmaktadır⁹¹. Kazakistan nüfusunun böyle değişik etnik gruplardan meydana gelmesi, 1926-1941 yılları arasında Kolhozlaşmanın sebep olduğu göç ve ölüm ile Rusların ülkeye gayri hukuki olarak Rus göçmeni iskan etmeleri ve Kazakistan'I diğer milletler için bir nevi sürgün yeri olarak kullanmasından kaynaklanmaktadır⁹².

2.1.4. Siyasal ve İdari Yapı

1990 yılında bağımsızlığını ilan eden Kazakistan, Sovyetler Birliğinden ayrılmış ve 1991 yılında bağımsız Devletler Topluluğu'na (BDT) katılmıştır. 16 Aralık 1991'de Yüksek Meclis "Kazakistan Cumhuriyetinin Milli Bağımsızlığı" anayasal belgesini kabul etti ve Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev imzaladı. 4 Aralık 2005 tarihinde yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimleri ile Nursultan Abişulı Nazarbayev, Cumhurbaşkanlığına 7 yıllık süre için yeniden seçilmiştir⁹³.

Kazakistan, Cumhurbaşkanlığı idari şeklindeki üniter devlettir. Temel kanun-Anayasadır. Devletin başı- Cumhurbaşkanı'dır. Ülke, 1995 yılında Kabul etmiş olduğu Anayasa ile yönetilmekte ve 1994 yılı itibariyle de çok partili rejimi uygulamaktadır. Parlamento, Kazakistan'ın en yüksek yasama organıdır. Ülke

⁹⁰ Kazakistan İstatistik Acentası, **Regionı Kazakhstana**, Astana, 2009, s.5

⁹¹ Kazakistan İstatistik Acentası, <http://www.stat.kz/DIGITAL/NASELENIE/Pages/default.aspx> , Erişim 14.11.2009

⁹² Mehmet Saray, a.g.e., s.10

⁹³ Abdijappar Abdakimov, a.g.e., s.345

Parlamentosu, Senato ve meclis olmak üzere iki kanattan oluşmakta ve her alanda yeni yasal düzenlemeleri gerçekleştirmektedir⁹⁴. Meclis kanadının üye sayısı 77'dir. Parlamento'nun iki kanadının da görev süresi 4 yıl iken son anayasa değişikliğiyle Meclis'in görev süresi 5 yıla, Senato'nun görev süresi ise 6 yıla çıkarılmıştır. Senato, her eyalet ve eski başkent Almatı'da bulunan yerel temsili organlar tarafından seçilen ikişer senatörden meydana gelmektedir. 7 senatör ise Cumhurbaşkanı tarafından atanmaktadır. Millet Meclisi ülkenin idari-bölgesel bölünmesine uygun olarak oluşturulan seçim çevrelerinde eşit sayıda seçmen tarafından seçilen 67 üyeden oluşmaktadır. Son anayasa değişikliğiyle üye sayısı 77'ye çıkarılmıştır. Bu değişiklik 19 Eylül 2004 seçimleri itibariye uygulamaya konulmuştur⁹⁵.

Kazakistan, Almatı ve Astana dahil, ayrı yönetim yapılarına sahip 14 idari bölgeye (Akmola, Aktöbe, Almatı, Atırâu, Batı Kazakistan, Doğu Kazakistan, Güney Kazakistan, Jambıl, Karagandı, Kızılorda, Kostanai, Kuzey Kazakistan, Mangıstau, Pavlodar) bölünmektedir. Bölgesel yönetimin idarecisi olan Valiler de, Cumhurbaşkanı tarafından atanmaktadır⁹⁶.

Kazakistan'nın resmi dili- Kazakça, yanı sıra Rusça yaygın olarak kullanılmakta. Para birimi- Tenge. Ülkede halkın % 47 müslüman, % 44 ortodoks, % 2 protestan ve % 7 diğer dinlerin inancındadır⁹⁷.

2.1.5. Ekonomik Durumu

Bugün Kazakistan, Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ülkeleri arasında son yıllarda en yüksek ekonomik performansı sergileyen ülke olduğu kadar Orta Asya'nın da en serbest ekonomisine sahip ülke olarak gösterilmektedir⁹⁸. Kazakistan,

⁹⁴ K.C. Ankara Büyükelçiliği, <http://www.kazakhstan.org.tr>, Erişim: 15.11.2009

⁹⁵ T.C. Başbakanlığı Dış Ticaret Müsteşarlığı, **Kazakistan Ülke Raporu**, İGEME, 2009, s.3

⁹⁶ Mili Ansiklopedi, **Kazakhstan**, 5.cilt, Astana, 2003, s. 269

⁹⁷ T.C. Başbakanlığı Dış Ticaret Müsteşarlığı, **Kazakistan Ülke Raporu**, İGEME, 2009, s.1

⁹⁸ Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK), Kazakistan Ülke Bülteni, Şubat, 2007
http://www.deik.org.tr/Pages/TR/DEİK_BultenDetay.aspx?bDetID=101&KID=10, Erişim: 12.11.2009

büyük petrol rezervlerine ve diğer mineral ve metal kaynaklarına, geniş tarım alanlarına, kalifiye işgücüne ve önemli sanayi altyapısına sahiptir⁹⁹.

Kazakistan'ın hammadde zenginliği, ülkede hammadde üretiminin gelişmesini ve buna bağlı olarak sanayileşmesini sağlamıştır. Günümüzde Kazakistan, Orta Asya ülkeleri arasında en zengin yeraltı kaynaklarına sahip ülkedir. Yeryüzünde bilinen önemli madenlerin hemen hemen hepsine sahip bulunmaktadır¹⁰⁰. Periyodik cetveldeki 109 elementin 99'u Kazakistan'da keşfedilmiştir. Kazakistan, volfram, kurşun ve barit rezervleri açısından dünyada birinci; uranyum, krom, çinko, ve gümüş açısından ikinci, magnezyum rezervleri açısından üçüncü; bakırda dördüncü; altın ve demirde yedinci; gaz ve kömürde dokuzuncu; petrolde on üçüncü ve alüminyum kaynakları açısından on yedinci sıradadır¹⁰¹. Bu koşullar içerisinde batı ülkeler Kazakistan'da yatırım yapma konusunda büyük arzu duymaktadırlar.

Kazakistan'da tarım sektörü de önemli bir yere sahip olup, ülkede büyük çapta buğday, et ve yün üretimi yapılmaktadır. Sovyet ekonomisine ileri düzeyde entegre olan Kazakistan ekonomisi, ülkenin bağımsızlığını kazanmasını takiben eski bağlantıların ortadan kalkması nedeniyle ciddi ekonomik sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Ancak Kazakistan hükümeti tarafından uygulanan sıkı para ve maliye politikaları enflasyonu azaltarak makroekonomik istikrarı sağlarken, ekonomik mevzuatın iyileştirilmesi ve özel sektörün canlandırılması konusunda adımlar neticesinde 1996 yılından itibaren Kazakistan ekonomisi büyümeye başlamıştır¹⁰².

1998 yılındaki Rusya krizini takip eden dönemde Kazakistan, ulusal ekonomiyi güçlendirme amacıyla bir takım önlemlere başvurmuş olup, bu süreci halen devam ettirmektedir. Ekonomi politikalarında müdahaleci stratejiler izleyen Kazakistan hükümetinin temel amacı, petrol gelirlerini kullanarak ekonominin enerji dışındaki sektörlerini kalkındırmak, bu sayede ekonomide çeşitlilik sağlamak ve

⁹⁹ Meltem Duran, **Kazakistan Ülke Etüdü**, İstanbul Ticaret Odası Yayını, İstanbul 2002, s.4

¹⁰⁰ Kazakistan Türkiye İşadamları Derneği, <http://www.katiad.net/bilgi.php?id=->, Erişim: 12.11.2009

¹⁰¹ Milli Ansiklopedi, a.g.e., 5.cilt, s.278

¹⁰² Meltem Duran, a.g.e., s.10

ekonominin petrole ve dolayısıyla dünya petrol fiyatlarına aşırı bağımlılığını kırmaktır¹⁰³. Bu amaç doğrultusunda 2003 yılında açıklanan ve 2003-2015 dönemini kapsayan “endüstriyel Yenilenme ve Kalkınma Programı” ile Kazakistan GSYİH’sindeki büyümenin yıllık bazda % 8’ üzerinde tutulması ve ekonominin çeşitlendirilmesi hedeflenmektedir. Program dahilinde turizm, petrol, doğalgaz ekipmanı, gıda, tekstil, inşaat, taşımacılık ve lojistik sektörleri öncelikli sektörler olarak belirlenmiş ve yeni teknolojiler kullanılarak bu alanlarda projeler geliştirilmeye ve hayata geçirilmeye başlanmıştır¹⁰⁴.

Kazakistan’da enerji sektörüne gelen yabancı yatırım sayesinde, bu sektör hızla gelişmiştir. Şu anda ülkede sınai üretimin % 50’sini petrol ve petrol ürünleri oluşturmaktadır. Enerji sektöründeki gelişme ve ülkeye giren yabancı sermayenin artması, makroekonomik reformlarla desteklenince, Kazakistan ekonomisi 2000 yılından itibaren % 9’un üzerinde yıllık ortalama büyüme oranlarına ulaşmış ve bu performansı ile reel büyüme anlamında Çin’den sonar en hızlı büyüyen ikinci ekonomisi olmuştur¹⁰⁵. Tablo 1’de görüldüğü üzere ülkenin reel Gayri Safi Yurtiçi Hasıla’sı (GSYİH) 2003 yılında % 9.3, 2004’te % 9.6, 2005’te % 9.7, 2006’da % 10.6 olarak büyüme oranını ,ancak 2007’de % 8.9, 2008’de % 3.2, 2009’da tahminen % -1.9 olarak azalma oranını sergilemiştir.

Tablo 1: Yıllar İtibari ile GSYİH ve GSYİH Büyüme Oranı

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
GSYİH (milyar ABD \$)	30.8	43.2	57.1	80.4	104.9	134.4	102.3
Reel GSYİH Büyüme Oranı (%)	9.3	9.6	9.7	10.6	8.9	3.2	-1.9

Kaynak: T.C. Başbakanlığı Dış Ticaret Müsteşarlığı İGEME, Kazakistan Ülke Raporu, 2009

*: Tahmini

¹⁰³ Türkiye İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı, Kazakistan Ülke Raporu, s.8 <http://www.tika.gov.tr/TR/Icerik.ASP?ID=276>, Erişim: 12.11.2009

¹⁰⁴ DEİK, a.g.k., Erişim: 12.11.2009

¹⁰⁵ DEİK, a.g.k., Erişim: 12.11.2009

Tablo 2’de GSYİH’nın Sektörel Dağılımın göstermektedir. 1990’lar süresince GSYİH içinde sanayi sektörünün payı gerilemiştir. 2000 yılı itibari ile sanayi sektörü GSYİH içinde yeniden yüzde otuzlara ulaşmıştır. Bunda en önemli rolü, yatırımlarla ivme kazanan petrol sektörü oynamıştır. Günümüzde petrol, toplam sınai üretimin yarısından fazlasını oluşturmaktadır. Sanayi sektörünün GSYİH içindeki payı %39.4. 2007 yılında tarım sektörünün GSYİH’nın içindeki payı sadece % 5.8’dir. Bu oran 1992 yılında % 23’e ulaşmıştır. Üretimde giderek önem kazanan gıda sanayi ürünlerinin ihracat gelirleri içindeki payı ise düşüktür¹⁰⁶. Temel ekonomik göstergeler Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 2: GSYİH’nın Sektörel Dağılımı (%)

Sektörler	2007
Hizmet	54.8
Sanayi	39.4
Tarım	5.8

Kaynak: T.C. Başbakanlığı Dış Ticaret Müsteşarlığı İGEME, Kazakistan Ülke Raporu, 2009

Tablo 3: Temel Ekonomik Göstergeler

	2008
GSYİH (trilyon KZT)	20 026
GSYİH (milyar USD)	134.4
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (USD)	8 521
Enflasyon Oranı (%)	17
İhracat (milyar USD)	72
İthalat (milyar USD)	38.5
Ortalama Aylık Ücreti (KZT)	60 805
İşsizlik Oranı (%)	7.8
Döviz Kuru Tenge: USD (ortalama)	120.6

Kaynak: T.C. Başbakanlığı Dış Ticaret Müsteşarlığı İGEME, Kazakistan Ülke Raporu, 2009 ve Kazakistan İstatistik Acentası, “Kazahstan za Gody Nezavisimosti”, Astana, 2009

¹⁰⁶ T.C. Başbakanlığı Dış Ticaret Müsteşarlığı İGEME, Kazakistan Ülke Raporu, 2009, s.6

2.2. KAZAKİSTAN TURİZMİ

Ekonomik kalkınma yolundaki ülkeler, makro planlar vasıtasıyla sınırsız ihtiyaçlara karşılık sınırlı kaynaklar bakımından, ekonomik tercihlerini ve öncelikleri belirlemeye gayret etmektedirler. Bu durum, gelişmekte olan ülkelerin kendilerine has bünyevi durumları sebebiyle özel bir öneme sahiptir. Her ülkenin ekonomik durumu diğerine göre farklıdır ve her ülke kendine has ekonomik yapı özelliklerine sahiptir. Ancak az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde, çoğu durumlarda aynı veya benzer özellikleri görmek mümkündür. Örneğin, gelişmekte olan ülkelerin ihracatları büyük ölçüde hammadelerden meydana gelmekte ve ülkenin ihraç fiyatları üzerinde etkili bir söz hakkı bulunmamaktadır¹⁰⁷. Bu bakımdan gelişmekte olan Kazakistan için aynı sözlerin geçerli olduğunu söylemek mümkündür.

Turizm özellikle gelişmekte olan ülkeler bakımından oldukça büyük bir ihtiyaç olan döviz girdisini sağlayan, istihdam imkanlarını artıran, ülkelerarasında ortak bir yaşama biçiminin gelişmesine yardımcı olan bir faaliyet olarak kabul edilmektedir¹⁰⁸. Uzmanlar tarafından yapılan hesaplamalara göre, bir yabancı getirdiği gelirin eşdeğerini almak için dünya pazarına 9 ton kömür ya da 15 ton petrol ya da 2 ton kaliteli buğday ihraç edilmesi gerekmektedir. Ayrıca, hammadelerin satışı ülkenin yenilenmeyen kaynaklarının tüketilmesine neden olamakta, turizm endüstrisi ise sürekli kendini yenileyen kaynakları kullanmaktadır¹⁰⁹.

Kazakistan hükümetinin, bir ekonomik faaliyet olarak turizm sektörünü geliştirmeye yönelik çalışmaları bağımsızlığını ilan ettiği yıldan beri sürmekte olup, en ciddi şekilde ele alınması ise son beş altı seneyi kapsamaktadır. 2003 yılında açıklanan ve 2003-2015 dönemini kapsayan “Endüstriyel Yenilenme ve Kalkınma Programı” kapsamında ülkede gelişebilecek 23 sektörün arasında 7 sektöre öncelik verilmekte ve bu 7’sinin arasında turizm sektörü ilk sırada yer almaktadır. Bu

¹⁰⁷ Kazakistan İstatistik Acentası, **Kazahstan za Gody Nezavisimosti**, Astana, 2009, s.5

¹⁰⁸ Öcal Usta, **Genel Turizm**, Anadolu Matbaacılık, İzmir. 2002, s.62

¹⁰⁹ Alina Jusupbekova, “**Kazakistan’da Turizm sektörünün Bugünkü Durumu**”, Jelmaya-Türkiye’deki Kazak Gençlerinin Sosyo-Kültürel ve Bilimlik Dergisi, SFN Televizyon Tanıtım Tasarım Yayıncılık, Sayı 12, Ankara, 2004, s.33

programın ülke turizmindeki ilk etkileri olarak, 2004 yılında ilk defa dış aktif turizm hareketleri göstergelerinin (4.3 milyon turist) dış pasif turizm göstergelerini (3.9 milyon turist) geçtiğini, 2006 yılında ülke turizmini geliştirmeye yönelik devlet bütçesinden 1.9 milyar tenge ayrıldığını ve bu rakam 2005 yılındaki miktardan 25 kat daha fazla olduğunu göstermek mümkündür¹¹⁰. 27 Mart 2006'da turizm sektörünün gelişimini sağlamak amacıyla "Turizm ve Spor Bakanlığı"nın kurulduğunu da söylemek gerekir¹¹¹.

Ayrıca Kazakistan turizmi ile ilgili çok acil çözülmesi gereken birçok temel sorunların da bulunduğunu belirtmek gerekir. Bu sorunların başında, ülke turizmi ile ilgili yapılan araştırmaların ve sağlıklı istatistik verilerin bulunmaması gelmektedir. Bunun yanı sıra Amerikan Danışmanlık Şirketi "Austin Associates" ve Harvard Üniversitesi uzmanları Kazakistan turizminin gelişmesini engelleyen başlıca sorunlarını şöyle sıralamışlardır¹¹²;

- Kalifiye elemanların yetersizliği,
- Altyapı sorunu,
- İdari engeller,
- Tanıtım ve pazarlama eksikliği,
- Finansman sorunları.

Bu konuda Turizm ve Spor Bakanlığı, Dünya Turizm Örgütü ve bazı uluslararası danışmanlık şirketleriyle birlikte birtakım çalışmalar yapmaktadır. Bu işbirliği, ülkenin doğal, kültürel ve tarih zenginliklerinin bir envanterinin çıkarılması

¹¹⁰ Tugelbay Bakbergenov, "Kosvenno Vse Mı Turisti", Mir Puteşestviy Dergisi, Art Strike Yayını, Almatı, Ekim 2005, s.4

¹¹¹ Kazakistan Cumhurbaşkanı Resmi Sitesi, <http://www.akorda.kz/news-open?OpenForm&idno=27A316E66F037324462572610030540C&lang=kz>, Erişim, 13.11.2009

¹¹² Austin Associates, "Turistskaya Otrasl Kazakhstana Nujdayetsya v Konsolidatsii", Jaz-2005 Konferansı Bildirileri, Mir Puteşestviy Dergisi, Art Strike Yayını, Almatı, Ekim 2005, s.7

ve ülke turizmini geliştirmeye yönelik “master plan” çalışmaları gibi konuları kaęsamaktadır¹¹³

2.2.1. Kazakistan Turizminin Tarihsel Gelişimi

2.2.1.1. Sovyetler Dönemi

Kazakistan turizminin kökleri Sovyetler Birliği dönemine kadar uzanmaktadır. O dönemde seyahatler tümüyle devlet tarafından desteklenmiş olup, turizm hareketleri daha çok sosyal amaçta gerçekteşmiştir. Bu nedenle Sovyetler Birliği dönemindeki Kazakistan turizmi genelde “sosyal turizmi” adını taşımıştır. Bu turizm türü kapsamında Sovyet vatandaşları dinlenme ve başka yerlere seyahat etme, sağlık, rehabilitasyon ve güçlendirme, elverişli çevrede bulunma, tarihi ve kültürel tesisleri ziyaret etme, doğal ve kültürel kalıtları seyretme imkanlarından yararlanmıřtır¹¹⁴.

Sovyetler Birliği döneminde uluslararası turizm hareketleri çok sınırlı sayıda ve sıkı devlet kotrolü altında gerçekteşmiştir. Yabancılar, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) ülkelerini, genelde doğa güzellikleri (flora, fauna, manzara v.s.) seyretmeye değil, daha çok kültürü tanıma amacı ile ziyaret etmişlerdir. Ziyaretler sıkı kotrol altında tutlup, sadece iyi bilinen kültürel ve turistik bölgeleri (Kafkas, Kırım, Baltık Ülkeleri, Orta Asya ve Rusya'nın tarihi merkezleri) gezebilmıřlerdir¹¹⁵.

Sovyetler Birliği döneminde Kazakistan'da turizm alanında “Kazakistan Turizm ve Seyahat Konseyi”, “İnturist” ve “Sputnik” Uluslararası Gençlik Turizm

¹¹³ Kazakistan Turizm ve SporBakanlığı, http://www.mts.gov.kz/index.php?option=com_content&view=article&id=226&Itemid=40&lang=ru, Erişim: 12.11.2009

¹¹⁴ Alina Jusupbekova, a.g.e., s.32

¹¹⁵ Alina Jusupbekova, a.g.e., s.33

Bürosu faaliyet göstermiştir¹¹⁶. Tüm SSCB ülkelerinde olduğu gibi Kazakistan’ın da hemen hemen her şehrinde “İnturist” oteller grubuna ait konaklama tesisleri bulunmuştur. Ülkeye gelen yabancı turistler ise, resmi devlet tur operatörü olarak tanınan “Sputnik” tarafından getirilmiştir¹¹⁷.

2.2.1.2. Bağımsız Kazakistan Cumhuriyeti Dönemi ve Ülke Turizmini Geliştirmeye Yönelik Devlet Politikaları

Sovyetler Birliğinin dağılımından sonra Kazakistan da diğer eski SSCB ülkeleri gibi dünyada yeni bir destinasyon olarak orataya çıkmış ve bu gelişmeye bağlı olarak ülkede turizm sektörünü geliştirmeye yönelik çeşitli çalışmalar başlatılmıştır. Ancak, Sovyetler Birliği döneminde ekonomik yapının rekabetçi olmaması nedeniyle, mevcut tesisler nitelik olarak batı standartlarına göre oldukça geride kalmıştır. Sosyal güvenliğin güçlü olduğu dönemde piyasa mekanizması göz ardı edilerek yapılan oldukça büyük ölçekli şehir otelleri ve resortlar mevsimlerin kısa olması nedeniyle amortisman baskısı altında kalmış ve azalan talebin etkisiyle büyük çoğunluğu kapanmıştır¹¹⁸.

Genel olarak bağımsız Kazakistan’ın ilk dönemlerinde, ülkenin diğer ekonomi dalları gibi turizm sektörü de olumsuz ekonomik koşulların etkisinde kalmıştır. 1991-1993 yılları arasında turizmin ülke GSYİH içindeki toplam payı sürekli azalmıştır. Örneğin, 1991 yılındaki payı % 0.3 iken 1992’de % 0.09, 1993’te % 0.06 olarak gerçekleşmiştir¹¹⁹.

