

Content

№	ФИО	Тема доклада	BY3
1	Assist. Prof. Dr.AyhanKarakas ¹ Assist. Prof. Dr. Yusuf Bilgin ²	HELAL OTELLERİN GÖZÜ NEREYE BAKIYOR? KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ	¹ Bartın University ² Bayburt University
2	Assist. Prof. Dr.AyhanKarakas ¹ Assist. Prof. Dr. Yusuf Bilgin ²	YEREL BİR DESTİNASYONDA KONAKLAMA İŞLETMELERİ İÇİN MÜŞTERİPERSPEKTİFİNDEN YENİ UFUKLAR	¹ Bartın University ² Bayburt University
3	Prof. Dr. Ali Erbaş	TURİZM MESLEKLERİ VE DİPLOMALARI EKSENLİ ULUSAL DESTİNASYON YÖNETİMİ VE STRATEJİK TURİZM PLANLAMASI	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
4	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Akbiyik	NİŞABUR'DAN ŞANLIURFA'YAGELEN ŞEYH MESUD'UN TÜRBE VE MEDRESİSİNİNİNANÇ TURİZM POTANSİYELİ	Harran university
5	Ahmet Serdar AYTAÇ ¹ Tuncer DEMİR ²	TÜRKİYE'NİN VE TÜRK DÜNYASININ İLK VE TEK UNESCO ETİKETLİ JEOPARKI: KULA UNESCO GLOBAL JEOPARKI	¹ Harran university/ Kula UNESCO Global Jeoparkı ² Akdeniz Üniversitesi/ Kula UNESCO Global Jeoparkı
6	Dr. Öğr. Üyesi Abdulkadir Güzel	BIRECİK CITY IS AN IMPORTANT TOURISM VALUE: KELAYNAK BIRDS	Harran university
7	Ars.Gor. Mehmet Ozcanli	TÜRKİYE'DEN ÇIKIŞ YAPAN TURİSTLERİN GELME NEDENLERİNİN 2003 VE 2015 YILLARI ARASINDAKİ DEĞİŞİMİ	Harran university
8	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet AKBIYIK	DÜNYA İNANÇ TARİHİNİN BAŞLANGIÇ NOKTASI " GÖBEKLİTEPE"	Şanlıurfa Harran Üniversitesi
9	Fatma BÖLÜKBAŞ Prof. Dr. Kutay OKTAY	ULUSLARARASI ETKİNLİKLERİN GELECEKTE OLUŞTURABİLECEKLERİ OLUMLU ETKİLERİN YÜKSELTİLMESİNE YÖNELİK BİR MODEL ÖNERİSİ: 2018 TÜRK DÜNYASI KÜLTÜR BAŞKENTİ KASTAMONU ÖRNEĞİ	Kastamonu University, Turkey
10	Dr. Öğr. ÜyesiMuharrem AVCI Karlygash SARTAYEVA	İPEK YOLUN'DAKİ KÜLTÜREL MİRASIN DÜNYA TURİZMİNE KAZANDIRILMASI: KAZAKİSTAN ÖRNEĞİ	Kastamonu University
11	Dr. Öğr. ÜyesiMuharrem AVCI Zhuldyz SARTAYEVA	İPEK YOLU ÜZERİNDE KAZAKİSTAN'IN TARAZ ŞEHRİNDEKİ AYŞE BIBİ TÜRBEİNİN İNANÇ TURİZM KAPSAMINDA TURİZM DESTİNASYONUNA DÖNÜŞTÜRÜLMESİ	Kastamonu University
12	Dr. Öğr. Üyesi. İrfan MISIRLI Dr. Öğr. Üyesi. Hakkı ÇILGINOĞLU	KASTAMONU SAĞLIK TURİZMİ POTANSİYELİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	Kastamonu University
13	Nagehan BÜYÜKMEHMETOĞLU ¹ Prof. Dr. Kutay OKTAY ² Dr. Mahmut VURAL ³	İPEK YOLU TURİZMİNİN YENİLİKÇİ BİR YAKLAŞIMLA PAZARLANMASI	¹ Kastamonu Üniversitesi ² Kastamonu Üniversitesi ³ Kırgızistan- TürkiyeManas Üniversitesi
14	Prof. Dr. Kutay OKTAY ¹ Dr. Azamat MAKŞÜDUNOV ²	ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM SEMPOZYUMUNUN BİLDİRİ KİTAPLARINDA YER ALAN BİLDİRİLERİN İÇERİK ANALİZİ	¹ Kastamonu Üniversitesi ² Kırgızistan- TürkiyeManas Üniversitesi
15	Çetin AKKUŞ, Gülizar AKKUŞ	BİŞKEK HALKININ HELAL KONSEPTLİ OTEL NİTELİKLERİNE İLİŞKİN DÜŞÜNCELERİ VE BU OTELLERİ TERCİH ETME DURUMLARI	Kastamonu ÜniversitesiTurizmF akültesi
16	Çetin AKKUŞ, Gülizar AKKUŞ	MERKEZİ VE YEREL YÖNETİMLERİN RESMİ WEB SİTELERİNDE YER ALAN BÖLGESEL TURİZM DEĞERLERİNE İLİŞKİN BİLGİLERİN KARŞILAŞTIRILMASI ¹	Kastamonu ÜniversitesiTurizmF akültesi
17	Çetin AKKUŞ, Gülizar	YEREL YÖNETİMLERİN TURİSTİK ÇEKİCİLİKLERE	Kastamonu ÜniversitesiTurizmF

¹Bu bildiri, Kastamonu Üniversitesi BAP Koordinatörlüğü tarafından desteklenen KÜ-BAP01/2018-4 projesi kapsamında elde edilen verilere dayanmaktadır.

	AKKUŞ	İLİŞKİN BİLGİ KAYNAKLARI ARASINDAKİ FARKLILIĞIN DEĞERLENDİRİLMESİ ²	akültesi
18	Doç. Dr. Canan TANRISEVER	TÜRK KÜLTÜRÜNDE ŞAMANİZM ETKİSİ	Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, Türkiye,
19	Nagehan BÜYÜKMEHMET OĞLU Hüseyin PAMUKÇU Canan Tanrısever	KASTAMONU MERKEZDE BULUNAN KAYA (ANIT) MEZARLARIN TURİZM POTANSİYELİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	Kastamonu Üniversitesi
20	Dr, Öğr. Üyesi Murat Bayram Dr, Öğr. Üyesi Semih Arıcı	AŞIRI TURİZM VE DESTİNASYON YÖNETİMİ: AVRUPALI DESTİNASYONLARIN AŞIRI TURİZM POLİTİKALARININ DEĞERLENDİRİLMESİ	Pamukkale Üniversitesi
21	PHD Aynur Bağırli	GENÇ İSTİHDAMI PROBLEMİNİN ÇÖZÜMÜNDE TURİZMİN GELİŞMESİNİN ROLÜ	Azerbaijan Tourism and Menecment University
22	Докторант Санубар Ганбарова	РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ЮЖНЫХ РАЙОНАХ АЗЕРБАЙДЖАНА (НА ПРИМЕРЕ МАСАЛЛИНСКОГО РАЙОНА)	Азербайджанский Университет Туризма и Менеджмента
23	Dr. Öğr. Üyesi Erkan AKGÖZ ¹ Öğr. Gör. Dr. Naringül MARGAZİYEVA ² Kımbat ASANOVA ³	TURİZM İŞLETMELERİNİN ETKİN KULLANIMLARININ MULTIMOORA TEKNİĞİYLE YILLARA GÖRE KARŞILAŞTIRILMASI	¹ Selcuk University/Kyrgyz Turkish Manas University ² Kyrgyz Turkish Manas University ³ Kyrgyz Turkish Manas University
24	Dr. Öğr. Üyesi Erkan AKGÖZ ¹ Dr. Öğr. Üyesi Tolga GÖK ² Abdulsamet TEKİN ³	TURİZM İŞLETMELERİNDE PERFORMANS DEĞERLENDİRME SÜRECİNİN ÖNEMİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	¹ Selcuk University/Kyrgyz Turkish Manas University ² Selcuk University/Kyrgyz Turkish Manas University ³ Kyrgyz Turkish Manas University
25	Doç. Dr. Selahattin Avcıaroğlu ¹ Esmanur AKMAN ²	CENGİZ DAĞCI BETİMLEMELERİ VE KIRIMDA TÜRK KÜLTÜR VAROLUŞU	¹ Necmettin Erbakan Üniversitesi/Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi ² Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi
26	Кыдыралиев Нурудин Абдыназарович к.т.н., доцент, зав. отделением “Ресторанное дело и искусство кулинарии”	ОСОБЕННОСТИ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ АГРО- ФЕСТИВАЛЕЙ, ПРОВОДИМЫХ В КЫРГЫЗСТАНЕ	Кыргызско-Турецкий университет “Манас”
27	Dr. Öğr. Üyesi Cemal İNCE Dr. Öğr. Gör. Gülmira SAMATOVA	ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE FAST FOOD TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI VE ETKİLEYEN FAKTÖRLER: KIRGIZİSTAN-TÜRKİYE MANAS ÜNİVERSİTESİ ARAŞTIRMASI	Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi
28	И.о.доц. Жантемирова К.К. Ст.пр. Токталиева Г.Р.	СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ САРЫ-ЧЕЛЕКСКОГО ЗАПОВЕДНИКА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМ	КТУ им.И.Арабаева, Кыргызстан
29	Dr. Öğr. Üyesi Cemal İNCE Doç. Dr. Barış Erdem Doç. Dr. Nurudin Kırdıraliev Dr. Öğr. Üyesi Tolga Gök Dr. Öğr. Üyesi Erkan Akgöz Dr. Öğr. Gör. Gülmira Samatova Öğr. Gör. Nadira Turganbaeva Öğr. Gör. Sapargul Turdubekova Öğr. Gör. Dinara Isakova	KIRGIZİSTAN GASTRONOMİ TURİZMİ VE GASTRONOMİ HARİTASININ HAZIRLANMASI, Kırgızistan	Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi
30	Dr. Öğr. Gör. Gulnara Karadeniz ¹ Öğr. Gör. Mehmet Karadeniz ² Dr. Öğr. Gör. Gulmira Acıguloğlu ³ öğrencisi Aydana Şaripova ⁴ öğrencisi Kalmira Jakıpbekova ⁵	MOBİL TEKNOLOJİ TERCİHLERİ: BİŞKEK ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİNDE	¹ KTMU MYO ² KTMU Mühendislik Fakültesi ³ KTMU MYO ⁴ MYO ⁵ MYO ⁶ MYO

²Bu bildiri, Kastamonu Üniversitesi BAP Koordinatörlüğü tarafından desteklenen KÜ-BAP01/2018-4 projesi kapsamında elde edilen verilere dayanmaktadır.

	öğrencisi LarisaKenjebek kızı ⁶		
31	Dr.Öğr.Gör.Gulnara Karadeniz ¹ Öğr.Gör.Mehmet Karadeniz ² Dr.Öğr.Gör.Serhat Atmaca ³ ÖğrencisiAdina Toktorbekova ⁴ öğrencisi Alina Egemberdi kızı ⁵ öğrencisi Kanıkey Tairbekova ⁶	SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI: BİŞKEK TURİZM SEKTÖRÜ TÜKETİCİLERİ ÖRNEĞİNDE	¹ KTMU MYO ² KTMU Mühendislik Fakültesi ³ KTMU MYO ⁴ MYO ⁵ MYO ⁶ MYO
32	Doç.Dr. Yusuf Yurdigül ¹ Doktorant Marat Ergeşov ²	DÜNYA GÖÇEBE OYUNLARININ KIRGIZİSTAN'INULUSLARARASI TANINIRLIĞINA KATKISI (NEW YORK TİMES, ROSSIYSKAYA GAZETA, SABAHGAZETELERİ İÇERİK ANALİZİ)	¹ Atatürk Üniversitesi/ Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ² Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
33	Doç. Dr. Aslı Yurdigül ¹ Doktorant Marat Ergeşov ²	TURİST DENEYİMLERİNİN PAYLAŞIM PLATFORMU OLARAK YOUTUBE (KIRGIZİSTAN'I ZİYARET EDEN TURİSTLERİN YOUTUBE PAYLAŞIMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME)	¹ Atatürk Üniversitesi/ Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ² Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
34	Jamilya Abdimalikova	KÜLTÜREL MİRASIN TAŞIYICISI OLARAK MÜZE BELGESELLERİ ('MİRAS' KONULU MÜZE BELGESELİNİN ÇÖZÜMLEMESİ)	Kırgız Türk Manas Üniversitesi
35	Dr. Öğr. Üyesi Tolga GÖK ¹ Dr. Öğr. Üyesi Cemal İNCE ² Ayday NURBEK ³	TURİZMDEİŞ-YAŞAM DENGESİNİN ÖRGÜTSEL SADAKATE ETKİSİ: BİŞKEK ÖRNEĞİ	¹ Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN / Selçuk Üniversitesi, TÜRKİYE ² Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN / Gaziosmanpaşa Üniversitesi, TÜRKİYE ³ Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
36	Nursultan Stanaliev, Stambulbek Mambetaliev	KIRGIZİSTAN İÇERİKLİ BELGESEL FİLMLERİNDE KIRGIZİSTAN İMAJI	Yüksek Lisan Öğrencisi, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Öğr. Gör., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
37	ТулягановаАзиза	РАЗВИТИЕ ЮРИДИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА И ЗИЕРАТ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	Сингапурский институт развития менеджмента
38	Полина АНАНЧЕНКОВА	РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ТУРИЗМА В ТЮРКСКИХ РЕГИОНАХ РОССИИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА (НА ПРИМЕРЕ ИНСТАГРАМ)	Академия труда и социальных отношений, г.Москва
39	Набиева Аиша-Суман Бахтиеровна	СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН	Уфимский государственный нефтяной технический университет
40	Асқар Абдуалы, Рахат Тобаджанов	ОРТАҒАСЫРЛЫҚ ҚАЗАҚСТАН ЖӘНЕ ТҮРКІ ӘЛЕМІ	М.Х.Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті
41	Бинали Мамоев	ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И АСПЕКТЫ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГОТУРИЗМА КАЗАХСТАНА	Университет иностранных языков и деловой карьеры, Алматы
42	СакенСапарғалиев	АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА	Университет иностранных языков и деловой карьеры
43	Нұртаза Айсұлу	ЗАМАНАУИ ТУРИСТІК ИНДУСТРИЯНЫ ДАМУ	Шет тілдер және іскерлік карьера университеті
44	Мульдир Адамбекова	ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ТУРИСТІК ФИРМАЛАРДА ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРБИЕНІ ҚОЛДАНУДЫ ЖЕТІЛДІРУ	Шет тілдер және іскерлік карьера университеті
45	Асылбек Каримсаков	POLITICAL ASPECTS OF INTERNATIONAL TOURISM	Шеттілдержәнеіскерлік карьера университеті
46	Динара Есимова, Аяна Есім	ПАВЛОДАР Өңіріндегі тарихи маңызы жоғары нысандарының туризм дамуындағы алатын орны	С.Торайғыров атындағы Павлодар Мемлекеттік Университеті
47	Bekbolat Kair Akmaral Sarsenova	PERSPECTIVES OF USING OF THE SOCIAL MEDIA IN THE MARKETING WITHIN TOURISM INDUSTRY IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN	Taraz Innovation and Humanities University

48	Gulmira AKHATOVA, Сауле КУНГУРОВА	Программная статья «Рухани жаңғыру» как механизм развития туризма в Жамбылской области	M.Kh. DulatyTaraz State University
49	Молдатаева Лида Ихласовна	ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИСТІК ИНДУСТРИЯНЫДАМУДЫҢ АЛҒЫ ШАРТТАРЫ ЖӘНЕ ОНЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚОЛДАУ	М.Х.Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті
50	Наталья Чернявская Валерий Яшинский	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУДИОГИДОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЖАМБЫЛСКОЙ ОБЛАСТИ	ТарГУ имени М.Х.Дулати
51	Айнаш Төлеуова	ШҮ Өңірінің тарихи орындарын дамыту	Zhibekzholy school-lyceum
52	Онал Абишева	SMART-TECHNOLOGIES IN MODERN EDUCATION	Казахский национальный педагогический университет им. Абая
53	Абишева О.Т., Жамалбек Гүлдана	ТӨНІРЛІК ДІН – ТҮРКІ ХАЛЫҚТАРЫНЫҢ МӘДЕНИ ОРТАҚ МҰРАСЫ, ОНЫҢ БҮГІНГІ ТАҢДАҒЫ ТАНЫМДЫҚ-ЭСТЕТИКАЛЫҚ КӨРІНІСІ	Абай атындағы ҚазҰПУ
54	Кулжехан Смагулова Байұзакова Г.И.	ЗАНЯТОСТЬ В СФЕРЕ ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА	¹ Таразский государственный университет им. М.Х.Дулати ² Казахский Университет Международных отношений и Мировых языков им. Абылай хана
55	Смагулова Кулжехан Разиновна	ЖАМБЫЛ ОБЛЫСЫНДА ІШКІ ТУРИЗМДІ ДАМУ	М.Х.Дулати Тараз мемлекеттік университеті, Тараз, Қазақстан
56	Айжан Утарбаева, Алина Жағловская, Гульмира Сатыбалдиева, Казбек Шүпшібаев, Асхат Қуатбаев	РАЗВИТИЕ АКТИВНОГО ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ	Казахский агротехнический университет имени С.Сейфуллина
57	Ляззат Құдабаева Л.А.	ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИЗМ САЛАСЫН ДАМУДАҒЫ МАРКЕТИНГТІК ЗЕРТТЕУЛЕР	М.Х.Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті
58	А.Т. Дүйсембаева, А.А. Кадирбекова, Д.О. Аташева	ЖАМБЫЛ ОБЛЫСЫНДАҒЫ ЭТНОТУРИЗМДІ ДАМУДЫҢ ТАБИҒИ ЖӘНЕ ЛАНДШАФТТЫҚ ЖАҒДАЙЛАРЫ	М.Х.Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті
59	Галия Утебекова	РАЗВИТИЕ ОБРАЗОВ ЛЕГЕНДАРНЫХ СУПЕРГЕРОЕВ, КАК СУББРЕНДА КАЗАХСТАНА, ДЛЯ МОДЕРНИЗАЦИИ ИМИДЖА СТРАНЫ И ПРОДВИЖЕНИЯ В МИРОВОМ КУЛЬТУРНОМ, ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА	Казахстанско-Швейцарский институт туризма, ресторанного и гостиничного бизнеса при АТУ
60	Досымова Оразкуль	ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЭКСТРЕМАЛДЫ ТУРИЗМДІ ДАМУ МҮМКІНДІКТЕРІ	М.Х.Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті, Тараз қ, Қазақстан
61	Ғалымжан Жапсарбеков	ПРИМЕНЕНИЕ ДРОНОВ И НОВЫХ ІТ ТЕХНОЛОГИИ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА ЖАМБЫЛСКОЙ ОБЛАСТИ	Таразский государственный университет имени М.Х.Дулати, к.т.н., PhD
62	Ермек Джоланов, Альмира Дүйсембаева	ЖАМБЫЛ ОБЛЫСЫНЫҢ ТАРИХИ-МӘДЕНИ ӨЛЕУЕТІ	М. Х. Дулати атындағы Тараз Мемлекеттік Университеті
63	Альмира Дүйсембаева, Ермек Джоланов, Сабира Бекбаулина	ҚЫЗҒАЛДАҚ - ЖАМБЫЛ ОБЛЫСЫНЫҢ ТАБИҒИ МҰРАСЫ	М.Х.Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті
64	Раймбекова Уқан Кенесбековна	АГРОТУРИЗМ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА	Таразский государственный университет им. М.Х.Дулати
65	Жазира ТАСЖУРЕКОВА	ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ТУРИСТІК КОМПАНИЯЛАР САЙТТАРЫНЫҢ КОНТЕНТІН ТАЛДАУ	М.Х.Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті
66	Кенжебаева Марина	ӨЛЕУМЕТТІК ТУРИЗМ ЖӘНЕ ОНЫҢ Өңіздегі ДАМУ БОЛАШАҒЫ	М.Х.Дулати атындағы Тараз Мемлекеттік университеті

**ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО ПРЕДСЕДАТЕЛЯ СИМПОЗИУМА, РЕКТОРА
ТАРАЗСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ М. Х. ДУЛАТИ
МАХМЕТГАЛИ САРЫБЕКОВА**

Идея «Мәңгілік ел», возрожденная по инициативе Первого Президента Казахстана Нурсултана Назарбаева, основана на принятии Великой степи в качестве Родины всех тюркских народов, призвана обеспечить сохранение и развитие древней национальной культуры. В настоящее время разрабатываются специальные проекты «100 человек тюркского мира» и «Святая земля тюркского мира» для сохранения сакральных мест в тюркских странах. «Великий Тюркский Эль – это наша прародина с общими предками и героями, общими духовными богатствами.

До сих пор, начиная от Восточного Туркестана до Средиземного моря почти три десятка тюркоязычных народов понимают друг друга без переводчика. Мы стараемся показать нашу общую культуру, которая у нас у всех тюркских народов есть. И показать, что тюркский народ богат своими традициями. Мы живем в обширном регионе - начиная от Алтая и заканчивая Балканами. Сплотив свои культуры, мы можем добиться многого и показать миру какие у нас богатые традиции.

Со дня обретения независимости Казахстан активно развивает политические, социальные и культурные связи с тюркоязычными странами. Основой тесных взаимоотношений являются языковое и конфессиональное родство, схожесть исторического и культурного наследия.

Желание иметь более тесные взаимосвязи с близкими по происхождению, языку и культуре народами — мировая тенденция. И весомый вклад в развитие этих тенденций вносит туризм. И мы рады, что 5 Симпозиум стран тюркского мира по туризму проходит в стенах Таразского государственного университета имени М.Х.Дулата - на древней земле Тараза. Наш университет назван в честь Мухаммеда Хайдар Дулати - тюрка, автор ряда исторических трудов XVI в., великого тюркского государственного деятеля и военачальника средневекового государства Мамлакат-и Моголийе.

Международный симпозиум туризма тюркского мира, открывающий богатое культурное наследие тюркского мира, планирует обсуждение развития туризма уже в пятый раз. Первый и четвертый Международные симпозиумы организовал университет Кастамону, Турция в 2015 и 2018 годах. Второй Международный симпозиум проходил в 2016 году в Университете иностранных языков и деловой карьеры, г. Алматы, Казахстан. Третий симпозиум прошел в 2017 году в Кыргызско-Турецком университете «Манас» в г. Бишкек, Кыргызстан.

Научное сообщество 6 стран в течение двух дней планирует обсуждать вопросы туризма в современном обществе, во имя обеспечения его устойчивого развития.

Среди тем Симпозиума и современные тренды, и информационные технологии в развитии всевозможных видов туризма и тайны Великой Степи и Шелкового пути, который на протяжении веков был значимым материальным и духовным проводником к поддержке и развитию отношений между странами и континентами.

Симпозиум открыт для всех междисциплинарных исследований, которые будут способствовать этой области с акцентом на туризм.

Мы рады приветствовать представителей сектора туризма и исследователей в Таразском государственном университете имени М.Х.Дулата и надеемся, что работа Симпозиума принесет плодотворный результат сообществу.

С уважением,
Председатель Симпозиума, ректор

М. Сарыбеков

***The speech of the CHAIRMAN of the SYMPOSIUM, the RECTOR of M. Kh. DULATI
TARAZ STATE UNIVERSITY of MAKHMETGALI SARYBEKOV***

The idea of "Mangilik El", revived on the initiative of the First President of Kazakhstan Nursultan Nazarbayev, is based on the adoption of the great steppe as the homeland of all Turkic peoples, is designed to ensure the preservation and development of ancient national culture. Currently, special projects "100 people of the Turkic world" and "Holy land of the Turkic world" are being developed to preserve sacred places in the Turkic countries. "The great Turkic El is our ancestral home with common ancestors and heroes, common spiritual wealth.

Until now, from Eastern Turkestan to the Mediterranean sea, almost three dozen Turkic-speaking peoples understand each other without an interpreter. We try to show our common culture, which all Turkic peoples have. And to show that the Turkic people are rich in their traditions. We live in a vast region - from the Altai to the Balkans. By uniting our cultures, we can achieve a lot and show the world what rich traditions we have.

Since independence, Kazakhstan has been actively developing political, social and cultural ties with Turkic-speaking countries. The basis of close relations is linguistic and confessional kinship, similarity of historical and cultural heritage.

The desire to have closer relations with people of similar origin, language and culture is a global trend. And tourism makes a significant contribution to the development of these trends. And we are glad that the 5th Symposium of the Turkic world on tourism takes place within the walls of Taraz state University named after M. H. Dulati - in the ancient land of Taraz. Our University is named after Muhammed Khaidar Dulati - Turk, author of several historical works of the XVI century, the great Turkish statesman and military leader of the medieval state Mamlakat-and Mogolia.

The international Symposium of tourism of the Turkic world, which opens the rich cultural heritage of the Turkic world, plans to discuss the development of tourism for the fifth time. The first and fourth international symposia were organized by the University of Kastamonu, Turkey in 2015 and 2018. The second international Symposium was held in 2016 at the University of foreign languages and business career, Almaty, Kazakhstan. The third Symposium was held in 2017 at the Kyrgyz-Turkish University "Manas" in Bishkek, Kyrgyzstan.

The scientific community of 6 countries plans to discuss the issues of tourism in modern society for two days in order to ensure its sustainable development.

Among the topics of the Symposium are modern trends and information technologies in the development of all kinds of tourism and the secrets of the great Steppe and the silk road, which for centuries has been a significant material and spiritual guide to the support and development of relations between countries and continents.

The Symposium is open to all interdisciplinary research that will contribute to this area with a focus on tourism.

We are pleased to welcome representatives of the tourism sector and researchers to Taraz state University named after M. H. Dulati and hope that the work of the Symposium will bring a fruitful result to the community.