Kazakistan Cumhuriyeti, bağımsızlığına kavuştuğu yıllardan beri ülkenin turizm potansiyelini değerlendirmeye çalışmaktadır. Bu yönde bazı temel hukuki

¹¹⁶ E. Nikitinskiy ve V. Vuklov, “**Formirovaniye İndustrii Turizma Desyatletiya Gosudarstvennoy Nezavisimosti Kazakhstana**”, Teoriya i Metodika Fiziceskoy Kulturu Dergisi, Sayı 1, Almatı 2002, s.3

¹¹⁷ Erbol Sihimbayev, Almatı Şehrinin Turistik Arz Potansiyeli ve Alternatif Turizm Olanakları, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, DEÜ, SBE, izmir. 2001, s.27

¹¹⁸ Halil Seval ve Necdet Baştürk, “**Orta Asya’da Maesleki Turizm Eğitimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Örneği**”, İVETA Bölgesel Konferansı, 20-22 Ekim, Ankara Üniversitesi, 2003, s.119

¹¹⁹ Erbol Sihimbayev, a.g.e., s.29

normlar oluşturulmuştur. 1992 yılında ülkenin parlamentosu tarafından ilk “Turizm Kanunu” kabul edilmiştir. Kazakistan 1993 yılında Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) üyesi olmuş ve 2000 yılından beri örgütün tüm uluslararası organizasyonlarına etkin bir şekilde katılmaktadır¹²⁰. Ayrıca hükümet tarafından ülkede turizm faaliyetlerinin düzenlenmesi amacıyla bir dizi kararnameler çıkartılmıştır. 27 Şubat 1998 yılında Kazakistan Cumhurbaşkanı’nın 3850 sayılı kararnamesi ile “İpek Yolu Üzerindeki Tarihi Yerlerin Canlandırılması, Türk Cumhuriyetleri’nin Kültür Mirasının Korunması ve Turizm Altyapısının Oluşturulması” adlı devlet program kabul edilmiş ve bu program sayesinde “İpek Yolu-Kazakistan” (Şelkoviy Put-Kazakhstan) ulusal şirketi kurulmuştur. 1999 yılında “Kazakistan Turist Birliği” kurulmuş¹²¹ ve 13 Haziran 2001 yılında “Kazakistan Cumhuriyeti Turistik Faaliyetler Mevzuatı” yürürlüğe girmiştir¹²². 2-8 Ekim 2009 tarihleri arasında UNWTO iki senede bir kere geçen 18. Genel Toplantısı Astana’da geçmiştir. Toplantıda “İpek Yolu” projesine katılan ülkelerin toplantısı gerçekleşmiştir. Toplantı sonucunda “İpek Yolu” projesi ile ilgili “Astana Deklarasyonu” kabul edilcek olup, bu deklarasyon sayesinde daha çok yabancı yatırım yapılacağı düşünülmüştür¹²³.

2.2.2. Kazakistan Turizminin Mevcut Durumu

Günümüzde turizmin, dünya ekonomisinin en karlı ve dinamik sektörlerden birisi olduğunu Kabul eden Kazakistan Hükmeti, hemen hemen 10 yıl gelişigüzel gelişen ülke turizmüne sadece son zamanlarda büyük önem vermeye başlamıştır. 2006 yılında ülkede turizm sektörünün gelişimini sağlamak amacıyla “Turizm ve Spor Bakanlığı” kurulmuştur. Daha önce “Turizm ve Spor Ajansı” olarak görevini yürüten üst düzey turizm kamu örgütünün 2002 yılında “Kazakistan 2030” stratejisi

¹²⁰ Temirhan Dosmuhambetov, “Vmeste S Prirodoyu Klaster Rastim”, **Kazahstanskaya Pravda** Gazetesi, 26 Ekim, 2006, http://www.kazpravda.kz/index.php?uin=1151984397&chapter=1159218346&act=archive_date&day=26&month=9&year=2006, Erisim: 18.11.2009

¹²¹ E. Nikitinskiy ve V. Vuklov, a.g.e., s.3

¹²² Turistiçeskaya Ddeyatelnost, Zakon, Astana, 2005, s. 2

¹²³ Kazakistan Turizm ve Spor Bakanlığı, http://www.mts.gov.kz/index.php?option=com_content&view=article&id=253%3Ashelkoviy-put&catid=9%3Acatnews&Itemid=40&lang=ru, Erişim: 20.11.2009

çerçevesinde geliştirilmiş olduğu “2003-2005 Turizm Sektörünü Geliştirme Programı” sona ermiş ve 2006-2010 yıllarını kapsayan programın ikinci aşaması yürürlüğe girmiştir¹²⁴. Bu program, Kazakistan’ın turizm potansiyelini inceleyen uluslararası danışmanlık şirketleri ve Dünya Turizm Örgütü uzmanlarının değerlendirmeleri ve tavsiyeleri dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. Program, ilk önce ülkede turistik altyapının geliştirilmesi, özel ekonomil bölgelerin oluşturulması, mevcut turistik tesislerin modernizasyonu ve yeni tesislerin yapılması, dış tanıtım ve ülkenin turistik imajının geliştirilmesi gibi başlıca uygulamaları öngörmektedir¹²⁵.

Kazakistan 2000 yılında itibaren uluslararası turizm hareketlerinde yeterli olmasa da , belirli bir pay almaya başlamıştır. Fakat Kazakistan’ın sahip olduğu büyük turistik potansyele karşın, dünya genelinde ve özellikle Dünya Turizm Örgütü’nün dünya coğrafyasını turizm anlamında böldüğü beş bölgenin arasında Kazakistan’ın yer aldığı Avrupa bölgesindeki Pazar payı yok denecek kadar azdır. Dünya turizm hareketlerine baktığımızda, Dünya Turizm Örgütü’nün 2008 verilerine göre uluslararası turizm hareketlerine katılanların sayısı 922 milyon kişiye ulaşmış ve 944 milyar dolarlık bir harcama yapılmıştır¹²⁶. Bu verilerden hareketle yabancı turist açısından % 0.5 ve elde ettiği turizm geliri açısından % 0.05 düzeyinde bir paya sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Kazakistan İstatistik Acentasının 2004-2008 verilerine göre turist sayısı ile turizm geliri Tablo 4’te gösterilmektedir.

Tabloya göre Kazakistan İstatistik Acentasının son verilerinde 2008 yılında ülkeye giriş yapan yabancı ve ülke vatandaşı sayısı 9 388 207 kişi, bunlardan yabancı turist sayısı önceki seneye göre % 11.1’lik azalma göstererek 4 721 500 kişiye, iç turizme katılanların sayısı bir önceki seneye göre % 8.2’lik artışla 4 254 100 kişiyle ulaşmıştır. Tablo 5’te görüldüğü gibi yurtdışına seyahat eden ülke vatandaşlarının sayısı 5 242 643 kişi olarak bir önceki yıla göre % 33.2’lik artış göstermiştir. 2000

¹²⁴ Tugelbay Bakbergenov, a.g.e., s.4

¹²⁵ Kazakistan Turizm ve Spor Bakanlığı,

¹²⁶ UNWTO, “Worl Tourism Barometer”, Vol.7. No.2, June 2009, p.3
<http://www.unwto.org/facts/menu.html>; Erişim: 12.12.2009

yılında ülkede seyahat acentalarının sayısı 531 iken 2008 yılında 1 163'e ulaşmıştır. 2008 yılında ülke seyahat acentalarından toplam 473 946 kişi yararlanmıştır, bu sayı bir önceki seneye göre % 12.3'lik azalma göstermiştir¹²⁷.

Tablo 4: Yıllar İtibariyle Kazakistan'a Gelen Yabancı Turist Sayısı ve Turizm Geliri

Yıllar	Turist Sayısı	Turizm Geliri (milyon KZT)
2004	4 291 000	26 515.8
2005	4 365 000	35 026.2
2006	4 706 700	43 214.1
2007	5 310 600	59 182.5
2008	4 721 500	65 726.6

Kaynak: Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009, s.13, 86

Tablo 5: Kazakistan Turizmi ile İlgili Genel Göstergeler (2008)

	Toplam	Dış Aktif Turizm	Dış Psaiif Turizm	İç Turizm
Toplam (bin kişi)	14 218.2	4 721.5	5 242.6	4 254.1
Seyahat Acentalarının Aracılık Hizmetinden Yararlananlar Sayısı (toplam 1 163 Acenta)	473.9	37.9	261.1	174.9

Kaynak: Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009, s.13

Tablo 6'da Seyahat Acentaları aracılığıyla gelen turistlerin ziyaret amaçlarını gösterilmektedir. Seyahat acentası aracılığını kullanan toplam 473 947 kişinin 331 539'u rekreasyon ve dinlenme amacıyla, 11 541'i dost-akraba ziyareti amacıyla, 65 451'i iş amacıyla, 12 043'ü tedavi amacıyla, 634 dini, ticari amaçlarla, 52 540'ı alışveriş amacıyla ve 199'u diğer amaçlarla gelmiştir¹²⁸.

¹²⁷ Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009, s.13, 86

¹²⁸ Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009, s.

Tablo 6: Seyahat Aracılığıyla Gelen Turistlerin Ziyaret Amacı

	Toplam	Dış Aktif Turizm	Dış Pasif Turizm	İç Turizm
Toplam	473 947	37 937	261 070	174 940
Rekrasyon-Dinlenme	331 539	7 765	174 479	149 295
Dost-Akraba Ziyareti	11 541	1 264	9 261	1 016
İş	65 451	27 518	20 661	17 272
Tedavi	12 043	464	4 388	7 191
Dini, Ticari	634	-	609	25
Alışveriş	52 540	921	51 479	140
Diğer	199	5	193	1

Kaynak: Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009, s.33

Tablo 7: Kazakistan'ın Yıllar İtibariyle Toplam Konaklama Kapasitesi ve Doluluk Oranı

	2004	2005	2006	2007	2008	2009(Ocak-Haziran)
Tesis Sayısı	273	385	465	469	528	547
Oda Sayısı	12 196	15 515	18 838	19 552	21 143	21 610
Yatak Sayısı	24 257	33 399	42 741	43 801	46 226	48 062
Doluluk Oranı (%)	25.3	24.9	24.3	28.7	23.5	17.7

Kaynak: Kazakistan İstatistik Acentası, <http://www.stat.kz/digital/turizm/Pages/default.aspx>, Erişim 13.11.2009

Kazakistan'da değişik kategorilerde toplam konaklama tesis sayısı 547 adet olup, bu tesislerdeki toplam yatak kapasitesi 48 062. Ancak bu yatak sayısının ne kadarı uluslararası turizm talebinin beklediği standartlara uygun olduğunu da söylemek zor. Çünkü bu tesislerin bir kısmı Sovyetler Birliği döneminden kaldığını da belirtmek gerekir. Tablo 7'ye bakıldığında 2004 yılından bu yana ülkede konaklama tesis sayısında sürekli artış olduğu görülmektedir. 2004 yılında 273 olan tesis sayısı 2009 Haziran verilerine göre iki kat artarak 547'ye ulaşmıştır. Aynı

şekilde 2004 yılında 24 257 olan yatak sayısı da 2009 yılında 48 062'ye ulaşmış durumda. Kazakistan İstatistik Acentasının 2009 Ocak-Haziran verilerine göre ülke genelinde konaklama tesislerinin yıllık ortalama doluluk oranı % 17.7'dir¹²⁹.

2.2.3. Kazakistan'da Dış Turizm Talebinin Yapısı

Dünyada dış turizm talebi; kendi ülkeleri dışında turizm amacı ile seyahat etmek isteğinde olan, gelir düzeyi elverişli insanların toplamından oluşmaktadır. Fiilen gerçekleşmiş olan bu talep efektif turizm talebi olarak tanımlanmaktadır¹³⁰. Bir ülkede ya da bölgede efektif turistlerin sayısını saptamak ve beklenen potansiyel turistleri gerçekçi bir biçimde tahminlemek, turizm planlaması açısından son derece önemlidir¹³¹. Ancak turizmi son derece önemli gören bir ülke olan Kazakistan'da henüz ülkeye karşı olan turizm talebinin belirlenmesi ve tahminlenmesi konusunda yeterli çalışmalar yapılmamaktadır. Özellikle ülkeye giriş yapan yabancı turistler ile detaylı ilgili detaylı istatistik bilgiler hemen hemen yok denilebilir. Ancak bu bilgiler ülke seyahat ve konaklama işletmeleri tarafından devlete sunulan raporlardan tespit edilmektedir.

Kazakistan İstatistik Acentası'nın ülkedeki turizm talebi ile ilgili detaylı bilgileri sadece seyahat acentaları hizmetinden faydalanan kişiler açısından mevcuttur. Bu yüzden bu çalışmada da, ülke dış turizm talebinin yapısını göstermek için bazı verileri ancak seyahat acentaları açısından değerlendirmek mümkün olmaktadır. Seyahat acentalarının hizmetlerinden faydalanan toplam yabancı turist sayısı 70 ülkeden 37 937 kişidir¹³².

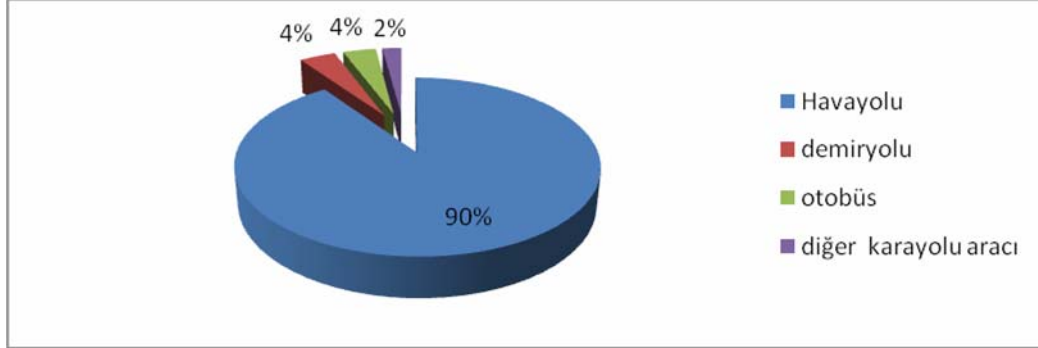
¹²⁹ : Kazakistan İstatistik Acentası, <http://www.stat.kz/digital/turizm/Pages/default.aspx>, Erişim 13.11.2009

¹³⁰ Öcal Usta, a.g.e., s.89

¹³¹ Halil Seval, Kultay Oktay ve Cıldız Kurmanaliyeva, **Kırgızistan Turizm Pazarlama Problemleri ve Çözüm Önerileri**, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi yayını, Bişkek, 2003, s.28

¹³² Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009, s.35-36

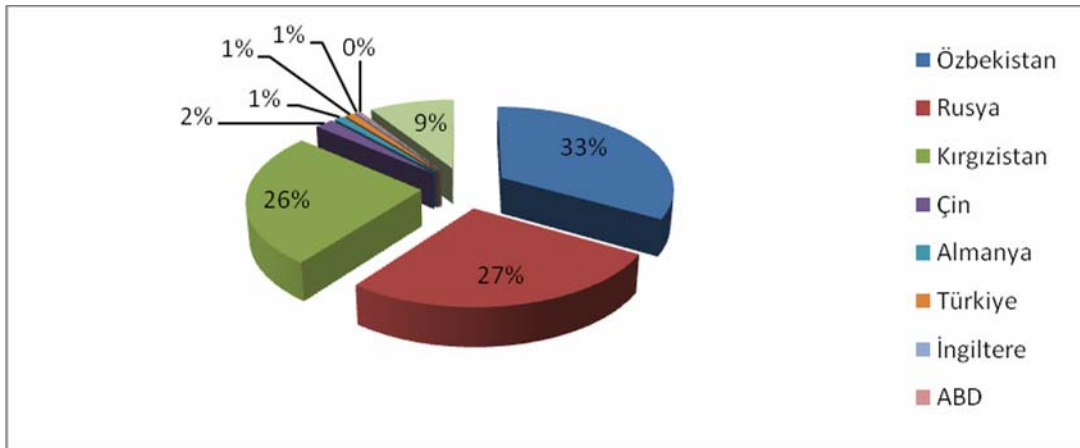
Şekil 1: Kazakistan'a Gelen Yabancı Turistlerin Ulaşım Araçlarına Göre Dağılımı (2008)



Kaynak: Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009, s.40

Şekil 1’de görüldüğü gibi , dünya turizminde olduğu gibi, Kazakistan’a gelen yabancıların büyük kısmı havayolu ulaşımını tercih etmektedir. Genel olarak ülkeye gelen yabancıların %90’u havayolunu, % 4’ü demiryolunu, % 4’ü otobüslerini ve % 2’i diğer karayolu araçlarını tercih etmektedir. Kazakistan’ın Hazar Denizi dışında deniz sınırları olmadığı için denizyolu ulaşımı bulunmamaktadır.

Şekil 2: Ülkeye Giriş Yapanların Ülkelere Göre Dağılımı

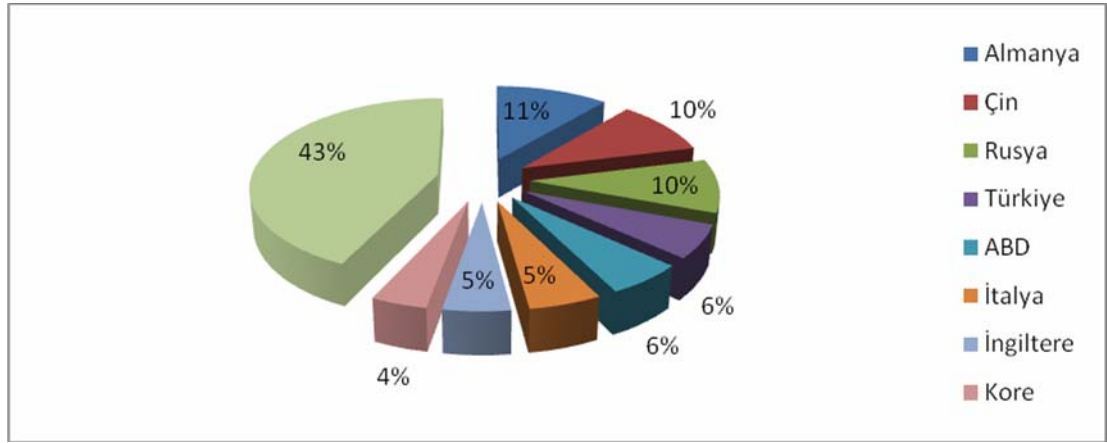


Kaynak: Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009, s.20

Şekil 2’de ülkeye giriş yapan 9 388 270 kişinin en çok geldiği 8 ülkeye göre dağılımı gösterilmektedir. Şekilde görüldüğü gibi en çok giriş yapanlar BDT

ülkelerinden Özbekistan (%37), Rusya (%30), Kırgızistan (%29), BDT ülkeleri dışında Çin (%2), Almanya (%1) ve Türkiye (%1). Ülke vatandaşı olamaynların %63'ü özel amaçla, % 22'si transit yapanlar, % 11'i uluslararası ulaşım hizmetinde çalışanlar, % 3'ü iş amaçlı gelenler ve sadece %1'i turistik amaçla ülkeye giriş yapmıştır¹³³.

Şekil 3: Aktif Dış Turizm Talebi ve Ülkelere Göre Dağılımı (2008)

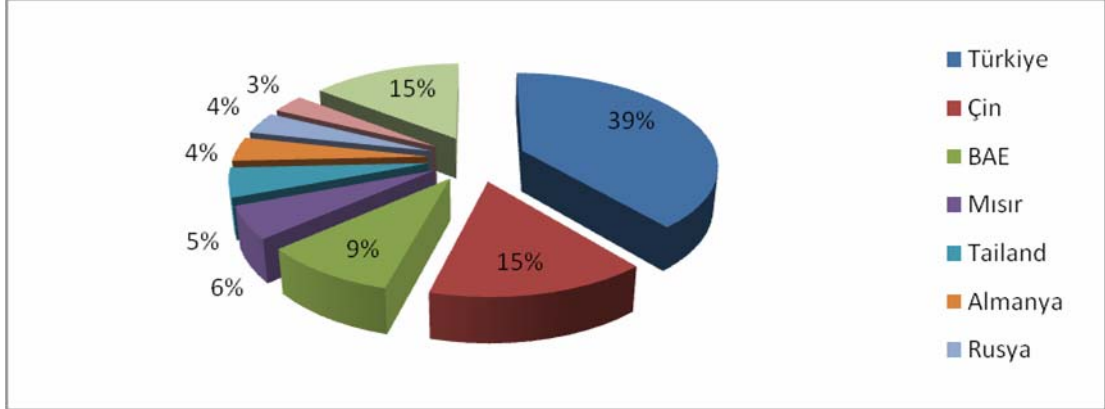


Kaynak: Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009, s.35-36

Şekil 3 'te 2008 yılında Kazakistan'a seyahat acentaları aracılığıyla en fazla turist gönderen 8 ülke görülmektedir. Şekilden anlaşacağı üzere Kazakistan'a en çok turist Almanya (%11), Çin (%10), Rusya (%10), Türkiye (%6)'den gelmektedir. Rusya ve Çin'den çok sayıda turistlerin gelmesi, Kazakistan'ın kuziyi ve doğusundaki en büyük sınır komşuları olmaları ile açıklanabilir. Almanya isei ülkede çok sayıda etnik Almanların bulunması ile açıklanabilir. Türkiye, ABD, İtalya, İngiltere, ve Kore'den gelen turistler genelde iş amacıyla gelmektedirler. Kazakistan'a seyahat acentaları aracılığıyla gelen yabancı turistlerin % 73'ü iş amaçlı, % 21'i dinlenme, rekreasyon amaçlı ve kalan kısmı dost- akraba ziyareti, alışveriş, tedavi amaçlı seyahatlerden oluşmaktadır.