Yours sincerely,
Chairman of the Symposium, rector

M. Sarybekov

HELAL OTELLERİN GÖZÜ NEREYE BAKIYOR? KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ

Dr. Öğr. Üyesi Ayhan Karakaş
Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği
ayhankarakas74@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Bilgin Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme
yusufbilgin@bayburt.edu.tr

ÖZET

İslami ya da muhafazakâr olarak tanımlanan turistlerin turizm endüstrisi içindeki paylarının artmasıyla birlikte bu pazara yönelik hizmet veren konaklama işletmesi sayısı da giderek artmaktadır. Helal turistlerin karakteristik özellikleri doğrultusunda hizmet sunmaya çalışan helal otellerin varlıklarının ve karlılıklarının devamlılığı müşterilerinin beklenti, istek ve ihtiyaçlarını karşılama düzeyi ile doğru orantılıdır. Bu bakımdan belirgin özelliklere sahip bir pazara hizmet sunan helal otellerde müşteri yönlülük işletme başarısı için kaçınılmazdır. Bu araştırmanın amacı, İstanbul destinasyonunda faaliyet gösteren helal otel işletmelerinin müşteri istek ve ihtiyaçlarına odaklanma düzeylerini incelemektir. Bu doğrultuda, helal otelleri tercih eden müşterilerin otel işletmelerine ilişkin değerlendirmeleri belirli periyodlar dâhilinde karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Araştırmanın evrenini, İstanbul destinasyonunda faaliyet gösteren 22 helal otel işletmesi oluşturmaktadır. Araştırmanın verilerini, islamitilyerleri.net, halalbooking.com ve tripadvisor.com web sayfalarında 01.01.2015 tarihinden sonra yapılan müşteri değerlendirmeleri oluşturmaktadır. Müşteri değerlendirmeleri 01.01.2015-30.01.2017 ve 01.02.2017-01.02.2019 tarihleri arasında iki dönem olarak incelenmiştir. Bu doğrultuda, müşteri değerlendirmelerinin birinci periyodunu Bilgin ve Karakaş (2017) tarafından elde edilen araştırma bulguları oluşturmaktadır. İkinci periyodu ise belirlenen tarihler arasında belirlenen web sitelerinde yer alan müşteri değerlendirmeleri oluşturmaktadır. Araştırma verileri betimsel analiz tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, İstanbul destinasyonunda faaliyet gösteren helal otel işletmelerinin özellikle teknik özellikler ve yiyecek içecek hizmetleri noktasında müşteri yönlü anlayışı geliştiremedikleri görülmüştür. Buna karşın fiziksel özellikler noktasında helal otellerin müşteri yönlülüğünde gelişmeler kaydedildiği ifade edilebilir. Ayrıca, helal olma karakteristik özelliğinin müşteriler nezdinde daha belirgin bir şekilde ortaya çıktığı görülmektedir.

Anahtar kelimeler: Helal oteller, müşteri yönlülük, İstanbul

WHERE DO HALAL HOTELS FOCUS ON? A COMPARATIVE ANALYSIS

Assist. Prof. Dr. Ayhan Karakaş
Bartın University Faculty of Economics and Administrative Sciences Tourism Management
ayhankarakas74@gmail.com

Assist. Prof. Dr. Yusuf Bilgin Bayburt University Faculty of Economics and Administrative Sciences Business
Administration
yusufbilgin@bayburt.edu.tr

ABSTRACT

With the increase of the tourists, who are defined as Islamic or conservative, in the tourism industry, the number of hospitality establishments serving in this market is also increasing. The continuity of existence and profitability of the halal hotels trying to offer services in line with the characteristics of the halal tourists is directly proportionate to meeting their expectations, demands and needs. In this respect, the customer orientation in halal hotels offering service to a market with certain characteristics is inevitable for achieving business success. The aim of this study is to examine the focusing level of the halal hotel enterprises located in Istanbul destination on customer needs and demands. Accordingly, the reviews of customers, who prefer halal hotels, on the hotel enterprises were analysed comparatively within certain periods. The population of the study consists of 22 halal hotel enterprises operating in Istanbul destination. The customer reviews made after the date of 01.01.2015 on islamitilyerleri.net, halalbooking.com and tripadvisor.com websites constitute the research data. The customer reviews were examined between the dates of 01.01.2015 and 01.01.2017 and 01.02.2017 and 01.02.2019 within two periods. In this direction, the research findings obtained by Bilgin and Karakas (2017) form the first period of customer reviews. The second period consists of customer reviews on the relevant websites between certain dates. Research data was analysed by using descriptive analysis technique. As a result of the analysis, it was observed that halal hotel enterprises operating in Istanbul destination could not develop customer-oriented understanding especially in terms

of technical features and food and beverage services. On the other hand, it can be said that some improvements are recorded in customer orientation of halal hotels. In addition to this, it is seen that the characteristic feature of being halal is more evident from the perspective of customers.

Key words: Halal hotels, customer orientation, Istanbul



YEREL BİR DESTİNASYONDA KONAKLAMA İŞLETMELERİ İÇİN MÜŞTERİ PERSPEKTİFİNDEN YENİ UFUKLAR

Dr. Öğr. Üyesi Ayhan Karakaş
Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği
ayhankarakas74@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Bilgin Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme
yusufbilgin@bayburt.edu.tr

ÖZET

Turizm hareketlerinin ortaya çıkardığı sosyal ve ekonomik potansiyel, turistik çekim gücüne sahip destinasyonların kalkınmasında ve bu destinasyonlarda faaliyet gösteren işletmelerin varlıklarını devam ettirmelerinde oldukça önemlidir. Bu anlamda, turistlere temel konaklama ihtiyaçlarının yanı sıra modern insanın ihtiyaç duyduğu diğer hizmetleri de sunan konaklama işletmeleri turistik ürünün özelliğine ve çekicilik düzeyine bakılmaksızın destinasyonun başarısında önemli bir rol oynamaktadır. Destinasyonda turistik hizmet sunumunun önemi bir parçasını oluşturan konaklama işletmelerinin müşteri yönlülük düzeyi hem işletmenin hem de destinasyonun başarısı için önemli bir unsurdur. Bu araştırmanın evrenini, Amasra destinasyonunda faaliyet gösteren konaklama işletmeleri oluşturmaktadır. Bu araştırmanın amacı, Bartın Amasra destinasyonunda faaliyet gösteren konaklama işletmeleri için müşteri değerlendirmelerinden hareketle müşteri yönlülük noktasında yeni ufuklar açmaktır. Araştırmada nitel yöntem kullanılmıştır. Araştırmanın verilerini, Amasra destinasyonunda faaliyet gösteren konaklama işletmelerine ilişkin tripadvisor.com web sayfasında 01.01.2017 tarihinden sonra yapılan müşteri değerlendirmeleri oluşturmaktadır. Araştırma verileri, betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, Amasra destinasyonunda faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin fiziksel özellikler ve teknik özellikler açısından önemli problemler yaşadıkları belirlenmiştir. Konaklama işletmelerinin müşteri yönlülük açısından en önemli gücünün ise işletmelerde görev yapan personel olduğu ortaya konulmuştur. Bu doğrultuda, Amasra destinasyonunda faaliyet gösteren konaklama işletmelerine fiziksel özellikler boyutunda işletmelerin tadilat ve tamir çalışmalarına önem vermeleri önerilmektedir. Buna ek olarak, konaklama işletmelerine hizmet kalitesini artırma noktasında işletmelerde görev yapan personeli korumaya yönelik çalışmalar yürütmeleri ve işletmelerin teknik özelliklerinde iyileştirmeler yapmaları önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: Konaklama işletmeleri, müşteri yönlülük, Amasra

NEW HORIZONS FROM CUSTOMER PERSPECTIVE FOR HOSPITALITY ENTERPRISES AT A LOCAL DESTINATION

Assist. Prof. Dr. Ayhan Karakaş
Bartın University Faculty of Economics and Administrative Sciences Tourism Management
ayhankarakas74@gmail.com

Assist. Prof. Dr. Yusuf Bilgin Bayburt University Faculty of Economics and Administrative Sciences Business
Administration
yusufbilgin@bayburt.edu.tr

ABSTRACT

The social and economic potentials emerged from tourism movements have great importance in both the development of tourist attraction destinations and the existence of enterprises operating in these destinations. In this

sense, the hospitality enterprises, which offer basic accommodation services to tourists as well as other services required by modern people, play an important role in the success of the destination regardless of the features and attractiveness of the touristic product. The customer orientation level of the hospitality enterprises, which constitute an important part of touristic service delivery at the destination, is an important factor for the success of both the enterprise and the destination. The population of this research consists of hospitality enterprises operating in Amasra destination. This study aims to open new horizons for customer orientation based on customer reviews made for hospitality enterprises operating in Amasra destination of Bartın Province. Qualitative method was used in the research. The customer reviews regarding the hospitality enterprises operating in Amasra destination made after the date of 01.01.2017 on tripadvisor.com website constitute the research data. The research data was analysed using descriptive analysis technique. As a result of the analysis, it was determined that the hospitality enterprises operating in Amasra destination had some important problems in terms of physical and technical characteristics. It was also presented that the personnel working in the hospitality enterprises were the most important strength of the enterprises in terms of customer orientation. Accordingly, the enterprises operating in the Amasra destination are recommended to give importance to renovations and repair works in terms of their physical characteristics. In addition to this, the hospitality enterprises are also recommended to carry out activities in order to protect the personnel working in enterprises for the improvement of service quality, and to make improvements in the technical characteristics of the enterprises.

Key words: Hospitality enterprises, customer orientation, Amasra



TURİZM MESLEKLERİ VE DİPLOMALARI EKSENLİ ULUSAL DESTİNASYON YÖNETİMİ VE STRATEJİK TURİZM PLANLAMASI

Ali ERBAŞ

EskişehirOsmangaziÜniversitesiTurizmFakültesi

alierbash@yahoo.com, alierbash@gmail.com

ÖZET

Özellikle istihdam ve döviz geliri sağlayıcı nitelikleriyle varışyerleri (destinasyonlar) ilgi odağı konumundadır. Ancak biz, varışyerlerinin sahibi değil gelecek nesillerin emanetçileriyiz. Bununla birlikteyüzünde günümüze kadarişletmelerin çevresini teşkil eden ve bu sebeple turizm ürünlerinin üretilmesinde vazgeçilmez önem ve değere sahip, turizm planlamasının kapsamını oluşturan doğal, tarihi, kültürel ve beşeri turizm varlıkları konusunda varışyerlerini ve turizm sektörünü planlayarak, koruyamadığımız bilinmektedir.

Turizm sektörünün planlanamamasının temelinde karar mekanizmaları olarak yerel, bölgesel ve ulusal varışyeri yönetimi örgütlerinin turizm sektörünü bir bütün olarak temsil edecek biçimde tasarlanıp, kurulamamış olması yatmaktadır. Plansızlık sonucu taşıma kapasiteleri yeni işletmelerle ve gereksiz yapılaşmalarla aşılıp, varışyeri turizm canavarı (veya sarmalı) yerleşmektedir. Canavar, Kuşadası örneğinde olduğu gibi işletmelerin ve içinde yaşadıkları varışyerinin iflas edip devre dışı kalıncaya kadar gelişerek büyümesine devam etmektedir.

Çalışmada turizm sektörüne yönelik planlama yapmak üzere kurulması öngörülen yerel, bölgesel ve ulusal varışyeri yönetimi örgütlerinin, turizm sektörünü oluşturan turizm öğretim kurumlarına, Turizm Bakanlığı'na (bazı ülkelerde turizm genel müdürlüğüne) ve turizm işletmelerine nasıl dayandırılacağı ve onları etkin ve dengeli bir şekilde nasıl temsil edeceği üzerinde durulmaktadır.

“Her başarılı sosyal sistemin gücünü kendi mesleklerinden ve diplomalarından aldığı gerçeğini” dikkate alarak çalışmada, turizmin güçlü bir sosyal sistem olarak kurulmasında turizm mesleklerine ve bu mesleklerin kanıtı olan turizm diplomalarına nasıl dayandırılacağı ortaya konmaktadır.

Çalışmada intibak süreciyle ulusal varışyeri yönetimi sistemi kurulduktan sonra devlete ait klasik karar mekanizmalarıyla, kamu ayağı olarak devletin ve Turizm Bakanlığı'nın yerel, bölgesel ve ulusal düzeylerde en üst konumda temsil edildiği turizm mesleklerine dayalı bu üç yeni karar mekanizmasının uyum içinde çalışarak, bütün turizm varlıklarını ve turizm sektörünü nasıl planlayacağı ve bu planlama sonunda sektörün sorunlarını sürekli çözecek etkin turizm standartlarını nasıl oluşturacağı tespit edilmektedir.

İnsanlık tarihini ve köklerini merak etmektedir. Ancak insanlık tarihinin yeryüzünde gerçeğe uygun şekilde, sürekli olarak gözden geçirilerek yazılması kanımızca finansmanla birlikte doğru turizm planlamasına bağlıdır. Bu amaçla turizm ürünlerinin kaynağını teşkil eden diğer turizm varlıklarıyla birlikte tarihi ve

kültürel turizm varlıklarını kapsayan dinamik turizm planlamasının yapılması ve uygulanması, planlamanın “*olmazsa olmaz koşulu*” olan varışyeri yönetimlerinin turizm mesleklerine dayandırılarak ulusal turizm sistemi içinde örgütlenmesine bağlıdır.

Altı hiyerarşik karar mekanizmasına sahip ulusal turizm sisteminin varışyeri yönetimlerini bir araç olarak kullanarak, özellikle bünyesindeki Turizm Akademisyenleri-ArGe meslek şubelerinin katılımıyla varışyerlerinin çekiciliğini arttıracak tarihi ve kültürel turizm varlıklarıyla ilgili sürekli turizm planlaması yapılmalıdır. Varışyerlerinde kadim toplumlara ait kazı çalışmalarını yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeylerde belirleyeceği bilim insanlarına ve araştırmacılara yaptırmalıdır. Kazı çalışmalarıyla tespit edilecek tarihi ve kültürel turizm varlıklarıyla, kadim toplumlara ait yaşam tarzlarını bilimsel ve somut hale getirerek tarihin, turizmin ve insanlığın hizmetine sunmalıdır.



NİŞABUR'DAN ŞANLIURFA'YA GELEN ŞEYH MESUD'UN TÜRBE ve MEDRESİSİNİN İNANÇ TURİZM POTANSİYELİ

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet AKBIYIK
Harran Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksek Okulu, Şanlıurfa
mehmetakbiyik@harran.edu.tr

ÖZET

Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesinde bulunan Şanlıurfa ili doğudan Mardin, batıdan Gaziantep, kuzey ve kuzeybatıdan Adıyaman, kuzey ve kuzeydoğudan Diyarbakır illeri ile sınırlandırılmıştır. Güneyden ise Suriye sınırı ile çevrilidir.

Şanlıurfa, coğrafi konumu nedeniyle üzerinde tarih boyunca birçok devlet ve beyliğin hüküm sürdüğü, değişik kültürlerin geçiş ve kaynaşma alanı olmuştur. İlk ve ortaçağ da eski uygarlık merkezleri olan Çin, Orta Asya, Mezopotamya ve Arap ülkeleri ile Avrupa arasındaki ipek yolunun bir kolu Şanlıurfa üzerinden geçmektedir.

Çin'den başlayan ipek yolu orta Asya'dan geçerek Anadolu üzerinden Avrupa'ya kadar uzanan önemli bir ticaret ve kültür yoludur.

İpek Yolu sadece ticaret için kullanılmamıştır. İpek yolu, aynı zamanda doğudan batıya ve batıdan doğuya âlimlerin, orduların, fikirlerin, dinlerin, medeniyetlerin ve kültürlerin de yolu olmuştur.

İnsanların İslâm'ı daha iyi anlayabilmesinde ve İslâmiyet'in yayılmasında ipek yolu ile birlikte Anadolu Selçuklular dönemindeki tekke ve zaviyeler önemli rol oynamışlardır. Anadolu'yu Türkleştirmek ve İslamlaştırmak için önemli İslam bilginlerinden olan Hoca Ahmet Yesevî'nin halifeleri dervişleri ile birlikte küçük gruplar halinde Anadolu'ya göç etmişlerdir. Anadolu'nun değişik yerlerinde tekke ve zaviyeler kurmuşlardır.

Şeyh Mesud da 1183 tarihinden önce dervişleriyle birlikte Nişabur'dan Şanlıurfa'ya gelerek Şanlıurfa'nın Türkleşmesine ve Müslümanlaşmasına hizmet etmiş, Ahmed Yesevi halifelerinden biridir. Şeyh Mesud'un babasının adı Said Hengel'dir. “Şeyh Mesud'un türbesi ve zaviyesi Şanlıurfa'da bulunan iç kalesinin de güneyinde tepenin üzerindedir. Mezarı bu türbenin içindedir. Bu türbe ve zaviye hem bir ziyaret hem de bir mesire yeridir. Şanlıurfa inanç turizmi için önemli bir ziyaret yeri olan Şeyh Mesud türbesi ve zaviyesi her yıl binlerce yerli ve yabancı turist ziyaret etmektedir.

Bu çalışmamızda İpek yolunu kullanarak Nişabur'dan gelen Şeyh Mesud'un Şanlıurfa İnanç turizmindeki yerini ve önemini tespit etmektir. Şeyh Mesud türbe ve zaviyesinin inanç turizm destinasyonları içerisine dâhil edilerek tanıtılmasını sağlamaktır.

Anahtar Kelimeler: Şanlıurfa, Turizm, İnanç, İpekyolu. Şeyh Mesud.

THE RELİGİOUS TOURİSM POTENTIAL OF TOMB AND MADRASA OF SHEİKH MASOOD COMİNG FROM NİSHAPUR TO SANLIURFA

ABSTRACT

Şanlıurfa City is in the south-east of Turkey and it has borders with Mardin at east , with Gaziantep at west , with Adıyaman at north and north-west , with Diyarbakır at north and north-east. Also it has border with Syria at south. Because of the geoghrapgc location of Şanlıurfa, many states and seigniories have ruled throughout history on it, and it has been also different cultures' transition and coalescence area. One of the silkroad's part between China, Middle Asia, Arabian countries and Europe, was in Şanlıurfa at first age and middle. Begining from the China, the

silkroad which is an important trade and culture road cross over Middle Asia and by way of Anatolia it reaches to Europe.

The silkroad has not been used just for trade, it also has been a road, from east to west and from west to east, for scholarly people, armies, ideas, religions, civilizations and cultures. Islamic monasteries and zawias had an important role under favour of silkroad at the period of Anatolian Seljuk Empire and they served to be understood and spread of Islam. Hodja Ahmet Yesevi's khalifas and dervishes who wanted to turkify and islamicize the Anatolia, migrated to Anatolia in small groups and established Islamic monasteries and zawias in different areas of Anatolia.

Sheik Mesud who is a khalifa of Hodja Ahmet Yesevi came to Şanlıurfa with his dervishes from Nisabur and he served to turkify and islamicize Şanlıurfa. His father's name is Said Hengel. His zawiya and tomb is at the south hill of Şanlıurfa's castle. This zawiya and tomb is both a showplace and picnic area. Every year thousands of foreign and domestic tourists visit Sheik Mesud tomb which is an important place for Şanlıurfa's religionial belief tourism.

This study aims to determine importance of Sheik Mesud who came to Şanlıurfa from Nisabur by way of silkroad for Şanlıurfa's religionial belief tourism.

Keywords: Tourism, Şanlıurfa, Religionial Belief, The Silk Road. The Sheik Massoud.



TÜRKİYE’NİN VE TÜRK DÜNYASININ İLK VE TEK UNESCO ETİKETLİ JEOPARKI: KULA UNESCO GLOBAL JEOPARKI THE FIRST AND UNIQUE UNESCO LABELED GEOPARK OF THE TURKEY AND TURKIC REPUBLICS: KULA UNESCO GLOBAL GEOPARK

Ahmet Serdar AYTAÇ
Harran Üniv.Fen-Edb. Fak.
Kula UNESCO Global Jeoparkı
aserdaraytac@harran.edu.tr

Tuncer DEMİR
Akdeniz Üniv. Edb. Fak.
Kula UNESCO Global Jeoparkı
tuncerdemir@akdeniz.edu.tr

ÖZET

Ege Bölgesi'nin İç Batı Anadolu Platoları'nın hemen batısında yer alan Kula Jeoparkı Manisa İli sınırları içinde yer almakta olup, yaklaşık alanı 887 km²'dir. Gerilme tektoniğinin aktif ve etkili olduğu bir bölgede bulunan Kula Jeoparkı ve çevresi jeolojik ve tektonik açıdan oldukça karmaşık, jeomorfolojik açıdan oldukça zengin yapı gösterir. Jeopark Paleozoik yaşlı metamorfik kayalardan (şist, gnays) prehistorik volkanik püskürmelere dek yer kürenin 200 milyon yıldan uzun geçmişinin delillerini barındırır ve bu yönüyle oldukça zengin bir jeolojik çeşitliliğe (geodiversity) ev sahipliği yapmaktadır.

Türkiye'nin en genç volkanik sahalarından birisi olan Kula Jeopark sahası doğal, jeolojik, kültürel ve arkeolojik zenginliğinden ötürü Türkiye'nin jeoturizm açısından en önemli alanı konumundadır. Bu özelliğiyle her yıl çok sayıda ziyaretçi alan Kula Jeoparkı, antik dönemlerden günümüze dek pek çok seyyahın ve araştırmacının ilgisini çekmiş ve eserlerine konu olmuştur.

Jeoparklar, Jeomirasın korunmasının yanında; Yöre halkının eğitim seviyesinin yükseltilmesi, Yörede bilimsel araştırmaların artması, Yörede turizm ve bağlı yan sektörlerin geliştirilip yöre halkının ekonomik kalkınmasının sağlanmasına katkı sağlayan alanlardır. 2013 Yılında Global Jeoparklar ağı çatısı altına giren Kula Jeoparkı, bu tarihten beri kırsal turizmi geliştirmeyi, sürdürülebilir kalkınmayı hedefleyen bölgeler için önemli bir örnek durumundadır.

Bu çalışmada Türkiye'nin ve Türk Dünyasının İlk ve Tek UNESCO tescilli Jeoparkı olan Kula Jeoparkı'nın tanıtılması ve jeomirasın bir turizm ensturmanı olarak kullanımının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu çalışmanın Türkiye ve Türk Dünyasında jeoturizmin yaygınlaşmasına önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Jeoturizm, Jeopark, Jeosit, Kula UNESCO Global Jeoparkı

ABSTRACT

The Kula Geopark is situated immediately to the west of the inner West Anatolian plateaus of the Aegean Region, within the borders of Manisa Province. It covers an approximate area of 887 km². The Kula Geopark represents a complex geology and geomorphology due to the ongoing active tectonic regime in the Aegean extensional province. The Geopark contains evidence from more than 200 million years of earth history, from Palaeozoic

metamorphic rocks to prehistoric volcanic eruptions. With these characteristics, the Geopark area exhibits a very rich geological diversity.

The Kula Geopark, one of the youngest volcanic region of the Turkey, is most important geotourism area of the Turkey due to its natural, geologic, cultural and archaeological richness. Because of these features, the Kula Geopark receives many visitors every year and has attracted the attention of many travellers and researchers from antiquity to the present and has been the subject of their works.

Apart from being the locations of the protection of geo-heritages, Geoparks areas also contribute to the economic development of the local people by enhancing the education level of the local people, increase the scientific researches and develop the tourism and its sub-sectors. In September 2013, The Kula Geopark joined to The Global Geopark Network. Since then, The Kula geopark has been a model area for the regions which aim the development of Rural tourism, sustainable development.

This study aims to introduce Kula Geopark, which is the only UNESCO registered geopark in Turkey and the Turkish states, and to present importance of using geo-heritages as a tourism instrument to develop the socio-cultural life and economy. It is thought that this study will provide important contributions to the development of geo-tourism in Turkey and the Turkic world.

Key words: Geotourism, Geopark, Geosite, Kula UNESCO Global Geopark



BİRECİK ŞEHRİNİN ÖNEMLİ BİR TURİZM DEĞERİ: KELAYNAK KUŞLARI BİRECİK CITY IS AN İMPORTANT TOURİSM VALUE: KELAYNAK BİRDS

Dr. Öğr. Üyesi Abdulkadir GÜZEL
Haran University
akdguzel@harran.edu.tr

SUMMARY

Kelaynak birds are an endangered species. These birds live only in Birecik in Turkey. They are known as the ultimate in abundance. These birds of different looks have a touristic value nowadays. This study focuses on the introduction of these birds and their habitats.

ÖZET

Teknolojinin gelişmesi, çalışma şartlarının iyileşmesi, kişi başına düşen gelir miktarının artması, yerleşim alanlarının gittikçe bozulmasına, insanların doğal yaşam alanlarına olan ilgi ve ihtiyacını artırmasına neden olmuştur. Doğaya dayalı turizm; yaban hayatı turizmi, macera turizmi, bisiklet turu, su ve kar kayağı sporu turizmi ile kuş gözlemciliği turizmini bunlar arasında sayabiliriz.

Akbaba'yı andıran fakat gagalarının uzunluğu ile Akbabalardan ayrılan Kelaynak Kuşu, tamamen türüne has özelliklere sahip olup günümüzde Dünya da nesli tükenmekte olan bir kuş türüdür.

Suriye, Türkiye, Afrika ve Kuzey Sahra çölünde yaşama imkânı bulabilen kelaynakların doğal yaşama alanları tarım alanlarının zararlılara karşı ilaçlanması sonucunda doğal ortamdaki sayıları gittikçe azalmaktadır.

Fırat nehrinin güneye doğru akışı sırasında eğim azalmasına bağlı olarak menderesler çizdiği alanda kalkerin eritilmesi sonucu meydana getirilen dik duvarlar insan tehdidine karşı güvenli barınma alanları olarak belirmiştir. Doğu Anadolu bölgesine düşen karların Nisan ayından itibaren erimeye geçmesiyle kabilen Fırat nehrinin burada taşkınlar meydana getirmesiyle ortaya çıkan alüvyal topraklar tarımsal faaliyetler için verimli bir alan oluşturmaktaydı. Kelaynaklar tarım alanlarındaki Kertenkele, yılan, Küçük memeliler, Çekirge, Akrep, Örümcek, Danaburnu, çırpır böceği, kurbağa ve benzeri canlılarla beslenirlerdi. Ayrıca Fırat nehri vadisinin soğuk kış mevsiminde ılık bir saha olması kelaynak kuşlarının burada kışlamasının bir başka nedeniydi. Uzun yıllardan beri Birecik civarında yuvalamalarının beşeri nedenini ise halkın, "Bereket müjdesi" olduğuna inanmaları ve bu nedenle kuşlara ve yumurtalarına zarar vermemesidir.

Kelaynak neslinin tehlike altına girmesinin birçok nedeni vardır. Avcılık, kuşların gittiği ülkelerden geriye dönememesi, Bozkırların ve geleneksel tarım arazilerinin ilaçlanması, kuşların beslenme alanlarının yok olması, ayrıca 1950'lerde Suriye üzerinden ülkemize sokuların çekirge afetine karşı devlet tarafından Güneydoğu Anadolu Bölgesi genelinde yapılan yoğun zirai ilaçlama, (DDT) Birecik'teki kelaynakların çok hızlı bir şekilde yok olmasının nedenleri arasında sayılabilir. 1990 yılından sonra, Birecik'te yabancı kuşlar üreme dönemine hazırlık için Şubat-Mart aylarında kafeslerinden çıkarılan kuşlar göç zamanına doğru (Temmuz-Ağustos) tekrar kafeslerine

alınarak koruma altına alınır. Göç mevsimi haricinde kuşlar doğal ortamlarında serbestçe uçup, üreyebilirler. Üreme istasyonunun içindeki kayalıklar ve tahta yuvalarda üreyen kelaynaklara günde iki defa yemlenirler. Türkiye’de yaşayan yaklaşık 75 bireyin göç etmesine izin verilmiyor. Fakat Suriye de 3-4 bireyden oluşan ve hala kışın göç eden küçük bir topluluğun varlığına işaret edilmektedir. Fas orijinli Kelaynaklar yerleşik olup, sadece Birecik Kelaynakları göçmen kuş özelliğine taşımaktadırlar.

Sözü edilen kuşları görmek için özellikle yaz mevsiminde gerek yurt içinden gerekse yurt dışından gelen gruplar Birecik şehrinin ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır.

Anahtar kelime: Yaban hayatı, göçmen kuşlar, Birecik, Kelaynak



TÜRKİYE’DEN ÇIKIŞ YAPAN TURİSTLERİN GELME NEDENLERİNİN 2003 ve 2015 YILLARI ARASINDAKİ DEĞİŞİMİ

Mehmet ÖZCANLI
Arş.Gör. Harran Üniversitesi
mehmetozcanli@harran.edu.tr

ÖZET

Turizm çağında, insanların başka ülkelere gitme sebeplerinin veya turizm faaliyetine başlama nedenlerinin bilinmesi önemlidir. Bir ülkede turizm eğiliminin saptanması ve gelen turistlerin davranışlarının sebebine inilmesinin kolaylaştıracak en önemli veriler gelen turistlerin gelme nedenlerinin analizinin yapılmasından geçmektedir. Turistlerin bir ülkeye gitme sebebinin bilinmesi aynı zamanda o ülkenin hangi alanlarda cazibesinin olduğunu bu cazibeler arasında hangilerinin ön plana geçtiği veya hangilerinin geride kaldığını da gösterebilmektedir. Bu çalışmada Türkiye’den çıkış yapan ziyaretçilerin Türkiye’ye gelme nedenleri araştırılmıştır. Araştırmanın verileri Emniyet Genel Müdürlüğü Pasaport Polisi kayıtları ile Türkiye İstatistik Kurumu Vatandaş Giriş Anketi bilgilerinden elde edilen istatistikleridir. Bu istatistiklerden 2003 -2015 yılları arasında Türkiye’den çıkış yapan ziyaretçilerin gelme nedenleri analize tabi tutulmuş ve bu analizler Türkiye’nin Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel potansiyeli, Eğitim, Sağlık-Tıbbi, Dini, alışveriş, Transit geçiş, İş amaçlı potansiyeli ile ilişki kurulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda Türkiye’nin var toplan bu potansiyelinin ne kadarını kullandığı üzerinde tartışılmıştır. Ayrıca güçlü olan potansiyellerinin daha etkili bir şekilde kullanabilmesi için öneriler getirilmiştir. Araştırmada 2003- 2015 yılları arasında Türkiye’den çıkış yapan ziyaretçilerin % 85,6’sı yabancılardan oluştuğu tespit edilmiştir. Bu yabancı ziyaretçilerin Türkiye’ye gelme nedenleri ne göre dağılımına baktığımızda ziyaretçilerin % 58,6’sının gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler için Türkiye’ye geldiği, %8,9’unun akraba ve arkadaş ziyaretine geldiği, %0.6’sının eğitim ve staj için geldiği, %0.6’unun sağlık ve tıbbi nedenlerle geldiği, %0.3’ünün dini veya hac amaçlı geldiği, %3.9’unun Alışveriş amacıyla geldiği, %1.1’inin transit geçiş yaptığı, %8.9’unun akraba ve arkadaş ziyaretine geldiği, %1.1’inin iş amaçlı geldiği, %15.4’ünün arkadaşı ile beraber hareket ettiği için geldiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yabancı Turistler. Gelme Nedenleri, Türkiye, Nedenlerine Göre Turizm

THE CHANGE IN THE REASONS FOR TOURISTS ARRIVING FROM TURKEY BETWEEN 2003 AND 2015

ABSTRACT

In the age of tourism, it is important to know why people go to other countries or why they start tourism activities. The most important data that will facilitate the determination of tourism trend in a country and the reasons for the behavior of the tourists is the analysis of the reasons for the arrival of the tourists. The fact that tourists travel to a country can also indicate which areas of the country are attractive and which ones are left behind. In this study, the reasons for visitors coming to Turkey from Turkey were investigated. The data of the survey are the passport police records and the statistics obtained from the citizen input survey of the Turkish Statistical Institute. Among these statistics, the reasons for the arrival of visitors from Turkey between 2003-2015 were analyzed and these analyses attempted to establish a relationship with the trip, entertainment, sports and cultural potential of Turkey, Education, Health-Medical, religious, shopping, transit and business potential. As a result of the study, it was discussed how much Turkey has used this potential. In addition, suggestions have been introduced so that stronger potentials can be

used more effectively. In the survey, 85.6% of the visitors departing from Turkey between 2003 and 2015 were foreigners. According to the distribution of these foreign visitors to Turkey, 58.6% of the visitors came to Turkey for sightseeing, entertainment, sports and cultural activities, 8.9% came to relatives and friends, 0.6% came to education and internships, 0.6% came to health and medical reasons, 0.3% came to religious or cross purposes, 3.9% came to shopping, 1.1% went to transit, 8.9% came to relatives and friends, It has been revealed that 1 came for business purposes, 15.4% of them acted with a friend.

Keywords: Foreign Tourists. Reasons For Coming, Turkey, Tourism Due To Reasons



DÜNYA İNANÇ TARİHİNİN BAŞLANGIÇ NOKTASI ” GÖBEKLİTEPE”

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet AKBIYIK
Şanlıurfa Harran Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksek Okulu
mehmetakbiyik@harran.edu.tr

ÖZET

Şanlıurfa’da bulunan Göbekli Tepe sadece Türkiye için değil, tüm dünya için çok önemli bir değere sahip bir tarih öncesi arkeolojik alandır. Yaklaşık 12.000 yaşında olan Göbekli Tepe’nin dünya tarihinde kabul edilen bazı teorileri değiştirmiştir. Bu Çalışmanın amacı yüzyılımızın en önemli arkeolojik buluntusu olan Göbekli Tepe’yi Dünya’ya tanıtmak, Türkiye ve Şanlıurfa ekonomisine katkı sunmaktır.

Harran Ovası’nın kuzeyindeki tepelik alanın en yüksek noktasında, Şanlıurfa’ya 17 km uzaklıkta, Mardin yolu üzerinde çevreye hâkim bir konumda bulunan ve aynı zamanda son yılların en gözde arkeolojik-turistik merkezlerinden biri olan Göbekli tepe ilk kez 1963 yılında İstanbul ve Chicago üniversitelerinin ortaklaşa gerçekleştirdiği bir yüzey araştırmasında, Neolitik yerleşme olarak belirlenmiştir. Ancak bu araştırmanın yapıldığı yıllarda Neolitik dönem hakkında bilinenler, Göbekli Tepe’nin özel bir yer olarak anlaşılmasına olanak vermemiştir. Buranın önemi, Alman Arkeolog Prof. Dr. Klaus Schmidt’in (Berlin Alman Arkeoloji Enstitüsü Orient bölümü uzmanı ve Erlangen Üniversitesi öğretim üyesi), 1995 yılında başlattığı ve günümüze kadar aralıksız olarak sürdürdüğü kazılar ile ortaya çıkmıştır. Yapılan kazılar neticesinde, Göbekli Tepe’deki eserlerin yaklaşık 12000 yıl öncesine ait olduğu tespit edilmiştir. Başka bir anlatımla, bu dönem İnsanoğlunun geçici (avcı-toplayıcı) bir yaşam tarzından, yerleşik düzene (çiftçi-üretici) geçmeye başladığı devreye denk gelmektedir. Kazı neticesinde ortaya çıkan bütün bu eserler binlerce yıl öncesinde burada yaşayan insanların sanıldığı gibi mütevazı ve basit bir yaşam tarzıyla yetinmemiş olduklarını, aksine, görkemli bir evre yaşadıkları şeklinde değerlendirilmektedir. Aynı zamanda da bu eserler, bu dönem için şaşırtıcı bir düzeye ulaşmış bir kültürü ortaya koymaktadır.

Göbekli tepe, günlük yaşama yönelik bir yerleşme değildir. Aksine burası dini, yani törensel amaçlı inşa edilmiş ve zaman zaman insanların buluştuğu anıtsal yapılardan müteşekkil bir mekândır.

Göbekli tepeİnsanın kendi elleriyle yaptığı, bilinen ilk tapınaklardır.Böylesi karmaşık bir tapınağı inşa etmesi için insanın önce barınak yapmayı öğrenmesi, sonra tarıma başlayarak yerleşik hayata geçmesi gerekiyordu. Yerleşik hayata geçmemiş ilkel avcı toplumlarında inancın yerinin olmadığı düşünülüyordu.Göbekli tepe bu ezberi bozmuştur. Anlaşıldı ki Göbekli Tepe’de yaşayan insanların, yerleşik hayata geçmeden önce ileri düzeyde mühendislik zekâlarının ve heykelleri işleyecek bir estetik anlayışlarının var olduğu anlaşılmaktadır. En önemlisi daha avcı ve toplayıcı toplumu iken bile bir inanca sahip oldukları ve bu inançları içingörkemli tapınaklar yaptıkları anlaşılmıştır.2018 yılında 42’nci Dünya Miras Komitesi Toplantısı’nda Dünya Mirası Kalıcı Listesi’ne dahil edilen Göbekli Tepe’de ve Kültür turizminin yanı sıra önemli inanç merkezlerinden bir olarak dikkati çeken Şanlıurfa’da, '2019 Göbekli tepe Yılı' sayesinde turizmde yoğunluk yaşamaya başlamıştır. 2018 yılında Şanlıurfa’ya gelen turist sayısı 1.010.079 kişi olmuştur. 2019 yılı hedefi 2,5milyon kişidir. Bunun sonucunda Türkiye ve Şanlıurfa ekonomisinde turizm yoluyla önemli kazanımlar sağlanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Şanlıurfa, Tarih, Göbekli Tepe, Neolitik.

THE STARTING POINT IN THE HISTORY OF THE WORLD FAITH GÖBEKLITEPE ”

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet AKBIYIK
Şanlıurfa Harran Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksek Okulu

ABSTRACT

GöbekliTepe is located in Sanliurfa not only for Turkey, is a prehistoric archaeological site has a very important value for the whole world. Approximately 12,000 years old GöbekliTepe has changed some of the theories accepted in world history. It aims of this study to introduce our century the most important archaeological finds in the world in which GöbekliTepe, Turkey and Şanlıurfa is to contribute to the economy.

At the highest point of the hilly area to the north of the Harran Plain, 17 km away from Sanliurfa, one of the most popular archaeological-touristic centers of the last years, GöbekliTepe, which is one of the most popular archaeological-touristic centers of the recent years, is the first of its kind in Istanbul. Neolithic settlement was determined during the survey. However, in the years when this research was carried out, what was known about the Neolithic period did not allow GöbekliTepe to be understood as a special place. The importance of the German archaeologist, Dr. Dr. Klaus Schmidt (professor of the Orient at the German Archeology Institute in Berlin and a professor at the University of Erlangen) started with the excavations in 1995, which he has been continuing until today. As a result of the excavations, the artifacts at GöbekliTepe were found to be approximately 12000 years ago. In other words, this period corresponds to the period in which Man begins to pass from a temporary (hunter-gatherer) lifestyle to a settled system (farmer-producer). All these artefacts from the excavation are considered to be inhabited thousands of years ago by the modest and simple lifestyle of the people living here. At the same time, these works reveal a culture that has reached an astonishing level for this period.

GöbekliTepe is not a settlement for daily life. On the contrary, this is a place of religious, that is, built for ceremonial purposes and composed of monumental buildings where people meet from time to time.

The GöbekliTepeare the first known temples that human beings make with their own hands. In order to build such a complex temple, one had to learn to make shelter before, and then to settle in agriculture and begin to live. It was thought that there was no place for belief in primitive hunter societies that had not come to life. The hill top has ruined this crush. It is understood that the people living in GöbekliTepe have an aesthetic understanding that will process advanced engineering intelligence and sculptures before they settle. Most importantly, even as a hunter and gatherer society, it was understood that they had a belief and made magnificent temples for these beliefs. GöbekliTepe, which is included in the World Heritage Permanent List at the 42nd World Heritage Committee Meeting in 2018; . In 2018, the number of tourists arriving in Sanliurfa was 1,010,079. The target for 2019 is 2.5 million people. As a result, Turkey and Şanlıurfa significant gains in the economy through tourism will be provided.

Key Words: Şanlıurfa, History, GöbekliTepe, Neolithic



ULUSLARARASI ETKİNLİKLERİN GELECEKTE OLUŞTURABİLECEKLERİ OLUMLU ETKİLERİN YÜKSELTİLMESİNE YÖNELİK BİR MODEL ÖNERİSİ: 2018 TÜRK DÜNYASI KÜLTÜR BAŞKENTİ KASTAMONU ÖRNEĞİ

Fatma BÖLÜKBAŞ
Kastamonu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ABD
fatma_bolukbas@hotmail.com

Prof. Dr. Kutay OKTAY
Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi
koktay@kastamonu.edu.tr

ÖZET

Uluslararası etkinlikler yapıldıkları yerlere ekonomik, sosyal, kültürel, politik, tanıtım, alt ve üst yapı kapsamında önemli katkılar sağlayan organizasyonlardır. Bu katkıların organizasyon tamamlandıktan sonra da devam etmesi, etkinliğin gerçekleştiği yer açısından ayrıca önem arz etmektedir. Yapılan uluslararası etkinliğin bölge tanıtımına sağladığı katkılarının etkinliği takip eden yıllarda da etkisini sürdürmesi, organizasyon için yapılan alt ve üst yapının kalıcı olması, yeni yatırımların bölgeye çekilmesi, bölgenin organizasyon yapma yetkinliğini kazanması ve yeni organizasyonlar için referans olması gibi olumlu etkiler bu katkılara örnek olarak gösterilebilir. Son yıllarda çeşitli ulusal ve uluslararası organizasyonları başarı ile gerçekleştiren ve araştırmanın çalışma sahası olan Kastamonu,

2018 Yılında Türk Kültür Başkentliği unvanını almış ve bu kapsamda gerçekleştirilen etkinliklere ev sahipliği yapmıştır. Bu organizasyon sayesinde il, yıl boyunca ekonomi, turizm, tanıtım ve kültür alanlarında çeşitli kazanımlara ulaşmıştır. 2018 Türk Dünyası Kültür Başkentliği unvanının gelecek yıllarda da Kastamonu'ya sağlayacağı katkılarının devam ettirilerek yükseltilmesi dikkate alınması gereken önemli bir konudur. Bu noktada, Kastamonu'da gerçekleşen bu uluslararası etkinliğin olası olumlu etkilerinin sürdürülmesi ve yükseltilmesine yönelik gerçekleştirilebilecek faaliyetlerin ve stratejilerin belirlenerek bir yol haritası çizilmesi bu araştırmanın temel amacıdır. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın yöntemi nitel araştırma modellerinden eylem araştırması olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Türk Dünyası, Kültür Başkentliği, Kastamonu, Uluslararası Etkinlik.

A MODEL PROPOSAL FOR RAISING THE POSITIVE IMPACTS OF INTERNATIONAL ACTIVITIES IN THE FUTURE: A CASE OF KASTAMONU 2018 TURKISH CAPITAL OF CULTURE

ABSTRACT

International events are organizations that provide important contributions to economic, social, cultural, political, publicity, infrastructure and superstructure. The continuation of these contributions after the completion of the organization is also of importance for the place where the activity takes place. The contribution of international events to the promotion of the region in the following years, the effectiveness of the following years, the continuity of the organization for the organization of the superstructure and superstructure, new investments to the region, the region to gain the competence of organization and the organization as a reference for new organizations can be shown as an example. Kastamonu, which has carried out various national and international organizations successfully in recent years and the field of study of the research, received the title of Turkish Cultural Capital in 2018 and hosted the activities carried out within this scope. Thanks to this organization, the province has achieved various achievements in the fields of economy, tourism, promotion and culture throughout the year. The continuation of the contribution of the 2018 Turkish World Capital of Culture title to Kastamonu in the coming years is an important issue to be taken into consideration. At this point, the main purpose of this research is to determine the activities and strategies that can be carried out to increase and maintain the possible positive effects of this international activity in Kastamonu. For this purpose, the method of the study is determined as a research study of qualitative research models.

Keyword: Turkish World, Capital of Culture, Kastamonu, International Events



İPEK YOLUN'DAKİ KÜLTÜREL MİRASIN DÜNYA TURİZMİNE KAZANDIRILMASI: KAZAKİSTAN ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Muharrem AVCI-Kastamonu Üniversitesi
mavci@kastamonu.edu.tr

Karlygash SARTAYEVA- Kastamonu Üniversitesi
karlygash_sartaeva@mail.ru

ÖZET

Bu çalışmada, Ulu İpek Yolu'nun Atlas Okyanus'undan Çin'e Avrupa ve Asya'yı geçerek, sadece ortaçağ döneminde'ki eski bir ticaret aracı olmadığı, Batı ve Doğu kültürleri arasında iletişim köprüsü olduğu belirlenmiş olup, günümüz dünyasında da ekonomik, kültürel ve siyasi açıdan büyük önem arzettiği tespit edilmiştir. Bu ticaret yolunun barış eksenli olarak turizm açısından değerlendirilip değerlendirilemeyeceği incelenmiştir.

Rotanın uzun kısmı Kazakistan ve Orta Asya'dan geçmiştir.

Makalemizde, Ulu İpek Yolu'nun dünya uygarlığına ve kültürüne katkısı, onun içinde Türk-İslam medeniyetinin dünya medeniyetine ve insanlığa kazandırdığı çok zengin somut ve somut olmayan kültürel miraslar ele alınmıştır. Orta Asya'da Ulu İpek Yolu'nun Orta Çağ'da altın dönemlerini yaşamış olduğu tespit edilmiş; Kaşgarlı Mahmud, Biruni, İbn-i Sina, Farabi, Ali Kuşçu gibi aydınların da, Ulu İpek Yolu'nun Orta Asya'da

kurduğu medeniyetin düşünce ve bilim meyveleri olduğu gözlemlenmiştir. Çin, Fars, Hindu, İslam medeniyetlerinin kavşağında yer alan Orta Asya'lı aydınlar, bütün bu kaynaklardan beslenerek eserlerini vermişlerdir.

Avrasya'nın kıtalararası karayolu ticaret yollarının oluşup gelişmesi, büyük antik devletlerin kültürel mirasların meydana çıkarılması, mevcut ülkeler arasında güvenli barış çabaları gerektiren uzun vadeli siyasi, diplomatik ve ticari ilişkilerin kurulması günümüz Ulu İpek Yolu'nun temel meseleleriyle ilgilidir.

Ulu İpek Yolu'nda yayılan medeniyet unsurları sadece ticaret ve yol sistemleriyle ilgili değildir. Kervanlar, kervansaraylar, pazarlar, çarşılar ve bu çerçevede gelişen şehirler Ulu İpek Yolu'nun sembolleri durumundadır. Bu kültürel değerlerin uluslararası turizme kazandırılması büyük önem arz etmektedir. Çalışmamızda; mevcut durumu, Ulu İpek Yolu uzmanlarının ve halkın görüşleriyle tespit ederek, Kazakistan turizmüne yeni bir bakış açısı kazandırılabilceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ulu İpek Yolu, Kazakistan, Dünya Turizmi, Kültürel Miras

CONTRIBUTIONS OF SILK ROAD TO CULTURAL HERITAGE IN WORLD TOURISM: KAZAKHSTAN SAMPLE

ABSTRACT

In this article, the Great Silk Road not only an old trading tool at medieval just passing through Europe and Asia from the Atlantic Ocean of China and it is determined is a communication bridge between Western and Eastern cultures, which today's, economically, culturally and politically pain has been found to be of great importance. This peace axis trade route it has been investigated whether can be evaluated in terms of tourism.

The longest part of the route was through Kazakhstan and Central Asia.

In our article, the contribution of the Great Silk Road to the world civilization and culture, also very rich tangible and intangible cultural heritages of Turkic-Islamic civilization bring world civilization and humanity. It has been identified that Great Silk Road had lived its golden periods in the Central Asia at medieval period. It was observed that the civilizations founded by the Great Silk Road in Central Asia were the fruits of thought and science, such as Mahmoud, Biruni, İbn-i Sina, Farabi, Ali Kuşçu. Central Asian intellectuals from the crossroads of Chinese, Persian, Hindu and Islamic civilizations have fed their works from all these sources. Formation and development of Eurasia's intercontinental highway trade routes, revealing the cultural heritage of the great ancient states, the establishment of long-term political, diplomatic and commercial relations that require secure peace efforts among the existing countries is related to the fundamental issues of the present-day Silk Road.

The radiating elements of civilization in the Great Silk Road is not just about trade and road system. Caravans, caravanserais, markets, bazaars and developing cities are the symbols of the Great Silk Road. It is of great importance to bring these cultural values into international tourism. In our article; the present situation, by identifying are experts and public of the Great Silk Road, it is thought that a new perspective can be given to tourism in Kazakhstan.

Keywords: Great Silk Road, Kazakhstan, World Tourism, Cultural Heritage



İPEK YOLU ÜZERİNDE KAZAKİSTAN'IN TARAZ ŞEHRİNDEKİ AYŞE BİBİ TÜRBESİNİN İNANÇ TURİZM KAPSAMINDA TURİZM DESTİNASYONUNA DÖNÜŞTÜRÜLMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Muharrem AVCI-Kastamonu Üniversitesi
mavci@kastamonu.edu.tr

Zhuldyz SARTAYEVA- Kastamonu Üniversitesi
karlygash_sartaeva@mail.ru

ÖZET

Bu çalışmamızda, Ulu İpek Yolu'nun kısa tarihi, onun kültürel miras özelliği ve inanç turizmi açısından önemi incelenmiştir.

Talas havzasında önemli merkezlerden biri olmuş Taraz şehri, İpek Yolu güzergâhında olması sebebiyle de dini ve mimari mirası açısından önemli eserlere sahiptir. Kazakistan bölgesinin bugünkü durumda ayakta olan en

eski türbesinin bulunduğu yer Taraz'dadır. Aynı zamanda en eski yapılarından biri olan Ayşe Bibi Türbesinin inanç turizm açısından önemi üzerinde de durmak gerekmektedir. Ayrıca, İpek Yolu ticaretinin ne ölçüde Orta Asya ve merkezinde bulunan Kazakistan'ı etkilediği ortaya konmaya çalışılmaktadır. Yani, İpek Yolu'nun tarihsel gelişiminden itibaren, İpek Yolu ve ticareti sonucunda Orta Asya'nın nasıl etkilendiği ve bu etkilerin Kazakistan ve günümüzdeki turizmi için ne tür katkılar sağladığı irdelenmektedir.

Yapı, Kazakistan'ın güneyinde Kırgızistan sınırında bulunan Taraz şehrindeki Ayşe Bibi köyünde bulunmaktadır. Eski adı Jambul olan Taraz; Karahanlılar döneminin kültürel ve ekonomik açılarından en gelişmiş şehirlerinden biriydi. Araştırmacılar tarafından mimarisine ve süsleme özelliklerine dayanılarak 11. – 12. Yüzyıl aralığında tarihlendirilmektedir. Bu mezar anıtları, söz konusu yerde en eski çağlardan beri süregelen Türk Mimari eserleri geleneğinin, Türk-İslam dönemi ve Karahanlı dönemindeki önemli temsilcileri olmuştur. "İpek Yolu Üzerinde Kazakistan'ın Taraz şehrindeki Ayşe Bibi Türbesinin İnanç Turizm Kapsamında Turizm Destinasyonuna Dönüştürülmesi" başlıklı çalışmamızda adı geçen şehirde bulunan Ayşe Bibi, Babacı Hatun ve Karahan Türbeleri de incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kazakistan, İpek Yolu, Ayşe Bibi, İnanç Turizmi, Turizm Destinasyonu.

AISHA-BIBI MAUSOLEUM ON THE TARAZ CITY OF KAZAKHSTAN ON THE SILK ROAD TRANSFORMATION TO TOURISM DESTINATION IN THE CONTEXT OF BELIEF TOURISM

ABSTRACT

In this article, the short history of Great Silk Road, its importance for cultural heritage and examined the belief tourism.