¹³³ Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009, s.20-22

Şekil 4: Pasif Dış Turizm Talebi ve Ülkelere Göre Dağılımı (2008)



Kaynak: Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009, s.34-35

Kazakistan İstatistik Acentası'nın verilerine göre 2008 yılında toplam 261 070 Kazakistan vatandaşı seyahat acentalarının aracılığı ile yurtdışına seyahat etmişlerdir. Şekil 4'te ülke vatandaşlarının en çok gittikleri yabancı ülkelere göre dağılımı gösterilmektedir. Şekilden görüldüğü gibi ülke vatandaşlarının en çok gittiği ülke Türkiye (%39). Son zamanlarda Kazakistan turistleri, deniz-kum-güneş olarak bilinen tatil turizmi açısından Türkiye'nin ünlü Akdeniz ve Ege kıyılarını daha çok tercih etmektedirler. Çünkü buna Türkiye'nin doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleri ve iki ülke arasındaki vize, ulaşım kolaylığı gibi birçok faktör neden olmaktadır. Örneğin, Kazakistan İstatistik Acentası'nın verilerine göre, 2003 yılında Kazakistan'dan turistik amaçta seyahat acentalarının aracılığıyla yurtdışına çıkan ülke vatandaşlarının % 9'u Türkiye'yi tercih etmişken¹³⁴, bu pay 2008 yılında % 39'a ulaşmış durumdadır. Türkiye'den sonra Kazakistan vatandaşlarının en çok gittikleri ülkeler arasında Çin (% 15) ve BAE (%15), Mısır (%6), Tailand (%5), Almanya (%5), Rusya (%4), Kırgızistan (%3). Kazakistan İstatistik Acentası'nın verilerine göre, diğer ülkelere seyahat acentalarının aracılığı ile seyahat eden Kazakistan vatandaşlarının % 67'si tatil ve dinlenme, % 20'si alışveriş, % 8'i iş amaçlı, % 3'ü dost-akraba ziyareti, % 2'si tedavi amaçlı gitmektedirler¹³⁵.

¹³⁴ Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009, s.34-35

¹³⁵ Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009, s.33-34

2.3. BURABAY İLE İLGİLİ ARZ VERİLERİ

Kazakistan'ın kuzeyinde, Astana ile Kokşetau şehirleri arasındaki Burabay çok güzel bir vahadır. Vaha denilmesinin sebebi çok geniş bir bozkırda dağlar arasına saklanmış yemyeşil doğa güzelliğidir. Kazak destanlarında Burabay 80 gölün arasında yer almaktadır denilir. Günümüzde “Burabay Milli Parkı” adını alan bu bölge 83 511 hektar alanı kapsamaktadır¹³⁶.

2.3.1. Doğal Ekonomik Varlıklar

İnsanlar yirminci yüzyılın başından beri Burabay'da kımızla (at sütü) tedavi görmeye başlamışlardır. On dokuzuncu yüzyıldan beri Burabay bölgesinin Şortandı gölünün yanındaki dinlenme tesisleri meşhur olmuştur. 1927 yılında ilk ulusal dinlenme tesisi ve sağlık merkezi yapılmıştır. Bölgede çam ormanlarının olmasından dolayı hava çok temiz ve tedavi edici özelliğe sahiptir. Sovyetler Birliği döneminde tüberküloz hastaları bu bölgeye tedavi için gönderilmiştir¹³⁷.

2.3.1.1. İklim Durumu

Burabay bölgisi Kazakistanın kuzeyinde yer aldığı için sert karasal iklime sahiptir Gün içerisinde havanın değişmesiyle birlikte yazaları kuru sıcak, kışları rüzgarlı soğuktur. Kışın ortalama – 16-18 derece, yazın ise +19-21 derecedir. Yılın ortalama yağış oranı -250-400 mm³tür. Yağışların yazlık kısmı en çok Haziran ve Temmuz aylarında yağmaktadır, kış aylarının ki ise Kasım ve Aralık aylarında

¹³⁶ Yuliya Simıkina, “Rodniye Prostori”, Kontinent Dergisi, <http://www.continent.kz/2007/15/12.htm>, Erişim: 13.11.2009

¹³⁷ Milli Ansiklopedi, **Kazakistan**, 2.cilt, Astana, 2005, s.193

yağmaktadır. Yazın yağın yağmurlar sağanak yağışlı olmaktadır. Yağışsız hava en fazla 30 günü bulmaktadır¹³⁸.

2.3.1.2. Bitki Örtüsü

Burabay topraklarında 828¹³⁹ tür bitki bulunmaktadır, bunların 109 türünün korunmaya alınması gerekmektedir ve 12 türü Kazakistanın Kırmızı Kitabında kayıtlı bulunmaktadır. Bu bitkilerin ağaç türlerinden olanların % 65'i çam ağacı, % 31'i kayın ağacı, % 3'ü titrek kavak ve % 1'i çalılıktır¹⁴⁰. Burabay'da halk arasında tedavide kullanılan 40 çeşit bitkinin özellikleri hakkında Burabay'da 1948'de yapılmış, Doğa Parkı'nın araştırma görevlisi Buharina'nın çalışmaları bulunmuştur. Bu çalışmaya göre bitkilerin bazıları oldukça çok sayıda bulunmakta bazıları ise tek olarak bulunmaktadır. Tüm bu tıbbi bitkiler çeşitli gruplar halinde kullanım önemine göre beş gruba ayrılmaktadır¹⁴¹:

Birinci grup: Tıp alanında geniş uygulanan ve Burabay'da nispeten çok miktarda bulunan bitkileridir. Bunlar Adonis (çiçeklenme dönemi Nisan-Mayıs) - kalp ve böbrek hastalıklarında kullanılır. Valreiana officinalis (çiçeklenme dönemi Haziran) - sinir sistemi hastalıkları ve sakinleştirici olarak kullanılır. Kekik (toplama dönemi Haziran-Ağustos sonu)- balgam söktürücü, bronşit ve diğer üst solunum hastalıkları için kullanılır. Ural meyanı (toplama dönemi ilkbahar veya sonbahar) - iltihap ve üst solunum hastalıklarına iyi geliyor, tıpta sadece kökleri kullanılır. Yaban gülü (çiçeklenme dönemi Ağustos) - tıpta hem kökü hem meyveleri kullanılmaktadır. Meyveleri, kızıl, difteri, tüberküloz gibi bulaşıcı hastalıkların tedavisinde, kökleri gastrointestinal hastalıkların tedavisinde kullanılmaktadır.

İkinci grup: İlaç yapımında tanınan, Burabay'da az miktarda bulunan daha çok yabancı ot olarak evlerin etrafında ve hendeklerde bulunan bitkilerdir. Siyah

¹³⁸ Akmoła Velayetinin Resmi Sitesi, http://www.akmo.kz/content/territoria_oblasti, Erişim: 20.11.2009

¹³⁹ Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009, s.13, 73

¹⁴⁰ Milli Ansiklopedi, a.g.e., 2.cilt s.193

¹⁴¹ Burabay Milli Parkı'nın Resmi Sitesi, <http://www.gnpp.kz/?c=94>, Erişim 22.11.2009

belem- tıpta yaprakları kullanılır, dozundan fazla kullanıldığı zaman çok zehirli bir bitkidir, antikonvülzan, analjezik ve sakinleştirici olarak kullanılmakta. Çereda (çiçeklenme zamanı Temmuz) – tıpta çiçeklenme zamanında toplanan yaprakları kullanılır, idrar söktürücü, terletici ve sindirimi iyileştirme etkisi görülmekte. Su biberi (çiçeklenme dönemi Temmuz- Ağustos) – tıpta hem çiçekleri hem yaprakları kanamayı kesici olarak kullanılır. Civanperçemi (çiçeklenme zamanı Haziran'ın sonu) - eskiden halk arasında burun kanamasını kesici olarak kullanılmıştır, günümüzde tıpta ülser, gastrit gibi gastrointestinal hastalıklar için, iştah açıcı, sindirim sistemini iyileştirici iç ve dış kanamayı durdurma etkileri vardır. Kara hindiba (çiçeklenme dönemi Ekim- Nisan) - halk arasında kökü laksatif olarak kullanılır. Kenevir (Haziran- Temmuz aylarında çiçek açar) – tekstil işlerinde ve yağ üretiminde kullanılır. Isırgan otu (çiçeklenme dönemi Haziran- Eylül) – tıpta diüretik, ve hemostatik olarak kullanılmaktadır.

Üçüncü grup: İlaç yapımında tanınan, Burabay'da tek olarak bulunan bitkiler. Bunlar: lycopodium, sığırkuyruğu, kartopu, ardıç ve tatlı yonca.

Dördüncü grup: Burabay'da çok miktarda bulunan halk arasında tedavide kullanılan fakat tıbbi hammadde olarak önemli değeri olmayan bitkilerdir. Kayın ağacı – suyu ve ilkbaharda toplanan tomurcukları halk arasında karaciğer ve böbrek hastalıklarında geniş kullanılmakta. Çam ağacı – ilkbaharda toplana tomurcukları halk tedavisinde kullanılmaktadır. Ahududu – halk arasında reçeli nezle tedavisinde kullanılmakta. Siyah frenk üzümü – meyveleri ve yaprakları halk arasında vitamin yetersizliği ve bünyeyi güçlendirmede, kurutulmuş meyvelerin haşlandıktan sonra içilen suyu idrar söktürücü, haşlanan yapraklarının suyu ise çocuklarda terletici ve yetişkinlerde antiromatizmal ilaç olarak kullanılmaktadır. Seabackthorn (meyveleri Ağustos sonu ile Kasım aralarında yetişiyor) – ağaçları dikenli meyveleri çok küçük ve yumuşak olduğu için çok zor toplanır, tıbbi dietlerde kullanılır, A, B, C vitaminleriyle zengin, yağı ağrıkesici ve iyileştirici özelliklere sahip, yemek borusu kanserinde profilaktik tedavi için kullanılmakta, derinin radyasyon yanmalarında, deri yanıklarında, cildin iyileşmesini sağlamasında kullanılmaktadır.

Beşinci grup: Halk arasında ve tıpta, çok az bulunduğu için veya pratik olmadığı için nadir kullanılan bitkiler. “Anne ve üvey” otu (Nissan-Mayıs’da çiçek açmaktadır) – eskiden halk arasında öksürük için kullanılmıştır. Solucan otu (çiçeklenme dönemi Haziran-Eylül) – halk arasında solucanlara karşı bir ilaç olarak kullanılmıştır. Kimyon (çiçeklenme dönemi Haziran- Eylül) – halk arasında karaciğer ve safra kesesi hastalıklarında, soğuk algınlığı ve öksürük tedavilerinde kullanılmıştır. Atkuyruğu – günümüzde tıpta idrar söktürücü ve kan dolaşımı yetmezliği sonucunda oluşan şişkinlik tedavisinde kullanılmaktadır. Orman çileği ve kızılıcık – çileğin taze meyveleri tüketim için kullanılır.

Burabay’da bulunan şifalı bitkilerin zamanlı toplanması ilaç hammadresi olarak büyük yararı vardır.

2.3.1.3. Hayvanlar

Burabay’da bulunan hayvan çeşitleri çevredeki bozkırlardan daha zengindir. Omurgalılar faunası 305 türü, balıkların 22 tür ve alttürü, 1 tür amfibiler, 5 tür sürüngenler, 223 tür kuş ve 47 memeliyi dahil etmektedir, fakat memelerin 4 türü ve kuşların 5 türü son yüzyılda Burabay topraklarında yaşamını yitirmiş bulunmakta¹⁴². 1995 senesine Burabay kadar ormanlarında rosomaha (kurt türü), vaşak, mus ve geyik bulunurdu ve aynı yılda Burabay’da bulunan son ayı öldürülmüştü. 1926 yılına kadar Burabay göllerinde kuğular mekan buluyorlardı¹⁴³.

1930 yılında Burabay ormanlarına 300 tane sincap getirilmiştir. 1963 senesinde alıştırmak üzere Kırgızistan, Bişkek şehrinden dağ keçisini, kızıl geyik getirtilmiştir. Günümüzde bu hayvanlar alışı ve durumları iyidir. Bunlarla birlikte misk sıçanı, orman tavuğu ve çalıhorozu da alıştırılmıştır. Burabay’ın bozkır ve ormanlarında tilki, kokarca, tavşan (beyaz tavşan ve siyah tavşan) ve kurt, bunlarla birlikte kemirgen türleri: Arap tavşanı, sıçan, fare, hamster, su sıçanı, ormanda kestane ve orman sıçanı ve kulaklı kirpi bulunmakta.

¹⁴² Burabay Milli Parkının Resmi Sitesi, <http://www.gnpp.kz/?c=96>, Erişim 22.11.2009

¹⁴³ Milli Anskilopedi, a.g.e., 2.cilt, s.194

Kuş türlerine gelince, yuva yapan kuşlardan: martı, kara gerdanlı dalgıç, sakarmeke, balıkçıl, büyük balaban, yeşilbaş, boz ördek, kılkuyruk, çamurcun, kaz çok nadir kuğu; tavuk türünden çalı horozu, yazın da fazla sayıda bildircin, kartavuşu; yırtıcı kuş türünden en çok karşılaşılan kartal, kara çaylak, kerkenez ve şahin; gece tırtıcılarından: puhu kuşu, baykuş, gece baykuşu; küçük kuşlardan: sarıasma kuşu, iskete, saka kuşu, sarı ve beyaz kuyruksallayan, ve diğer ötücü kuşlar.

Buraba'yın göllerinde yerli balık olarak: levrek, turna balığı, çamça balığı, ide, sonradan göllere getirilen sazan, levrek, havuz balığı suya alışmıştır¹⁴⁴.

2.3.1.4. Nehirler ve Göller

Burabay bölgesinde göllerin çokluğu nehirler ağının az olması ile karakterize olur. Nehirlerin su teminin kar suları oluşturmaktadır. Bahar selleri Nisanın ikinci yarısında başlayıp 5-15 gün sürmektedir. Küçük nehirlerle geçici akarsular % 80 karla, %15 yağmurla ve sadece % 5 yeraltı sularıyla beslenmektedir¹⁴⁵.

Kurkureuk nehri başlamasını Aulieköl gölünden (Borovoe) almaktadır ve Aynaköl'e (Bolşoye Çebaçye) akmaktadır. Bu nehir iki gölün arasında dengeleyicidir. Sarıbulak nehri yirminci yüzyılın başında Kotirköl ile Aulieköl gölünü birleştirmişti fakat günümüzde küçük dere olarak Kotirkölün kuzeybatısında 1.5 km uzaklıktaki bir bataklıktan başlamasını almaktadır. Uzunluğu 15 km. İmanayevski deresi başlamasını Kökşe dağının eteğindeki bir bataklıktan almaktadır, uzunluğu 8 km. Burabay'da daha birkaç tane isimsiz derelerle bataklıklar var. Bunlar kurumuş eski göllerin yerinde bulunuyor, yağışlarla yeraltı sularıyla besleniyorlar¹⁴⁶.

Dağ ve ormanlarda Burbay bölgesinin büyük, derin ve içme suyuna sahip gölleri: Aulieköl (Borovoe), Aynaköl (Bolşoye Çebaçye), Şabakköl (Maloye Çebaçye), Kotirköl ve Şortandı (Şuçye) ve ormanlar arasında buluna küçük gölleri;

¹⁴⁴ Burabay Milli Parkı Resmi Sitesi, a.g.k., Erişim: 22.11.2009

¹⁴⁵ Aytkaşı Kazbekov, **Burabay Nakanune XXI Veka**, Astana, 1998, s 132

¹⁴⁶ Burabay Milli Parkı Resmi Sitesi, <http://www.gnpp.kz/?c=88>, Erişim: 22.11.2009

Akkuköl (Lebyajye), Gornoye, Svetloe ve Karasu (Karasye), Balpaşsor yer almaktadır. Göllerin özellikleri deniz seviyesinden yüksek olmalarıdır: Şortandı gölü – 393,5 m, Auliyeköl - 320,1 m, Şabakköl – 392,3 m, Aynaköl – 300,5 m. Gölerin en uzununu Şabakköl – 13.6 km, en geniş Aynaköl – 4.2 km. Burabay’da derinliğe göre en derin olarak bilinen Aynaköl (37m), Şortandı (ortalama 14.3 m), Aulieköl (3.4 m) gölleridir¹⁴⁷.

Günümüzde Borovoye olarak bilinen Auliyeköl Kazakçada “kutsal göl” anlamına gelmektedir, çünkü gölün ortasında efsanelere sebep olan Jumbaktas (esrarlı taş) taşı, yanında Okjetpes (ok ulaşmayan) kayası var. Gölün yüzölçümü yaklaşık 11 km², ortalama derinliği 3.4 m, en derin noktası kuzey tarafında 7 m. Dibi düz. Gölün güney, batı ve kuzeyinde kayalar var, doğu kıyısı kumlu. Gölün etrafı çam ağacı ormanı ile kaplı.

Burabay’daki en büyük gölü Aynaköl (Bolşoye Çebeçye), yüzölçümü 23 km². Gölde küçük küçük birkaç tane ada bulunmaktadır. Kuzey ve doğu kıyıları düz, güney ve batı kıyıları dağ yamaçlı. Dibi sarı- kahverenkli killi. Suyu içmek için, hayvanları sulamak için ve tarım ihtiyaçları için kullanılmaktadır.

Şabakköl (Maloye Çebeçye) gölünün yüzölçümü 21.5 km². Gölün ortalama derinliği 6.6 m. Gölün dibi kıyılarına doğru kumlu çakıllı, ortalarında killi, güneydoğusu taşlı. Kuzey ve batı kıyıları düz, güney ve batı kıyıları dağlı. Son yıllarda göl yavaş yavaş kurumakta. Suyu hayvanları sulamak ve tarım ihtiyaçları için kullanılmaktadır.

Şortandı (Şuçye) gölünün yüzölçümü 19.6 km², ortalama derinliği 14.3 m, ortası 31 m’dir. Dibi killi, kuzeydoğu ve güneydoğu kıyılarına doğru kumlu, güneybatısında kumlu çakıllı. Gölün kıyıları düz, sadece güney batı kıyısı yamaçlı. Gölün suyu içmek için ve Şuçinsk şehrinin su ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılmaktadır.

¹⁴⁷ Burabay Milli Parkı Resmi Sitesi, a.g.k., Erişim: 22.11.2009

Kotirköl gölünün yüzölçümü 4.6 km², ortalama derinliği 4.8 m. Dibi killi ve kumlu, bazı yerler kumlu- çakıllıdır. Gölün doğu kıyısında gölün bir parçasını ayıran kumlu patika var. Bu gölün kurumka üzere olduğundan olabilir. Suyu hayvanları sulamak ve tarım ihtiyaçları için kullanılmaktadır.

Maybalık gölü, Aynaköl ve Şabakköl arasında yer almaktadır, yüzölçümü 1 km². Gölün kıyıların dibi iri çakıl taşlı, kıyıları yamaçlı. 1923 senesine göre gölün seviyesi 3.6 metre inmiştir. Gölün suyu tuzlu. Daha önceleri “Şuçenskiy” resortu gölün suyunu bazı hastalıkların tedavisi için kullanmıştır, fakat gölün kirlenmesinden dolayı artık kullanılmamaktadır. Şimdiki zamanda Maybalık gölünün minarelleri kullanılmamaktadır¹⁴⁸.

2.3.1.5. Dağlar

Bölgenin jeolojik ve tektonik yapısı üçe ayrılmaktadır: küçük boylu dağlar, kayalar ve düz yerler. Burabay’ın dağları 35 km’ye uzanan dağlar aralığını oluşturmaktadır. Güney kanadı Şuçinsk şehrine kadar uzanıp, Kuzey kanadı Bölektau dağı olarak Aynaköl gölüne kadar uzanıyor. Kuzey kanadının en yüksek noktası Kökşe (Sinyuha) – deniz seviyesinden 947 m yükseklikte, Güney kanadı Burabay dağlarının (690 m) en yüksek noktası ise Jekebatı dağlı masifleri 876m. Ormanlarla kaplı olan dağlar yazın sıcak havayı serinletiyor kışın da bölgeyi rüzgarlardan korumaktadır¹⁴⁹.

2.3.2. Sosyal Veriler

Sosyal veriler Burabay bölgesinde yaşayan nüfus sayısını, bölge hakkında tarihi bilgiler, bulunan tarihi eserler ve müzeler hakkındaki bilgileri kapsamaktadır.

2.3.2.1. Nüfus

¹⁴⁸ Burabay Milli Parkı Resmi Sitesi, a.g.k.,Erişim:22.11.2009

¹⁴⁹ Janaydar Musin, **Jer Şoktıgı Köksetau**, Almatı, 1989, s.98

Burabay'a en yakın şehir Şuçinsk (22 km uzaklıkta) şehrinin nüfusu 43 352 kişi (20 413 erkek, 22 939 bayan) yaşamakta, toplam Byrabay bölgesinde 79 122 kişi (37 755 erkek, 41 367 bayan) yaşamaktadır¹⁵⁰.

2.3.2.2. Tarih ve Tarihsel Eserler

Burabay dinlenme bölgesinde insanlar daha poleolit döneminde (200-300 bin yıl önce) yaşamaya başlamıştır. Buna delil olarak Aktas kayasının altından bulunan taş ve kemikten yapılan çalışma aletleri gösterilebilir.

Ortaçağlarda insanların Burabay'da yaşadığına dair St.Petersburg'taki Ermitaj müzesinde süs eşyaları ve çalışma aletleri vardır¹⁵¹.

Kazak Hanlığı zamanında Kazakların Orta Cüzü Burabay topraklarına sahip olmuştu. Kazakların askeri ve siyasi lideri Abılay Han'ın (1711-1781) yönetim merkezi Burabay idi. Günümüzde onun yönettiği yer de Abılay Han Alanı diye adlandırılmaktadır. Rusların Kazak topraklarına hakim olmaya başladığı zaman Ruslar Burabay'a ticaret yapmaya, altın, kristal aramaya gelmeye başlamıştır. Burabay'ın güzel doğasını keşfeden Ruslar 1870'lerden itibaren bölgeye göç etmeye başlamışlardır. 1910 yılına kadar topraklarda Kazakların hakim olduğu topraklardan Kazak zenginleri kovulmaya başlamıştır. 1911 yılında Burabay'da yaşayan bütün Kazaklar kovulmuştur. 1920 yılında Burabay bölgesi uluslaştırılmış ve çabuk gelişmeye başlamıştır¹⁵².