Taraz city, one of the important centers in the Talas basin, has important artifacts in terms of religious and architectural heritage because it is on the Silk Road route. The current oldest mausoleum in Kazakhstan is located in Taraz. At the same time, one of the oldest structures of Aisha Bibi Mausoleum which importance of faith in tourism need to provide. In addition, Kazakhstan, which located in center of Central Asia, tried to reveal the extent to which the Silk Road trade has affected. So, from the historical development of the Silk Road, as a result of the Silk Road and its trade, it is explored how Central Asia is affected and what kind of contribution these effects provide to Kazakhstan and today's tourism.

The building is located in the village of Aisha Bibi in the city of Taraz, in the south of Kazakhstan. Taraz, whose former name is Jambul; the Karahan period was one of the most developed cities in terms of cultural and economic aspects. It is dated to the 11-12th century by the researchers based on its architecture and decorative features. These monumental tombs have been the prominent representatives of the Turkic architectural monuments in the Turkic-Islamic period and the Karahan period. Our article title "Aisha-Bibi mausoleum on the Taraz city of Kazakhstan on the silk road transformation to tourism destination in the context of belief tourism" we were also investigated the other tombs: Babaca Hatun and Karahan are located in said city Aisha Bibi.

Keywords: Kazakhstan, Great Silk Road, Aisha Bibi, Belief Tourism, Tourism Destination.



KASTAMONU SAĞLIK TURİZMİ POTANSİYELİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA A RESEARCH ON HEALTH TOURISM OPPORTUNITIES IN KASTAMONU PROVINCE IN TURKEY

Dr. Öğr. Üyesi. İrfan MISIRLI
Kastamonu University

Dr. Öğr. Üyesi. Hakkı ÇILGINOĞLU
Kastamonu University

ÖZET

Türkiyenin turizm potansiyeli ve dünyadaki mevcut durumu irdelendiğinde 2019 yılı itibarıyla ilk 10 ülke içinde yer aldığı görülmektedir. Ancak ülkenin potansiyeli göz önüne alındığında daha fazla misafir ve daha fazla gelir

elde edebileceği de ortadadır. Dünya turizminde tutunma çabaları daha çok uygun ve ekonomik fiyat avantajını kullanarak yürütülmekte olup bu durumun gelecek yıllarda sürdürülememesi gibi bir risk her zaman mevcuttur. Bu riskleri karşılamak için mutlaka turizmin çeşitlendirilmesi ve 12 aya yayılmasının sağlanması gerekmektedir. Literatür incelendiğinde dünya’da 200 den fazla turizm türü gözlenmektedir. Bu turizm türlerinde çoğu Türkiye’de gerçekleştirilebilmektedir. Klasik deniz, kum, güneş turizmi dışında kalan turizm türleri arasında av turizmi, dağcılık turizmi, kuş gözlemciliği, mağara turizmi akarsu turizmi, İpekyolu turizmi, karanlık turizm, kültür turizmi, gastronomi turizmi gibi turizm türü sayılabilir. İngiliz Daily Telegraph gazetesinde yayınlanan bir makalede İngiliz turistlerin Türkiye’ ziyaret etme amaçları arasında ilk sıralarda;

- Doğal ve tarihi güzellikler
- Yelken, sörf gibi su sporu aktiviteleri
- Plajlar ve eğlence kulüpleri
- Tarihi doku
- Festivaller
- Ailelere sunulan farklı seçeneklerin sunuluyor oluşu ve
- Fiyatların ekonomik olması olarak sıralandırılmaktadır.

Liste incelendiğinde sadece Türkiye’nin en çok bilinen özelliklerinden kaynaklandığı görülmektedir. Örneğin son yıllarda Türkiye’nin de ilk on sırada yer aldığı sağlık turizmi konusu geçmemektedir. Türkiye’nin on binlerce yıllık tarihinde yer alan kaplıcalar, tıp biliminde eriştiği nokta ve kaliteli hizmetleri ile önemli bir potansiyele sahiptir. Ayrıca ve sağlık turizminin giderek daha da önem kazandığı diğer ülkelerin bu konuya giderek daha çok önem verdikleri de açıktır. Yılda 10 Milyon sağlık turisti Almanya ve Macaristan’ı ziyaret etmektedir. Rusya ve İsviçre de sağlık turizmi önemli bir yere gelmeye başlamıştır. Örneğin Almanya’da 273 adet belgelendirilmiş ve belli standartlarda hizmet veren termal işletme bulunmaktadır. Erdoğan ve Aklanoğlu,2008). Bu çalışmada, öncelikle Türkiye’deki sağlık turizmi ile ilgili faaliyetler irdelenmekte ve 2018 yılında Türk Dünyası Kültür Başkenti seçilen Kastamonu ilinin sağlık turizmi çeşitleri olarak; medikal turizm, termal turizm ve ileri yaş turizmi boyutlarıyla ele alınmakta ve mevcut potansiyeli ortaya çıkartmak amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kastamonu, Türkiye Sağlık Turizmi, Termal Turizm, İleri Yaş Turizmi

A RESEARCH ON HEALTH TOURISM OPPORTUNITIES IN KASTAMONU PROVINCE IN TURKEY

Dr. Öğr. Üyesi. İrfan MISIRLI
Kastamonu University
Dr. Öğr. Üyesi. Hakkı ÇILGINOĞLU
Kastamonu University

ABSTRACT

When Turkey's tourism potential and the current position in the World tourism shows that take part within the first 10 countries as of 2019. However, given its potential, it is clear that it can generate more guests and more income. Efforts to hold in world tourism are carried out by using the appropriate and economic price advantage and there is always a risk that this situation cannot be sustained in the future fore ever. To manage these risks, tourism must be diversified to different torism types and spread to 12 months duration. When the literature is examined, more than 200 types of tourism are observed in the world. Most of these types of tourism can be implementand carried out in Turkey. Different types of tourism other than classical sea, sand and sun tourism include hunting tourism, mountaineering tourism, bird watching, cave tourism, river tourism, dark tourism, cultural tourism, gastronomy tourism. The British Daily Telegraph was published an article related with the British tourists visiting Turkey. According to the survey the British tourists aims listed as follows.

- Natural and historical beauties
- Water sports activities such as sailing and surfing
- Beaches and entertainment clubs
- Historic texture
- Events
- Different options are offered to families and
- The cost of the holidays are found economic.

When the among list is examined only seems to arise from the most well known features of Turkey. For example, in recent years, the issue of health tourism in Turkey does not go on in the upper scale. When spa is located in Turkey's history, tens of thousands of annuals, the access point has a significant potential in medical science and

with high quality services. It is also evident that other countries, in which health tourism is becoming increasingly important, are increasingly concerned about this issue. 10 million health tourists visit Germany and Hungary annually. Health tourism has become an important place in Russia and Switzerland. In Germany, for example, there are 273 certified and thermally operated thermal establishments. Erdoğan and Aklanoğlu, 2008).

In this study, it is examined primarily on activities related to health tourism in Turkey and in Kastamonu province which was selected as the Turkish World Capital of Cultural City in 2018 as an assortment of health tourism selected Kastamonu province; Medical tourism, thermal tourism and advanced age tourism is addressed in the dimensions and aims to reveal the potential.

Key Words: Kastamonu province in Turkey, Health Tourism in Turkey, Thermal Tourism elderly and disabled tourism.



İPEK YOLU TURİZMİNİN YENİLİKÇİ BİR YAKLAŞIMLA PAZARLANMASI

Nagehan BÜYÜKMEHMETOĞLU
Kastamonu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ABD
27nagehan@gmail.com

Prof. Dr. Kutay OKTAY
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
koktay@kastamonu.edu.tr

Dr. Mahmut VURAL
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu
mahmut.vural@outlook.com

ÖZET

İnsanlar en eski çağlardan beri seyahat etmektedir. Bu seyahatler kimi zamanlar göç, kimi zamanlar savaşlar kimi zamanlar ise merak nedeni ile yapılmıştır. Zamanla gelişen teknoloji ve artan gelir sebebiyle toplumlar, çağdaş turizm hareketlerine katılarak bilinmeyi keşfetme dürtüsüyle hareket etmişlerdir. Aynı zamanda turizm, insanların farklı kültürler görmelerine, tanımlarına ve etkileşim içerisinde olmalarına imkan tanıyarak kültürlerarası iletişimi artırıp toplumların uyum ve anlayış içerisinde yaşamasına olanak tanımıştır. Turizm hareketlerinin artması, birçok iş kolunun ortaya çıkmasını ve istihdamın artmasını sağlamaktadır. Bu nedenle, doğal, kültürel, tarihi çekiciliklere sahip olan bölgeler ve ülkeler turizm alanında birçok yatırım ve çalışma yapmaktadırlar. Turizm açısından önemli çekim kaynaklarına sahip bölgelerden biri olan İpek Yolu da, yüzyıllar boyunca ticaretin gelişmesinde, kültürlerin, dil ve dinlerin etkileşiminde önemli rol oynamıştır. Ayrıca İpek Yolu, tarihi ve kültürel mirası nesillerden nesillere aktararak bu mirasın günümüze kadar gelmesini sağlamıştır. Bu özellikleri ile İpek Yolu bugün kültürel ve turistik açıdan oldukça önemli bir çekim unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. İpek Yolunun sahip olduğu varlıkların bölge ülkeleri açısından ekonomik gelire dönüştürülebilmesi için tüm bu değerlerin turistik ürün olarak pazarlanması gerekmektedir. Ancak, turistik ürünlerin pazarlanmasında günümüzde yoğun bir rekabet söz konusudur. Bu nedenle, diğer tüm destinasyonlar gibi İpek Yolu da, rekabetin en yoğun olduğu sektörlerin başında gelen turizm pazarında pastadan pay alabilmek için sürekli olarak kendini yenilemek ve tüketicilerin taleplerine istek ve beklentilerine yönelik ürünler sunmak durumdadır. Pazarlama faaliyetleri de tüketici odaklı olarak değişen ve gelişen teknolojiye ayak uydurarak yapılan etkinlikleri içermelidir. İpek Yolu Turizminin de bu yenilikçi yaklaşımla ele alınıp, en uygun pazarlama stratejileriyle pazarlanarak turizm hareketliliğine kazandırılması ve turizme farklı bir bakış açısı getirilmesi İpek Yolu turizminin geleceği açısından önem arz etmektedir. Bu noktadan hareketle bu çalışmanın amacı, Doğu ile Batı arasında köprü vazifesi gören, kültür ve medeniyetlerin etkileşiminde önemli bir yere sahip olan İpek Yolu'nun yenilikçi bir yaklaşımla pazarlanmasına yönelik önerilerin geliştirilmesidir. Bu doğrultuda İpek Yolu üzerinde bulunan ülkelerdeki otellerin yenilikçi pazarlama anlayışları belirlenmiş olup bunların geleneksel ve modern mimari özelliklerini kullanarak kendi konseptlerini oluşturmak ve var olan eski yapıtlarını da bu yönde işlevselleştirmek olduğu, teknolojik yeniliklerden de her an yararlandığı, enerji bakımından tasarruf sağlamaya çalışan ve bu alanda çalışmalar yapmakta olan otellerinde olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Turizm, İpek Yolu Turizmi, Yenilikçilik, Pazarlama

MARKETING OF SILK ROAD TOURISM WITH AN INNOVATIVE APPROACH

ABSTRACT

People have been traveling since the oldest ages. These travels were sometimes carried out due to migration, sometimes wars and sometimes curiosity. Due to time-consuming technology and increasing income, societies acted with the urge to explore the unknown by participating in contemporary tourism movements. At the same time, tourism has allowed people to see, recognize and interact with different cultures and increase intercultural communication and enable communities to live in harmony and understanding. The increase in tourism movements leads to the emergence of many lines of business and employment. For this reason, the regions and countries that have natural, cultural and historical attractiveness make many investments and studies in the field of tourism. The Silk Road, which is one of the most attractive tourism sources, has played an important role in the development of trade, the interaction of cultures, languages and religions for centuries. In addition, the Silk Road has transferred the historical and cultural heritage from generations to generations. With these features, the Silk Road is an important attraction element in cultural and touristic aspects. All of these values must be marketed as touristic products in order to convert the assets of the Silk Road to economic income for the countries in the region. However, there is an intensive competition in the marketing of tourist products. For this reason, like all other destinations, the Silk Road has to continuously renew itself in order to get a share of the pie in the tourism market, which is one of the sectors where the competition is most intense, and to offer products for the demands and expectations of the consumers. Marketing activities should include activities that keep pace with the changing and evolving technology. Silk Road Tourism is taken into consideration with this innovative approach and marketed with the most appropriate marketing strategies and it is important for the future of Silk Road tourism. From this point of view, the aim of this study is to develop proposals for marketing an innovative approach of Silk Road, which acts as a bridge between East and West and has an important place in the interaction of cultures and civilizations. In this direction, innovative marketing concepts of the hotels on the Silk Road have been determined and they have been using their traditional and modern architectural features to create their own concepts and to make their existing works in this direction functionalized found to be in hotels.

Keywords: Tourism, Silk Road Tourism, Innovation, Marketing



ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM SEMPOZYUMUNUN BİLDİRİ KİTAPLARINDA YER ALAN BİLDİRİLERİN İÇERİK ANALİZİ

Prof. Dr. Kutay OKTAY
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
koktay@kastamonu.edu.tr

Dr. Azamat MAKSÜDUNOV
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, İİBF
azamat.maksudunov@manas.edu.kg

ÖZET

Türk dünyasında turizm sektörünün güncel sorunlarına çözüm üretmek ve sektörün gelişmesine katkı sağlamak amacıyla 2015 yılından buyana Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu düzenlenmektedir. Bu çalışmada sözkonusu sempozyumun 2015-2018 yılları arasında yayınlanan 4 adet bildiri kitabında basılan bildirilerin genel bir değerlendirmesi yapılmaktadır. Bildiriler yazar sayısı, ünvanı, ülke ve kurum, konu, dil, yöntem gibi katagorilere göre içerik analizine tabii tutulacaktır. Veriler yüzde frekans dağılımları gibi tanımlayıcı istatistiksel tekniklerle analiz edilecektir. Çalışmada elde edilecek sonuçların bundan sonraki süreçte düzenlenecek olan Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu ve turizm alanında yapılacak olan benzer etkinlikler açısından önemli ipuçları verebileceği düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, Turizm, Bildiri Kitabı, İçerik Analizi.

CONTENT ANALYSIS OF PAPERS CONTAINED IN PROCEEDINGS BOOKS OF INTERNATIONAL TURKISH WORLD TOURISM SYMPOSIUM

ABSTRACT

Since the year of 2015, International Symposium on Turkic World Tourism has been organized in order to provide solutions to the current problems of the tourism sector and to contribute to the development of the sector. In this study, a general evaluation of the papers published in the four proceedings books published between 2015-2018. The papers will be subject to content analysis according to the number of authors, title, country and institution, subject, language and method. The data will be analyzed by descriptive statistical techniques such as percentage frequency distributions. It is thought that the results of the study will give important clues in terms of similar activities to be carried out in the International Turkic World Tourism Symposium and tourism field.

Keywords: International Turkish World Tourism Symposium, Tourism, Proceedings Book, Content Analysis



BİŞKEK HALKININ HELAL KONSEPTLİ OTEL NİTELİKLERİNE İLİŞKİN DÜŞÜNCELERİ VE BU OTELLERİ TERCİH ETME DURUMLARI

Çetin AKKUŞ

Dr. Öğr. Üye., Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi
cakkus@kastamonu.edu.tr

Gülizar AKKUŞ

Dr. Öğr. Üye., Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi
gakkus@kastamonu.edu.tr

ÖZET

Helal turizm, günümüz dünyasında Müslümanların İslami koşullara uygun tatil yapmasına imkân tanıyan yeni bir turizm olgusudur. Turizmin en önemli faaliyet alanlarından biri olan konaklama işletmeleri de bu yeni akıma adapte olarak, helal konseptte hizmet vermeye başlamıştır. Ancak bu işletmelerin sahip olması gereken nitelikler hususunda henüz bir standart bulunmamaktadır. Bu sebeple helal konseptli otelleri tercih eden ya da edebilecek kişilerin, otellerin sahip olması gerektiğini düşündüğü özelliklere ilişkin düşünceleri önem arz etmektedir. Bu araştırmada, Müslüman nüfusun yoğun olması sebebiyle önemli bir turist potansiyeli teşkil eden Bişkek halkının helal konseptli otellere bakış açısını değerlendirmek amaçlanmıştır. Araştırmada nicel bir yöntem benimsenmiş ve anket tekniğinden faydalanılmıştır. Anket soruları oluşturulurken, Zengin vd.'nin (2017) çalışması temel alınmıştır. Tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile toplam 116 kişiye ulaşılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 22.0 istatistik paket programı aracılığıyla değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, Bişkek halkının helal konseptli otellere yönelik olumlu bir bakış açısına sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Helal turizm, Helal konseptli oteller, Tercih edilme durumu, Bişkek.

THE THOUGHTS OF BISHKEK PEOPLE IN THE HALAL CONCEPT HOTEL QUALIFICATIONS AND PREFERENCES OF THESE HOTELS

ABSTRACT

Halal tourism is a new tourism phenomenon that allows Muslims to make a holiday suitable for Islamic conditions in today's world. Accommodation establishments, one of the most important fields of activity of tourism, have started to serve in halal concept by adapting to this new current. However, there is no standard regarding the qualifications of these enterprises. For this reason, it is important to think about the characteristics of the hotels that people who prefer or may prefer to have halal concept. In this study, it is aimed to evaluate the viewpoint of Bishkek people with halal concept which constitutes an important tourist potential because of the high density of Muslim population. In the study, a quantitative method was adopted and survey technique was used. The questionnaire was based on the study of Zengin et al. (2017). A total of 116 people were reached by random sampling methods. The data were evaluated by SPSS 22.0 statistical package program. As a result of the study, it was determined that Bishkek people have a positive perspective towards halal concept hotels.

Keywords: Halal tourism, Halal concept hotels, Preferred status, Bishkek.



MERKEZİ VE YEREL YÖNETİMLERİN RESMİ WEB SİTELERİNDE YER ALAN BÖLGESEL TURİZM DEĞERLERİNE İLİŞKİN BİLGİLERİN KARŞILAŞTIRILMASI³

Gülizar AKKUŞ
Dr. Öğr. Üye., Kastamonu Üniversitesi
gakkus@kastamonu.edu.tr
Sorumlu Yazar

Çetin AKKUŞ
Dr. Öğr. Üye., Kastamonu Üniversitesi
cakkus@kastamonu.edu.tr

ÖZET

Turizm destinasyonlarının tanıtımı ve pazarlanmasında, destinasyon paydaşlarının ortak akıl ile hareket etmesi büyük önem arz etmektedir. Özellikle bölge tanıtımında, kamu sektörü paydaşı sıfatı ile hem merkezi hem de yerel yönetimlere büyük sorumluluk düşmektedir. Ancak aynı bölgeye hizmet edilmesine rağmen iki yönetim sınıfının birbirinden farklı ya da eksik bilgiler sunması, paydaş birlikteliğini olumsuz etkilemektedir. Bu araştırmada Kastamonu ilinin turizm değerlerine yönelik İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile ilçe belediyelerinin resmi web sitelerinde yer alan bilgileri karşılaştırarak bir değerlendirme yapmak amaçlanmıştır. İlk etapta Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2019 yılı verilerine dayalı olarak bir turizm değerleri envanteri çıkarılmıştır. Envanterde bu değerlerin tümü ilçeler bazında ayrıştırılarak, her ilçe belediyesi resmi web sitesinde bu bilgilerin varlığı kontrol edilmiştir. Araştırma sonucunda merkezi ve yerel yönetim web sitesi bilgi kaynaklarının özellikle deniz, kültür ve kamp-karavan turizmi bilgileri açısından ortak bir noktada buluştuğu tespit edilmiştir. Ancak ortak noktalarından ziyade farklılaştıkları konular, oldukça fazla olup, detaylı bir biçimde tartışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Merkezi yönetim, Yerel yönetim, Turizm değerleri, Web sitesi, Kastamonu.

COMPARISON OF INFORMATION ON REGIONAL TOURISM VALUES IN OFFICIAL WEBSITES OF CENTRAL AND LOCAL GOVERNMENTS

ABSTRACT

In the promotion and marketing of tourism destinations, it is of great importance that the stakeholders of the destination act with the common mind. Especially in the promotion of the region, both central and local government have great responsibility as public sectors take holders. However, the fact that the two management classes offer different or incomplete information, although they serve the same region, adversely affect the stakeholder association. In this research, it is aimed to make an evaluation by comparing the information in the official websites of the Provincial Culture and Tourism Directorate and the county municipalities for the tourism values of the Kastamonu province. In the first phase, an inventory of tourism values was made based on the 2019 data of Kastamonu Provincial Directorate of Culture and Tourism. In the inventory, all of these values were separated on the basis of districts and the existence of this information was checked on the official website of each district municipality. As a result of the research, it has been determined that central and local government website information sources meet at a common point especially in terms of sea, culture and camp and caravan tourism information. However, rather than their common points, the issues they differ are quite extensive and discussed in detail.

Keywords: Central government, Local government, Tourism values, Website, Kastamonu.



³Bu bildiri, Kastamonu Üniversitesi BAP Koordinatörlüğü tarafından desteklenen KÜ-BAP01/2018-4 projesi kapsamında elde edilen verilere dayanmaktadır.

YEREL YÖNETİMLERİN TURİSTİK ÇEKİCİLİKLERE İLİŞKİN BİLGİ KAYNAKLARI ARASINDAKİ FARKLILIĞIN DEĞERLENDİRİLMESİ⁴

Gülizar AKKUŞ
Dr. Öğr. Üye., Kastamonu Üniversitesi
gakkus@kastamonu.edu.tr
Sorumlu Yazar

Çetin AKKUŞ
Dr. Öğr. Üye., Kastamonu Üniversitesi
cakkus@kastamonu.edu.tr

ÖZET

Şehir olarak bir turizm destinasyonun etkili bir şekilde tanıtılmasında yerel yönetimlere büyük sorumluluk düşmektedir. Her ilçe belediyesinin sınırları içerisinde bulunan turistik ürün çeşitlerini tespit etmiş olması ve buna ilişkin bilgilendirme faaliyetlerini yürütebilmesi gerekmektedir. Aksi takdirde bölgeye dair çekiciliklerin turistler tarafından keşfedilmesinin beklenmesi, etkin destinasyon yönetimini mümkün kılmamaktadır. Bu çalışmada, Kastamonu ilçeleri yerel yönetimlerinin bölgenin çekiciliklerine dair bilgilendirme faaliyetleri değerlendirilmiştir. Basılı ve web tabanlı bilgi kaynakları taranmıştır. Araştırma sonucunda toplam 19 ilçe belediyesi içerisinde Abana, Azdavay ve İnebolu belediyelerinin basılı ve web tabanlı turistik bilgi kaynaklarının diğer ilçe belediyelerine nazaran daha kapsamlı olduğu tespit edilmiştir. İlçe belediyelerinin iki bilgi kaynağı arasındaki farklılıklar ise detaylı bir şekilde sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Turistik ürün, Bilgi kaynağı, Yerel yönetim, Kastamonu.

EVALUATION OF THE DIFFERENCE BETWEEN LOCAL GOVERNMENTS INFORMATION SOURCES OF THE TOURISTIC PRODUCT DIVERSITY

ABSTRACT

Local government shave a great responsibility for the effectiv epromotion of a tourism destination as a city. Each district municipality has identified the types of tourist products with intheboundaries of thecountyandshould be able tocarryoutinformationactivitiesrelatedtothis. Otherwise, waitingfortouriststodiscovertheattraction of theregiondoes not enableeffectivedestinationmanagement. Inthisstudy, informationactivities of the localadministrations of Kastamonu districtsabouttheattractiveness of theregionwereevaluated. Printedand web-basedinformationsourceshavebeenevaluated. As a result of thestudy, it wasdeterminedthattheprintedand web based tourist in formation sources of Abana, Azdavay and Inebolu municipalities were more comprehensive than the other district municipalities. The differences between the two sources of information of the district municipalities are presented in detail.

Keywords: Touristicproduct, Information resource, Localadministration, Kastamonu.



TÜRK KÜLTÜRÜNDE ŞAMANİZM ETKİSİ

Doç. Dr. Canan TANRISEVER
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, Türkiye,
ctanrisever@kastamonu.edu.tr

ÖZET

İnsanlığın en eski dinlerinden biri olan Şamanizm, binyıllardır Türklerin ve yakın toplulukların İç ve Orta Asya bölgelerinde Şaman ya da Kam denilen din adamları tarafından gerçekleştirilen bir inanç ve uygulama şeklidir.

⁴Bu bildiri, Kastamonu Üniversitesi BAP Koordinatörlüğü tarafından desteklenen KÜ-BAP01/2018-4 projesi kapsamında elde edilen verilere dayanmaktadır.