1927 yılında Şortandı gölünün kenarında "Barmaşino" resortu tüberküloz hastaları için yapılmıştır. 1928'de Sarıbulak nehrini kenarında "Vorobyevka" dinlenme tesisi, 1934'te çocuklar kampı, 1935'te Şortandı gölünün kuzey tarafında kömürcüler için dinlenme tesisi yapılmıştır, sonradan bu tesis Sovyet Ordu askerleri

¹⁵⁰ Kazakistan İstatistik Acentası, <http://www.stat.kz/DIGITAL/NASELENIE/Pages/default.aspx>, Erişim: 12.11.2009

¹⁵¹ Burabay Miili Parkı Resmi Sitesi, <http://www.gnpp.kz/?c=83>, Erişim: 20.11.2009

¹⁵² Aytkaşı Kazbekov, a.g.e., Astana, 1998, s 45

için resorta dönüştürülmüştür. İkinci Dünya Savaşı yıllarında SSCB bilim Akademisinin bilim adamları Burabay'a getirilmiştir¹⁵³.

1997'de Kazakistan Cumhurbaşkanı kararnamesiyle Burabay bölgesi "Burabay Doğal Tedavi Kompleksi" olarak adlandırılmıştı ve 2000 yılında 12 Ağustos'tan itibaren "Burabay Doğal Milli Parkı" adını almıştır¹⁵⁴.

Burabay'da herhangi tarihi eser veya kültürel miras bulunmamaktadır, fakat Kazak efsanelerine, yazar ve şairlerin eserlerine Burabay'ın doğa güzellikleri konu olmuştur.

2.3.2.3. Müzeler

Burabay bölgesinde Borovoe köyünde iki tane Müze bulunmaktadır. Birisi "Doğa Müzesi" ikincisi "Abılay Han Müzesi". Doğa Müzesinde Burabayda bulunan ve korunan bazı hayvanlar bulunmaktadır. Abılay Han Müzesinde ise Kazak kültürünü ve Burabayı anlatan çeşitli resimler ve eşyalar bulunmaktadır¹⁵⁵.

2.3.3. Turizm Endüstrisinin Durumu

Sovyet döneminde Burabay bölgesine turistlerin çoğu tedavi amacıyla gelmiştir. Bu dönemde bölgede sadece resortlar, dinlenme tesisleri ve çocuk kamp tesisleri bulunmuştur. 1997 yılından itibaren halkın durumunun iyileşmesi ve turist yoğunluğunun sebebiyle Burabay'da oteller inşaatı da başlamıştır. Kazakistan Cumhurbaşkanı'nın Burabay Bölgesini geliştirme programında önümüzdeki 12 yılda 9 otelin inşaatı, birkaç alışveriş ve eğlenme merkezlerinin açılması, 700 villa ve 1620 daire kapasiteli 4-5 katlı apartmanların inşaa edilmesi planlanmaktadır¹⁵⁶.

2.3.3.1 Ulaştırma İmkanları

¹⁵³ N.Beklemişev, **Kurort Borovoye**, Almatı 1958, s.167

¹⁵⁴ Miili Ansiklopedi, a.g.e., 2.cilt, s.193

¹⁵⁵ Guidebook, Burabay, Kostanayskiy Dom Peçati Yayınevi, 2008, s.44

¹⁵⁶ Sergey Tokarev, Burabay- Prirodnoye Sokrovişe Kazakhstana, <http://www.dxb.ru/project/pr/detail.php?ID=3337>, Erişim: 23.11.2009

Burabay Kazakistan'ın başkenti Astana'dan 290 km, Almatı'dan 1750 km uzaklıktadır. Kasım 2009'da Astana – Burabay otobanı inşaatı tamalanmış bulunmaktadır¹⁵⁷. Burabay bölgesine hem otobüs hem trenle ulaşmak mümkündür. Trenler Burabay'ın bağlı olduğu Şuçinsk şehrine kadar gitmektedir.

2.3.3.1.2 Karayolu

20 Kasım 2009 tarihinde Astana- Burabay 6 şeritli otobanı açılmıştır¹⁵⁸. Tablo 8'de Burabay'a gelen veya geçen otobüslerin listesi ve kalkma zamanı gösterilmektedir.

Tablo 8: Şehirlerarası ve İlçelerarası Otobüslerin Listesi

Şehirlerarası ve İlçelerarası Otobüslerinin Güzergahı	Burabay Otogarından Kalkma Zamanı
Şuçinsk- Petropavlovsk	07:00,0 8:00
Şuçinsk- Katon Karagay	07:45
Şuçinsk- Karaşilik	07:45, 13:15
Şuçinsk- Makinsk	07:50
Kökşetau- Semey	07:56
Stepnyak- Kökşetau	08:10, 10:00, 15:45
Omsk- Astana	08:20, 03:30
Danilovka- Kökşetau	08:30
Şuçinsk- Kökşetau	09:00, 13:00, 18:00
Baymırza- Kökşetau	09:10
Kökşetau-Astana	09:20, 11:00, 13:10, 14:56, 16:30, 20:10
Janaaül- Kökşetau	09:30

¹⁵⁷ Transporniy Portal, **Sdana v Ekspluatatsiyu Avtomagistral Astana- Borovoye**, <http://www.transport.com.ua/index.php?newsid=6063>, Erişim:24.11.2009

¹⁵⁸ Transporniy Portal, **Sdana v Ekspluatatsiyu Avtomagistral Astana- Borovoye**, a.g.k., Erişim: 24.11.2009

Kökşetau- Valihanova	09:36, 20:30
Madaniyat- Kökşetau	09:45
Kökşetau- Stepnogorsk	10:00, 12:40, 16:30
Şehirlerarası ve İlçelerarası Otobüslerinin Güzergahı	Burabay Otagarından Kalkma Zamanı
Makinsk- Kökşetau	10:15
Borovoye - Petrepavlovsk	10:30
Enbek- Kökşetau	10:40
Voznesenka- Kökşetau	11:00
Pavlodar- Petropavlovsk	11:12
Şuçinsk- Boyarka	12:00
Katon Karagay- Kökşetau	12:00, 20:00
Borovoye- Astana	12:30
Astana- Kökşetau	12:10, 13:20, 15:00, 16:40, 18:20, 19:45, 22:45
Şuçinsk- Urumkay	13:20
Kökşetau- Makinsk	13:30, 23:00
Stepnogorsk- Petropavlovsk	13:34
Kökşetau- Baymırza	13:45
Petropavlovsk-Astana	14:00
Borovoye- Kökşetau	14:00, 19:15
Kökşetau- Danilovka	14:40
Astana- Rudnıy	15:00
Petropavlovsk- Stepnogorsk	15:00
Astana- Petropavlovsk	15:20
Stepnogorsk- Kökşetau	15:30, 20:00, 22:26
Kökşetau- Madaniyat	16:10
Petropavlovsk- Karagandı	16:10, 24:53
Şuçinsk- Nikolayevka	16:30
Karagandı- Petropavlovsk	16:30, 24:53
Şuçinsk- Belogorodskoye	17:00
Semey- Kökşetau	17:15
Petropavlovsk- Pavlodar	17:28, 02:20
Kökşetau- Stepnyak	17:30, 18:15, 20:00

Valihanova-Kökşetau	17:30
Kökşetau- Bestöbe	17:40
Kökşetau- Voznesenka	18:30
Şehirlerarası ve İlçelerarası Otobüslerinin Güzergahı	Burabay Otogarından Kalkma Zamanı
Kökşetau- Janaauıl	19:00
Rudnıy- Astana	19:20
Rudnıy- Karagandı	19:35
Kökşetau- Enbek	20:30
Astana- Omsk	21:50
Borovoye- Omsk	22:40
Astana- Aktöbe	02:10
Karagandı- Rudnıy	02:20
Pavlodar- Petropavlovsk	03:04
Karagandı- Tyumen	04:15 (pzt, cm, pzt)
Tyumen- Karagandı	05:00
Borovoye- Şuçinsk	07:00- 19:00 her 40dk
Şuçinsk- Borovoye	07:00- 19:00 her 40dk

Kaynak: http://borovoe.kz/index.php?option=com_content&view=article&id=95&Itemid=71, Erişim: 20.11.2009

2.3.3.1.2. Demiryolu

Burabay'a demiryoluyla ulaşmak için Burabay'dan 22 km uzaklıktaki Şuçinsk şehrine gitmek gerekmektedir. Tablo 9'da "Kurort Borovoye" istasyonundan geçen tren güzergahları ve geliş ve gidiş vakitleri gösterilmektedir¹⁵⁹.

Tablo 9: "Kurort Borovoye" İstasyonundan Geçen Tren Güzergahlarının Listesi

Tren No	Gidiş Yeri	Varış Yeri	Geliş Vakti	Ara (dk)	Gidiş Vakti
---------	------------	------------	-------------	----------	-------------

¹⁵⁹ Kazakistan Demiryolu Ulusal Şirketinin Resmi Sitesi, http://www.railways.kz/index.php?option=com_content&task=view&id=331&Itemid=299, Erişim 21.11.2009

38	Kurort Borovoye	Jezkazgan			00:45
806	Kurort Borovoye	Astana			22:30
810	Kurort Boroviye	Astana			03:45
Tren No	Gidiş Yeri	Varış Yeri	Geliş Vakti	Ara (dk)	Gidiş Vakti
504	Kurort Borovoye	Astana			15:00
502	Kurort Borovoye	Astana			15:05
328	Kostanay	Karagandı	00:30	15	00:45
809	Astana	Kurort Borovoye	00:32		
628	Kızıltu	Astana	01:00	5	01:05
624	Petropavlovsk	Astana	01:25	13	01:38
339	Pavlodar	Presnogorkovskaya	01:37	8	01:45
345	Karagandı	Omsk	02:28	7	02:35
016	Petropavlovsk	Almatı	03:03	10	03:13
623	Astana	Petropavlovsk	04:03	8	04:11
084	Moskova	Karagandı	05:03	8	05:11
346	Omsk	Karagandı	06:47	10	06:57
807	Astana	Kökşetau	09:40	5	09:45
829	Erementeau	Kökşetau	11:58	5	12:03
056	Kızılorda	Kökşetau	13:13	10	13:23
503	Astana	Kurort Borovoye	13:43		
501	Astana	Kurort Borovoye	14:02		
083	Karagandı	Moskova	14:23	8	14:31
316	Sverdlovsk	Taşkent	15:14	8	15:22
214	Brest	Astana	15:30	10	15:40
015	Almatı	Petropavlovsk	15:43	8	15:51
830	Kökşetau	Erementeau	15:50	8	15:58
055	Kökşetau	Kızılorda	18:03	9	18:12
808	Kökşetau	Astana	20:03	7	20:10
340	Presnogorkovskaya	Pavlodar	20:40	6	20:46

315	Taşkent	Sverdlovsk	21:02	9	21:11
303	Astana	Brest	21:30	10	21:40
805	Astana	Kurort Borovoye	22:00		
Tren No	Gidiş Yeri	Varış Yeri	Geliş Vakti	Ara (dk)	Gidiş Vakti
307	Jezkazgan	Kurort Borovoye	23:20		
327	Karagandı	Kostana	23:20	10	23:30

Kaynak: http://borovoe.kz/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=54,

Erişim:20.11.2009

2.3.3.2. Turistik Enfrastrüktür

Burabay’da günümüzde 16 otel, 11 resort, 3 pansyon, 4 dinlenme tesisi ve 13 çocuk kampı bulunmaktadır. Kışın talebin azalmasından ve yeterli donanımına sahip olmamasından bazı tesisler kapanmaktadır¹⁶⁰. Bunların dışında Burabay’a gelen turistler günlük ev kiralayabilir veya kendi getirdikleri çadırlarda kalabilmektedirler.

2.3.3.2.1. Oteller

Burabay bölgesinde toplam 672 yatak kapasiteli 16 otel bulunmaktadır. Otellerin büyük kısmı Borovoye köyünde Aulieköl ve Şortandı göllerinin yakınında yer almaktadır¹⁶¹. Tablo 10’da Burabay’da bulunan otel listesi, yatak kapasiteleri ve bulunduğu yer gösterilmiştir.

Tablo 10: Burabay’daki Oteller Listesi

Otel Adı	Yatak Kapasitesi	Bulunduğu Yer
“Abılay Han”	38	Borovoye köyü
“Aynaköl” Resort-Hotel	20	Borovoye köyü

¹⁶⁰ Kökşetau Şehrinin Resmi Sitesi, <http://kokshetau.online.kz/sum/kurort.htm>, Erişim: 22.11.2009

¹⁶¹ Akmola Velayetinin Resmi Sitesi, <http://www.akmo.kz/content/tur/turizmus.html>, Erişim:22.11.2009

“Kökşetau” Park-Hotel	35	Borovoye köyü
“Gloriya”	55	Borovoye köyü
“Samal”	36	Şortandı gölü kenarı
Otel Adı	Yatak Kapasitesi	Bulunduğu Yer
“Bereke”	84	Borovoye köyü
“Almaz”	85	Şortandı gölü kenarı
“Alem”	48	Borovoye gölü
“Nursat”	50	Borovoye gölü
“Ak- Bulak”	40	Borovoye köyü
“Edem”	26	Borovoye köyü
“Sanren”	30	Şortandı gölü kenarı
“Eurasia De Luxe”	16	Borovoye gölü
“Teremok”	9	Borovoye köyü
“Jansaya”	50	Borovoye köyü
“Brikas”	50	Kotırköl gölü kenarı

Kaynak: Akmola Velayetinin Resmi Sitesi, <http://www.akmo.kz/content/tur/turizmus.html>, Erisim:22.11.2009

2.3.3.2.2. Resortlar

Burabay’da toplam 2274 yatak kapasiteli 11 Resort bulunmaktadır. Resortlarda konaklayanların büyük kısmı tedavi amaçla gelenler. Resortlar su ve çamur tedavisi, solunum ve sindirim sistemi hastalıklarının tedavisi, bitkilerle tedavi, masaj, fizik tedavi, lazer tedavisi hizmetlerini göstermektedir¹⁶². Tablo 11’de Resortların listesi, yatak kapasitesi ve bulunduğu yer gösterilmektedir.

Tablo 11: Burabay’daki Resortlar Listesi

Resort Adı	Yatak Kapasitesi	Bulunduğu Yer
“Svetly”	180	Şortandı gölü kenarı

¹⁶² Kökşetau Şehrinin Resmi Sitesi, a.g.k., Erişim 22.11.2009

“Ok Jetpes”	124	Burabay köyü
“Borovoye” Tüberküloz Hastları Resortu	460	Borovoye köyü
Resort Adı	Yatak Kapasitesi	Bulunduğu Yer
“Jeruyık”	390	Şortandı gölü kenarı
“Jeke Batır”	100	Borovoye köyü
“Zeleniy Bor”	280	Şortandı gölü kenarı
“Astana”	300	Şortandı gölü kenarı
“Maybalık”	60	Tekeköl gölü kenarı
“Lesnaya Skazka”	220	Kotirköl gölü kenarı
Saken Seyfulin İsmindeki Resort	100	Kotirköl gölü kenarı
“Priozerniy”	60	Kotirköl gölü kenarı

Kaynak: Kökşetau Şehrinin Resmi Sitesi, <http://kokshetau.online.kz/sum/kurort.htm>, Erişim:22.11.2009

2.3.3.2.3. Pansyonlar

Burabay bölgesinde toplam 72 yatak kapasiteli 3 pansyon bulunmaktadır. 24 yatak kapasiteli “Saturn” Pansyonu Aulieköl gölünü kenarında, 30 yatak kapasiteli “Jumbaktas” Pansyonu “Jeruyık” resortunun arazisinde Şortandı gölünün kenarında, 18 yatak kapasiteli “Progress” Pansyonu Borovoye köyünde yer almaktadır¹⁶³.

2.3.3.3. Sağlık ve Spor Faaliyetleri

N.Beklemeşev’in “Kurort Borovoye” kitabında Burabay’ın 9 tedavi faktörü gösterilmiştir¹⁶⁴:

Birinci faktör: Burabay doğasının güzelliği hastaların psikolojisine iyi etkilemektedir.

¹⁶³ Kökşetau Şehrinin Resmi Sitesi, a.g.k., Erişim 22.11.2009

¹⁶⁴ N.Beklemeşev, a.g.e., Almatı, 1958, s 66

İkinci faktör: Tedavi ve dinlenmenin düzeni. Resortlarda düzenin temeli uyku, yemek ve dinlenme saatlerinin belli olmasındadır. Düzenli şekilde tedavi görmek, sağlığın iyileşmesinin en doğru yoludur.

Üçüncü faktör: Burabay iklim tedavisi uygulanan yer olarak meşhurdur. Burabay'da barometrik basınç düşük (970 mb, kışın 980 mb) olduğu için buna orantılı oksijen basıncı da azalmakta. Bu nedenle derin nefes alma sağlanıyor, akciğerlerdeki hava vantilasyonu daha iyi sağlanıyor.

Dördüncü faktör: İyileştirici havanın olması. Burabay'da hava son derece temiz, nemli, ot ve çam ağaçlarının aroması ile dolu. Bu hava akciğer hastalıklarının tedavisinde önemli faktör.

Beşinci faktör: Burabay'daki hava sıcaklığı. Havanın gün içerisinde sürekli olarak değişmesi insan vücut ısısını eğitmektedir, böylece bağışıklık sisteminin güçlenmesi sağlanmaktadır.

Altıncı faktör: Su ile vücut bağışıklığını güçlendirme. Yazın sıcak günlerinde soğuk suya girmek insan vücudunu rahatlatmaktadır.

Yedinci faktör: Harektele tedavi. İnsanın normal bir şekilde hayatını sürdürebilmesi için hareket etmeye ihtiyacı var. Turistlerin Burabay'da bulunması bile hareket etmesine sebep olmaktadır. Belli bir tedavi uygulamaksızın hareket ettiği takdirde insanın kalp sistemi düzelmektedir.

Sekizinci faktör: Kımızla tedavi. Eski zamanlardan beri Burabay'ın kımızı çok meşhur. Kımız- at sütü, Kazakların milli içeceği. Kımızın içinde A, B, C vitaminleri, isiprto, süt ekşisi, protein ve yağ vardır. Kımız light, orta ve sert olarak Madeniyet, Kumuskoyak çiftliklerinde yapılmaktadır. Bu içecek insanın bütün organlarına etki göstermektedir. İştahın açılmasına, sindirim sisteminin iyileşmesine yardımcı olmaktadır ve idrar söktürücü olarak da içilebilmektedir.

Dokuzuncu faktör: Balpaşsor gölünün tedavi edici kili ve Maybalık gölünün termal suyu. Burabay’ın bütün resortlarında romatizma, artrit, kemik hastası olanlara kille tedavi uygulanmaktadır. Maybalık gölünün kirlenmesiyle günümüzde gölün suyu kullanıma yasaklanmıştır¹⁶⁵.

Burabay’daki resortlar bir çeşit sağlık tesisi olarak sayılmaktadır. Her resort çeşitli hastaları tedavi etmektedir ve hastalıkların profilktik tedavisini yapmaktadırlar. Tüm resortlarda spor salonu ve spor hocaları bulunmaktadır. Çeşitli yürüyüş, at gezileri ve bisikletle gezi programları organize edilmektedir. Örneğin “Ok Jetpes” resortunda yaş grubuna göre 5, 6, 8, 10 ve 12 km’lik yürüyüşler organize edilmektedir¹⁶⁶.

2.3.3.4. Eğlence İmkanları

Burabay’daki resorlar, oteller ve turistik şirketler çeşitli eğlence imkanları sunmaktadırlar. Oteller ve resortlar gelen turistlere aktif spor yapma, balık tutma, Burabay’ı rehberle birlikte gezme, kışın kayak, buz pateninde kayma imkanları sunmaktadır. Göllerin kenarında su sporları işletmeleri bulunmaktadır. Turistik şirketler çeşitli geziler, dağa tırmanma, at gezileri, kamp yapma, avcılık imkanları sunmaktadırlar¹⁶⁷.

¹⁶⁵ Burabay Milli Parkı Resmi Sitesi, <http://www.gnpp.kz/?c=92>, Erişim: 22.11.2009

¹⁶⁶ Kökşetau Şehrinin Resmi Sitesi, a.g.k., Erişim:22.11.2009

¹⁶⁷ Guidebook, a.g.e., s.18-42

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAZAKİSTAN BURABAY TURİSTİK BÖLGESİ İÇİN ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME POLİTİKASI İLE İLGİLİ BİR UYGULAMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Sovyet döneminden temiz havası ile, doğal güzellikleriyle ve tüberküloz hastaları için yapılmış resortları ile ünlü olan Burabay bugünlerde sadece hasta olanlar için değil herkes için dinlenme mekanı olmuştur. Turizmi yeni gelişmekte olan Kazakistan'da turistik potansiyele sahip Burabay bölgesi için gelişme planları yeni yapılmaktadır. Bu çalışma Burabay'da turizmin geleceği açısından turistik ürün çeşitlendirme politikalarını belirlemek amacıyla yapılmıştır.

3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada uzman görüşlerini belirlemek ve araştırılan konu ile ilgili uzman kişiler arasında görüş birliğine ulaşmak için "Delphi Yöntemi" kullanılmıştır. Delphi Yöntemi geleceğe ilişkin tahminler yapmada yararlanılan bir karar verme ve uzlaşma tekniğidir. Delphi tekniği bir sorunun çözümü için uzman kişilerin yüz yüze görüşmeler olmadan ve bir arada tartışmalar yapmadan bir konu hakkında karar vermelerine ve uzlaşmalarına imkan veren yöntemdir. Delphi, bir grup uzmanın bir konu hakkında karar vermelerine kolaylık sağlayan, onların uzlaşmasını sağlayan faydalı bir iletişim aracıdır¹⁶⁸.

Turizm sahip olduğu özellikler ve çok yönlü yapısı nedeniyle birçok sektör ve disiplinlerle bağlantılıdır. Bu nedenle bir ülke, bölge ya da yörede turizmin gelişmesinin belirlenmesinde farklı bilim dalları ve disiplinlerden uzman başvurulması uygun görülmüştür. Bu çalışmada Burabay'da çalışan üst düzey

¹⁶⁸ Mustafa Sarkım, a.g.e., s. 287

yöneticiler ile “Burabay” Milli Parkı ve Akmola Velayetinin turizm departman müdürlerine danışılmıştır.

Tablo 12: Delphi Modelinin Aşamaları

I.Bölüm	Ön Çalışma
Başlıca çalışma alanlarının tanımlanması	Çalışma alanı, konunun kapsamı ile sınırlandırılmış, ve olaylar ve teorik çalışma belirlenmiştir.
Başlıca çalışma alanlarının herbiri için geçmiş bilgilerin incelenmesi	Çalışma teorik ve pratik araştırmalara dayandırılmıştır.
Pilot bir anketin hazırlanması	Sorgulama amaçları ve Burabay ile ilgili genel konuları içeren bir pilot anket çalışması hazırlanmıştır.
Pilot anketin uygulanması	Eksikliklerin en aza indirilmesi ve soruların içeriği konusunda fikir almak amacıyla pilot anket uygulanmıştır.
Uzmanlar panelinin seçilmesi	Uzmanlar paneli seçilirken Burabay turizmi konusunda alanlarının mümkün olduğunca en iyileri olmalarına özen gösterilmiştir.
II.Böüm	I.Basamak Anket
1.basamak anketin uygulanması	Uzmanlara Burabay ile ilgili ek bilgiler vermek ve gelecekteki olaylar için olasılık dereceleri vermeleri istenmiştir.
1.basamak anketinin uygulanması	Uzmanların 1. basamakta verdikleri yanıtlar değerlendirilmiştir
III.Bölüm	II.Basamak Anket
2.basamak anketin dağıtılması	Uzmanlara özet bilgileri gözden geçirerek 1.basamak anketlerin yanıtlarını yeniden değerlendirmeleri ve normal dağılımdan farklı farklı olan yanıtların gerçekleri istenmiştir.
2.basamak yanıtlarının analizi	Uzmanlarda gelen yanıtlar tekrar değerlendirilerek her olayın olabilirliği ve dağılımını gösteren özet bilgiler düzenlenmiştir.
IV.Bölüm	Final Analiz

Verilerin analizi	Veriler analiz edilerek, sonuç ve değerlendirme raporu hazırlanmıştır.
-------------------	------------------------------------------------------------------------

Kaynak: Mustafa Sarkım, **Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği**, (Yayınlanmış Doktora Tezi), İzmir, 2007, s.288

Tablo 12’de delphi modelinin aşamaları gösterilmiştir. Anket sonuçları istatistiksel olarak değerlendirildikten sonra, ortalama ve dağılım gibi temel sonuçlarla birlikte, tekrar aynı uzmanlara dönderilir ve tekrar cevaplamaları istenir. Böylece anketi cevaplayan uzmanlara genel görüş eğilimi ışığında kendi cevaplarını yeniden değerlendirme olanağı sağlanır. Cevapları normal aralığın dışında kalanlardan, farklı görüşleri sürdürmelerinin gerçeklerini belirtmeleri istenir. Bu süreç iki veya daha fazla sayıda tekrarlanması sonucunda, gelecekle ilgili tahminlere ilişkin farklı görüşler arasında ortak noktalar bulunmaya çalışılır ve görüşlerin yakınsaması sağlanır¹⁶⁹.

3.3. VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ

Çalışmada kullanılan veri toplama tekniği anket olarak belirlenmiştir. Katılımcılara dağıtılan anketlerin hepsi bireysel olarak ulaştırılmış ve yüz yüze görüşülerek yapılmıştır. İkinci turda ise telefon aracılığı ile anket cevapları alınmıştır.

3.4. ÖLÇEĞİN BELİRLENMESİ

Bu çalışmada uzmanların görüşlerini belirlemek amacıyla ölçüm sisteminden Likert Ölçeği, kolaylığı nedeni ile tercih edilmiştir. Anketi yanıtlayan kişilere verilen önermelerle ilgili görüşlerini, çok olumludan çok olumsuzu kadar sıralanan seçeneklerden belirtmeleri istenmiştir. Çalışmada “Beşli Likert Ölçeği” kullanılmıştır. Buna göre:

- (1) Kesinlikle Katılıyorum
- (2) Katılıyorum
- (3) Fikrim yok
- (4) Katılmıyorum

¹⁶⁹ Mustafa Sarkım, a.g.e., s. 288

(5) Kesinlikle Katılmıyorum

şeklinde bir ölçek kullanılmıştır. Birinci tur sonunda yukarıda parantez içinde verilen değerlere göre ortalama ve varyans hesaplanmış, ortalamalar ikinci tur anketlerde verilmiş ve uzmanlardan ortalamaya göre görüşlerinde değişiklik olup olmadığını belirtmeleri istenmiştir.

3.5. ANKETİN İÇERİĞİ

Anketin içeriği hazırlanırken kısıtlı olan literatür kaynaklarından ve Burabay'da çalışan üst düzey yöneticilerle birebir görüşülerek onların görüşlerinden faydalanılmıştır. Bu görüşmelerden ve diğer ikincil kaynaklara dayanarak demografik sorular dahil 31 soru hazırlanmıştır ve Rusçaya çevrilmiştir.

Katılımcılara sorulan sorular, anketin cevaplandırılmasını kolaylaştırmak, araştırmacının verileri daha hızlı değerlendirmesini sağlamak için kapalı uçludur. Ayrıca açık uçlu sorular delphi tekniği ile değerlendirilemediğinden ve zaman açısından da kayba neden olduğundan tercih edilmemiştir.

3.5.1. Anketin Uygulama Süreci

Araştırma verilerinin istatistiksel analizleri SPSS for Windows 13 (Statistical Program for Social Science) paket programı ile gerçekleştirilmiştir. Burabay bölgesi için yapılan çalışmada, delphi yöntemi iki türlü olarak gerçekleştirilmiştir. Delphi yönteminde amaç, ankete katılan uzmanların bir araya gelmeden, konuşmadan aynı konu üzerinde fikir birliğine ulaşmasıdır. Çalışmada uzmanların fikir birliğine ulaşp ulaşmadığını tespit etmek için birinci ve ikinci tur sonuçları için Eşleştirilmiş T-testi (Paired Sample T Test) uygulanmıştır. Tablo 13'de Eşleştirilmiş T-testi sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 13: Eşleştirilmiş T- Testi Sonuçları

1.Tur Ort.	2.Tur Ort.	Ortalamaların Farkı	t istatistiği	p değeri
2,343	2,346	-0,002	-0,081	0,936

Bu sonuçlara göre 1. ve 2. tur anket sonuçları arasında önemli bir farklılığın olmadığı ortaya çıkmaktadır ($p=0,936>0,05$).

Burabay bölgesinde yapılan anketlerin 1. ve 2. turu arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık tespit edilmediğinden bu çalışmada delphi tekniği gereği 3. tura gerek duyulmamıştır. Uygulanan anketin ve analiz ve değerlendirmeleri ise, katılan uzmanların fikir birliğine ulaştıkları 2. tur sonuçları üzerinden yapılmıştır.

3.5.2. Araştırmanın Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik aynı değişkenin bağımsız ölçümleri arasındaki tutarlılık-kararlılık durumudur.

Bir anketin güvenilirliği, yani ankette yer alan maddelerin ya da soruların her birinin bir biri ile ne kadar iyi ilişkilendirilmiş olduğunun sınanması için kullanılan başlıca yöntem Cronbach Alpha katsayısıdır. Cronbach Alpha katsayısı 0.00 ile 1.00 arasında değişir. Yeterli bir güvenilirlik katsayısı anketin kullanma amacıyla yakından ilişkilidir. Grupları karşılaştırmak için 0.50 ve üstündeki bir güvenilirlik katsayısı yeterlidir¹⁷⁰. Bu çalışmada uzmanların görüşleri karşılaştırıldığı ve birbirine yakınlık dereceleri ölçüldüğü için güvenilirlik katsayısının 0.50 değerinden yüksek olması yeterlidir.

¹⁷⁰ Mustafa Sarkım, a.g.e., s. 297

1.ve 2. tur anket sonuçlarının Cronbach Alpha katsayıları belirlenirken SPSS 13 paket programı kullanılmıştır. Tablo 14’de 1. ve 2. tur anketlerin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayılar gösterilmiştir.

Tablo 14: 1.ve 2. tur Anketin Güvenilirlik Katsayıları

1.Tur	0.608
2.Tur	0.625

3.5.3. Uzmanların Demografik Özellikleri ile İlgili Değerlendirmeler

Ankete katılan uzmanların demografik özellikleri ile ilgili bilgiler aşağıdaki tabloda ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Anketin 1. ve 2. turuna katılan uzmanlar değişmediği için demografik özellikleri ile ilgili bilgiler anketin birinci turunda verdikleri cevaplar doğrultusunda belirtilmiştir.

Buna göre katılımcıların cinsiyeti, eğitim düzeyleri, ünvanları, turizm eğitimi alıp almadıkları, özel sektör tecrübelerine göre değerlendirilmiştir.

Tablo 15: Ankete Katılan Uzmanları Demografik Özellikleri

Uzmanları Cinsiyetine Göre Dağılımı		
Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	11	44
Erkek	14	56
Toplam	25	100

Uzmanları Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı		
Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzde (%)
Lisans	25	100
Lisansüstü	0	0
Toplam	25	100
Uzmanları Turizm Eğitimi Almalarına Göre Dağılımı		
Turizm Eğitimi	Frekans	Yüzde (%)
Evet	5	20
Hayır	20	80
Toplam	25	100
Uzmanları Ünvanına Göre Dağılımı		
Ünvan	Frekans	Yüzde (%)
Genel Müdür	23	92
Departman Müdürü	2	8
Toplam	25	100
Uzmanları Özel Sektör Deneyimine Göre Dağılımı		
Özel Sektör	Frekans	Yüzde (%)

Deneyimi		
Evet	18	72
Hayır	7	28
Toplam	25	100

Araştırmaya katılan uzmanların cinsiyetine göre dağılımı incelendiğinde % 44'ü kadın, % 56'sı erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Uzmanların eğitim düzeyine göre dağılımının ise % 100 üniversite mezunları olduğu görülmüştür, bunlarda % 20'si turizm eğitimi almış ve % 80'i diğer branşlar mezunu oldukları ortaya çıkmıştır. Ünvanlarına göre dağılımında ise % 92'sinin genel müdür olarak ve % 8'nin departman müdürleri görevlerini yapmakta olduğu belirlendi. Uzmanların % 72'sinin özel sektör tecrubesi olduğu ve % 28'nin özel sektör tecrubesi olmadığı ortaya çıkmıştır.

Uzmanların demografik özellikleri incelendiğinde çalışmaya katılan uzmanların Burabay turizmi konusunda görüş belirtebilecek düzeyde bilgi ve tecrübeye sahip oldukları görülmektedir.

3.5.4. Anket Sonuçları ile İlgili Değerlendirmeler

Bu çalışmada delphi tekniği uygulanmış ve anket iki turlu olarak gerçekleştirilmiştir. Anketin birinci ve ikinci turuna 25 uzman katılmıştır. "N" ankete cevap veren kişi sayısını ifade etmekte, ortalama değer ise (Art.Ort) o soruya verilen puan değerlerinin toplanıp, soruya cevap veren kişiler sayısına bölünmesiyle elde edilmektedir. Standart sapma ise, değişkenlerin aritmetik ortalamadan sapmaların kareleri ortalamasını ifade eder.

Araştırmalar ile ilgili yorumlar, uzmanların görüşlerinin netleştiği ikinci tur sonuçlarına göre değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarının değerlendirilmesinde ve yorumlanmasında önemli ölçüde katılımcıların ankete verdikleri cevaplar ile birlikte

değerlendirme ve önermelerle ilgili yaptıkları yorumlardan ve anketin birinci tur sırasında yapılan yüz yüze görüşmelerden yararlanılmıştır.

Anket çalışması yirmi delphi ifadesinden oluşmaktadır. Katılımcılarına bu önermeler ile ilgili yaptıkları değerlendirmeler ve bu değerlendirmelerin ortalaması ile standart sapmaları Tablo 16’da gösterilmiştir.

Tablo 16: Anket İle İlgili Değerlendirmeler

Delphi İfadesi		Tamamen Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum			
		%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
1	Burabay’ın konaklama altyapısı bölge turizminin gelişmesi için yeterlidir.	32,0	20,0	4,0	36,0	8,0	25	2,68	1,46
2	Burabay’a son yıllarda gelir düzeyi düşük, az harcama yapan turistler gelmektedir.	12,0	8,0	12,0	44,0	24,0	25	3,6	1,29
3	Burabay turizminin önemli sorunlarından biri etkin bir tanıtım ve pazarlamanın yapılmamasıdır.	40,0	44,0	0,0	16,0	0,0	25	1,92	1,03
4	Burabay’da genelde fiziksel altyapının yetersiz kalması turizmin gelişmesini olumsuz yönde etkilemektedir.	44,0	24,0	12,0	16,0	4,0	25	2,12	1,26
5	Burabay turizminin gelişmesinde kamu sektörü ve özel sektör arasında uyumlu ve sıkı bir işbirliği etkili olacaktır.	56,0	32,0	12,0	0,0	0,0	25	1,56	0,71
6	Turizm Master Planının oluşturulmaması, Burabay ve Kazakistan turizminin ulusal turizm piyasasından yeterli pay almasını engellemektedir.	52,0	28,0	8,0	12,0	0,0	25	1,8	1,04
7	Burabay’da günümüz turistine hitap eden yeterli sayıda birbirini destekleyecek turistik ürün çeşidi vardır.	4,0	20,0	8,0	60,0	8,0	25	3,48	1,04
8	Burabay’ın kendine özgü bir imaj yaratıp, bir marka olmaması turizmden daha fazla pay almasını engellemektedir	24,0	28,0	20,0	16,0	12,0	25	2,64	1,35

9	Bölgede yaratılan gelirlerin çoğunun bölge dışına aktarılması, bölgenin gelişme hızını azaltmaktadır.	36,0	12,0	16,0	36,0	0,0	25	2,52	1,32
10	Bölgeye gelen turistlerin büyük bir kısmı ulaşım aracı olarak demiryolunu tercih etmektedirler.	4,0	12,0	48,0	28,0	8,0	25	3,24	0,92
11	Bölge turizminin tanıtımı ve geliştirilmesi için sektör ile yerel yönetimler, ticaret odaları ve sivil toplum kuruluşları arasında sıkı bir işbirliği gereklidir.	60,0	24,0	12,0	4,0	0,0	25	1,6	0,86
12	Turizm politikalarında sürekliliğin sağlanmaması sonucu, alınan kararların uygulanmaması turizmi olumsuz yönde etkilemektedir.	48,0	28,0	12,0	12,0	0,0	25	1,88	1,05
13	Bölgeye olan turistik talep daha çok kitle turizmine yönelik ürünleri tercih etmektedir.	0,0	32,0	16,0	40,0	12,0	25	3,32	1,06
14	Burabay'da turizmin hızlı gelişmesinin, doğal ve kültürel çevre üzerinde olumsuz etkileri olmuştur.	32,0	36,0	12,0	8,0	12,0	25	2,32	1,34
15	Turizm açısından çok önemli olan çevrenin ve kıyıların korunması için turistik işletmeler ile yerel yönetimler arasındaki işbirliği yetersizdir.	72,0	24,0	0,0	4,0	0,0	25	1,36	0,7
16	Turizmin plansız ve kontrolsüz geliştiği bazı yörelerde taşıma kapasitesi sorunu ortaya çıkmaktadır.	16,0	52,0	24,0	8,0	0,0	25	2,24	0,83
17	Turizmin kontrolsüz geliştiği yörelerde doğal peyzaj zarar görmektedir.	60,0	24,0	4,0	12,0	0,0	25	1,68	1,02
18	Kültürel açıdan önemli bir potansiyele sahip bölgede sağlık turizminin geliştirilmesi turizm mevsimini uzatacaktır.	52,0	44,0	4,0	0,0	0,0	25	1,52	0,58
19	Burabay'da turistin hizmetine sunulan turistik ürün sayısı yetersizdir.	32,0	40,0	12,0	12,0	4,0	25	2,16	1,14
20	Kamp ve karavan turizmi doğal ve kültürel çevrenin korunması açısından geliştirilmesi gereken bir üründür.	8,0	56,0	8,0	16,0	12,0	25	2,68	1,21
21	Burabay'da turizm amaçlı inşaat çalışmalarının artması turizmin geleceğini tehdit etmektedir.	24,0	40,0	12,0	12,0	12,0	25	2,48	1,32
22	Turizm mevsiminde nüfusun hızla artması trafik sorununa neden olmaktadır.	16,0	16,0	28,0	28,0	12,0	25	3,04	1,27

23	Turistik yörelerdeki tarımsal alanların kontrolsüz bir şekilde turizme açılması hem tarım sektörüne hem de turizm sektörüne zarar verir.	20,0	32,0	32,0	12,0	4,0	25	2,48	1,08
24	Burabay'ın rakiplerine karşı avantaj sağlayabilmesi için sağlık turizmi kapsamında ürünler geliştirilmelidir.	56,0	24,0	12,0	4,0	4,0	25	1,72	1,06
25	Sağlık turizmi kapsamında doğal ve kültürel çevrenin korunması ve yerel halkın turizmden pay alabilmesi sağlanmalıdır.	32,0	52,0	8,0	8,0	0,0	25	1,92	0,86

Burabay turizmi ile ilgili anket yirmi beş önermeden oluşmakta ve bu önermelere katılımcıların verdikleri cevapların yüzde dağılımı, ortalamaları ve standart sapmaları yukarıdaki tabloda yer almaktadır. Bu önermelerin her biri yüzde dağılımı, ortalaması ve standart sapması açısından ayrı ayrı değerlendirilecektir.

Tablo 16/1

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Burabay'ın konaklama altyapısı bölge turizminin gelişmesi için yeterlidir.	32,0	20,0	4,0	36,0	8,0	25	2,68	1,46

Katılımcıların % 52'si "Burabay'ın konaklama altyapısı bölge turizminin gelişmesi için yeterlidir" önermesine olumlu olarak cevap vermiştir. Onlara göre

Burabay’ın konaklama altyapısı Burabay’da turizmin gelişmesi için yeterlidir. Ortalamanın 2,68 olması da bu durumun çelişkili olduğunu göstermektedir.

Tablo 16/2

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyor	Tamamen Katılmıyor			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Burabay’a son yıllarda gelir düzeyi düşük, az harcama yapan turistler gelmektedir.	12,0	8,0	12,0	44,0	24,0	25	3,6	1,29

Katılımcıların % 68’i “Burabay’a son yıllarda düzeyi düşük az harcama yapan turistler gelmektedir” önermesine katılmamaktadır. Burabay ülkenin en bilinen doğal güzelliklerine sahip bölgelerinden biridir. Bu sebeple yerli turistlere doğa tatili denildiğinde akıllarına ilk gelen bölgelerden bir tanesidir. Buna karşın bölge tesisleri bu kadar yüksek seviyedeki talebi karşılayacak imkanlara sahip değildir. Bölgeye olan yoğun talep nedeniyle turistik tesisler müşteri sıkıntısı çekmemektedirler. Bu yüzden rekabet ederek konaklama ve yiyecek-içecek fiyatlarını düşürmeyi düşünmemişlerdir. Bu durumun doğal sonucu olarak yüksek harcama yapamayacak turistler bölgede konaklayamamaktadırlar.

Tablo 16/3

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyor	Tamamen Katılmıyor			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Burabay turizminin önemli sorunlarından biri etkin bir tanıtım ve pazarlamanın yapılmamasıdır.	40,0	44,0	0,0	16,0	0,0	25	1,92	1,03

Burabay’ın tanıtımı ile ilgili “Burabay turizminin önemli sorunlarından biri etkin bir tanıtım ve pazarlamanın yapılmamasıdır” değerlendirmesine katılımcıların % 84’i katılmaktadır. Sadece yerel turistleri değil yabancı turistleri de bölgeye çekmek için hem devlet tarafından hem özel işletmelerden yeterince tanıtmanın yapılmaması fikri uzmanlar arasında hakimdir.

Tablo 16/4

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyor	Tamamen Katılmıyor			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Burabay’da genelde fiziksel altyapının yetersiz kalması turizmin gelişmesini olumsuz yönde etkilemektedir.	44,0	24,0	12,0	16,0	4,0	25	2,12	1,26

Katılımcılar % 68 oranda “Burabay’da genelde fiziksel altyapının yetersiz kalması turizm gelişmesini olumsuz yönde etkilemektedir” önermesine katılmaktadır. Bu değerlendirme ile katılımcılar Burabay’ın gelişmesi için gerekli olan fiziksel altyapının yetersiz olduğu, su, yol, kanalizasyon, arıtma tesisi, enerji yatırımlarının artırılması gerektiği görüşündedir.

Tablo 16/5

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyor	Tamamen Katılmıyor			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Burabay turizminin gelişmesinde kamu sektörü ve özel sektör arasında uyumlu ve sıkı bir işbirliği etkili olacaktır.	56,0	32,0	12,0	0,0	0,0	25	1,56	0,71

Katılımcılar % 88 oranda kamu ve özel sektör işbirliğinin gerçekleşmesi Burabay'da turizmin gelişmesini iyi yönde etkileyeceğinde hemfikirler.