Türklerin İslamiyeti kabul etmesi ile Müslüman Türkler Şaman gelenekleri ile İslamiyeti harmanlamış ve eski Şaman gelenekleri günümüze kadar varlığını sürdürmüştür. Türk kültürü içerisinde en çok bilinen Şaman gelenekleri ölüm sonrası adetler, nevruz ve kurbandır. Şaman gelenekleri ayrıca mimari ve sanatsal süslemelerde de etkisini sürdürmüştür. Anadolu coğrafyasında Artuklu, İlhanlı ve Anadolu Selçuklu mimarileri Şaman kültüründen en çok örneğin bulunduğu ögelere sahiptir. Bu çalışmada nitel araştırma tekniklerinden faydalanılarak Şamanizmin günümüz Türk kültüründeki etkisinin ortaya konması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Şamanizm, Şaman, Türk kültürü, Şamanizm etkileri



KASTAMONU MERKEZDE BULUNAN KAYA (ANIT) MEZARLARIN TURİZM POTANSİYELİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Nagehan BÜYÜKMEHMETOĞLU

Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği (Yüksek Lisans), Türkiye,
27nagehan@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin PAMUKÇU

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Türkiye,
pamukcuhuseyin@gmail.com

Doç. Dr. Canan TANRISEVER

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, Türkiye,
ctanrisever@kastamonu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada, Kastamonu merkezde bulunan kaya (anıt) mezarların turizm potansiyeli açısından değerlendirilmesi, Kastamonu turizmine ne gibi katkıları olacağı araştırılmıştır. Araştırmamanın amacı, Kastamonu merkezde bulunan iki adet kaya mezarının turizm potansiyelini belirlemek ve bu potansiyeli artırıcı çözüm önerileri geliştirmektir. Çalışma nitel olarak tasarlanmıştır. Kastamonu merkezde bulunan turizm ve kaya (anıt) mezarlar konusunda yetkinon üç kişiye yapılandırılmış görüşme tekniği ile hazırlanmış ucu açık on soru yöneltilmiştir. İlk dört soruyu demografik sorular oluşturmaktadır. Elde edilen veriler içerik analizi ile çözümlenmiştir. Araştırma sonunda Kastamonu merkezde bulunan iki adet kaya (anıt) mezarın turizm potansiyeli açısından kültür turizmi ve Kastamonu özelinde ülke ekonomisine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ekonomik, sosyal, kültürel, tarihsel birçok fonksiyonu olan anıt-kaya mezarlar Kastamonu turizmi açısından önem arz etmektedir. Eksikliklerin daha çok korunma ve temizlik konusunda olduğu belirtilmiştir. İçerisinde tanıtım levhaları ve gelen ziyaretçilere verilmek üzere el broşürlerinin olması tanıtıcı unsur olarak değerlendirilmektedir. Tanıtımını artırmak için çevre düzenlemesi, güvenlik önlemleri, tanıtıcı levhalar, akademik çalışmalar yapılması ve medya desteği alınması elde edilen bulgulardan bazılarıdır.

Anahtar Kelimeler: Kaya (Anıt) Mezarları, Kastamonu Merkez Kaya Mezarları



AŞIRI TURİZM VE DESTİNASYON YÖNETİMİ: AVRUPALI DESTİNAYONLARIN AŞIRI TURİZM POLİTİKALARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Murat Bayram

Dr. Öğr. Üyesi Pamukkale Üniversitesi
mbayram@pau.edu.tr

Semih Arıcı

ÖZET

Aşırı turizm, belli zamanlarda ve belirli yerlerde turizmin etkisinin fiziksel, ekolojik, sosyal, ekonomik, psikolojik ve politik kapasite eşliğinin aşıldığı durumlar olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle bir destinasyonda turistlerin yoğunlaşması ve buna bağlı olarak turist tecrübesinin ve yerel halk memnuniyetinin olumsuz yönde etkilenmesidir. Aşırı turizm bazı destinasyonlarda yerel halk üzerinde olumsuz sosyal bir etkiye sahip olurken bazı destinasyonlarda ise çevreye olumsuz etkilemektedir. Aşırı turizmin destinasyonlarda görülmesinin başlıca etkenleri, konaklama ve ulaşım imkânlarının artması ve ucuzlaşması, orta gelir düzeyine sahip insan sayısının artması, destinasyonların turizm planlamalarındaki eksiklikler, yüksek nüfusa sahip ülke vatandaşlarının uluslararası turizm faaliyetlerine katılmaları ve internetin dünya genelinde yayılması ile internete erişimin kolaylaşması olarak sıralanabilir. Bununla birlikte destinasyonlar da aşırı turizmi yönetebilmek için bazı önlemler almaktadır. Bu çalışmada aşırı turizm kavramı ve Avrupa'daki destinasyonların aşırı turizme karşı aldığı önlemleri kapsayan politikaları değerlendirilmiştir.

Anahtar kelimeler: sürdürülebilir turizm, destinasyon yönetimi, aşırı turizm, yerel halk

ABSTRACT

Overtourism describes the situation in which the impact of tourism, at certain times and in certain locations, exceeds physical, ecological, social, economic, psychological, and political capacity thresholds. In other words, it is the concentration of tourists in a destination and accordingly the negative impact of the tourist experience and local public satisfaction. In some destinations, overtourism has a negative social impact on the local community and in some destinations it has negative effects on the environment. The main reasons of overtourism are, increase of accommodation, increase in the number of people with middle income, deficiencies in tourism planning of destinations, the participation of citizens of high population in international tourism activities and easy access to the Internet. However, destinations also take some measures to manage overtourism. In this study, the concept of overtourism and the policies of European destinations covering overtourism were evaluated.

Key words: sustainable tourism, destination management, overourism, local people



GENÇ İSTİHDAMI PROBLEMİNİN ÇÖZÜMÜNDE TURİZMİN GELİŞMESİNİN ROLÜ

Yardımcı dosent doctor. Aynur Bağırılı
Azerbaycan, Bakü, Köroğlu Kerimov sok 822/23
Azerbaycan Turizm ve Menecment Üniversitesi
a.baghirli@gmail.com

ÖZET

Gençlik istihdamı sorununun çözümü, dünyanın tüm ülkelerinde en acil konulardan biridir. Dünyada, gençlerin% 25-30'u çalışmamakta ve birçok sosyal soruna yol açmaktadır. İşsizlik vakalarında, gençler suç, uyuşturucu bağımlılığı ve birçok olumsuz davranışta bulunma eğilimindedir. Son yıllarda dünyanın birçok ülkesinde bu sorunu çözmek için ciddi önlemler alınmaktadır. Azerbaycan'da gençlere istihdam sağlamak için pek çok program geliştirilmiş ve uygulanmıştır: Turizm gelişimi ve turizmde genç kadrolara duyulan ihtiyaç ve bunların uygulanması gençlik istihdamı sorunlarının çözülmesinde kilit araçlardan biridir. Ülkemizin mevcut kapasiteleri, maddi ve manevi zenginlikleri, zengin bitki örtüsü ve faunası, turizmin gelişmesini etkilemekte ve finansal olmayan sektörün önde gelen sektörlerinden birini turizmi ülkenin en karlı alanlarından birine dönüştürmektedir.

Azerbaycan Turizm Enstitüsü (şimdi Azerbaycan Turizm ve Yönetim Üniversitesi) profesyonel kadro sağlamak için kuruldu. Yeni turizm tesislerinin açılmasıyla birlikte, yüksek düzeyde bilgiye sahip gençlere yönelik talep artmıştır. Kendi dilinde çalışabilen, kendi başına çalışabilen ve öğrendiklerini uygulayabilen gençler için geniş fırsatlar yaratılmıştır.

Halen ülkemizde yerli ve yabancı turistleri ağırlamak için 570 otel ve otel tipi tesis bulunmaktadır. Bu tesislerde gittikçe daha fazla sayıda genç insana çeviklik kazandırılmakta, son yıllarda deneyimli evlerini kiralayan bölgelerde yaşayan insanlara da insanların sosyal refahı artmaktadır.

Ülkede uygulanan gençlik politikasının istihdam sorunu üzerinde önemli bir etkisi var.

Anahtar kelimeler: genç, sosyal, turizm, gençlik politikası

ROLE OF TOURISM DEVELOPMENT IN SOLVING YOUTH EMPLOYMENT PROBLEM

PHD.Aynur Baghirli
Azerbaijan Republic, Baku, Koroglu Karimov st. 822/23
Azerbaijan Tourism and Menecment University
a.baghirli@gmail.com

RESUME

The solution of youth employment problem is one of the most pressing issues in all countries of the world. In the world, up to 25-30% of young people do not work, leading to many social problems. In unemployment cases, young people tend to commit crime, drug addiction, and many negative behaviors. In recent years in many countries of the world serious measures are taken to solve this problem. Many programs have been developed and implemented in Azerbaijan to provide employment for young people. The need for young cadres in tourism development and tourism and their application is one of the key tools for solving youth employment problems. Our country's existing capacities, material and spiritual wealth, rich flora and fauna have affected the development of tourism, leading one of the leading sectors of the non-financial sector to turning tourism into one of the most profitable areas in the country. The Tourism Institute of Azerbaijan (now Azerbaijan Tourism and Management University) was created to provide professional staff. With the opening of new tourism facilities, demand for young people who are capable of working on their own language, capable of working on their own and applying what they have learned. At present, there are 570 hotels and hotel-type facilities in our country to host local and foreign tourists. In these facilities, more and more young people are given agility. In recent years, the people living in the regions renting their seasoned homes also improve people's social well-being. The youth policy implemented in the country has a significant impact on the employment problem

Key words: young, sosyal, tourism, youth policy

РОЛЬ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМЫ ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЕЖИ

Айнур Багырлы
Азербайджан, Баку, Кёроглу Рагимов 822/23,
Азербайджанский Университет Туризма и Менеджмента
a.baghirli@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Решение проблемы занятости молодежи является одной из самых актуальных проблем во всех странах мира. В мире до 25-30% молодых людей не работают, что приводит ко многим социальным проблемам. В случае безработицы молодые люди, как правило, совершают преступления, наркоманию и многие виды негативного поведения. В последние годы во многих странах мира предпринимаются серьезные меры для решения этой проблемы. В Азербайджане было разработано и внедрено много программ для обеспечения занятости молодежи. Потребность в молодых кадрах в развитии туризма и туризма и их применение является одним из ключевых инструментов для решения проблем занятости молодежи. Существующие в нашей стране возможности, материальное и духовное богатство, богатая флора и фауна повлияли на развитие туризма, что привело к тому, что один из ведущих секторов нефинансового сектора превратил туризм в один из самых прибыльных районов страны. Институт туризма Азербайджана (ныне Азербайджанский университет туризма и менеджмента) был создан для обеспечения профессиональных кадров. С открытием новых туристических объектов возрос спрос на молодых людей с высоким уровнем знаний. Для молодых людей, которые способны работать на своем родном языке, могут работать самостоятельно и применять полученные знания, были созданы широкие возможности.

В настоящее время в нашей стране насчитывается 570 отелей и объектов гостиничного типа для размещения местных и иностранных туристов. В этих учреждениях все больше и больше молодых людей получают

свободу действий. В последние годы люди, проживающие в регионах, сдающих в аренду свои бывшие дома, также улучшают социальное благополучие людей. Реализованная в стране молодежная политика оказывает существенное влияние на проблему занятости

Ключевые слова: молодежь, социал, туризм, молодежная политика



РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ЮЖНЫХ РАЙОНАХ АЗЕРБАЙДЖАНА (НА ПРИМЕРЕ МАСАЛЛИНСКОГО РАЙОНА)

Санубар Ганбарова
Докторант Азербайджанского Университета Туризма и Менеджмента
Qsenuber@rambler.ru

АБСТРАКТ

В современном мире туризм считается одной из динамично развивающихся и прибыльных сфер экономики любой страны. Азербайджанская Республика не является исключением в данном вопросе. Сегодня Азербайджан является одним из объектов международного туризма, количество туристов в стране с каждым годом растет. Как и другие регионы страны, Южный регион Азербайджана, выделяющийся своеобразным субтропическим климатом с исключительно живописной природой, богатым растительным и животным миром, является привлекательным для туристов всего мира. Масаллы является одним из красивых районов юга Азербайджана, который граничит с Ленкоранским, Лерикским, Ярдымлинским, Джалилабадским, Нефтечалинским районами. Этот район издавна известен своими целебными источниками, самый популярный из них – Истису, который в переводе с азербайджанского языка означает «горячая вода». Данный термальный источник пробивается в нескольких местах на берегу реки Виляшчай на склоне горы Домбалов выше уровня моря на 1650 метров. Вода поступает из недр земли с глубины 90-250 м в горячем виде (около 69 градусов) и используется при лечении многих заболеваний.

В Масаллы находится множество различных туристических комплексов, одним из которых является санаторий «Фатимеи-Захра», который посещают как местные, так и иностранные туристы. Сегодня в Масаллы для развития туризма эффективно используются все ресурсы, которыми обладает данный район.

Ключевые слова: Азербайджан, Масаллы, туризм, экономика.



TURİZM İŞLETMELERİNİN ETKİN KULLANIMLARININ MULTİMOORA TEKNİĞİYLE YILLARA GÖRE KARŞILAŞTIRILMASI

Erkan AKGÖZ
Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi/Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
eakgoz@hotmail.com

Naringül MARGAZİYEVA
Öğr. Gör. Dr. Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
naryngul@hotmail.com

Kımbat ASANVOA
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
kymbat168@gmail.com

ÖZET

Sürdürülebilir kalkınma için en elverişli sektör turizmdir. Bu sektörde faaliyet gösteren işletmeler ekonomik, sosyal ve siyasal olaylara karşı oldukça hassastır. Yapılan yatırımların etkinliği yıllara göre farklılık göstermektedir. Hazırlanan bu çalışmada son beş (5) yılın istatistiklerinden yararlanılarak Kırgızistan'da faaliyet gösteren

konaklama işletmelerinin etkin kullanılıp kullanılmadığı araştırılmıştır. Araştırma için çoklu kriterlere göre karar vermek amacıyla 2006 yılından beri kullanılan multimoora tekniği tercih edilmiştir. Multimoora yöntemiyle Etkin kullanım analizi yapılırken Kırgızistan'a ait otel işletmeleri, bunların oda ve yatak kapasiteleri ile birlikte misafir sayısı, geceleme sayısı ve elde ettiği gelir miktarları karşılaştırılmıştır. Yapılan işlemler sonucunda konaklama işletmelerinin yıllara göre kapasite kullanımı multimoora tekniğiyle sıralanmıştır. Analiz sonuçları Kırgızistan'ın turizm kapasitesini en etkin 2016 yılında kullandığı, en düşük kapasite kullanımının ise 2013 yılında olduğu görülmektedir. Araştırma sonuçları, kapasite kullanımında etkili olan unsurların tespit edilmesinin önemine vurgu yapmakta; turizm planlama ve politikalarını belirleyenler ile yatırımcıların bu durumu göz önünde bulundurarak gerekli önlemleri almalarına dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kapasite Kullanımı, Karar Verme, Multimoora

COMPARING TOURISM ENTREPRRISES EFFECTIVENESS ACCORDING TO YEARS BY MULTIMOORA TECHNIQUE

ABSTRACT

Tourism, the most favorable sector for sustainable development. Tourism enterprises are very sensitive to economic, social and political stiations. So the effectiveness of the investments varies by years. In this study, the statistics of tourism enterprises in Kyrgyzstan for the last five (5) years was used for analyses of the business process effectiveness. Multimoora technique successfully used since 2006 for making decision in multiple criteria's and so Multimoora technique chosen for this study. For the analysis of the tourism enterprises effectiveness by Multimoore method, hotels capacities, quantity of guests and overnight stays; the amount of general income were used to compare hotels. As a result of the analysis we have the sorted list of hotel capacity use by the years. Worth noting that Kyrgyzstan were used maximum effectively its tourism capacity in 2016, and lowest capacity utilization was in 2013. The results of the research emphasized the important of the determination of the main factors for the effective capacity utilization and draws attention of the investors and tourism policy makers to take into consideration of the effective capacity use while making decision.

Key words: Capacity Using, Decision Making, Multimoora



TURİZM İŞLETMELERİNDE PERFORMANS DEĞERLENDİRME SÜRECİNİN ÖNEMİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Erkan AKGÖZ

Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi/Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
eakgoz@hotmail.com

Tolga GÖK

Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi/Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
tolgagok23@gmail.com

Abdulsamet TEKİN

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
samettekin2008@hotmail.com

ÖZET

Turizm işletmeleri insan gücüne dayalı olarak faaliyet göstermektedir. Bundan dolayı belirlenen hedeflere ulaşabilmek için insan kaynaklarının etkin bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu konuda her yıl pek çok çalışma yapılmakta ve birçok ölçek geliştirilmektedir. Şüphesiz her çalışma kendinden önce yapılanların eksikliklerini gidermek veya daha iyi sonuçlar almak için yapılmıştır. Benzer çalışmaların gelecekte yapılacağı da aşikârdır. Buna rağmen ilgili alan yazın incelendiğinde performans değerlendirmenin önemi birçok kişi ve kurum tarafından henüz tam olarak anlaşılamamıştır. Performans değerlendirmenin önemine ve sağlayacağı faydalara dikkat çekmek için hazırlanan bu çalışmanın verileri Bişkek'te faaliyetin gösteren konaklama işletmelerinde

Çalışanlardan elde edilmiştir. Elektronik ortamda değeriendirilen veriler ile işletmelerde kullanılan performans değeriendirme yöntemleri, önemi, amacı ve sağlayacağı avantajlar araştırılmıştır. Bunun için araştırmada frekans analizi, faktör analizi ve farklılık analizleri tercih edilmiştir. Analiz sonuçları ilgili tablolar yardımıyla yorumlanmış ve performans değeriendirme ile ilgili düşüncelerin demografik özelliklere göre farklılıkları belirlenmeye çalışılmış ve gerekli öneriler ile sonuçlandırılmıştır. Hazırlanan bu çalışma personele, yöneticilere ve performans değeriendirme konusunda yapılacak çalışmalara fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Performans, İnsan Kaynakları

A RESEARCH ON THE IMPORTANCE OF PERFORMANCE EVALUATION PROCESS IN TOURISM ENTERPRISES

ABSTRACT

Tourism enterprises operate on the basis of manpower. Therefore, it is necessary to evaluate the human resources effectively in order to reach the determined targets. Many studies are being carried out each year and many scales are being developed in this regard. No doubt, each study has been done to correct the deficiencies of the previous ones or to get better results. It is obvious that similar studies will be carried out in the future. However, the importance of performance evaluation has not yet been fully understood by many people and institutions when the relevant literature is examined. The data of this study, which was prepared to draw attention to the importance of the performance evaluation and its benefits, was obtained from the employees in the accommodation enterprises operating in Bishkek. Thanks to the data evaluated electronically, the performance evaluation methods used in the enterprises, the importance, aim and advantages that will be provided were investigated. In this study, frequency analysis, factor analysis and differential analysis were preferred. The results of the analysis were interpreted with the help of the related tables and the differences in the opinions about the performance evaluation according to the demographic characteristics were tried to be determined and the study was finalized with the necessary recommendations. It is thought that this study will benefit personnel, managers and performance evaluation studies.

Keywords: Tourism, Performance, Human Resources



CENGİZ DAĞCI BETİMLEMELERİ VE KIRIMDA TÜRK KÜLTÜR VAROLUŞU

Doç. Dr. Selahattin AVŞAROĞLU

Necmettin Erbakan Üniversitesi/Kırğızistan Türkiye Manas Üniversitesi

Esmannur AKMAN

Kırğızistan Türkiye Manas Üniversitesi

ÖZET

Tarih, bir kültür ögesidir ve bu kültür ögesi geçmişle şimdi arasında bağ kurar. Bu bağın güçlü kalmasında şüphesiz coğrafya ve yaşam betimlemeleri çok önemlidir. Bunun için tarihi yaşam ve kültür öğelerini aktaran eserlerin kıymeti daha da önem kazanmaktadır. Kültürel miras, ona sahip çıkma ile ayakta kalır. Bölgelerin, insan yaşamlarının, milli değerlerin canlı tutulması aktarım araçları ile sağlanır. Bu araçların sayesinde bölge ile bilgiler taze kalır ve yeni nesil algıya hitap etmeye devam eder. Bu aktarım araçlarından biri de şüphesiz Cengiz Dağcıdır. Cengiz Dağcı, kendi bireysel yaşamından yola çıkarak, Kırım Türklüğü'nün tarihini anlatmış muhterem bir şahsiyettir. Bu çalışmada, Cengiz Dağcı'nın eserleri aracılığıyla; Kırım bölgesinin yeni nesil insanlara aktarılması, betimlenen coğrafyanın hayal değil gerçek bölgeler olduğu, eserler aracı ile buradaki kültürün müras olarak kalması gerektiği gibi düşünceler eserlerinde incelenmiştir. Dağcı, eserlerinde varoluş psikolojisini muhteşem bir üslup ile dile getirmiştir. Dağcı'nın eserlerinde, savaş ve sürgün yaşamış toplumlarda, yaşanan toplumsal travmaların, bireysel ve toplumsal etkileri üzerinde durulup edebi eserlere yansıyan sosyal psikoloji ve varoluşçu psikoloji izlerini örnek duygu-durum ve olaylarla incelenmiştir. Bu incelemelerde adı geçen yerler hala Türk Kültürü olarak kadim yönünü korumaktadır. Kırım'ın siyasi ve politik durumlardan dolayı uzun zamandır acılara şahitlik ediyor olması, orada capcanlı duran varlığı yok etmeyeceği görüşü hakimdir. Özellikle Türkiye'ye yakın olması ve Kırım Türklerinin çoğunun Anadolu'ya göçüp gelmesi ile orada bitirilmemiş şeylerin olduğu duygusunu artırmaktadır. Kırım bölgesi, bu açıdan Türk Kültür Turizminde belki de mümtaz bir yer olduğu söylenebilir. Dağcının eserleri

incelenerek sinema ve tv dizileri yapıp bölgenin uzun zamandır çektiği ıstıraplar dile getirilebilir. Özellikle Üniversitelerde okuyan genç yetişkinlerin kamp ve doğa gezileri projeleri ile Türkiye’den turlar sağlanabilir. Öte yandan kongre turizmine dönük hareketlilikte Kırım Bölgesinden yerler tercih edilerek hem kültürel hem de akademik açıdan canlılık kazandırılabilir. Böylelikle Dağcının eserlerinde betimlenen onlarca ıstırap ve onlarca dramın yansımaları aktararak yeni nesillere farkındalık kazandırılabilir. Çünkü Kırım Türklerinin o yıllardaki tarihi, psiko-sosyal çevrelerini, milli kimliklerini, kültürel algılarını konu edinerek betimlenmesi günümüz yeni ve modern aktarıcılarla canlı tutulması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Cengiz Dağcı, Kırım, Türk Kültürü, Varoluş Psikolojisi.



ОСОБЕННОСТИ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ АГРО-ФЕСТИВАЛЕЙ, ПРОВОДИМЫХ В КЫРГЫЗСТАНЕ

Кыдыралиев Нурудин Абдыназарович, к.т.н., доцент, зав. отделением “Ресторанное дело и искусство кулинарии” Кыргызско-Турецкого университета “Манас”, Кыргызстан, Бишкек, nurudin_k@rambler.ru

Турганбаева Надира Кадырбековна, ст.препод.отделения “Ресторанное дело и искусство кулинарии” Кыргызско-Турецкого университета “Манас”, Кыргызстан, Бишкек, nadira.turganbaeva@manas.edu.kg

Исакова Динара Болотовна, ст.препод.отделения “Ресторанное дело и искусство кулинарии” Кыргызско-Турецкого университета “Манас”, Кыргызстан, Бишкек, dinara.isakova@manas.edu.kg

АБСТРАКТ

Гастрономические события являются одной из форм гастрономического туризма. Гастрономическим событиям можно отнести гастрономические ярмарки; гастрономические фестивали; мероприятия, связанные с днями национальных или продуктовых кухонь; открытые мастер-классы известных поваров; детские гастрономические праздники; кулинарные конкурсы и т. д.

Несмотря на достаточность проведения в Кыргызстане событий гастрономического характера, они остаются менее изученными. В работе проанализированы наиболее популярные гастрономические агро-фестивали, такие как, фестиваль яблок, абрикосовый фестиваль, смородиновый фестиваль, проводимые в разных регионах Кыргызстана. В ходе анализа изучены тематика, возраст, длительность, частота проведения, регионы проведения, масштаб, примерное количество посетителей и подведены итоги.

Ключевые слова: фестиваль, агро-фестиваль

ABSTRACT

Gastronomic events are a form of gastronomic tourism. Gastronomic events include gastronomic fairs; gastronomic festivals; events related to the days of national or food cuisines; open workshops of famous chefs; children's gastronomic holidays; culinary contests, etc.

Despite the sufficiency of gastronomic events in Kyrgyzstan, they remain less studied. The paper analyzes the most popular gastronomic agro-festivals, such as the apple festival, apricot festival, currant festival, held in different regions of Kyrgyzstan. In the course of the analysis, the topics, age, duration, frequency, regions, scale, approximate number of visitors and the results were summarized.

Keywords: festival, agro-festival



ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE FAST FOOD TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI VE ETKİLEYEN FAKTÖRLER: KIRGIZİSTAN-TÜRKİYE MANAS ÜNİVERSİTESİ ARAŞTIRMASI

Dr.Öğr. Üyesi Cemal İNCE
Dr.Öğr.Gör. Gülmira SAMATOVA

ÖZET

Modern çağın insanları, süzenli öğünler, düzensiz öğünler, öğün aralarında atıştırmalar, ev dışında yemek yemekler, ayaküstü beslenme (fast food) vb. şekillerde beslenmektedirler. İnsanların bu beslenme şekilleri genellikle aile, çevre, medya ve iletişim araçları, özentî, ekonomik durum, arkadaş çevresi, okul, teknoloji vb. pek çok faktörden etkilenecek gelişmekte bunlardan etkilenecek şekillenmektedir. Teknolojik gelişmeler, kentleşme, kadının iş yaşamında önemli roller oynaması, yoğun yaşam temposu, beslenme için ayrılan zaman, aile ile veya yalnız yaşama gibi faktörler öğrencilerin beslenme alışkanlıklarını ve şeklini doğrudan etkilemektedir.

Üniversite öğrencileri eğitim amacıyla sürekli ve aileleri ile yaşadıkları ortamlardan uzaklaşmakta ve yurtlarda veya kiradadıkları evlerde arkadaşları ile yeni bir yaşam ortamı oluşturmaktadırlar. Bu yeni yaşam ortamları dış faktörlerinde etkisi ile birlikte gençlerin beslenme şekillerini doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle üniversite öğrencileri beslenme ve beslenme alışkanlıklarının yenilenmesi açısından riskli bir grubu oluşturmaktadır. Üniversite öğrencilerinin beslenmesini etkileyen faktörler; sosyal, ekonomik, demografik, kültürel, doğal koşulların yanı sıra dış görünüme önem vermeleri, kilo almak istememeleri ve yetersiz beslenmeleri şeklinde sıralanabilir. Özellikle ekonomik koşulların ağırlaşması (kısıtlı bütçe ile yaşamaya çalışmak) öğrencilerin yetersiz beslenmelerine neden olmaktadır (Arslan, 1985; Sağlam ve Yörükçü, 1996). Bunlara ilaveten gereksiz yiyecek-içecek tüketme ile fastfood beslenme eğilimleri eklenince öğrencilerin beslenme sorunlarının daha da arttığı belirtilmektedir (Dinger ve ark., 1997; Ergülen ve ark., 2001; Heçeminia ve ark., 2002). Kırgızistan da öğrencilerin genellikle tek öğün yemek yedikleri, bunda da daha çok sandviç, simit ve fast food gibi ekonomik yiyecekleri tercih ettikleri görülmektedir.

Bu çalışmada Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin fast-food tüketim alışkanlıkları ve bu alışkanlıklarını etkileyen faktörler incelenmiştir. Araştırmanın amacı; fast-food tüketen öğrencilerin sosyo-ekonomik özelliklerinin ve gereksinimlerinin değerlendirilmesi, bu gereksinimlerin altında yatan sosyal, kültürel ve ekonomik nedenlerin belirlenmesi, araştırmaya katılan öğrencilerin bazı sosyo-demografik özellikleri ve beslenme alışkanlıklarının, fast-food tercih sebepleri ile fast food tüketim sıklıklarının saptanmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Beslenme, Öğrenciler, Fast-Food tüketim.



СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ САРЫ-ЧЕЛЕКСКОГО ЗАПОВЕДНИКА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА

И.о.доц.Жантемирова К.К.
Ст.пр.Токталиева Г.Р.
КГУ им.И.Арабаева,Кыргызстан
Факультет географии и экологии туризма

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматриваются перспективы и развитие экотуризма в заповеднике Сары Челек, являющийся достопримечательностью Кыргызстана, который был включен в список объектов Мирового наследия. В связи с этим, растущая популярность экотуризма позволяют считать развитие экотуризма не только перспективным, но и необходимым для Кыргызстана

Ключевые слова: Кыргызстан, биосферный заповедник Сары-Челек, биоразнообразие, ЮНЕСКО, туризм, экотуризм

MODERN CONDITION OF SARY-CHELEK RESERVE FOR ECOTOURISM DEVELOPMENT

ANNOTATION

This article discusses the prospects and development of ecotourism in the Sary Chelek reserve, which is a landmark of Kyrgyzstan, which was included in the list of World Heritage Sites. In this regard, the growing popularity of ecotourism suggests that the development of ecotourism is not only promising, but also necessary for Kyrgyzstan.

Keywords: Kyrgyzstan, Sary-Chelek biosphere reserve, biodiversity, UNESCO, tourism, ecotourism



KIRGIZİSTAN GASTRONOMİ TURİZMİ VE GASTRONOMİ HARİTASININ HAZIRLANMASI

Dr.Öğr. Üyesi Cemal İNCE
Doç.Dr. Barış Erdem
Doç.Dr. Nurudin Kıdıraliyev
Dr.Öğr.Üyesi Tolga Gök
Dr.Öğr.Üyesi Erkan Akgöz
Dr. Öğr.Gör. Gülmira Samatova
Öğr.gör. Nadira Turganbaeva
Öğr.Gör. Sapargul Turdubekova
Öğr.Gör. Dinara İsakova

ÖZET

Gastronomi turizminin son yıllarda alternatif turizm çeşitleri arasında talebi sürekli artmaktadır. Bir ülkenin mutfak kültürünü oluşturan gastronomik ürünleri ve beslenme kültürünü yerinde deneyimlemek isteyen turistler, bu amaçlarını gerçekleştirmek için seyahatlere çıkmaktadırlar. Gastronomi turizmine olan talebin artması ile birlikte ülkeler, sahip oldukları gastronomik kaynakları turizme kazandırmak için çeşitli çalışmalar yapmaktadırlar.

Kırgızistan binlerce yıllık beslenme geleneksel kültürüyle donatılmış mutfığa sahip bir ülkedir. Kırgız mutfagını oluşturan yiyecekler geleneksel pişirme yöntemleri ve otantik mutfak kültürüne sahiptir. Kırgız mutfak kültüründe et ürünleri, hamur işleri ve otantik yiyeceklerden oluşan 100 ‘ e yakın yiyecek ve içecek ürünü yer almaktadır. Bu ürünler gastronomi amaçlı seyahat eden turistler için önemli bir çekiciliğe sahiptir.

Gastronomi amaçlı seyahat eden turistler için, ziyaret ettikleri ülkelerde nerede hangi yiyeceklerini bilmek ve buna göre seyahat programları hazırlamak seyahatlerinden yüksek verimlilik ve tatmin elde edebilmek için büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle ziyaret edilecek ülkenin mutfak ürünlerinin envanterinin çıkarılması, özgünlük ve popülaritesinin belirlenerek gastronomi haritasının çıkarılması önemlidir. Gastronomi haritasının hazırlanması ülke mutfagının pazarlanabilmesi için önemli bir araç olacaktır.

Bu çalışmada Kırgız mutfagına ait yiyecek ve içeceklerin envanterinin çıkarılması, bölgelere göre özgünlük durumu ile popülaritesinin belirlenmesi ve nihayetinde gastronomi haritasının çıkarılması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler:Gastronomi Turizmi, Mutfak Ürünleri, Kırgızistan Mutfacı, Gastronomi Haritası.



MOBİL TEKNOLOJİ TERCİHLERİ: BİŞKEK ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİNDE

Gulnara Karadeniz¹, Mehmet Karadeniz², Gulmira Acıgulova³
Aydana Şaripova⁴, Kalmira Jakıpbekova⁵, Larisa Kenjebek kızı⁶

ÖZET

Geçtiğimiz 10 yıl, bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki bilimsel ve teknolojik gelişmelerin geniş nüfusa yayılması ile karakterize edilmektedir. Gençler, duyarlılıklarından dolayı toplumun en aktif parçası, en etkilenen ve en hızlı değişenlerdir. Dolayısıyla, değişen bu ortamda yeni nesil teknolojik gelişmeleri yakından takip etmekte ve modern koşullara daha iyi adapte olabilmektedirler.

Sosyal medya platformu, bir bütün olarak sosyal çevreyi, insanların kişiliğini ve ahlakını etkilerken, temsil edilen grupların sosyal ve psikolojik özelliklerinin, ilgili davranış motivasyonunun ve özel seçimlerinin oluşmasını sağlar.

Bu nedenle, sosyal medya ortamı giderek daha fazla iletişim ve kullanıcı etkileşimi özelliklerini incelemeyi amaçlayan araştırma konuları olarak ilgi uyandırmaktadır. Bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin mobil teknoloji seçimlerinin ve kullanım tercihlerinin belirlenmesidir. Bişkek'te öğrenimine devam eden üniversite gençleri araştırmanın ana kütlesini oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Modern teknolojileri, üniversite gençleri, sosyal medya

¹ KTMU MYO, Dr.Öğr.Gör., gulnara.karadeniz@manas.edu.kg

² KTMU Mühendislik Fakültesi, Öğr.Gör., mehmet.karadeniz@manas.edu.kg

³ KTMU MYO, Dr.Öğr.Gör., gulmira.acigulova@manas.edu.kg

⁴ MYO öğrencisi, sharypovaaydana08@gmail.com

⁵ MYO öğrencisi, kalmira.zhakypbekova98@gmail.com

⁶ MYO öğrencisi, lara.777.ds@gmail.com



SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI: BİŞKEK TURİZM SEKTÖRÜ TÜKETİCİLERİ ÖRNEĞİNDE

Gulnara Karadeniz¹, Mehmet Karadeniz², Serhat Atmaca³
Adina Toktorbekova⁴, Alina Egemberdi kızı⁵, Kanikey Tairbekova⁶

ÖZET

Sosyal medya platformlarında yaşanan hızlı teknolojik gelişmeler, pek çok sektörde olduğu gibi turizm sektörünü de etkilemektedir. Turizm sektörünün elektronik ortama geçmesi hem işletmeler hem tüketiciler için avantaj sağlamaktadır. Sosyal medyanın kullanımı arttıkça işletmeler müşterileriyle bu platformda kolay, ucuz ve hızlı şekilde iletişime geçebilmektedirler.

Sosyal medya platformları çok fazla insanın kullandığı ve bilgi topladığı yer olduğu için işletmeler açısından yeni tüketiciler bulmak, var olan tüketiciyle iletişim halinde kalmak açısından önem taşımaktadır. Dolayısıyla, Sosyal medyanın turizmde kullanımına yönelik araştırmalar güncelliğini korumaktadır. Araştırmada, turizm tüketicilerinin sosyal paylaşım sitelerine ilişkin algılarının belirlenmesi ve bu algılarının demografik ve coğrafi özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığının incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın ana kütlesini Bişkek sakinleri oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmış olup 356 anket toplanmıştır. Araştırmanın verilerinin değerlendirilmesinde çoklu tercih modellerinden Multinomial Logit modeli kullanılacaktır.

Anahtar kelimeler: E-turizm, sosyal medya pazarlaması, bilgi teknolojileri.

¹ KTMU MYO, Dr.Öğr.Gör., gulnara.karadeniz@manas.edu.kg

² KTMU Mühendislik Fakültesi, Öğr.Gör., mehmet.karadeniz@manas.edu.kg

³ KTMU MYO, Dr.Öğr.Gör., serhat.atmaca@manas.edu.kg

⁴ MYO öğrencisi, adina-a.adylbekova4@gmail.com

⁵ MYO öğrencisi, egemberdievaalina1999@gmail.com

⁶ MYO öğrencisi, kanykei.t99@mail.ru



DÜNYA GÖÇEBE OYUNLARININ KIRGIZİSTAN'IN ULUSLARARASI TANINIRLIĞINA KATKISI (NEW YORK TIMES, ROSSİYSKAYA GAZETA, SABAH GAZETELERİ İÇERİK ANALİZİ)

Yusuf Yurdigül

Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi/ Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İletişim Fakültesi,
yusufyurdagul@hotmail.com

Marat Ergeşov

ÖZET

Orta Asya'nın demokrasi ile yönetilen ülkelerinden biri olan Kırgızistan kültürel ve doğal zenginliklerin yanısıra geleneksel Türk sporlarının da icra edildiği bir coğrafyadadır. 2014 yılından beri üçüncüsü düzenlenen Dünya Göçebe Oyunları Kırgızistan'ın gerek bölgesel gerekse uluslararası tanınırlığı açısından önem arz etmektedir. Eylül ayının başında başlayan ve bir hafta süren Dünya Göçebe Oyunları'na dünyanın her yerinden 2014 yılında on dokuz, 2016 yılında altmış iki, 2018 yılında da seksen iki ülkeden sporcular katılmıştır.

Kırgızca, İngilizce, Rusça, Türkçe, Fransızca, Arabça, Çince gibi pek çok dilde tanıtıma yönelik medya materyalleri ile birlikte Dünya Göçebe Oyunları'nın yapıldığı dönemde küresel olarak Kırgızistan'ın tanınırlığı artmaktadır. Oyunların yapıldığı dönemde gerek ulusal gerekse uluslararası medyada görsel ve yazılı pek çok haber yapılmaktadır. Gazete haberi, köşe yazısı, spor haberleri, dış haberler ve turizm haberleri gibi kategoride değerlendirilebilecek olan bu türler tanınırlık bağlamında Kırgızistan'a katkı sunmaktadır.

Dünya Göçebe Oyunları, Kırgızistan, tanıtım ve turizm gibi konular bağlamında bir kavramsal yapı oluşturan çalışma Dünya Göçebe Oyunları ile ilgili gazetelerde çıkan haberleri analiz etmektedir. Bu maksat ile Ney York Times (USA), Rossiyskaya Gazeta (Rusya) ve Sabah Gazetesi (Türkiye) olmak üzere üç farklı dilde yayınlanan gazeteler örnek seçilmiştir. Çalışma bu gazetelere uygulanacak olan içerik analizini ise yöntem olarak belirlemektedir.

Anahtar kelimeler: Dünya Göçebe Oyunları, turizm, Kırgızistan, tanıtım.

THE CONTRIBUTION OF THE WORLD NOMAD GAMES TO THE INTERNATIONAL PROMOTION OF KYRGYZSTAN (THE CONTENT ANALYSIS OF NEWSPAPERS “NEW YORK TIMES”, “РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА”, “SABAH GAZETESİ”)

ABSTRACT

Kyrgyzstan, one of Central Asia's democracy-managed countries, is in a geography where traditional Turkish sports are carried out as well as cultural and natural richness. The World Nomad Games, which have been organized for the third time since 2014, are important in terms of regional and international recognition of Kyrgyzstan. In World Nomad Games, which held in the first week of September, participated athletes from nineteen countries of the whole world in 2014, sixty-two in 2016 and eighty-two in 2018. Due to media materials in many languages such as Kyrgyz, English, Russian, Turkish, French, Arabic, Chinese and others, the recognition of Kyrgyzstan in the world is increasing especially during the nomadic games. There are many visuals and written news in the national and international media at that time. The newspaper news, column, sports, foreign and tourism news contribute to the promotion of tourism in Kyrgyzstan and this country generally. The study, which forms a conceptual framework in the context of World Nomad Games, Kyrgyzstan, promotion and tourism, analyzes the news about the World Nomadic Games. The “Ney York Times” (USA), “Российская газета” (Russia) and “Sabah Gazetesi” (Turkey) samples are selected newspapers published in three different languages. As a method of research used the content analysis in this study.

Key words: world nomad games, tourism, Kyrgyzstan, promotion.



TURİST DENEYİMLERİNİN PAYLAŞIM PLATFORMU OLARAK YOUTUBE (KIRGIZİSTAN'I ZİYARET EDEN TURİSTLERİN YOUTUBE PAYLAŞIMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME)

Aslı Yurdigül
Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi/Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, İletişim Fakültesi
asli.yurdagul@hotmail.com

Marat Ergeşov
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ÖZET

İletişim teknolojileri alanında yaşanan değişimler her alanda olduğu gibi, turizm alanında da bir takım değişim ve dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Turizm sektörü açısından oldukça önemli olan bu değişimlerden biri de turist deneyimlerinin paylaşımına ilişkindir. Geleneksel yöntemde, turist deneyimleri genellikle şikayet ya da memnuniyet olarak algılanmakta ve bu deneyimler daha çok kişi ve kurumlar arasında işleyen bir süreçten ibaret olmaktadır. Ancak iletişim teknolojilerinin, özellikle de sosyal medyanın gündelik hayatın bir parçası olmasıyla turist deneyimleri de kişi ve kurumlar arasında saklı kalan bir sır olmaktan çıkmıştır. Böylelikle, günümüzde turistler yaşadıkları deneyimlere ilişkin hem içerik üreticisi hem de içerik tüketicisi bir konuma gelmişlerdir. Turistler bir yandan turist olarak yaşadıkları deneyimleri kayıt altına alarak bunu internet temelli çeşitli platformlarda paylaşım açmakta; diğer yandan da başkaları tarafından paylaşılan içeriklere kolaylıkla erişim sağlamaktadırlar. Turistlerin gerek turizm motivasyonları gerekse de karar verme süreçleri açısından oldukça önemli olan bu durum, turizm sektörünün müşteri odaklı olarak gelişmesi açısından da oldukça önem arz etmektedir.

Bu çalışma, turist deneyimlerinin paylaşım platformlarından biri olarak YouTube'u örnek almaktadır. YouTube, turistlerin deneyimlerine ilişkin video paylaşımlarına ve paylaşılan videolara ilişkin yorum yapmalarına olanak tanımaktadır. Paylaşım ve erişimi herkese açık olan bu platform, özellikle potansiyel turistler için oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Buradan yola çıkan çalışmada, Kırgızistan'ı ziyaret eden turistlerin deneyimlerine ilişkin YouTube'da paylaştıkları videolar incelenmektedir. 2018 yılı ile sınırlı tutulan çalışmada, bilimsel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yönteminin kategori analizi tekniğinden yararlanılmaktadır. Çalışma kapsamında Türkçe, İngilizce, Kırgızca ve Rusça olmak üzere 20 adet videoya ulaşılmıştır. Bu videolar biçim ve içerik açısından oluşturulan çeşitli alt kategoriler üzerinden değerlendirilerek Kırgızistan'ı ziyaret eden turistlerin deneyimlerine ilişkin çeşitli veriler elde edilmiş ve bu verilerin Kırgızistan'ın potansiyel turizmine olan etkileri tartışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Turist deneyimi, YouTube, Kırgızistan.

YOUTUBE AS A SHARING PLATFORM OF TOURISTIC EXPERIENCES (RESEARCH ON YOUTUBE VIDEOS SHARED BY TOURISTS, WHO VISITED KYRGYZSTAN)

ABSTRACT

Changes in the field of communication technologies have brought about changes and transformations in the field of tourism as in every field. One of the most important changes in tourism sector is the sharing of tourist experiences. In the traditional way, tourist experiences are often perceived as complaints or gratification, and these experiences consist more of a process that runs between individuals and institutions. However, the fact that communication technologies, especially social media, is a part of daily life and tourist experiences are no longer a secret hidden between individuals and institutions. In this way, tourists are both content producers and content consumers in terms of their experiences. Tourists share their experiences as tourists and share them on various internet-based platforms; on the other hand, they provide easy access to content shared by others. This situation, which is very important in terms of both tourism motivations and decision-making processes of tourists, is also very important for the development of tourism sector as customer-oriented.

This research is based on YouTube as one of the sharing platforms of tourist experiences. YouTube allows tourists to share videos about their experiences and comment on shared videos. This platform, which is open to sharing and access, plays a particularly important role for potential tourists. In this study, the videos shared on YouTube by tourists visiting Kyrgyzstan are analyzed. In the study which is limited to 2018, the category analysis technique of content analysis method is used from scientific research methods. 20 videos including Turkish, English, Kyrgyz and Russian languages have been reached within the scope of the study. These videos were evaluated on various subcategories that were formed in terms of form and content and various data about the experiences of tourists visiting Kyrgyzstan were obtained and their effects on potential tourism of Kyrgyzstan were discussed.

Key words: Tourist Experiences, YouTube, Kyrgyzstan.



**KÜLTÜREL MİRASIN TAŞIYICISI OLARAK MÜZE BELGESELLERİ
(‘MİRAS’ KONULU MÜZE BELGESELİNİN ÇÖZÜMLEMESİ)**

ÖZET

Günümüzde ise müze kavramı somut ve soyut insanlık mirasını koruyan ve gelecek nesillere aktaran önemli mekanlar üzerinden anlam bulmaktadır.

Belgeseller de tıpkı müzeler gibi insanlığın yaşanmış ya da yaşanmakta olan birikimlerinin gerçeğe en yakın biçimde yorumlanarak bir sinematografi ürününe dönüşmüş halidir. İlk belgesel 'Nanook of the North'den bu yana belgesel türü toplumların kültürel birikimlerinin yansıdığı mecralardan biri olmuştur. Bu kapsamda değerlendirildiğinde müze belgeselleri soyut ve somut kültürel mirasın tek bir mekandan çıkarılıp daha geniş kitlelere duyurulması anlamında önemlidir.

Müze, müzenin işlevleri, belgesel ve müze belgeseli gibi konular bağlamında bir kavramsal çerçeve kuran çalışma; müze belgeselciliğine örnek olarak Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi 'Miras' isimli müze belgeselini ele almaktadır. Bu belgeselin analizi için tercih edilen yöntem ise içerik analizi yöntemidir.

Anahtar kelimeler: Müze, Belgesel, Kültürel miras

ABSTRACT

Since the very first era to the present museums offer to classify almost all the phases of the history of humanity, serve as the culture carrier of the society. The archaic origin of the concept goes to the muses, which are the daughters of the goddess of memory in Greek mythology Mnemosyne.

Key words: museum, documentary, cultural heritage



TURİZMDE İŞ-YAŞAM DENGESİNİN ÖRGÜTSEL SADAKATE ETKİSİ: BİŞKEK ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Tolga GÖK

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZISTAN / Selçuk Üniversitesi, TÜRKİYE
tolga.gok@manas.edu.kg

Dr. Öğr. Üyesi Cemal İNCE

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZISTAN / Gaziosmanpaşa Üniversitesi, TÜRKİYE
cemal.ince@manas.edu.kg

Ayday NURBEK

Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZISTAN
aidai.mizuki@gmail.com

Bu çalışmada, turizm işletmelerinde çalışanların iş-yaşam dengesi ve örgütsel sadakat düzeyleri arasındaki ilişki durumunu belirlemek amaçlanmaktadır. Bu amaçla, Kırgızistan'ın Bışkek şehrinde faaliyet gösteren turizm işletmeleri (konaklama işletmeleri, seyahat acentaları/tur operatörleri ve yiyecek-içecek işletmeleri) çalışanlarına yönelik veri toplamak amaçlı anket uygulanmıştır. Verilerin toplanmasında kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Geliştirilen anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, demografik sorular (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, aylık gelir durumu, çalıştığı işletme türü, işletmede çalışılan süre) yer almaktadır. İkinci bölümde, turizm işletmelerinde çalışanların iş-yaşam dengesi algısını belirlemek için, Brough ve ark. (2014) tarafından kullanılan ve 4 ifadeden oluşan ölçek bulunmaktadır. Üçüncü bölümde ise, Ineson ve ark. (2011) tarafından kullanılan ve 21 maddeden oluşan örgütsel sadakat ölçeği yer almaktadır. Ölçeklere güvenirlik analizi yapılmıştır. Buna göre ölçeklerin Cronbach's alpha (α) katsayıları; iş-yaşam dengesi ölçeği için 0,748, örgütsel sadakat düzeyi ölçeği için ise 0,926 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuçların istatistikî olarak güvenilir olduğu ifade edilebilir. Ayrıca, verilerin normal dağılıma uygun olduğu tespit edilmiş ve parametrik testler yapılmasına karar verilmiştir. Çalışanların iş-yaşam dengesi ve örgütsel sadakat düzeylerine ilişkin algılarını belirlemek için korelasyon ve regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, iş-yaşam dengesi ile örgütsel sadakat düzeyi arasında anlamlı bir ilişki

olduğu tespit edilmiştir. Böylece, çalışanların iş-yaşamlarına ne kadar değer verilirse ona göre sadakat düzeylerinde artış olacağı ifade edilebilir.

Anahtar kelimeler: İş-yaşam Dengesi, Örgütsel Sadakat, Turizm, Bişkek, Kırgızistan.

THE EFFECT OF WORK-LIFE BALANCE ON ORGANIZATIONAL LOYALTY IN TOURISM: THE CASE OF BISHKEK

In this study, it is aimed to determine the relationship between work-life balance and organizational loyalty levels of employees in tourism enterprises. For this purpose, a questionnaire was conducted to collect data for the tourism enterprises (accommodation establishments, travel agencies / tour operators and food and beverage enterprises) operating in Bishkek city of Kyrgyzstan. The convenience sampling method was used to collect data. The developed questionnaire consists of three parts. In the first part, demographic questions (gender, age, educational status, marital status, monthly income status, type of business, period worked in the enterprise) are included. In the second part, 4-item scale used by Brough et al. (2014) is took place in the questionnaire to determine the work-life balance of the employees in the tourism enterprises. In the third section, there is an organizational loyalty scale consisting of 21 items and used by Ineson et al (2011). The reliability of the scale was analyzed. Accordingly, Cronbach's alpha (α) coefficients of the scales; the work-life balance scale was 0.748 and the organizational loyalty level scale was 0.926. It can be stated that these results are statistically reliable. In addition, it was determined that the data were suitable for normal distribution and it was decided to perform parametric tests. Correlation and regression analyzes were used to determine the perceptions of employees about work-life balance and organizational loyalty levels. As a result of the analysis, it was found that there was a significant relationship between work-life balance and organizational loyalty level. Thus, it can be stated that the loyalty levels of employees will be increased according to the value of work-life balance.

Keywords: Work-life Balance, Organizational Loyalty, Tourism, Bishkek, Kyrgyzstan.



KIRGIZİSTAN İÇERİKLİ BELGESEL FİMLERİNDE KIRGIZİSTAN İMAJI

Stambulbek Mambetaliev

Öğr. Gör., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, stas_cinema@mail.ru

Nursultan Stanaliev

Yüksek Lisan Öğrencisi, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, nurstan7@gmail.com

ÖZET

Bu araştırmada amaçlanan, turizm tanıtımında diğer tanıtım araçlarına göre daha ucuza mal olan ve tanıtımın daha etkili yapıldığı sinemanın, özellikle belgesel filmlerin turizm amaçlı kullanımının incelenmesidir. Ayrıca sinema aracılığıyla turistlerin gidecekleri yere karar vermeleri sürecinde belirleyici etkisi olan ülke imajlarının oluşturulmasının ve kalabalık çekim ekibinden dolayı - yanı sıra çekimi takip eden basın mensupları ve sinema tutkunları- sinemaların çekim aşamasındayken bile turizm hareketliliği yaratmasının üzerinde durulmuştur. Onun dışında filmlerin uluslararası çeşitli film festivallerine katılmaları ve büyük ekrandan gösterilmesi de bir ülkenin tanıtılmasıdır. Özellikle belgesel filmlerinde sinema türünün herhangi bir öyküyü daha gerçekçi yansıtabilme özelliğinden dolayı ülkenin imajı daha güvenilir bir şekilde aktarılır.

Araştırmanın örneklemini olarak Kırgızistan'ın bağımsızlıktan sonra Kırgızistan içerikli ve uluslararası film festivallerinde katılmış olan belgesel filmler tercih edilmiştir. Kırgız belgesel filmlerinin başarılı olanları Kırgızistan doğasını, kültürünü ve insanlarını yansıtmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın objesi olarak “Göçebe”, “Sarı-Oy” ve “Tien Shan - A Kyrgyz Ski Adventure” Belgesel filmleri göstergebilimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmanın varsayımları, sinemaların gösterime girmelerinin ardından filmin çekiminin yapıldığı veya konunun

geçtiği yöreye turist akışının artacağı veya azalacağı üzerinedir. Araştırmanın sonunda filmlerin göstergebilimsel analizlerinin sonundaki bulgular varsayımları doğrular niteliktedir.