Tablo 16/6

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyor	Tamamen Katılmıyor			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Turizm Maser Planın oluşturulmaması, Burabay ve Kazakistan turizminin ulusal turizm piyasasından yeterli pay almasını engellemektedir.	52,0	28,0	8,0	12,0	0,0	25	1,8	1,04

Kazakistan'da turizm yeni gelişmekte olan sektör olduğu için turistik potansiyele sahip bölgeler devlet tarafından daha yeni ele alınmaktadır. Bu sebeple Burabay turistik bölgesinin gelişmesiyle ilgili bir Master Plan oluşturulmamıştır. Uzmanların bu konuda % 80'i Master Planın olmaması turizm gelişimini engelleyecektir düşüncesindedir.

Tablo 16/7

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyor	Tamamen Katılmıyor			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Burabay'da günümüz turistine hitap eden yeterli sayıda birbirini destekleyecek turistik ürün çeşidi vardır.	4,0	20,0	8,0	60,0	8,0	25	3,48	1,04

Sovyetler Birliği döneminde devlet kontrolünde gezilerin yapıldığı ve hastaların iyileşmesi için rehabilitasyon bölgesi olarak kullanılan Burabay bağımsızlıktan sonra da turizm ile ilgili atılımlarını geç başladığı için turistik ürün

çeşitlendirmesinde ilerleyememişti. Uzmanların % 68'i turistik ürün çeşitlendirmesini yetersiz olduğunu kanaatindedir.

Tablo 16/8

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyor	Tamamen Katılmıyor			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Burabay'ın kendine özgü bir imaj yaratıp, bir marka olmaması turizmden daha fazla pay almasını engellemektedir	24,0	28,0	20,0	16,0	12,0	25	2,64	1,35

Burabay'ın şu anda sağlıklı bir turizm imajı yoktur, ancak Sovyet döneminde havasının temizliğinden ve çamaşağaçları ormanlarının olmasından tüberküloz hastalıklarının tedavisi amacıyla yapılan resortların olması hatırlanıyor. Uzmanların % 52'sinin Burabay'ın kendine özgü bir imaj yaratıp, bir marka olmaması turizmden daha fazla pay alamaması fikrine katılmaktadırlar ve sağlık turizmini geliştirerek daha fazla sağlık turizmine yönelik ürün farklılaştırma ve çeşitlendirmeye gidilirse, hem sezonun uzaması, hem kalifiye elemanların çalışması ve hizmet kalitesinin yükseleceği fikrindedirler.

Tablo 16/9

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyor	Tamamen Katılmıyor			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Bölgede yaratılan gelirlerin çoğunun bölge dışına aktarılması, bölgenin gelişme hızını azaltmaktadır.	36,0	12,0	16,0	36,0	0,0	25	2,52	1,32

Katılımcıların % 48'i bölgede elde edilen gelirin bölge dışına aktığından turizm gelirleri düşük düzeyde kalmakta olduğunu ifade ettiler. Bunun sebebi işletmecilerin büyük kısmının yerli olmaması tesislerin de sezon dışında kapalı olması. İşletmecilerin sezonda elde ettiği karın çoğunu bölge dışına aktarması bölgenin gelişme hızını engellemektedir. Katılımcıların % 36'sının bu ifadeye katılmama sebepleri ise resortların yıl boyunca gelen turistler için hizmete açık olması ve bu tesislerin çoğunun kamuya ait olması çalışanların da yerel olmasından, elde edilen gelirin dışarıya sızmayıp bölgede kalmasının düşüncesinde olmalarıdır.

Tablo 16/10

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyorrum	Katılıyorrum	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Bölgeye gelen turistlerin büyük bir kısmı ulaşım aracı olarak demiryolunu tercih etmektedirler.	4,0	12,0	48,0	28,0	8,0	25	3,24	0,92

Bölgeye ulaşmak için hem maliyet, hem rahatlık açısından en uygun taşıma aracı demiryoldur. Hem Rusya'dan hem Kazakistan'ın demiryolu iç hatlarından Burabay'a ulaşmak mümkündür. Kazakistanın kuzeyindeki iklimin sert olması ve yıl boyunca ısı derecesinin +40 ile - 40 arasında değişmesi yolları yıpratmaktadır. Yolların yenilenmesi de çok maliyetlidir. Bu nedenle, yeni açılan Astana-Burabay otobanı haricinde ulaşım yollarının kötü olması turistlerin demiryolunu tercih etmesine sebep olmaktadır. Katılımcıların büyük kısmının (% 48) bu değerlendirme ile ilgili fikrinin olmaması Burabay'da kitle turizminin yaygın olmamasıdır. Turistlerin bölgeyi grup halinde değil bireysel olarak ziyaret etmesi, bu yüzden hangi ulaşım aracının kullanıldığı hakkındaki bilginin olmaması kabul edilebilirlik bir durumdur.

Tablo 16/11

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Bölge turizminin tanıtımı ve geliştirilmesi için sektör ile yerel yönetimler, ticaret odaları ve sivil toplum kuruluşları arasında sıkı bir işbirliği gereklidir.	60,0	24,0	12,0	4,0	0,0	25	1,6	0,86

Bölge turizminin tanıtılmasının yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları aracılığıyla yapılması halka güven verir. Turistleri bölgeye çekebilecek olan bu reklamların tamamen ticari amaç gütmeyen yerel yönetim, sivil toplum kuruluşları tarafından yapılması insanlar üzerinde daha olumlu ve daha güvenilir etki yaratacaktır. Bunu bilen uzmanlar % 84 oranda bölgenin tanıtımı ve geliştirilmesi için kurumsal işbirliği olması gerektiğini belirtmişlerdir.

Tablo 16/12

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Turizm politikalarında sürekliliğin sağlanmaması sonucu, alınan kararların uygulanmaması turizmi olumsuz yönde etkilemektedir.	48,0	28,0	12,0	12,0	0,0	25	1,88	1,05

Turizm politikalarında sürekliliğin sağlanmaması ve alınan kararların uygulanmaması sektörün kendilerine belirtilen hedefler doğrultusunda yaptıkları atılım ve yatırımları bir süre sonra boşa çıkarmaktadır. Bu da önemli derecede zaman ve para kaybına sebep olmaktadır. Katılımcıların % 76'sı Turizm politikalarında

sürekliliğin sağlanmasının ve alınan kararların uygulanmasının turizmin gelişmesi için şart olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 16/13

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyorrum	Katılıyorrum	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sap ma
Bölgeye olan turistik talep daha çok kitle turizmine yönelik ürünleri tercih etmektedir.	0,0	32,0	16,0	40,0	12,0	25	3,32	1,06

Bölgeye gelen turistlerin daha çok sağlık amaçlı bölgeyi ziyarete geldiği için kitle turizmi Burabay’da gelişmemiştir. Bunu katılımcıların % 52’si doğrulamaktadır ve bölgeye daha çok gelir sağlaması açısından daha fazla turistlerin gelmesini sağlamak için kitle turizminin geliştirilmesi gerektiği fikrindedirler.

Tablo 16/14

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyorrum	Katılıyorrum	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sap ma
Burabay’da turizmin hızlı gelişmesinin, doğal ve kültürel çevre üzerinde olumsuz etkileri olmuştur.	32,0	36,0	12,0	8,0	12,0	25	2,32	1,34

Turistlerin Burabay’ı tercih etme sebeplerinden biri doğal güzelliğidir. 1997 yılında Kazakistan’ın Başkentinin Astanaya taşınmasıyla Astana’ya göç etme yoğunlaşmıştır. Astana’nın Burabay’ın yakınında olması ziyaret eden turist sayısının da çoğalmasına neden olmuştur. Bu nedenle son yıllardada Burabay’da turizm hızlı, plansız ve kontrolsüz gelişmiştir. Fiziksel altyapının eksik olması ve sezonda turist

sayısının çoğalması çevrenin kirlenmesine sebep olmaktadır. Uzmanların % 68'i bu konuda hemfikirdir.

Tablo 16/15

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyor	Tamamen Katılmıyor			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Turizm açısından çok önemli olan çevrenin ve kıyıların korunması için turistik işletmeler ile yerel yönetimler arasındaki işbirliği yetersizdir.	72,0	24,0	0,0	4,0	0,0	25	1,36	0,7

Sezonda çok yoğun talep olduğu için sektör bunu karşılayabilmek amacıyla hızla yapılanmaya gitmektedir. Tamamen kısa vadeli ticari amaç güden bazı işletmecilerin çevreye ve kıyılara zarar verdiği gözlenmektedir. En kısa sürede yerel yönetimin idareyi eline alarak sektörün yapılanmasını yönetmesi gerekmektedir. Katılımcıların % 96'sı Burabay'ın doğasının geleceği için yerel yönetim ile turistik işletmelerin işbirliğinin bir an önce sağlanması gerektiğine inanmaktadırlar.

Tablo 16/16

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyor	Tamamen Katılmıyor			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Turizmin plansız ve kontrolsüz geliştiği bazı yörelerde taşıma kapasitesi sorunu ortaya çıkmaktadır.	16,0	52,0	24,0	8,0	0,0	25	2,24	0,83

Turizm Bakanlığının turistlerin ilgi gösterdiği bazı bölgelerde planlamada geç kalmasından dolayı yoğun talebe cevap vermek isteyen sektör işletmeleri hızla

kontROLSÜZ bir şekilde büyümüşlerdir. Bölgede düşük imkanlarla yapılan tesislerin çok daha güçlü imkanlara sahip olan sektör işletmecilerinin yüksek kapasiteli tesis yapabilecekleri alanların işgal edilmesine sebep olmaktadır. Uzmanların % 68'i bölge alanının iyi yönetilememesi sebebiyle bölgede taşıma kapasitesi sorunu yaşandığını belirtmişlerdir.

Tablo 16/17

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyor	Tamamen Katılmıyor			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Turizmin kontrolsüz geliştiği yörelerde doğal peyzaj zarar görmektedir.	60,0	24,0	4,0	12,0	0,0	25	1,68	1,02

Burabay'ın en önemli özelliklerinden biri doğal güzelliğidir. Burabay'daki bazı bölgelerde sektördeki işletmeler talebe cevap verebilmek için hızla yapılmış fakat bu yapılanma sırasındaki inşaa edilen yapıların Burabay'ın doğal güzelliklerine uyum göstermesi gerektiği dikkate alınmamıştır. Bu yüzden birçok turizm işletmesinin görüntüsü Burabay'ın doğal güzelliğiyle ters düşmüştür. Uzmanların % 84 oranda bu değerlendirmeye katılmaktadırlar.

Tablo 16/18

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyor	Tamamen Katılmıyor			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Kültürel açıdan önemli bir potansiyele sahip bölgede sağlık turizminin geliştirilmesi turizm mevsimini	52,0	44,0	4,0	0,0	0,0	25	1,52	0,58

uzatacaktır.								
--------------	--	--	--	--	--	--	--	--

Burabay’da turizm mevsimi çok kısadır. İklim şartları değişkendir, bazı zamanlarda yaz aylarında bile soğuk olmaktadır. Bu durum turistlerin bölgede uzun zaman konaklamalarına ve dinlenmelerine engel olmaktadır. Bu sebeple katılımcıların % 96’sı bölgede iklimden bağımsız olarak sürekli bir turistik ürün olan sağlık turizminin geliştirilmesi gerektiğine inanmaktadırlar.

Tablo 16/19

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sap ma
Burabay’da turistin hizmetine sunulan turistik ürün sayısı yetersizdir.	32,0	40,0	12,0	12,0	4,0	25	2,16	1,14

Uzun zaman boyunca Burabay sadece sağlık turizmi üzerine yoğunlaşmıştır. Bu yüzden günümüzde değişen turist profiline sunulmak üzere gerekli olan turistik ürün çeşitleri sıkıntısı çekmektedir. Katılımcıların % 72’si Burabay’daki turistik ürün sayısının yetersiz olduğuna katılırlar.

Tablo 16/20

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sap ma
Kamp ve karavan turizmi doğa ve kültürel çevrenin korunması açısından	8,0	56,0	8,0	16,0	12,0	25	2,68	1,21

geliştirilmesi gerken bir üründür.								
------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

Doğa ile iç içe yapılan en yaygın turistik aktivitelerden olan kamp ve karavan turizmi, turistlerin doğayı sevmesini ve doğayı korumasını sağlar. Bu iki turistik ürün insanların ziyaret ettikleri çevreyi gerçek anlamıyla tanımaları ve sevmelerini sağlar. Bu sebeple Katılımcıların % 62'si Burabay'ın doğal ve kültürel çevresinin korunması için hem doğaya zarar vermeyen hem de insanların doğayı sevmesini sağlayan bu turistik ürünün yaygınlaşmasının gerektiğini desteklemektedir.

Tablo 16/21

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Burabay'da turizm amaçlı inşaat çalışmalarının artması turizmin geleceğini tehdit etmektedir.	24,0	40,0	12,0	12,0	12,0	25	2,48	1,32

Uzmanların % 64'ü bölgede hızlı gelişmenin konaklama kapasitesinin artırılması ihtiyacını doğurduğunu ve bu amaçla yapılan plansız yapılaşmanın betonlaşmaya neden olduğu görüşündedirler. Bu durum da turizm- çevre ilişkisinin arttığı günümüzde turizmi olumsuz etkilemektedir.

Tablo 16/22

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma

Turizm mevsiminde nüfusun hızla artması trafik sorununa neden olmaktadır.	16,0	16,0	28,0	28,0	12,0	25	3,04	1,27
---------------------------------------------------------------------------	------	------	------	------	------	----	------	------

Burabay’da turizm mevsiminde nüfus yerli nüfusa oranla büyük artış gösterse de trafikteki artış sorun yaşatacak düzeyde değildir. Nüfus artışı oranında trafik artış olmamasının en önemli sebebi Burabay’a birçok yönden tren yolunun olması ve turistlerin bu toplu ulaşımı aktif olarak kullanmasıdır. Burabay’a ulaşımı sağlayan toplu ulaşım sisteminin olması ve turistlerin bunları kullanması trafik yoğunluğunu ciddi ölçüde azaltmaktadır. Katılımcılardan, özellikle tüm yılını Burabay’da geçirenler, turizm mevsimi ile diğer zamanlardaki trafik yoğunluğunu karşılaştırma imkanı bulabilmişler ve bunların hemen hepsi, katılımcıların % 40’ı, nüfus artışının trafik sorununa neden olduğunu düşünmektedirler.

Tablo 16/23

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Turistik yörelerdeki tarımsal alanların kontrolsüz bir şekilde turizme açılması hem tarım sektörüne hem de turizm sektörüne zarar verir.	20,0	32,0	32,0	12,0	4,0	25	2,48	1,08

Yerel ve kamu yönetimlerinin, yoğun talep üzerine sektörün kontrolsüz bir şekilde büyüyebileceğini öngörüp verimli tarım arazilerini korumaya alacak şekilde imar planı çıkarmaları ve uygulamaları zorunludur. Ülkede talebin yoğun olduğu tüm

turizm bölgelerinde imar planı olmadan yapılan sektörel büyüme verimli tarımsal arazilerin büyük ölçüde azalmasına neden olmaktadır. Bu sebeple katılımcıların % 52'si tarımsal alanların kontrolsüz şekilde turizme açılmasının tarım ve turizm sektörüne zarar vereceğine inanmaktadır.

Tablo 16/24

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyor	Tamamen Katılmıyor			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Burabay'ın rakiplerine karşı avantaj sağlayabilmesi için sağlık turizmi kapsamında ürünler geliştirilmelidir.	56,0	24,0	12,0	4,0	4,0	25	1,72	1,06

Sağlık turizminin gelişmesi için sağlık turizm kapsamında ürünlerin geliştirilmesi gerekmektedir. Burabay'ın eski Sovyet döneminden beri süregelen bir ünü vardır. Bu da havasının temizliği ve ikliminin özellikle verem hastalarına iyi gelmesidir. Bununla birlikte bol mineralli çamurlarında yapılan sağlık banyoları da Burabay'ın turistleri çekebileceği bir turistik üründür. Uzmanların büyük bir çoğunluğu (% 80) Burabay'ın rakiplerine karşı avantaj sağlayabilmesi için bu sağlık turizmi ürünlerini geliştirerek öne sürmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Tablo 16/25

Delphi İfadesi	Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim yok	Katılmıyor	Tamamen Katılmıyor			
	%	%	%	%	%	N	Art. Ort	Std. Sapma
Sağlık turizmi kapsamında doğal ve kültürel çevrenin korunması ve yerel	32,0	52,0	8,0	8,0	0,0	25	1,92	0,86

halkın turizmden pay alabilmesi sağlanmalıdır.									
------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Burabay'ın havasının temizliği ve ormanları Burabay'daki sağlık turizminin en önemli elemanlarıdır. Turistlerin doğa güzelliklerinden faydalanmaları için düzenlenen doğa yürüyüşlerinde rehber olarak yerel halkın çalıştırılması ve bu doğa gezilerinde bölge köylerinin uğrak yeri olarak belirlenmesi hem yerel halkın sağlık turizminden pay almasını sağlayacak hem de yöre kültürünün turistlere tanıtılmasında çok etkili olacaktır. Katılımcılar % 84 oranda yerel halkın turizmin bölgede büyümesinde etkili rol almasının ve turizmden pay almasının hem sektör hem yerel halk açısından olumlu etkileri olacağını belirtmektedirler.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizmin ulaşabileceği sınırsız ekonomik boyut ve diğer elementleriyle birlikte etkileyebileceği alanların genişliği ve bu alanlar üzerindeki önemli gücü turizmi günümüzün en önemli sektörlerinden biri haline getirmiştir. Gelişmekte olan ülkeler şu an için daha çok turizmin ekonomik kalkınmaları üzerindeki olumlu etkisiyle ilgilenmekteyken turizmin önemini çok daha önceleri farketmiş olan ve turizm sektöründe epeyce yol katetmiş olan gelişmiş ülkeler turizmin ekonomik gücünün yanında politik ve kültürel gücüyle de ilgilenmektedirler. Amaç turizmin ister ekonomik ister kültürel veya politik gücünden faydalanmak olsun, ülke, bölge veya yöreler kendilerine yönelik talebi arttırabilmek ve bu alanda yarıştıkları ülke veya bölgelere karşı üstünlük sağlayabilmek için politikalar ve stratejiler geliştirmek ve belirlenen stratejileri kesintisiz uygulamaları gerekmektedir.

Turizmde yeni destinasyonların ve yeni ürünlerin ortaya çıkması özellikle uluslararası turizmdeki rekabetin artmasına neden olmaktadır. Uluslararası turizmdeki rekabet ile başedebilmek için ülkelerin yeni ürün stratejisi geliştirmesi, doğrudan ülke içerisinde bulunan bölgelerdeki turizmi etkilemektedir. Bu nedenle bölgeler kendilerine yönelik talebi arttırabilmek için hem değişkenlik gösterebilen turist profiline uygun turistik ihtiyaçları karşılamak hem de uluslararası turizmdeki rekabet sonucu ortaya çıkan yeni ürünler açısından kendi bölgelerinin geri kalmaması için ürün çeşitlendirme ve farklılaştırma yolunda hızla çalışmalıdırlar.

Kazakistan, turizmin gücünü farkederek ve hızla bundan yararlanmak için yakın bir zamanda çalışmalara başlayan gelişmekte olan bir ülkedir. Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği döneminde sadece sosyal turizm altında SSCB'nin yönettiği Sovyet vatandaşlarının dinlenme, başka yerlere seyahat etme, rehabilitasyon, tarihi ve kültürel tesisleri ziyaret etme ve kültürel kalıtları seyretme turizmi gerçekleşmiştir. Bu sebeple Sovyetler döneminde turizm çok sınırlı olmuştur. Kazakistan turizmin önemini farketmiş olmasına rağmen bağımsızlığının hemen arkasından bu konu ile ilgilenememiştir. Ancak 2006 yılında bu sektörün gelişimini sağlamak amacıyla Turizm ve Spor Bakanlığını kurarak çalışmalara başlamıştır.

Kazakistan sahip olduğu büyük turistik potansiyele karşın dünya genelinde turizmden aldığı pay yok denecek kadar azdır. Bunun en önemli sebebi turizmdeki atılımlara başlamakta çok geç kalmasıdır.

Uluslararası turizmdeki potansiyelini henüz işletememiş olan Kazakistan'da canlı olan turizm sektörü iç turizmdir. Kazakistan'daki iç turizmin en hareketli olduğu yerler Almatı ve etrafı, Astana ve Güney Kazakistan Vilayeti'dir. Burabay da sahip olduğu potansiyeli fark ederek Kazakistan'ın iç turizmden hakettiği payı almaya çalışan ve bu yolda hızla gelişmek için çalışmaları yapan bir bölgedir.

SSCB döneminde tüm Kazakistan'da olduğu gibi Burabay'da da sağlık turizmi ön plandaydı. Sağlık turizmi için açılmış resortlar şu anda bile Burabay'daki

turizm sektörünün yüzde çoğunluğunu elinde bulundurmaktadır. Kazakistan'ın bağımsızlığından önceki döneminde Burabay'daki turizm sektörünü elinde bulunduran resortlar, dinlenme tesisleri ve çocuk kampları bağımsızlıktan sonra yapılan atılımlarla yerlerini yavaş yavaş otellere bırakmaya başlamışlardır. Kazakistan'ın turizm ile ilgili önümüzdeki on yıllık kalkınma planında Burabay'ın turizm potansiyelini ortaya çıkarabilecek kalkınma paketleri yer almaktadırlar.