Anahtar kelimeler: Turizm, Sinema, Belgesel, Tanıtım, İmaj

ABSTRACT

The aim of this research is to examine the usage of cinema, especially documentary films for tourism oriented objectives which costs less than the other presentation means and let more effective introduction in tourism presentation. Besides it is pointed that the formation of the country images that has a characteristic impact through the process in which tourists decide where to visit and the formation of touristic activation because of the crowded shot team -and also the passionate lover of cinema and the journalists who follow the take- even in the take stage. Apart from this, the participation of films at various international film festivals and showing them on the large screen is also could be considered a promotion of country. Especially in documentary films, the image of the country is transferred more reliably due to the fact that cinema genre can reflect any story more realistically.

As a sample of the study were selected documentaries about Kyrgyzstan and Kyrgyz people which participated at international film festivals after independence. Kyrgyz documentary films reflect the nature, culture and people of Kyrgyzstan. According to that standpoint, the films like “Nomad”, “Sary-Oy” and “Tien Shan - A Kyrgyz Ski Adventure” are investigated by semiology analysis methods. The hypothesis of the research are about the rising tourist visits to the place where the takes of the film fulfilled and the story realized just after the projection started. The findings of the semiology analysis confirmed the assumptions at the end of the investigation.

Key words: Tourism, Cinema, Documentary, Presentation, Marketing, Image



РАЗВИТИЕ ЮРИДИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА И ЗИЕРАТ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Туляганова Азиза

7677812@gmail.com atulyaganova@mdis.uz

На данное время Республике Узбекистан предстоит принятие ряда мер по развитию различных типов религиозного туризма. С принятием Бухарской Декларации о признании Узбекистана одним из центров зиерат туризма, вхождением Узбекистана в десятку самых привлекательных направлений по зиерат-туризму среди стран-членов ОИС по версии GMTI 2019 особенно остро встал вопрос о подготовке инфраструктуры, законодательства, и регулировании отношений зиерат туризма и религиозного туризма и к таким масштабам туризма. Историческое наследие Узбекистана побуждает миллионы туристов к посещению Узбекистана.¹

В статье рассматриваются вопросы правового регулирования отношений религиозного туризма и паломничества (зиерат) в стране. Рассматривается актуальность религиозного туризма для Узбекистана в его трех формах: паломничество, экскурсионные туры по религиозной тематике и специализированные туры, в которых объединяются паломники и экскурсанты. Объясняется понятийное различие данных понятий, из которых исходит необходимость различия в подходах и принципах оказания соответствующих туристских услуг. Обсуждается потенциал воздействия религиозного туризма на Узбекистан. Рассматривается вопрос о том, кто должен быть уполномочен организовывать паломнические и религиозные туры.

Обосновывается актуальность создания специализированных туристических фирм, занимающихся формированием и продвижением паломнических поездок. Акцентируется внимание на проблеме квалификации экскурсоводов паломнических туров, необходимости подготовки специализированных кадров для экскурсионного обеспечения религиозного туризма и паломничества. Обосновывается практическая значимость внедрения специальных образовательных программ.

Ключевые слова: паломничество, зиерат, религиозный туризм, право, регулирование



РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ТУРИЗМА В ТЮРКСКИХ РЕГИОНАХ РОССИИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА (НА ПРИМЕРЕ ИНСТАГРАМ)

Ананченкова Полина Игоревна, кандидат экономических наук, кандидат социологических наук, профессор кафедры непроеизводственной сферы и социальных технологий Академии труда и социальных отношений, г.Москва, Россия

Аннотация.

В настоящее время в туризм рассматривается не только как перспективная сфера деятельности отдельных туристических компаний, но и как эффективное средство привлечения гостей на ту, или иную территорию, что способствует увеличению турпотока, популярности дестинации, активизации бизнеса в ее границах и, как следствие – обеспечивает экономическое и социальное развитие.

Современные маркетинговые инструменты управления имиджем туристической дестинации активно используют социальные медиа, способные аккумулировать и таргетировать целевые аудитории, предлагать конечным потребителям «вкусный» контент. Одним из основных трендов маркетинга туристических территорий является визуализация туристических объектов и активностей. Наиболее эффективно репрезентировать туристическую привлекательность региона может сеть Инстаграм, объединяющая более 800 млн пользователей.

Авторское исследование, проведенное в период 2018-2019 гг показало, что туризм тюркских регионов Российской Федерации репрезентирован в Инстаграм неравномерно, а целенаправленная работа по популяризации туристических направлений в социальной сети не ведется.

Основные выводы по исследованию:

- Государственными органами, ответственными за развитие территорий в тюркских регионах Российской Федерации Инстаграм не рассматривается как инструмент маркетинговой политики;
- репрезентация туризма в тюркских регионах осуществляется стихийно частными пользователями в рамках самостоятельных постов;
- аккаунты, специализирующиеся на туризме в регионах, представлены преимущественно частными гидами, предлагающими экскурсионные услуги «по месту»;
- визуальный контент аккаунтов фокусируется преимущественно на природных объектах и наиболее популярных туристических достопримечательностях;
- инструменты продвижения информации (хэштеги, геолокация и пр.) используются слабо;
- в тематическом пространстве Инстаграм есть отдельные блогеры, способные в перспективе стать лидерами мнений и главными инфо-промоутерами, однако необходимо систематизировать работу с ними.

Исследование показало, что популяризация туризма в тюркских регионах Российской Федерации посредством социальной сети Инстаграм имеет очень большие перспективы и высокий уровень эффективности, однако следует использовать этот инструмент более активно.

Ключевые слова: туризм, визуализация, маркетинг территорий, продвижение, социальные сети, Инстаграм



СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН

Набиева Аиша-СуманБахтиеровна

ФГБОУ ВО УГНТУ, специальность: инновационные технологии в туристской индустрии (магистр)

e-mail: nabievaaisa@mail.ru

Аннотация:

В статье рассматривается Республика Башкортостан, как один из регионов-лидеров внутреннего туризма России. Отмечаются особенности региона, в котором расположен третий по величине горнолыжный курорт, национальные парки и многочисленные санатории. В настоящее время туристическая индустрия Башкортостана движется вперед в основном усилиями энтузиастов-одиночек, в то время как необходимо серьезное государственно-частное партнерство.

Отмечается так же новый бренд Terra Bashkiriya - туристический бренд Башкортостана, который поднимает на новый уровень туристическую отрасль региона как на внутреннем, так и на международном уровне.

Предлагаются пути решения возникших проблем с учетом климатических, этнических и географических условий с внедрением новых разработанных и разрабатываемых проектов.



ОРТАҒАСЫРЛЫҚ ҚАЗАҚСТАН ЖӘНЕ ТҮРКІ ӘЛЕМІ

Асқар Абдуалы, Рахат Тобаджанов
М.Х. Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті
trt.84@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Мақалада Алтай жерінің ежелгі түркі халықтарының отаны екендігі және Төр Алтайдың түркі әлемі халықтары үшін алатын орны туралы айтылады.

VI ғасырдың екінші жартысында әлемге әйгілі Түрік империясы құрылып, Кореядан Қара теңізге дейінгі аралықты қамтыды. Авторлар түріктер осы кезеңде бүкіл әлемдік тарихи аренаға шаруашылықтың ең негізгі түрі, темір өндірісімен әйгілі болғандығы туралы тұжырым жасайды. Түріктер Қытайдан шыққан Жібекті Жерорта теңізі жағалауы елдеріне жеткізетін Жібек саудасы жолдарының негізгі бөлігін өз бақылауында ұстады. Осы жолдардың негізгі бағыттары қазіргі Қазақстан территориясы арқылы өткен.

Мақалада қазақ тарихының ең басты кезеңдерінің бірі орта ғасырлық түркілер кезеңі мәселелері қарастырылған. «Түрік» этнонимінің шығу тарихы, Түркі қағанаттарының құрылуы және VI ғасырдан XII ғасырға дейінгі түркі халықтарының тарихына жан-жақты талдау жасалған. Түріктердің шығу тегі ашын тайпасымен байланыстырғандығы жөнінде деректер келтірілген. Түркілердің этникалық негізі болған тайпалар мен халықтардың және хун, түркі империяларының құрамына кірген 20-дан астам түркі жұртының ру-тайпалары: печенег, кимак, қыпшақ, оғыз, иемек, башқұрт, басмыл, қай, ябғу, татар, қырғыз, шігіл, тухси, яғма, шарух, ұйғыр, таңғұт, кидан тағы да басқа тайпалар туралы мағлұматтарға тоқталған. Сонымен қатар мақалада Түрік қағанаттарының орталықтары болған қазақ жеріндегі ортағасырлық қалалар жөнінде жазылған.

Негізгі сөздер: Орта ғасырлық, Алтай жері, Түркі қағанаттары, түркі мемлекеттері, ортағасырлық қалалар.

СРЕДНЕВЕКОВЫЙ КАЗАХСТАН И ТЮРКСКИЙ МИР

Асқар Абдуалы, Рахат Тобаджанов
М.Х. Таразский государственный университет им. М.Х. Дулати
trt.84@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В статье рассказывается о Родине древнетюркских народов Алтая и о месте Тир-Алтая для народов тюркского мира.

Во второй половине VI века была создана всемирно известная турецкая империя, охватывающий период от Кореи до Черного моря. Авторы делают вывод о том, что турки в этот период стали известны на Всемирной исторической арене одним из основных видов хозяйства, производством железа. Турки держали под контролем основную часть шелковой торговли, поставляющей шелк из Китая в страны Средиземноморья. Основные направления этих дорог прошли через территорию современного Казахстана.

В статье рассмотрены вопросы средневекового периода тюркского периода, одним из главных этапов казахской истории. В ходе мероприятия был проведен всесторонний анализ истории возникновения этнонима «Түрік», создания тюркских каганатов и истории тюркских народов с VI до XII века. Приведены данные о том, что турки связаны с голодным племенем. В состав тюркских племен входят более 20 племен тюркских племен: печенег, кимак, кыпчак, огуз, иемек, башкортостан, басмыл, қай, ябгу, татарский, киргизский, шигиль, тухси, яғма, шарх, уйгурский, тангут, кидан и другие. В статье также говорится о средневековых городах на казахской земле, где были центры тюркских каганатов.

Ключевые слова: средневековые, алтайские земли, тюркские каганаты, тюркские государства, средневековые города.

MEDIEVAL KAZAKHSTAN AND THE TURKIC WORLD

AskarAbdualy, RahatTobadzhonov
Taraz state University named M. Kh. Dulati
trt.84@mail.ru

ANNOTATION

The article describes the Homeland of the ancient Turkic peoples of Altai and the place of TIR-Altai for the peoples of the Turkic world.

In the second half of the VI century, the world-famous Turkish Empire was created, covering the period from Korea to the Black sea. The authors conclude that the Turks in this period became known in the world historical arena as one of the main types of economy, the production of iron. The Turks controlled the bulk of the silk trade, supplying silk from China to the Mediterranean countries. The main directions of these roads passed through the territory of modern Kazakhstan.

The article deals with the medieval period of the Turkic period, one of the main stages of the Kazakh history. During the event, a comprehensive analysis of the history of the ethnonym "Tyrik", the creation of Turkic khanates and the history of the Turkic peoples from VI to XII century was carried out. The data that the Turks are associated with a hungry tribe are given. Part of the Turkic tribes includes more than 20 tribes of Turkic tribes: peachiness, gimag, kipchak, oghuz, yemek, bashkortostan, basmyl, kai, yabgu, tatar, kirghiz, shigil, tukhsi, yagma, sharh, uighur, tangut, gidanand other. The article also refers to the medieval cities in the Kazakh land, where there were centers of Turkic Khanate.

Key words: medieval, land of the Altai, the Turkic Kaganate, the Turkic States of the medieval city.



ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И АСПЕКТЫ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА

Бинали Мамоев
доцент, Университет иностранных языков и деловой карьеры Алматы
akku2006@inbox.ru

АННОТАЦИЯ

В познавательном туризме человек в реальности встречается с тем, о чем он только читал или что видел по телевидению. Эта встреча с реальностью оказывается гораздо более запоминающейся и воздействующей на его воображение, чем прочитанные книги и увиденные фильмы. Новые впечатления позволяет человеку заново осмыслить свой жизненный путь, увидеть новые горизонты, получить новые стимулы для творческого самовыражения. Туристов привлекают известные архитектурные памятники, особенности городских ландшафтов и образа жизни наиболее известных мегаполисов. Ознакомительные поездки в другие страны совершают десятки миллионов людей.

Ключевые слова: Познавательный туризм, культурный туризм, архитектурные памятники

ANNOTATION

In this article we have search the informative tourism as well. Nowadays, a person meets with what he just read or saw on television. This encounter with reality turns out to be much more memorable and influences his imagination than read the books and watch the films. New impressions allow a person to rethink his life path, see new horizons, get new incentives for creative self-expression. Tourists are attracted by famous architectural monuments, especially urban landscapes and lifestyle of the most famous megalopolises. Well known that tens of millions of people make study tours to other countries.

Key words: Informative tourism, cultural tourism, architectural monuments



«АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА»

Сапарғалиев С.К.

Доцент кафедры «Экономики и управления»
Университет иностранных языков и деловой карьеры

АННОТАЦИЯ

Глобальные изменения в нашем обществе в последние десятилетия имели весьма противоречивые последствия, которые выразились в изменении структуры общества, когда большая часть населения страны оказалась в самом низу социальной лестницы. Речь идет в первую очередь о появлении таких уязвимых в социальном плане категориях населения как безработные, инвалиды, пенсионеры, дети и подростки из малообеспеченных семей, которые не находят надлежащей поддержки в сфере туризма, со стороны государства и общества. В статье проведен тщательный анализ современного состояния социального туризма и определены возможные пути реализации системных преобразований в данной сфере.

Ключевые слова: Социальный туризм, социальный приоритет, стационарные лагеря, экономическая трансформация, люди с ограниченными возможностями, медико-социальная и психологическая реабилитация.

ANNOTATION TO THE ARTICLE

This article is dedicated to the global changes in our society. In recent decades have had very contradictory consequences, which have been expressed in changing the structure of society, when most of the country's population found itself at the bottom of the social ladder as well. It is primarily about the emergence of such socially vulnerable categories of the population as the unemployed, the disabled, pensioners, children and adolescents from low-income families who do not find adequate support in the field of tourism from the state and society. In the article we tried to analyse the current state of social tourism and identified possible ways to implement systemic transformations in this area.



ЗАМАНАУИ ТУРИСТІК ИНДУСТРИЯНЫ ДАМУ

Нұртаза Айсұлу Нұртазақызы

Шет тілдер және іскерлік карьера университеті, «Туризм» мамандығы 1 – ші курс магистранты
aysulu.nurtaza@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Мақалада қазіргі нарық заманындағы туризмнің дамып келе жатқан негізгі салалары мен негізгі заманауи индустриясының қарқынды дамуының міндеттері мен өзекті мәселелері қарастырылған. Зерттеу пәні ретінде туризмнің құзыреттілік саласына байланысты құқықтары мен нормалары және техникасы, институционалдық немесе мүдделі тарап мәселелері талданған. Зерттеу нәтижесінде экономиканың басты саласы болып табылатын туристік қызметтің даму жолдары мен туризм саласында басқаруды жүзеге асырудың кезеңдері және туристік аймақтарды тұрақты басқаратын шешімдердің дұрыстығы толықтай зерттелген.

Негізгі сөздер: туризм, экономика, рекреация, индустрия, институционалдық, экологиялық элемент, туристік ресурс.

ABSTRACT

The article deals with topical issues and challenges of the rapidly developing industry of modern tourism and the main contemporary industries.

The subject of the research is the issues of the competencies of tourism related to the rights and the norms and techniques, institutional or stakeholder issues.

As a result of the research, the ways of development of tourist activity and the stages of management in the field of tourism and the correctness of the decisions that permanently control the tourist zones, which are the main branches of the economy, are fully studied.

Key words: tourism, economy, recreation industry, institutional, ecological element, tourist resource.

ЗАМАНАУИ ТУРИСТІК ИНДУСТРИЯНЫ ДАМУ

Нұртаза Айсұлу Нұртазақызы

Шет тілдер және іскерлік карьера университеті, «Туризм» мамандығы 1 – ші курс магистранты
aysulu.nurtaza@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Мақалада қазіргі нарық заманындағы туризмнің дамып келе жатқан негізгі салалары мен негізгі заманауи индустриясының қарқынды дамуының міндеттері мен өзекті мәселелері қарастырылған.

Зерттеу пәні ретінде туризмнің құзыреттілік саласына байланысты құқықтары мен нормалары және техникасы, институционалдық немесе мүдделі тарап мәселелері талданған.

Зерттеу нәтижесінде экономиканың басты саласы болып табылатын туристік қызметтің даму жолдары мен туризм саласында басқаруды жүзеге асырудың кезеңдері және туристік аймақтарды тұрақты басқаратын шешімдердің дұрыстығы толықтай зерттелген.

Негізгі сөздер: туризм, экономика, рекреация, индустрия, институционалдық, экологиялық элемент, туристік ресурс.

ABSTRACT

The article deals with topical issues and challenges of the rapidly developing industry of modern tourism and the main contemporary industries.

The subject of the research is the issues of the competencies of tourism related to the rights and the norms and techniques, institutional or stakeholder issues.

As a result of the research, the ways of development of tourist activity and the stages of management in the field of tourism and the correctness of the decisions that permanently control the tourist zones, which are the main branches of the economy, are fully studied.

Key words: tourism, economy, recreation industry, institutional, ecological element, tourist resource.



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ТУРИСТІК ФИРМАЛАРДА ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕНІ ҚОЛДАНУДЫ ЖЕТІЛДІРУ

Адамбекова Мулдір Рахматиллаевна

Педагогика ғылымдарының магистрі

Шет тілдер және іскерлік карьера университеті

Moldir_kza@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Туристік бет-бейнені жоғарғы деңгейде қалыптастыру үшін туристік фирмаларда соңғы үлгідегі шетелдік тәжірибені елімізде жетілдіруді қолдау орталықтарын ұйымдастыру, сондай-ақ шет елдегі озық үлгідегі қызмет деңгейін елімізде қолдану, саланың дамуына ықпал ететін мүмкіншіліктерді арттырады.

ANNOTATION

In order to form a tourist image at a high level, the organization of centers to support the improvement of the country's latest foreign experience in tourist firms, as well as the use of the country's advanced level of activity abroad, will increase the opportunities that contribute to the development of the industry.

Негізгі сөздер: стратегия, тәжірибе, туристік фирма.



POLITICAL ASPECTS OF INTERNATIONAL TOURISM

Шет тілдер және іскерлік карьера университетінің
аға оқытушысы Каримсаков А.О.

АҢДАТПА:

Бұл мақалада халықаралық туризмді дамытуға әсер ететін саяси факторлар мен олардың ықпал ету ерекшеліктері қарастырылады, Орталық Азия елдеріндегі халықаралық туризмді дамыту мәселелері, сондай-ақ олардың туризм саласындағы мемлекеттік саясаты талданады. Автор халықаралық туризмді дамытудағы мәселелерді шешудің негізгі жолдарының бірі ретінде қоғамдық дипломатия ресурстарын белсенді тарту көзқарасын ұстанады.

Түйін сөздер: халықаралық туризм, туристік тартымдылық, халықаралық ынтымақтастық, сыртқысаяси имидж, қоғамдық дипломатия.

АННОТАЦИЯ:

В данной статье рассматриваются политические факторы и особенности их влияния на развитие международного туризма, анализируются проблемы развития международного туризма стран Центральной Азии, а также их государственная политика в области туризма. Автор придерживается позиции активного привлечения ресурсов публичной дипломатии, как один из основных способов решения проблем в области развития международного туризма.

Ключевые слова: международный туризм, туристская привлекательность, международное сотрудничество, внешнеполитический имидж, публичная дипломатия.

ABSTRACT:

This article discusses the political factors and features of their impact on the development of international tourism, analyzes the problems of international tourism in Central Asia, as well as their state tourism policy. The author adheres to the position of actively attracting public diplomacy resources as one of the main ways of solving problems in the development of international tourism.

Key words: international tourism, tourist attraction, international cooperation, foreign policy image, public diplomacy.



ПАВЛОДАР Өңіріндегі тарихи маңызы жоғары нысандарының туризм дамуындағы алатын орны

Динара Дәуітқызы Есимова
С.Торайғыров атындағы Павлодар Мемлекеттік Университеті
п.ғ.к., қауымдастырылған профессор География және туризм кафедрасының меңгерушісі

dika-73@mail.ru

Аяна Есім
С.Торайғыров атындағы Павлодар Мемлекеттік Университеті
студент
ayana_esimova99@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Мақалада Павлодар облысындағы тарихи маңызы жоғары нысандарына сипаттама бере отырып, шетелдік туристердің қызығушылығына ие орындардың категориялары анықталады. Ертіс маңы өңіріндегі Сакральды орындарды анықтау бойынша сілтемелерге сүйене отырып, нысандардың туризмдегі алатын орнына ғылыми түрде негіз берілді. Сонымен қатар, Павлодар өңіріндегі көне орындар, діни маңызы бар нысандар, киелі орындарға тоқталынды. Павлодар өңіріндегі «Павлодар облысының киелі географиясы» жобасының жүзеге асырылуына байланысты анықталған нысандарға да сипаттама беріледі. Жалпы Павлодар өңірі тарихи, көне және киелі орындардың ұсынылған тізімі жинақталып, олардың туризм дамуындағы алатын ролі бағаланған. Сонымен қатар, тарихи маңызы жоғары нысандар көмегімен сакральды туризмді дамыту, өңірдің танымдылығын арттыру бойынша бағалы мәліметтер берілген.

ANNOTATION

The article describes the categories of attractions of foreign tourists, describes the objects of high historical significance in the Pavlodar region. On the basis of references to the definition of sacral points in the suburb of Irtysh, a scientific base was provided for the placement of objects in tourism. Besides, discussed ancient sites, religious sites, holy places of Pavlodar region. Also the objects revealed in connection with the implementation of the project "The Holy Geography of Pavlodar Region" will be described. In general, Pavlodar region summed up the list of historical, ancient and sacred sites and their role in the development of tourism. In addition, valuable data on the development of sacred tourism, raising awareness of the region are also provided with valuable objects.

Негізгі сөздер: сакральды география, тарихи нысандар, киелі орындар, сакральды туризм, Павлодар өңірі.



PERSPECTIVES OF USING OF THE SOCIAL MEDIA IN THE MARKETING WITHIN TOURISM INDUSTRY IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

BekbolatKair
Master of Science in Marketing and Strategy
Taraz Innovation and Humanities University
Kair_bekbolat@mail.ru

AkmaralSarsenova
Candidate of Economic Science
Taraz Innovation and Humanities University
Sakmaral887@gmail.com

ABSTRACT

In the new global economy the rapidly developing area of social media has a significant impact on business sphere including the tourism industry. Despite the high popularity of internet-based resources and the increasing number of researches on the social media application in business, there is still the lack of academic studies on this issue in context of Kazakhstan. Cultural, educational, demographical, financial as well as political aspects have high level of probability to strongly influence the success of the adoption of social media within the industry. This study aims to explore the possible areas of application of social media as a marketing tool within the tourism industry in the Republic of Kazakhstan. Also, the research performs the set of practical recommendations for the tourism industry workers to provide greater value to customer and maximize its profits. Apart from the obvious areas where the social media can be used such as segmentation, communication and promotion, the current research shows the role of the social media as an important factor affecting the customer experience that gains the

popularity inmarketing.

Keywords: Social media, demographic, Kazakhstan, tourism, internet, online



ПРОГРАММНАЯ СТАТЬЯ «РУХАНИ ЖАҢҒЫРУ» КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЖАМБЫЛСКОЙ ОБЛАСТИ

Gulmira AKHATOVA, Сауле КУНГУРОВА
Master, M.Kh. DulatyTaraz State University,
E-mail: omarova-69@bk.ru

АННОТАЦИЯ

Опираясь на программную статью Первого Президента РКН.А.Назарбаева «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания», автор анализирует механизмы модернизации общественного сознания на основе идеи сохранения национальной идентичности. Обзор историографии, развития образования, науки и культуры в советский период, позволяет автору данной статьи сделать вывод о том, что в указанное время имели место сознательное изживание и уничтожение традиций, идеологический контроль над духовной жизнью общества, манипулирование сознанием, уничтожение инакомыслия на протяжении всего двадцатого века. Автор статьи дает определение понятию «национальная идентичность», проводит анализ данного понятия в период существования СССР, показывает, как изменилось содержание данного понятия в период независимого существования Казахстана. В ходе анализа национальной идентичности автор выявляет сущность национально-генетического кода и доказывает, что данный код является стержнем, соединяющим прошлое, настоящее и будущее казахского народа. Посредством сопоставительного анализа автор проследила эволюцию понятия «национальная идентичность», охватив период с начала двадцатого века по настоящее время. По мнению автора статьи, в настоящий период, начиная с момента обретения Казахстаном независимости, в республике начались процессы национально-культурного возрождения. Сущность национального возрождения раскрыта в статье Лидера Нации, ориентированной на возрождение духовных ценностей казахстанцев, в частности, национальной культуры, традиций, обычаев и обрядов, национальной идентичности. В сохранении национальной идентичности автор отводит особую роль развитию языка как органа национального самосознания. В этой связи смена алфавита имеет важное значение. Автор также приходит к выводу о том, что переход казахского письма на латиницу, о котором речь идет в статье Первого Президента РК Н.А. Назарбаева, внесет весомый вклад в дело сближения Казахстана с тюркоязычным миром, а также на повышение глобальной конкурентоспособности казахстанцев и развитию туризма в Казахстане.

В заключении автор подчеркивает, что достижение основной цели, которую Лидер Нации ставит перед республикой возможно при «примирении полюсов» - современного глобального мира и национального - генетического кода.