Kazakistan'ın turizmi için yapılacak olan kalkınma planlarının önümüzdeki en büyük engel turizm ile ilgili kapsamlı istatistiksel bilgilerin bulunmamasıdır. Burabay turizmi ile ilgili bilinen bilgiler, otel, resort, pansiyon tesisleri ve çocuk kampı sayılarının bilinmesinden daha öteye gitmemektedir. Burabay'ı tercih eden turistlerin konaklaması otel, resort ve dinlenme tesisi haricinde bir de kiralık daire sistemi ile karşılanmaktadır. Kiralık daire sistemi Burabay'a gelen turist sayısının hiçbir zaman tam anlamıyla belirlenememesine sebep olmaktadır. Bir kişinin kiraladığı bir dairede on-on beş kişiye varan ailelerin konaklaması ve tatillerinin Burabay'da geçirmesi çok sık rastlanan bir durumdur. Burabay'ı ziyaret eden turist sayısının bilinmemesinden dolayı Burabay'ın potansiyelinin ne kadarını kullandığı hesaplanamamaktadır. Yalnız bilinen bir gerçek, Burabayın gelecekte şu an çekmiş olduğu turistten daha fazlasını çekebileceğidir. Bu sebeple Kazakistan'ın önümüzdeki on yıllık turizm kalkınma paketinde Burabay'daki otel sayısının 1,5 katına çıkartılması, doğa ile uyumlu bir şekilde inşaa edilmesi planlanan 1620 daireli apartmanlarla turist karşılama kapasitesinin iki katına çıkartılması ve değişen turist profillerinden yararlanmak amacıyla 700 villa inşaa edilmesi planlanmıştır. Burabay'da yapılacak bu gelişme ile süregelen ve bilinen sağlık turizminin yanına hobi, dinlenme ve eğlence amaçlı tatil beldesi ünvanını da koymak hedeflenmektedir.

Kazakistan'ın turizm kalkınma planında Burabay ile ilgili koyduğu paketlerin gerçekleştirilmesi için gerekli önkoşulların başında tüm dünyada olduğu gibi altyapı ve ulaşım gelmektedir. Burabay ulaşım konusunda şanslı diyebileceğimiz durumdadır. Kazakistan'ın başkenti Astana'ya yakın olması ve Atana- Burabay otobanının şimdiden tamamlanmış olması çok büyük büyük bir şanstır. Burabay'ın

çekmek istediği en büyük turist kitlesinin bulunduğu başkent Astana'dan Nuraba'nın bağlı olduğu Şuçinsk şehrine tren yolunun bulunması ve günlük tren seferlerinin yapılabilmesi değerlendirilebilecek önemli bir avantajdır.

Dünyanın birçok yerinde turistik bölgeler kendilerine olan talebi arttırabilmek için hedeflenen turist profilinde çeşitlendirmeye gitmeye çalışmakta, bu doğrultuda da bünyesinde bulunan turistik ürünlerde çeşitlendirme çabasına gitmektedirler. Sovyet döneminde sadece temiz havası ve doğal güzelliğinden dolayı, özellikle tüberküloz hastaları rehabilitasyon merkezi haline gelmiş olan Burabay, bugünlerde sadece hastalar için değil herkes için bir dinlenme ve tatil bölgesi haline gelmeye başlamıştır. Burabay'ın hedeflediği bu turist profili çeşitliliği başlı başına bir atılımdır.

Burabay'a gelen turist profilindeki değişiklik, talebi arttırmak ve bunu karşılayabilmek için devletin yaptığı ve yapmayı planladığı yatırımlar turistik ürün çeşitlerinin arttırılması beraberinde tarım alanlarının inşaaaya açılması, doğal peyzaja uyum sağlanmadan inşaatların yapılması hizmet verecek deneyimli personelin bulunmaması gibi sıkıntılar getirmiştir.

Uzman görüşlerini belirleme ve araştırılan konu ile ilgili olarak uzman kişiler arasında görüş birliğine ulaşmak amacıyla oluşturulan delphi yöntemiyle Burabay turizminin gelişmesi ve sorunları ile uygun turistik ürünler belirlenmiştir.

Burabay'da turizmin gelişmesi Burabay'ı çok etkileyecek olumlu ve olumsuz birçok gelişmeye sebep olmuştur. Burabay'ı tercih eden turist profilinin çeşitlenmesiyle birlikte Burabay'a olan talep hızla artmış, bu da yanında fiziksel altyapının yetersiz kalması ve deneyimli personel sıkıntısı çekilmesine sebep olmuştur. Artan talebin karşılanması için konaklama tesislerindeki hızlı yapılanma doğal peyzaja aykırı inşaalara sebep olmakta ve Burabay'ın önemli değeri olan doğal güzelliğine zarar vermektedir. Kontrolsüz konut yapımı aynı zamanda tarım alanlarının da kontrolsüz şekilde betonlaşmasına sebep olmaktadır. Bu sorunun içinden çıkılmaz bir hal almadan önüne geçilmesi için turizm sektöründeki fiziksel

inşaaının devlet kontrolünde yerel yönetimler ile yönetilmesi, ticaret odaları, sivil toplum kuruluşları, sektör yatırımcıları ve kamu kuruluşları arasında işbirliği sağlanması gereklidir.

Burabay için Master Planın tam olarak oluşturulmamış olması birçok gelişmenin kontrolsüz olarak gerçekleşmesine sebep olmaktadır. Ancak oluşturulacak bir Master Plan ile gerçekleşebilecek turizmde bir marka olmak, kendine özgü bir imaj yaratmak, ulusal turizmden hakettiği payı almak gibi büyük hedeflere ulaşılabilir.

Burabay'ın rakiplerine karşı avantaj sağlayabilmesi için elinde bulunan en büyük kozu olan sağlık turizmi kapsamında ürünler geliştirilmeli, doğal ve kültürel çevrenin korunması da bu kapsama dahil edilerek yerli halkın bu sektörde aktif olarak çalışması sağlanmalı ve bu imaj oluşturulacak turizm Master Planı dahilinde kesintisiz reklam ve tanıtımlarla ilan edilmelidir. Bunun gerçekleştirilmesi halinde Burabay'a kesintisiz gelir getirecek, bitmeyen bir turizm mevsimi olanağını sağlayacaktır. Böyle bir olanak beraberinde çok önemli bir avantaj sağlayacaktır ki bu da deneyimli personelin kesintisiz olarak bu sektörde çalışmasını sağlayabilmektir.

Burabay bölgesinde turizmin gelişmesi ve geleceği ile ilgili öneriler şöyle sıralanabilir;

- Bölge turizminin geleceği üzerinde etkili olan kamu sektörü, turizm sektörü, ve turizm ile ilgili tüm kurum ve kuruluşlar arasında sıkı ve uyumlu bir işbirliği sağlanmalı,
- Burabay'a gelen turist profilindeki değişikliklerle birlikte Burabay'a olan talebin artması, talebi karşılamak isteyen turistik sektörün kontrolsüz büyümesine yol açmaktadır. Turizm Bakanlığının bir an önce bir Master Planı hazırlamalı ve bu doğrultuda çalışması için kamu kuruluşları ile özel sektör işbirliğini sağlamalıdır,

- Bölgenin özelliklerini yansıtacak bir imaj yaratılarak, Burabay bir marka haline getirilmeli, bu tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde kullanılmalı,
- Mevcut ürünler yanında günümüz turizm talebine yönelik olarak turistik ürün çeşitlendirmesine ağırlık verilmeli,
- Bölge tanıtımı, ürün çeşitlendirmesi aynı zamanda farklı kitlelerden turistlerin Burabay'a çekilmesi için fuarlar düzenlenmeli, yarışlar tertiplenmeli ve kültürel etkinlikler organize edilmeli. Fuarlarda Burabay'da bulunan nadir bitkiler tanıtılmalı, sağlık üzerindeki etkileri anlatılmalı, ve bitkilerin doğal ortamlarının gösterilmesi için doğa gezileri düzenlenmelidir. At biniciliği ve olta balıkçılığı üzerine etkinlikler ve yarışlar düzenlenmeli ve bunların tanıtımı yapılmalıdır. Bu tip etkinliklerle ürün çeşitlendirilmesi yapılmalıdır,
- Ürün çeşitlendirmek için gerekli olan en önemli faktör buralarda hizmet verecek olan deneyimli personeldir. Bu sebeple personel eğitimi yapılmalıdır,
- Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında çevrenin korunması açısından önemli olan yayla, kamp ve karavan turizmleri geliştirilmelidir,

Günümüzde turizm sektörüne yeni destinasyonların ve ürünlerin sayısının çoğalması ile birlikte, turizmden daha fazla pay almak isteyen ülke ya da destinasyonlar arasındaki rekabeti arttırmaktadır. Bu rekabet ortamında, günümüz talep koşullarına uygun olarak mevcut turistik ürünlerini farklılaştırabilen ve yeni ürünler geliştirebilen ülke ya da bölgeler turizm piyasasından daha fazla pay alabileceklerdir. Bu nedenle Burabay'ın doğa güzellikleri korunacak şekilde, sahip olduğu potansiyele uygun yeni turistik ürünler geliştirerek turizm piyasasına arz etmelidir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

ABDAKİMOV Abdijappar, **İstoriya Kazakhstana**, Kazakistan Yayınevi, Almatı, 2003.

AYGAN B. ve diğlerleri, **Milli Ansiklopedi “Kazakhstan”**, Almatı, 2003.

AKTAŞ Ahmet, **Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi**, Azim Matbaa Fatih Ofset San.Tic.Ltd.Şti, Antalya, 2002.

BABKİN A.V., **Spetsialniye Vidy Turizma (Turizm Türleri)**, Fenikz Yayınevi, Rostov-na- Donu, 2008.

- BARUTÇUGİL İsmet, **Turizm İşletmeciliği**, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1989.
- BAYER M. Zeki, **Turizme Giriş**, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul, 1992.
- Beklemişev N., **Kurort Borovoye**, Almatı, 1958
- COOPER Chris ve diğerleri, **Tourism: Principles and Practice**, 3rd Edition, Prentice Hall, Essex, 2005.
- DURAN Meltem, **Kazakistan Ülke Etüdü**, İstanbul Ticaret Odası Yayını, İstanbul, 2002.
- ERDOĞAN Harun, **Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm**, 2.Basım, Bursa, 1995.
- EVLİYAOĞLU Sait, **Genel Turizm Bilgisi**, Ankara, 1989.
- HACIOĞLU Necdet, **Turizm Pazarlaması**, 4.Baskı, Vipa A.Ş., Bursa, 2000.
- İÇÖZ Orhan ve Metin Kozak, **Turizm Ekonomisi**, Turhan Kitapevi, Ankara, 1998.
- İÇÖZ Orhan, **Turizm Ekonomisi**, 3. Baskı. Turhan Kitabevi. Ankara, 2005.
- KAZBEKOV Aytkaşı, **Burabay Nakanune XXI Veka**, Astana, 1998.
- KESİCİ Kayyum, **Dün, Bugün ve Hedefteki Kazakistan**, IQ Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, 2003.
- KOZAK Nazmi ve diğerleri, **Genel Turizm**, 4.Baskı, Turhan Kitabevi, Ankara, 2000.
- KOTLER Philip ve diğerleri, **Marketing for Hospitality and Tourism**, 4th Edition, Unity-Dana Yayınevi, Moskova, 2007.
- MIDDLETON Victor T. C., **Marketing in Travel and Tourism**, Butterworth-Heinemann, Oxford, 1988.
- MUSİN Janaydar, **Jer Şoktıgı Kökşetau**, Almatı, 1989.
- OLALI Hasan, **Turizm Dersleri**, Memleket Matbaası, İzmir, 1969.
- OLALI Hasan, **Turizm Politikası ve Planlaması**, İşletme Fakültesi Yayını, Yön Ajans, İstanbul, 1990.
- OLALI Hasan ve Alp Timur, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti., İzmir 1988.
- SARAY Mehmet, **Kazak Türkleri Tarihi, "Kazakların Uyanışı"**, Nesil Matbaacılık, İstanbul, 1993.

SEYDİMBEK Akseleu, **Kazak Alemi**, Almatı, 1997

TOKSAY Tuncay, **Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, 3.Basım, Der yayınları, Ankara, 1989.

TUNALI Rona, **Kazakistan**, İstanbul Ticaret Odası Yayını, İstanbul, 1992.

USAL Alparslan ve Saime Oral, **Turizm Pazarlaması**, Kanyılmaz Maatbası, İzmir, 2001.

USTA Öcal, **Turizm**, Sümbül Basımevi, İstanbul, 1988.

USTA Öcal, **Genel Turizm**, Anadolu Matbaacılık, İzmir, 2002.

ÜRGER Savaş, **Genel Turizm Bilgisi**, Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Antalya, 1992.

İNTERNET

Akmola Velayetinin Resmi Sitesi,

http://www.akmo.kz/content/territoria_oblasti, Erişim: 20.11.2009

Akmola Velayetinin Resmi Sitesi, <http://www.akmo.kz/content/tur/turizmus.html>,

Erişim:22.11.2009

Burabay Milli Parkı'nın Resmi Sitesi, <http://www.gnpp.kz/?c=94>,

Erişim 22.11.2009

Burabay Milli Parkının Resmi Sitesi, <http://www.gnpp.kz/?c=96>,

Erişim 22.11.2009

Burabay Milli Parkı Resmi Sitesi, <http://www.gnpp.kz/?c=88>,

Erişim: 22.11.2009

Burabay Milli Parkı Resmi Sitesi, <http://www.gnpp.kz/?c=83>,

Erişim: 20.11.2009

Burabay Milli Parkı Resmi Sitesi, <http://www.gnpp.kz/?c=92>,

Erişim: 22.11.2009

Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK), Kazakistan Ülke Bülteni, Şubat, 2007

http://www.deik.org.tr/Pages/TR/DEİK_BultenDetay.aspx?bDetID=101&KID=10,

Erişim: 12.11.2009

DOSMUHANBETOV Temirhan, "Vmeste S Prirodoyu Klaster Rastım",

Kazahstanskaya Pravda Gazetesi, 26 Ekim, 2006,

http://www.kazpravda.kz/index.php?uin=1151984397&chapter=1159218346&act=archive_date&day=26&month=9&year=2006 , Erişim: 18.11.2009

Kazakistan Cumhurbaşkanı Resmi Sitesi,

[http://www.akorda.kz/news-](http://www.akorda.kz/news-open?OpenForm&idno=27A316E66F037324462572610030540C&lang=kz)

[open?OpenForm&idno=27A316E66F037324462572610030540C&lang=kz](http://www.akorda.kz/news-open?OpenForm&idno=27A316E66F037324462572610030540C&lang=kz) , Erişim, 13.11.2009

Kazakistan Demiryolu Ulusal Şirketinin Resmi Sitesi,

http://www.railways.kz/index.php?option=com_content&task=view&id=331&Itemid=299 , Erişim 21.11.2009

Kazakistan İstatistik Acentası,

<http://www.stat.kz/DIGITAL/NASELENIE/Pages/default.aspx> ,Erişim 14.11.2009

Kazakistan İstatistik Acentası,

<http://www.stat.kz/digital/turizm/Pages/default.aspx>, Erişim 13.11.2009

Kazakistan Turizm ve Spor Bakanlığı,

http://www.mts.gov.kz/index.php?option=com_content&view=article&id=226&Itemid=40&lang=ru , Erişim: 12.11.2009

Kazakistan Turizm ve Spor Bakanlığı,

http://www.mts.gov.kz/index.php?option=com_content&view=article&id=253%3Ashelkovyi-put&catid=9%3Acatnews&Itemid=40&lang=ru , Erişim: 20.11.2009

Kazakistan Türkiye İşadamları Derneği, <http://www.katiad.net/bilgi.php?id=->, Erişim: 12.11.2009

Kazatour, “Alpinizm” <http://www.yassawi.kz/kaztour/alpinism.htm>,

Erişim: 11.11.2009

K.C. Ankara Büyükelçiliği, <http://www.kazakhstan.org.tr> , Erişim 12.11.2009

K.C. Başkenti Astanan’ının Resmi Sitesi,

<http://www.astana.kz/index.php?option=com&task=view&id=6544&itemid=814> , Erişim: 12.11.2009

Kökşetau Şehrinin Resmi Sitesi, <http://kokshetau.online.kz/sum/kurort.htm>,

Erişim: 22.11.2009

SİMİKİNA Yuliya, “Rodniye Prostorı”, Kontinent Dergisi,

<http://www.continent.kz/2007/15/12.htm> , Erişim: 13.11.2009

Taldıkorgan, “Karta Kazakhstana”, <http://www.taldyk.central.kz>, Erişim: 12.11.2009

TOKAREV Sergey, Burabay- Prirodnoye Sokrovişe Kazakhstana, <http://www.dxb.ru/project/pr/detail.php?ID=3337>, Erişim: 23.11.2009

Transporniy Portal, **Sdana v Ekspluatatsiyu Avtomagistral Astana-Borovoye**, <http://www.transport.com.ua/index.php?newsid=6063>, Erişim:24.11.2009

Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı, Kazakistan Ülke Raporu, <http://www.tika.gov.tr/TR/Icerik.ASP?ID=276>, Erişim: 12.11.2009

UNWTO, “Worl Tourism Barometer”, Vol.7. Noç2, June 2009, p.3 <http://www.unwto.org/facts/menu.html>; Erişim: 12.12.2009

DİĞER YAYINLAR

Austin Assosiates, “**Turistskaya Otrasl Kazakhstana Nujdayetsya v Konsolidatsii**”, Jaz-2005 Konferansı Bildirileri, Mir Puteşestviy Dergisi, Art Strike Yayını, Almatı, Ekim 2005

BAKBERGENOV Tugelbay, “**Kosvenno Vse Mı Turisti**”, Mir Puteşestviy Dergisi, Art Strike Yayını, Almatı, Ekim 2005

JUSUPBEKOVA Alina, “**Kazakistan’da Turizm sektörünün Bugünkü Durumu**”, Jelmaya-Türkiye’deki Kazak Gençlerinin Sosyo-Kültürel ve Bilimlik Dergisi, SFN Televizyon Tanıtım Tasarım Yayıncılık, Sayı 12, Ankara, 2004

Kazakistan İstatistik Acentası, **Kazahstan za Gody Nezavisimosti**, Astana, 2009

Kazakistan İstatistik Acentası, **Regionı Kazakhstana**, Astana, 2009

Kazakistan İstatistik Acentası, **Turizm Kazakhstana 2004-2008**, Astana 2009

NİKİTİNSKIY E. ve V. Vuklov, “**Formirovaniye İndustrii Turizma Desyatiletiya Gosudarstvennoy Nezavisimosti Kazakhstana**”, Teoriya i Metodika Fiziçeskoy Kulturu Dergisi, Sayı 1, Almatı 2002

SEVAL Halil ve Necdet Baştürk, “**Orta Asya’da Maesleki Turizm Eğitimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Örneği**”, İVETA Bölgesel Konferansı, 20-22 Ekim, Ankara Üniversitesi, 2003

TOBB, **Kazakistanda Tarım ve Tarıma Dayalı sanayinin Yapısı ve Türkiye ile İlişkileri Açısından Değerlendirilmesi**, TOBB Yayını, Ankara, 1996

T.C. Başbakanlığı Dış Ticaret Müsteşarlığı, **Kazakistan Ülke Raporu**, İGEME, 2009

T.C. Dışişleri Bakanlığı, **Kazakistan Ülke Raporu**, Genişletilmiş 4.Baskı, TİKA Yayınlar, Ankara, 1993

Turistiçeskaya Deyatelnost, Zakon, Astana, 2005

TEZLER

ADAN Özge, **Bir Turistik Ürün Çeşidi Olarak Termal Turizm ve Ege Bölgesi Açısından Değerlendirme**, DEU, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim dalı, Yüksek Lisans Tez Çalışması, İzmir, 2004.

EGE Zehra, **Bir Rekreasyon Türü Olarak Av Turizmi ve Türkiye’de Av Turizminin Geliştirilmesi İle İlgili Bir Model Önerisi**, DEÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İzmir,1996.

JAFAROV İlham, **Azerbaycan’ın Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Turistik Ürünün Politikası**, DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tez Çalışması, İzmir, 2003.

OSMONOLİEVA Barçın, **Bir Turistik Ürün Çeşidi olarak Av Turizmi ve Kırgızistanda Av Turizmi**, DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tez Çalışması, İzmir, 2007.

ÖZDEMİR Gökçe, **Bir Turistik Ürün Çeşidi Olarak Yat Turizmi ve Bodrum-Antalya Güzergahında Yat Turizmin Mevcut Durumu**, DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tez Çalışması, İzmir, 2003.

SARKIM Mustafa, **Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği**, DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı Doktora Tezi. İzmir, 2007.

YÜRİK Esin Özkan, **Türk Turizminin Dünya Turizmine Entegrasyonunda Turistik Ürün Politikaları**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, DEÜ, İzmir, 1999.

EK 1 Anket Formu (Türkçe)

Sayın Katılımcı,

Bu çalışma, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda "Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası ve Kazakistan Burabay Turizm Bölgesi ile İlgili Bir Uygulama" isimli yüksek lisans tezi kapsamında Burabay'da turizmin geleceği açısından turistik ürün çeşitlendirme politikalarını belirlemek amacıyla yapılmaktadır. Bu araştırmada uzmanların görüşlerine başvurulması esas olan "Delphi Tekniği" uygulanacaktır.

Demografik Sorular

1. Adınız Soyadınız :

2. Ünvanınız :

3. Eğitim Düzeyiniz :

4. Turizm eğitiminiz var mı?

Evet

Hayır

5. Turizmde özel sektör tecrübeniz var mı?

Evet

Hayır

Yanıtınız evet ise yılı belirtiniz.....

Delphi İfadesi		Tamamen Katılıyorrum	Katılıyorrum	Fikrim yok	Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum
1	Burabay'ın konaklama altyapısı bölge turizminin gelişmesi için yeterlidir.					
2	Burabay'a son yıllarda gelir düzeyi düşük, az harcama yapan turistler gelmektedir.					
3	Burabay turizminin önemli sorunlarından biri etkin bir tanıtım ve pazarlamanın yapılmamasıdır.					
4	Burabay'da genelde fiziksel altyapının yetersiz kalması turizm gelişmesini olumsuz yönde etkilemektedir.					
5	Burabay turizminin gelişmesinde kamu sektörü ve özel sektör arasında uyumlu ve sıkı bir işbirliği etkili olacaktır.					
6	Turizm Master Planın oluşturulmaması, Burabay ve Kazakistan turizminin uluslararası turizm piyasasından yeterli pay almasını engellemektedir.					
7	Burabay'da günümüz turistine hitap eden yeterli sayıda birbirini destekleyecek turistik ürün çeşidi vardır.					
8	Burabay'ın kendine özgü bir imaj yaratıp, bir marka olmaması turizmden daha fazla pay almasını engellemektedir					
9	Bölgede yaratılan gelirlerin çoğunun bölge dışına aktarılması, bölgenin gelişme hızını azaltmaktadır.					
10	Bölgeye gelen turistlerin büyük bir kısmı ulaşım aracı olarak demiryolunu tercih etmektedirler.					
11	Bölge turizminin tanıtımı ve geliştirilmesi için sektör ile yerel yönetimler, ticaret odaları ve sivil toplum kuruluşları arasında sıkı bir işbirliği gereklidir.					
12	Turizm politikalarında sürekliliğin sağlanmaması sonucu, alınan kararların uygulanmaması turizmi olumsuz yönde etkilemektedir.					
13	Bölgeye olan turistik talep daha çok kitle turizmine yönelik ürünleri tercih etmektedir.					
14	Burabay'da turizmin hızlı gelişmesinin, doğal ve kültürel çevre üzerinde olumsuz etkileri olmuştur.					

15	Turizm açısından çok önemli olan çevrenin ve kıyıların korunması için turistik işletmeler ile yerel yönetimler arasındaki işbirliği yetersizdir.					
16	Turizmin plansız ve kontrolsüz geliştiği bazı yörelerde taşıma kapasitesi sorunu ortaya çıkmaktadır.					
17	Turizmin kontrolsüz geliştiği yörelerde doğal peyzaj zarar görmektedir.					
18	Kültürel açıdan önemli bir potansiyele sahip bölgede sağlık turizminin geliştirilmesi turizm mevsimini uzatacaktır.					
19	Burabay'da turistin hizmetine sunulan turistik ürün sayısı yetersizdir.					
20	Kamp ve karavan turizmi doğal ve kültürel çevrenin korunması açısından geliştirilmesi gerken bir üründür.					
21	Burabay'da turizm amaçlı inşaat çalışmalarının artması turizmin geleceğini tehdit etmektedir.					
22	Turizm mevsiminde nüfusun hızla artması trafik sorununa neden olmaktadır.					
23	Turistik yörelerdeki tarımsal alanların kontrolsüz bir şekilde turizme açılması hem tarım sektörüne hem de turizm sektörüne zarar verir.					
24	Burabay'ın rakiplerine karşı avantaj sağlayabilmesi için sağlık turizmi kapsamında ürünler geliştirilmelidir.					
25	Sağlık turizmi kapsamında doğal ve kültürel çevrenin korunması ve yerel halkın turizmden pay alabilmesi sağlanmalıdır.					

ЕК 2 Anket Formu (Rusça)

Уважаемый участник,

Эта работа проводится в рамках магистерской диссертации под названием «Политика по Диверсификации Туристского Продукта и Применение в Туристическом Регионе Бурабай » студентки Университета Докуз Эйлюл (Турция) Айгерим Керимбековой, для выявления политики по диверсификации туристского продукта для будущего туризма в Боровом. В этом исследовании будет применяться «метод Дельфи» который основан на мнениях специалистов.

Демографические Вопросы:

1.Имя Фамилия.....

2. Занимаемая Должность.....

3. Образование.....

4. Имеете ли Вы специальное туристское образование?

Да..... Нет.....

5. Имеете ли Вы опыт работы в частном туристском секторе?

Да..... Нет.....

Если ответ Да пожалуйста укажите года.....

Выражение Дельфи		Совершенно	Согласен (на)	Нет ответа	Не согласен	Совершенно
1	Развитие инфраструктуры туризма в Боровом является достаточным для региона.					
2	В последние годы в Боровое приезжают туристы с низким уровнем дохода.					
3	Основной проблемой туризма в Боровом является нехватка эффективной рекламы и маркетинга.					
4	Недостаток физической инфраструктуры в Боровом отрицательно влияет на развитие туризма.					
5	Для развития туризма в Боровом было бы эффективным сотрудничество государственного и частного сектора.					
Выражение Дельфи		Совершенно	Согласен (на)	Нет ответа	Не согласен	Совершенно
6	Нехватка Мастер Плана является препятствием для получения достаточной доли туризма в Боровом и в Казахстане на рынке международного туризма.					
7	В Боровом достаточно поддерживающих друг друга турпродуктов соответствующих для современного типа туристов.					
8	Нехватка имиджа и бренда является препятствием для получения достаточной доли в туризме для Борового.					
9	Большинство доходов в регионе утекают за пределы региона, это замедляет темпы роста в регионе.					
10	В Боровое туристы в основном приезжают поездом					

11	Для презентации региона и развития сектора туризма в регионе требуется тесное сотрудничество органов власти, торгово-промышленных палат и организаций гражданского общества.					
12	Не выполнение условий непрерывной политики туризма и не выполнение поставленных задач отрицательно сказываются на туризме.					
13	Спрос в регионе отдается предпочтению продукции для массового туризма.					
14	Быстрое развитие туризма в Боровом негативно повлияло на природную и культурную среду.					
15	Сотрудничество туристских предприятий и местных органов не достаточно для защиты прибрежной и окружающей среды что является важным с точки зрения туризма.					
16	В некоторых регионах где наблюдается незапланированное и неконтролируемое развитие туризма возникают проблемы вместимости.					
17	Неконтролируемое развитие туризма в регионе наносят ущерб природному ландшафту.					
18	Культурно значительный потенциал для развития туризма чем является оздоровительный туризм способствует продлению сезона.					
Выражение Дельфи		Совершенно	Согласен (на)	Нет ответа	Не согласен	Совершенно
19	В Боровом недостаточно видов турпродукта предоставляемых туристам .					
20	Кемпинг и караванный туризм с точки зрения защиты окружающей и культурной среды являются турпродуктами нуждающимися в развитии.					
21	В результате развития туризма увеличивается объем строительства, это угрожает будущему туризма в Боровом					

22	В высокий сезон увеличивается количество народа это приводит к проблеме передвижения.					
23	Неконтролируемое использования сельскохозяйственных угодий в целях туризма может принести ущерб как туризму так и сельскохозяйственному сектору.					
24	Чтобы иметь преимущества перед конкурентами нужно разрабатывать новые продукты в рамках оздоровительного туризм.					
25	В рамках оздоровительного туризма должна обеспечиваться защита окружающей и культурной среды и получения доли в туризме местного населения.					

EK 3 SPSS ANALİZİNİ

cinsiyet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kadin	11	44,0	44,0	44,0
	erkek	14	56,0	56,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

SONUÇLAR

egitim duzeyi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid lisans	25	100,0	100,0	100,0

turistik egitim

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid evet	5	20,0	20,0	20,0
hayir	20	80,0	80,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

unavn

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid genel mudur	23	92,0	92,0	92,0
departman muduru	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

ozel sektor deneyimi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid evet	18	72,0	72,0	72,0
hayir	7	28,0	28,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

kaltyapi1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tamamen katiliyorum	11	44,0	44,0	44,0
katiliyorum	4	16,0	16,0	60,0
fikrim yok	1	4,0	4,0	64,0
katilmiyorum	7	28,0	28,0	92,0
tamamen katilmiyorum	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

kaltyapi2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	8	32,0	32,0	32,0
	katiliyorum	5	20,0	20,0	52,0
	fikrim yok	1	4,0	4,0	56,0
	katilmiyorum	9	36,0	36,0	92,0
	tamamen katilmiyorum	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

dusukduzy1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	7	28,0	28,0	28,0
	katiliyorum	4	16,0	16,0	44,0
	fikrim yok	2	8,0	8,0	52,0
	katilmiyorum	9	36,0	36,0	88,0
	tamamen katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

dusukduzy2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	3	12,0	12,0	12,0
	katiliyorum	2	8,0	8,0	20,0
	fikrim yok	3	12,0	12,0	32,0
	katilmiyorum	11	44,0	44,0	76,0
	tamamen katilmiyorum	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

tanitim1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	10	40,0	40,0	40,0
	katiliyorum	10	40,0	40,0	80,0
	katilmiyorum	5	20,0	20,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

tanitim2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	10	40,0	40,0	40,0
katiliyorum	11	44,0	44,0	84,0
katilmiyorum	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

faltyapi1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	14	56,0	56,0	56,0
katiliyorum	5	20,0	20,0	76,0
fikrim yok	3	12,0	12,0	88,0
katilmiyorum	2	8,0	8,0	96,0
tamamen katilmiyorum	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

faltyapi2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	11	44,0	44,0	44,0
katiliyorum	6	24,0	24,0	68,0
fikrim yok	3	12,0	12,0	80,0
katilmiyorum	4	16,0	16,0	96,0
tamamen katilmiyorum	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

kamu1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	10	40,0	40,0	40,0
katiliyorum	6	24,0	24,0	64,0
fikrim yok	6	24,0	24,0	88,0
katilmiyorum	1	4,0	4,0	92,0
tamamen katilmiyorum	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

kamu2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	14	56,0	56,0	56,0
	katiliyorum	8	32,0	32,0	88,0
	fikrim yok	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

masterplan1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	12	48,0	48,0	48,0
	katiliyorum	6	24,0	24,0	72,0
	fikrim yok	4	16,0	16,0	88,0
	katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

masterplan2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	13	52,0	52,0	52,0
	katiliyorum	7	28,0	28,0	80,0
	fikrim yok	2	8,0	8,0	88,0
	katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

tururun1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	1	4,0	4,0	4,0
	katiliyorum	5	20,0	20,0	24,0
	fikrim yok	3	12,0	12,0	36,0
	katilmiyorum	14	56,0	56,0	92,0
	tamamen katilmiyorum	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

tururun2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	1	4,0	4,0	4,0
katiliyorum	5	20,0	20,0	24,0
fikrim yok	2	8,0	8,0	32,0
katilmiyorum	15	60,0	60,0	92,0
tamamen katilmiyorum	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

imaj1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	6	24,0	24,0	24,0
katiliyorum	6	24,0	24,0	48,0
fikrim yok	6	24,0	24,0	72,0
katilmiyorum	4	16,0	16,0	88,0
tamamen katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

imaj2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	6	24,0	24,0	24,0
katiliyorum	7	28,0	28,0	52,0
fikrim yok	5	20,0	20,0	72,0
katilmiyorum	4	16,0	16,0	88,0
tamamen katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

gelir1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	9	36,0	36,0	36,0
katiliyorum	2	8,0	8,0	44,0
fikrim yok	4	16,0	16,0	60,0
katilmiyorum	10	40,0	40,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

gelir2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	9	36,0	36,0	36,0
katiliyorum	3	12,0	12,0	48,0
fikrim yok	4	16,0	16,0	64,0
katilmiyorum	9	36,0	36,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

demiryolu1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	4	16,0	16,0	16,0
katiliyorum	6	24,0	24,0	40,0
fikrim yok	6	24,0	24,0	64,0
katilmiyorum	6	24,0	24,0	88,0
tamamen katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

demiryolu2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	1	4,0	4,0	4,0
katiliyorum	3	12,0	12,0	16,0
fikrim yok	12	48,0	48,0	64,0
katilmiyorum	7	28,0	28,0	92,0
tamamen katilmiyorum	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

isbirlilik1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	13	52,0	52,0	52,0
katiliyorum	7	28,0	28,0	80,0
fikrim yok	3	12,0	12,0	92,0
katilmiyorum	1	4,0	4,0	96,0
tamamen katilmiyorum	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

isbirlik2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	15	60,0	60,0	60,0
	katiliyorum	6	24,0	24,0	84,0
	fikrim yok	3	12,0	12,0	96,0
	katilmiyorum	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

politika1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	11	44,0	44,0	44,0
	katiliyorum	6	24,0	24,0	68,0
	fikrim yok	4	16,0	16,0	84,0
	katilmiyorum	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

politika2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	12	48,0	48,0	48,0
	katiliyorum	7	28,0	28,0	76,0
	fikrim yok	3	12,0	12,0	88,0
	katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

kitle1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	katiliyorum	10	40,0	40,0	40,0
	fikrim yok	6	24,0	24,0	64,0
	katilmiyorum	7	28,0	28,0	92,0
	tamamen katilmiyorum	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

kitle2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	katiliyorum	8	32,0	32,0	32,0
	fikrim yok	4	16,0	16,0	48,0
	katilmiyorum	10	40,0	40,0	88,0
	tamamen katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

hizligelisim1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	8	32,0	32,0	32,0
	katiliyorum	8	32,0	32,0	64,0
	fikrim yok	4	16,0	16,0	80,0
	katilmiyorum	2	8,0	8,0	88,0
	tamamen katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

hizligelisim2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	8	32,0	32,0	32,0
	katiliyorum	9	36,0	36,0	68,0
	fikrim yok	3	12,0	12,0	80,0
	katilmiyorum	2	8,0	8,0	88,0
	tamamen katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

koruma1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	18	72,0	72,0	72,0
	katiliyorum	6	24,0	24,0	96,0
	katilmiyorum	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

koruma2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	18	72,0	72,0	72,0
	katiliyorum	6	24,0	24,0	96,0
	katilmiyorum	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

tasima1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tamamen katiliyorum	6	24,0	24,0	24,0
katiliyorum	13	52,0	52,0	76,0
fikrim yok	3	12,0	12,0	88,0
katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

tasima2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tamamen katiliyorum	4	16,0	16,0	16,0
katiliyorum	13	52,0	52,0	68,0
fikrim yok	6	24,0	24,0	92,0
katilmiyorum	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

peyzaj1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tamamen katiliyorum	14	56,0	56,0	56,0
katiliyorum	6	24,0	24,0	80,0
fikrim yok	1	4,0	4,0	84,0
katilmiyorum	3	12,0	12,0	96,0
tamamen katilmiyorum	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

peyzaj2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tamamen katiliyorum	15	60,0	60,0	60,0
katiliyorum	6	24,0	24,0	84,0
fikrim yok	1	4,0	4,0	88,0
katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

mevsim1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	10	40,0	40,0	40,0
katiliyorum	9	36,0	36,0	76,0
fikrim yok	2	8,0	8,0	84,0
katilmiyorum	2	8,0	8,0	92,0
tamamen katilmiyorum	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

mevsim2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	13	52,0	52,0	52,0
katiliyorum	11	44,0	44,0	96,0
fikrim yok	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

urun1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	7	28,0	28,0	28,0
katiliyorum	7	28,0	28,0	56,0
fikrim yok	4	16,0	16,0	72,0
katilmiyorum	4	16,0	16,0	88,0
tamamen katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

urun2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	8	32,0	32,0	32,0
katiliyorum	10	40,0	40,0	72,0
fikrim yok	3	12,0	12,0	84,0
katilmiyorum	3	12,0	12,0	96,0
tamamen katilmiyorum	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

kamp1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	2	8,0	8,0	8,0
katiliyorum	14	56,0	56,0	64,0
fikrim yok	2	8,0	8,0	72,0
katilmiyorum	4	16,0	16,0	88,0
tamamen katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

kamp2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	2	8,0	8,0	8,0
katiliyorum	14	56,0	56,0	64,0
fikrim yok	2	8,0	8,0	72,0
katilmiyorum	4	16,0	16,0	88,0
tamamen katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

insaat1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	6	24,0	24,0	24,0
katiliyorum	10	40,0	40,0	64,0
fikrim yok	3	12,0	12,0	76,0
katilmiyorum	3	12,0	12,0	88,0
tamamen katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

insaat2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	6	24,0	24,0	24,0
katiliyorum	10	40,0	40,0	64,0
fikrim yok	3	12,0	12,0	76,0
katilmiyorum	3	12,0	12,0	88,0
tamamen katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

trafik1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	6	24,0	24,0	24,0
katiliyorum	3	12,0	12,0	36,0
fikrim yok	7	28,0	28,0	64,0
katilmiyorum	6	24,0	24,0	88,0
tamamen katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

trafik2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	4	16,0	16,0	16,0
katiliyorum	4	16,0	16,0	32,0
fikrim yok	7	28,0	28,0	60,0
katilmiyorum	7	28,0	28,0	88,0
tamamen katilmiyorum	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

zarar1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	5	20,0	20,0	20,0
katiliyorum	9	36,0	36,0	56,0
fikrim yok	7	28,0	28,0	84,0
katilmiyorum	3	12,0	12,0	96,0
tamamen katilmiyorum	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

zarar2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tamamen katiliyorum	5	20,0	20,0	20,0
katiliyorum	8	32,0	32,0	52,0
fikrim yok	8	32,0	32,0	84,0
katilmiyorum	3	12,0	12,0	96,0
tamamen katilmiyorum	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

avantaj1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	14	56,0	56,0	56,0
	katiliyorum	6	24,0	24,0	80,0
	fikrim yok	3	12,0	12,0	92,0
	katilmiyorum	1	4,0	4,0	96,0
	tamamen katilmiyorum	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

avantaj2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	14	56,0	56,0	56,0
	katiliyorum	7	28,0	28,0	84,0
	fikrim yok	2	8,0	8,0	92,0
	katilmiyorum	1	4,0	4,0	96,0
	tamamen katilmiyorum	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

pay1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	7	28,0	28,0	28,0
	katiliyorum	8	32,0	32,0	60,0
	fikrim yok	5	20,0	20,0	80,0
	katilmiyorum	4	16,0	16,0	96,0
	tamamen katilmiyorum	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

pay2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tamamen katiliyorum	8	32,0	32,0	32,0
	katiliyorum	13	52,0	52,0	84,0
	fikrim yok	2	8,0	8,0	92,0
	katilmiyorum	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
kaltyapi1	25	1,00	5,00	2,4000	1,50000
dusukduzy1	25	1,00	5,00	2,8800	1,48099
tanitim1	25	1,00	4,00	2,0000	1,11803
faltyapi1	25	1,00	5,00	1,8400	1,17898
kamu1	25	1,00	5,00	2,1600	1,24766
masterplan1	25	1,00	4,00	1,9200	1,07703
turun1	25	1,00	5,00	3,4400	1,04403
imaj1	25	1,00	5,00	2,6800	1,34536
gelir1	25	1,00	4,00	2,6000	1,35401
demiryolu1	25	1,00	5,00	2,9200	1,28841
isbirlik1	25	1,00	5,00	1,8000	1,08012
politika1	25	1,00	4,00	2,0400	1,13578
kitle1	25	2,00	5,00	3,0400	1,01980
hizligelisim1	25	1,00	5,00	2,3600	1,35031
koruma1	25	1,00	4,00	1,3600	,70000
tasima1	25	1,00	4,00	2,1200	,92736
peyzaj1	25	1,00	5,00	1,8400	1,21381
mevsim1	25	1,00	5,00	2,0800	1,25565
urun1	25	1,00	5,00	2,5600	1,38684
kamp1	25	1,00	5,00	2,6800	1,21518
insaat1	25	1,00	5,00	2,4800	1,32665
trafik1	25	1,00	5,00	2,8800	1,36382
zarar1	25	1,00	5,00	2,4400	1,08321
avantaj1	25	1,00	5,00	1,7600	1,09087
pay1	25	1,00	5,00	2,3600	1,18603
Valid N (listwise)	25				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
kaltyapi2	25	1,00	5,00	2,6800	1,46401
dusukduzy2	25	1,00	5,00	3,6000	1,29099
tanitim2	25	1,00	4,00	1,9200	1,03763
faltyapi2	25	1,00	5,00	2,1200	1,26886
kamu2	25	1,00	3,00	1,5600	,71181
masterplan2	25	1,00	4,00	1,8000	1,04083
tururun2	25	1,00	5,00	3,4800	1,04563
imaj2	25	1,00	5,00	2,6400	1,35031
gelir2	25	1,00	4,00	2,5200	1,32665
demiryolu2	25	1,00	5,00	3,2400	,92556
isbirlik2	25	1,00	4,00	1,6000	,86603
politika2	25	1,00	4,00	1,8800	1,05357
kitle2	25	2,00	5,00	3,3200	1,06927
hizligelisim2	25	1,00	5,00	2,3200	1,34536
koruma2	25	1,00	4,00	1,3600	,70000
tasima2	25	1,00	4,00	2,2400	,83066
peyzaj2	25	1,00	4,00	1,6800	1,02956
mevsim2	25	1,00	3,00	1,5200	,58595
urun2	25	1,00	5,00	2,1600	1,14310
kamp2	25	1,00	5,00	2,6800	1,21518
insaat2	25	1,00	5,00	2,4800	1,32665
trafik2	25	1,00	5,00	3,0400	1,27410
zarar2	25	1,00	5,00	2,4800	1,08474
avantaj2	25	1,00	5,00	1,7200	1,06145
pay2	25	1,00	4,00	1,9200	,86217
Valid N (listwise)	25				

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	kaltyapi2 & kaltyapi1	25	,839	,000
Pair 2	dusukduzy2 & dusukduzy1	25	,519	,008
Pair 3	tanitim2 & tanitim1	25	,934	,000
Pair 4	faltyapi2 & faltyapi1	25	,765	,000
Pair 5	kamu2 & kamu1	25	,270	,191
Pair 6	masterplan2 & masterplan1	25	,914	,000
Pair 7	arztalep2 & arztalep1	25	,982	,000
Pair 8	imaj2 & imaj1	25	,989	,000
Pair 9	gelir2 & gelir1	25	,886	,000
Pair 10	demiryolu2 & demiryolu1	25	,820	,000
Pair 11	isbirlik2 & isbirlik1	25	,668	,000
Pair 12	politika2 & politika1	25	,875	,000
Pair 13	kitle2 & kitle1	25	,790	,000
Pair 14	hizligelisim2 & hizligelisim1	25	,989	,000
Pair 16	tasima2 & tasima1	25	,664	,000
Pair 17	peyzaj2 & peyzaj1	25	,758	,000
Pair 18	mevsim2 & mevsim1	25	,224	,281
Pair 19	strateji2 & strateji1	25	,730	,000
Pair 22	trafik2 & trafik1	25	,938	,000
Pair 23	zarar2 & zarar1	25	,983	,000
Pair 24	avantaj2 & avantaj1	25	,983	,000
Pair 25	pay2 & pay1	25	,681	,000

		f1	f2	Ortalamaların Farkı	t	p
xxx	f1 - f2	2,343	2,346	-0,002	0,081	0,936

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	25	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,608	25

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	25	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,625	25