DEVELOPMENT OF TOURISM IN KAZAKHSTAN WITHIN THE FRAMEWORK OF THE « SPIRITUAL RENEWAL» PROGRAM

ANNOTATION

Relying on the program article by the country's head N.A. Nazarbayev "Glance at the future: modernization of the social consciousness", the author analyzes social consciousness mechanics of modernization on the basis of national identity idea maintenance. Historiography overview, education, science, and culture development at Soviet times allows the author of this article draw the conclusion that conscious elimination and tradition destruction, ideological control on the spiritual life, conscious manipulation, dissidence destruction were taking place during the whole 20th century. The author of the article gives a definition to a concept of "a national identity", conducts analysis of the given concept, in the period of the USSR existence, and shows how the content of the given concept has changed during the period of Kazakhstan independent existence. The author, during the procedure of analysis, elicits the essence of national genetic code and proves that the given code is a core which links past, present, and the future of the Kazakh nation. The author has observed the "national identity" definition of evolution through competitive analysis covering the period from the beginning of the twentieth century to present

times. In the opinion of the author of the article, the process of national - cultural revival have started in the republic at that time since Kazakhstan got the independence. Existence of national revival is revealed in the article of the The firstpresident of Kazakhstan Republic which focuses on spiritual customs revival of the Kazakhs values, particularly the national culture, traditions, customs and ceremonials and national identity as well. In order to maintain the national identity, the author gives a main role to the development of the language as a body of national self-consciousness. This way the alphabet change has a significant role. The author also concludes that the conversion from Kazakh alphabet to Latin, which is discussed in the article by the country's head, N.A. Nazarbayev, will contribute significantly in the approach of Kazakhstan to Turkic world. In the conclusion, the author highlights that the achieving of the main goal, which is put in front of the public by the Leader of the Nation, is possible at "conciliation of poles" – a modern global world and national-genetic code.

Key words:,revival, national culture, national identity, globalization, oven prices.



ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИСТІК ИНДУСТРИЯНЫ ДАМУДЫҢ АЛҒЫ ШАРТТАРЫ ЖӘНЕ ОНЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚОЛДАУ

Молдатаева Лида Ихласовна
М.Х.Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті, магистр
E-mail:mlida_1973@mail.ru

Аннотация

Бүгінгі таңда, жаһандану үдерісі арқасында, әлемдік экономикада туризм басты рөлдің бірін атқарап отыр. Дүниежүзілік Туристік Ұйымның (ДТУ) деректеріне назар аударып қарасақ, туризмнен түсетін пайданың орасан зор екендігін көріп отырмыз. Тіпті туризмнен түскен табыс мұнай, мұнай өнімдері және автомобиль экспортының табысынан кейін тұрақты үшінші орында екендігі айтылып келеді.

Сондай әлемдік туристік индустриядағы қол жеткен жетістіктерді көре отырып, біздің елімізде де туризмді дамытудың қажеттілігі туындайтындығы заңдылық. Еліміздің нарықтық экономикаға өткендігін және әлемдік елдермен қарым-қатынастарының артқандығына байланысты туристік индустрияны ұйымдастырудың нақты кезеңінің басталғандығы даусыз.

Зерттеудің мақсаты жергілікті демалыс орындары мен маршруттардағы туристік экскурсиялық қызмет көрсету мекемелері атқаратын жұмыстарын анықтау. Зерттеуде демалыс орындарындағы туристерге, мәдени-танымдық, сауда қызметтерін көрсететін мекемелердің, материалдық-техникалық базаларды құру және туризм сферасына біліктілігі жоғары мамандар дайындайтын мекемелердің функциялары анықталды.

Қазақстанда туристік индустрияны дамытудың алғы шарттары және оны экономикалық қолдау қажеттілігі қарастырылды.

Кілттік сөздер:Туризм, туристік индустрия, мәдени-танымдық, сауда қызметтерін көрсету, туризмге мамандар дайындау, туризмді экономикалық қолдау.



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУДИОГИДОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЖАМБЫЛСКОЙ ОБЛАСТИ

Наталья Чернявская
Таразский государственный университет имени М.Х.Дулати, к.т.н.
E-mail:chnp.tarsu.kz@gmail.com

Валерий Яшинский
Таразский государственный университет имени М.Х.Дулати, магистр

АННОТАЦИЯ

Сегодня туристы активно осваивают новые технологии, доступный интернет и smart-технологии могут обеспечить высокий уровень удобства, интерактивности и персонализации услуг. Большинство объектов культурного наследия также находятся в процессе перехода от традиционной туристической структуры к интеллектуальной, благодаря включению информационно-телекоммуникационных технологий в физическую инфраструктуру.

Одним из перспективных вариантов развития считается использование обновленных версий аудиогидов, распространяемых не только в виде специальных устройств, но и в формате интернет приложений для смартфонов. Аудиогиды широко распространены за рубежом и с развитием туризма они все больше появляются в Казахстане. Одним из преимуществ аудиогидов является получение персонализированного образовательного опыта в своем собственном темпе.

Целью исследования определено изучение современного рынка и востребованности аудиогидов различного формата, в том числе мобильных приложений для повышения туристской привлекательности региона. В работе определены основные драйверы рынка разработки мобильных приложений и поставщики портативных аудиогидов.

Портативные аудиогиды являются одним из сервисов и обычно предоставляются за отдельную плату. Рассмотрен рынок современных мобильных экскурсионных приложений, выявлены как преимущества, так и некоторые общие недостатки - неполный объем информации, способ подачи и отсутствие интеракции. Использование аудиогидов туристами, а также и их предложение со стороны туристических фирм происходит не столь активно, что подтверждается проведенным в ходе исследования опросом представителей турфирм и самих туристов, находящихся в городе Тараз. В статье анализируются причины низкого использования аудиогидов, подтверждается многофункциональность аудиогидов, рассматриваются пути улучшения их функциональности (удобство использования, интерактивность и социальные функции), в том числе для разработчиков программ.

Ключевые слова: аудиогид, портативные аудиогиды, мобильные приложения для экскурсий, использование аудиогидов, объекты культурного наследия, smart-туризм

THE USE OF AUDIO GUIDES FOR INCREASING THE TOURIST ATTRACTIVENESS ON THE EXAMPLE OF THE ZHAMBYL REGION

Natalya Chernyavskaya

M.Kh.Dulaty Taraz State University, PhD

E-mail: chnp.tarsu.kz@gmail.com

Valery Yashinsky

M.Kh.Dulaty Taraz State University, master

E-mail: v_ler_a@mail.ru

ABSTRACT

Nowadays, tourists are actively recognizing new technologies; available Internet and smart technologies can provide a high level of convenience, interactivity and personalization of services. Most cultural heritage objects are also in the process of transitioning from a traditional to an intellectual tourism structure, due to the incorporation of information and telecommunications technologies into the physical infrastructure.

One of the promising development options is using updated versions of audio guides, distributed not only in the form of special devices, but also in the format of Internet applications for smartphones. Audio guides are widely distributed abroad and with the development of tourism, they are increasingly appearing in Kazakhstan. One of the advantages of audio guides is to get a personalized educational experience at your own pace.

The aim of the study is to learn the current market and the demand for audio guides of various formats, including mobile applications to increase the tourist attractiveness of the region. The paper identifies the main drivers of the mobile application development market and suppliers of portable audio guides.

Portable audio guides are one of the services, which are usually provided for a fee. The market of modern mobile excursion applications is considered; both advantages and some general shortcomings are revealed - an incomplete amount of information, a method of presentation and the absence of interaction. Using audio guides by tourists, as well as their offer from travel companies, is not so active, as evidenced by a survey of representatives of travel agencies and tourists in the city of Taraz conducted during the study. The article analyzes the reasons of low use of

audio guides, confirms the multifunctionality of them, and discusses ways to improve their functionality (usability, interactivity and social functions), including for program developers.

Key words: audio guide, portable audio guides, mobile apps for excursions, using of audio guides, cultural heritage objects, smart tourism



ШУ ӨңІРІНІҢ ТАРИХИ ОРЫНДАРЫН ДАМУ

Толуева Айнаш Иманалина

«Жібек жолы мектеп-лицейі» КММ, Шу қаласы

Ainash_toleuova@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Қазақстан жері ерте замандардан бері отырықшы мәдениеттің пайда болған және оның дамыған аймағы. Олардың ішінде дүниеге әйгілі Ұлы Жібек жолындағы бірнеше түркі мемлекеттердің астанасы болған Афрасиаб, Бұхара, Өзкенд, Сужаб және Баласағұн қалалары. Өкінішке қарай, бұл қалалардың көпшілігінің орналасқан жерін анықтау өте қиынға соғып жүр. Ескі қалалардың, бекіністердің орындары Шу, Талас өзендерінің алқаптарында археологиялық ескерткіштер күйінде сақталып келген. Мезгіл ағымымен олардың көпшілігі өздерінің алғашқы атауларынан айырылған. Бізге ол қалалар құм, саз, топырақ басқан үлкенді - кішілі төбелер күйінде, сыры ашылмаған күйінде келіп жеткен.

Сондай жерастында қалғандардың бірі әлемге әйгілі тарихи Баласағұн қаласы. Оның қай жерде орналасқан анықтаумен шығыстанушы ғалымдар XIV ғасырдың басынан бері айналысуды. Баласағұн Батыс Түрік қағанатының басты астанасы, саяси, экономикалық және рухани мәдениеттің орталығы болғаны тарихи деректерден белгілі. Сондықтан да Баласағұнның тұрған жерін анықтаудың тарихи да, ғылыми да зор мәні бар екенін есте сақтап, оны іздеуге көп көңіл бөлінді.

Өткен тарихымызды білмей бүгінгі тірлігіміздің қасиетін бағалай алмаймыз, ал онсыз ертеңгі өміріміздің сезіну де қиын. Тарихсыз халық жоқ, мәдениетсіз ел кездеспейді, қадыр - қасиетсіз жер болмайды. Бүкіл шежірелі Баласағұн қаласының тарихы, тамыры тереңде жатқанын жақсы білеміз.

Халықтың тарихы, мәдениеті, дүние танымы, тіршілік ағымы біртұтас дүние. Сондықтан, барлық деректерді зерттеп, құпия сырларын ашып, тарихи ескерткіш ретінде жаңартылуына ықпал ету үшін біршама жұмыстар жасалды.

Негізгі сөздер: Ұлы Жібек жолы, археологиялық ескерткіштер, Батыс Түрік мемлекетінің астаналары, географиялық атаулар, ортағасырлық қалалар, молалар, бекіністер, сарайлар, тұрақты мекендер, туризм,, бюджет, табыс, патриотизм.

DEVELOPING OF HISTORICAL PLACE IN SHU REGION

Ainash Toleuova

“Zhibek zholy school-lyceum”

ANNOTATION

Kazakhstan is a developed and developed region of ancient culture. Among them are Afrasiab, Bukhara, Uzgen, Sujab and Balasagun, the capital of several Turkic states on the Great Silk Road. Unfortunately, most of these cities are difficult to locate. Places of ancient cities, fortresses have been preserved as archeological monuments in the Chu and Talas rivers. Periodically, many of them have lost their original names. We have come to these cities in the form of sand, clay, and, sand-climbing clay.

One of the underpasses is the world-renowned Balasagun city. Orientalist scientists have been exploring since the beginning of the XIV century, determining where they are located. Historically, Balasagun is the main capital of the Western Turkic Kaganate, a center of political, economic and spiritual culture. That is why, I have come to my senses as to the fact that the dating of Balasagun is historically and scientifically important, and I have given much attention to its search.

Without knowing our past history, we can not appreciate the quality of our present life, without which it is difficult to feel our future. There is no history without a people without a culture, and no dignity is a place of honor. We know the history and history of the entire history of Balasagun.

The history ,culture ,world-wide knowledge of the people , the flow of life is a common world . So I think some work has been done to study all the data, to reveal secrets and to be updated as historical count.

ШҰ ӨңІРІНІҢ ТАРИХИ ОРЫНДАРЫН ДАМУ

АННОТАЦИЯ

Қазақстан жері ерте замандардан бері отырықшы мәдениеттің пайда болған және оның дамыған аймағы. Олардың ішінде дүниеге әйгілі Ұлы Жібек жолындағы бірнеше түркі мемлекеттердің астанасы болған Афрасиаб, Бұхара, Өзкенд, Сужаб және Баласағұн қалалары. Өкінішке қарай, бұл қалалардың көпшілігінің орналасқан жерін анықтау өте қиынға соғып жүр. Ескі қалалардың, бекіністердің орындары Шу, Талас өзендерінің алқаптарында археологиялық ескерткіштер күйінде сақталып келген. Мезгіл ағымымен олардың көпшілігі өздерінің алғашқы атауларынан айырылған. Бізге ол қалалар құм, саз, топырақ басқан үлкенді - кішілі төбелер күйінде, сыры ашылмаған күйінде келіп жеткен.

Сондай жерастында қалғандардың бірі әлемге әйгілі тарихи Баласағұн қаласы. Оның қай жерде орналасқан анықтаумен шығыстанушы ғалымдар XIV ғасырдың басынан бері айналысуда. Баласағұн Батыс Түрік қағанатының басты астанасы, саяси, экономикалық және рухани мәдениеттің орталығы болғаны тарихи деректерден белгілі. Сондықтан да Баласағұнның тұрған жерін анықтаудың тарихи да, ғылыми да зор мәні бар екенін есте сақтап, оны іздеуге көп көңіл бөлінді.

Өткен тарихымызды білмей бүгінгі тірлігіміздің қасиетін бағалай алмаймыз, ал онсыз ертеңгі өміріміздің сезіну де қиын. Тарихсыз халық жоқ, мәдениетсіз ел кездеспейді, қадыр - қасиетсіз жер болмайды. Бүкіл шежірелі Баласағұн қаласының тарихы, тамыры тереңде жатқанын жақсы білеміз.

Халықтың тарихы, мәдениеті, дүние танымы, тіршілік ағымы біртұтас дүние. Сондықтан, барлық деректерді зерттеп, құпия сырларын ашып, тарихи ескерткіш ретінде жаңартылуына ықпал ету үшін біршама жұмыстар жасалды.

Негізгі сөздер: Ұлы Жібек жолы, археологиялық ескерткіштер, Батыс Түрік мемлекетінің астаналары, географиялық атаулар, ортағасырлық қалалар, молалар, бекіністер, сарайлар, тұрақты мекендер, туризм,, бюджет, табыс, патриотизм.



SMART-TECHNOLOGIES IN MODERN EDUCATION

Абишева О.Т.

Профессор, доктор искусствоведения кафедры Художественное образование, КазНПУ им.Абая
artbura@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются проблемы использования интеллектуальных информационных технологий в образовательном процессе. В современных условиях возникает необходимость smart-образования как естественной тенденции в современном глобальном образовании: гибкость образования в интерактивных образовательных средах; персонализация и адаптация обучения; свободный доступ к контенту во всем мире. Smart-обучения достигается за счет использования технологических инноваций и Интернета, который предоставляет студентам возможность приобретения профессиональных компетенций на основе системного многомерного видения и изучения дисциплин с учетом их сложности и непрерывного обновления содержания. Интеллектуальная среда для студентов: интеллектуальная, междисциплинарно-ориентированная образовательная система непрерывного образования (Школа, вуз, корпоративное обучение): – адаптивная образовательная программа, портфолио; дополнительная информация о студентах; технология совместного обучения – создание знаний.

Ключевые слова: smart-технологии, информационные технологии, Интернет, непрерывное образование, технологические инновации, портфолио.

ANNOTATION

In this article, the author discusses the problems of using Smart information technologies in the educational process. In current conditions there is a necessity of smart education as a natural trend in contemporary global

education: flexibility of education in interactive educational environments; personalization and adaptation of learning; free access to content worldwide. Smart learning is achieved through the use of technological innovation and the Internet, which provides students with the opportunity to acquire professional competences on the basis of a systematic and multidimensional vision of the study subjects with regard to their complexity and continuous content updates. Smart environment for students: smart, interdisciplinary-oriented educational system of lifelong education (school, University, corporate training): – adaptive educational programme, portfolio; more information about students; technology of collaborative learning – creation of knowledge.

Keywords: Smart-technologies, information technologies, Internet, continuous education, technological innovations, portfolio.



ТӘНІРЛІК ДІН – ТҮРКІ ХАЛЫҚТАРЫНЫҢ МӘДЕНИ ОРТАҚ МҰРАСЫ, ОНЫҢ БҮГІНГІ ТАҢДАҒЫ ТАНЫМДЫҚ-ЭСТЕТИКАЛЫҚ КӨРІНІСІ

Абишева О.Т.

PhD, Өнертану докторы, қаум. Профессор

Жамалбек Гүлдана

6M041600 –«Өнертану» мамандығының 1 курс магистранты, Абай атындағы ҚазҰПУ
Zhamalbek.danaaa@mail.ru

АНДАТПА

Бұл мақалада әлемнің төрттен бір бөлігі ұстанатын ислам дінінің өнермен байланысы туралы сөз қозғайтын боламыз. Діннің өнерге тигізген ықпалы, олардың өзара қарым-қатынасы жайлы және де бейнелеу өнерімен қоса діннің жазба әдебиетіне деген әсерін талқылаймыз. Діни өмірдің және күнделікті тұрмыс – тіршіліктің сипатты белгілерін анық бере отырып, мұсылман көркем суретінің шеберлері, рухани - өнегелік бағыты бар, өз мәнерлігін айшықтап, оның композициясы бірегей ойлаудың ерекше тереңділігімен, саналы шынайылығымен ерекшелентіні жайлы ой қозғадық. Гуманистік идеалдар, жоғары Исламдық руханилық, білімге деген құштарлық, ақылдың қуатты күші, әдемілік пен қоршаған әлемнің әралуандылығын тамашалау қабілеті – міне бұлар, мұсылмандарайқын көрсете білген мәселелер болып табылады.

Түйін сөздер: өнер, дін, ислам өркениеті, көркем бейнелеу, мәдениет, ислам діні, әдебиет, діни дастан, қарым-қатынас, ықпалдастық.

ANNOTATION

In this article we will analyze the reflection of art in Islam, the revival of its genres in the eastern countries and the advancement. Islam is the youngest and second largest adherents, a world monotheistic religion in which art flourishes every year. In the article we will consider art in a broad aspect, not only in painting but also in the reflection of Islam in Kazakh folklore.

Key words: religion, art, interconnection, Eastern culture, Islam, Islamic culture, folklore, reflection.



ЗАНЯТОСТЬ В СФЕРЕ ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА

к.э.н. доцент Смагулова К.Р., Таразский Государственный Университетим. М.Х.Дулати
магистр экономики Байұзакова Г.И., Казахский Университет Международных отношений и Мировых языков
им. Абылай хана

Занятость населения является одной из значимых характеристик экономики, а также благосостояния народа. Проблема занятости трудоспособного населения рассматривается как одна из наиболее важных, так как напрямую связана с перспективами социальной стабильности государств. Государственная политика занятости населения — это часть социально-экономической политики развития страны. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие. Туристическая сфера — это своеобразный катализатор социально-экономического развития страны.

В Казахстане туризм начинает развиваться. Страна располагает большим потенциалом для всех видов туризма и развитие этой отрасли имеет решающее значение для рынка труда и занятости населения республики.

EMPLOYMENT IN THE FIELD OF TOURISM IN KAZAKHSTAN

Employment is one of the significant characteristics of the economy, as well as the welfare of the people. The problem of employment of the working-age population is considered as one of the most important, as it is directly related to the prospects of social stability of states. The state employment policy is part of the country's socio-economic development policy. In many countries, tourism plays a significant role in shaping the gross domestic product, creating additional jobs and providing employment for the population. Tourism has a huge impact on such key sectors of the economy as transport and communications, construction, agriculture, production of consumer goods and others. The tourism sector is a kind of catalyst for the socio-economic development of the country. In Kazakhstan, tourism is beginning to develop. The country has great potential for all types of tourism and the development of this industry is crucial for the labor market and employment of the population of the republic.



ЖАМБЫЛ ОБЛЫСЫНДА ІШКІ ТУРИЗМДІ ДАМУ

Смагулова Кулжихан Разиновна э.ғ.к., доцент

М.Х.Дулати Тараз мемлекеттік университеті, Тараз қ, Қазақстан

kulzhexan@mail.ru

ТҮЙІНДЕМЕ

Нақты мақалада Қазақстанда туризмді дамыту мәселелері қарастырылады. Елде экономиканың қолайлы өсуін жетілдіру үшін туризмге үлкен көңіл бөліну қажет. Туризм сала ретінде ел бюджетінің валюталық түсімдеріне әсер етеді. Бүгінгі таңда бізде негізінен шығу туризмі дамыған. Басым бағытты ішкі және шығу туризмі алуы тиіс. Жамбыл облысының тарихи-сәулет объектілері және рекреациялық ресурстарымен туризмнің осы түрлеріне қызығушылық танытады. Көне Тараз қаласына 2000 жылдан астам уақыт болды, сондай-ақ UNESCO күзетілетін ескерткіштер тізіміне енген бірнеше тарихи-сәулет объектілері де бар. Аймақ сирек кездесетін қызғалдақ түрлерінің отаны. Өңірдің туристерінің тартымдылығын арттыру үшін, Тараз қаласында тағы бір туризм нысаны болатын көрме бақшасын құру мүмкіндігі бар. Бұл бақшада қызғалдақтың барлық түрлерін ұсынуға болады.

Түйін сөздер: кіру туризмі, көрме бақшасы, ішкі туризм, қызғалдақ, "Жібек Жолы", Ежелгі Тараз, тарихи-сәулет объектілері, мәдени-тарихи мұра.

ANNOTATION

This article discusses the development of tourism in Kazakhstan. With acceptable rates of economic growth in the country there is a need to change the structure of it, and great attention is paid to tourism. Tourism as an industry has an impact on foreign exchange earnings to the state budget. Today, we have mainly developed outbound tourism. Priority should receive domestic and inbound tourism. Zhambyl region with its historical and architectural objects and recreational resources is interesting for these types of tourism. The ancient city Taraz is more than 2000 years old, and there are a few historical and architectural sites in city included in the list of protected monuments.

UNECKO. The region is home to rare species of tulips. To make the region more attractive for tourists we see the opportunity to create in the city of Taraz expo garden, which will be another tourist destination. In this garden you can imagine all kinds of tulips.

Keywords: entrance tourism, exhibition garden, internal tourism, tulips, "Silk Road", Ancient Taraz, historical and architectural objects, cultural and historical heritage.



РАЗВИТИЕ АКТИВНОГО ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

Айжан Утарбаева., Алина Жагловская., Гульмира Сатыбалдиева., Казбек Шупшибаев., Асхат Куатбаев
Казахский агротехнический университет имени С.Сейфуллина
a.utar@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются перспективы развития активного экологического туризма на территории Республики Казахстан. Развитие данного направления туризма заложено в рамках государственной политики развития туристической отрасли в Казахстане. Наиболее перспективными местами для активного экологического туризма в Республике являются Алматинская, Восточно– и Северно - Казахстанские области. Особое внимание авторами статьи уделено перспективам развития экотуризма Северного Казахстана, в частности Акмолинской и Павлодарской областей и применения кластерного подхода в организации туризма на различных территориальных уровнях. Туристский кластер – это сосредоточение в рамках одной ограниченной территории взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с индустрией туризма и рекреационными услугами. Согласно кластерному подходу каждый туристский кластер должен организовать разработку нескольких туристских продуктов, но выбор и приоритеты туристских продуктов зависят от потенциалов развития каждого продукта в каждом кластере. В рамках активного экологического, в том числе экстремального туризма в Республике Казахстан необходимо развитие таких продуктов туризма как «Активный и познавательный отдых», «Отдых в горах и на воде» и «Кратковременный отдых».

Ключевые слова: активный экологический туризм, кластерный подход, Акмолинская Павлодарская области

ANNOTATION

The article discusses the prospects for the development of active ecological tourism in the territory of the Republic of Kazakhstan. The development of this direction of tourism is incorporated in the framework of the state policy of development of the tourism industry in Kazakhstan. The most promising places for active eco-tourism in the Republic are Almaty, East– and North Kazakhstan regions. The authors of the article paid special attention to the prospects for the development of ecotourism in Northern Kazakhstan, in particular, Akmola and Pavlodar regions and the use of the cluster approach in organizing tourism at various territorial levels. A tourist cluster is a concentration within one limited territory of interrelated enterprises and organizations engaged in the development, production, promotion and sale of a tourist product, as well as activities related to the tourism industry and recreational services. According to the cluster approach, each tourist cluster should organize the development of several tourist products, but the choice and priorities of tourist products depend on the development potential of each product in each cluster. Within the framework of active ecological, including extreme tourism in the Republic of Kazakhstan, the development of such tourism products as “Active and cognitive tourism”, “Tourism in the mountains and on water” and “Short-term tourism” is necessary.

Keywords: active ecological tourism, cluster approach, Akmola and Pavlodar regions



ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИЗМ САЛАСЫН ДАМУДАҒЫ МАРКЕТИНГТІК ЗЕРТТЕУЛЕР

Кудабаева Л.А. - аға оқытушы

АННОТАЦИЯ

Мақалада Қазақстандағы туристік қызметтегі маркетингті басқарудың теориялық және әдістемелік негіздері, туризмнің қалыптасып тұрақты дамуына мүмкіндік беретін туристік-рекреациялық ресурстармен қамтамасыз етуші болып табылса, екінші жағынан туризм арқылы әлеуметтік-экономикалық мәселелерін шешу өңір экономикасының өркендеуіне алғышарт жасай алатындай мүмкіндіктері бар мультипликативті нәтижеге ие болу ерекшелігі қарастырылған.

Туристік қызмет көрсетумен айналысатын фирмалар кіру, шығу, ішкі туризм түрлерімен қатар, виза және басқа да құжаттарды рәсімдеу, әуе, темір жол көлігіне билеттер сату, жеткізіп беру, туристерді өз көліктерімен тасымалдау, белсенді туризм түрлерімен айналысуда қажетті құрал-жабдықтарды жалға беру, сақтандыру, туристерді орналастыру, брондау, аударма қызметтері және басқа да қызмет түрлерін ұсынатыны, елімізге келуші туристерге ұсынылатын туристік өнімдер ішінде экологиялық, танымдық, жағажайлық және белсенді туризм түрлері басым, туристік фирмалар өз қызметтерін турларды сатудан түскен табыс көзі арқылы қаржыландыратыны сипатталған.

Сонымен қатар туристік фирмалар қызметіндегі маркетингті жетілдіруге байланысты жүргізілген теориялық-әдістемелік қалыптасуы, зерттеулер негізінде келесідей тұжырымдар мен ұсыныстар берілген.

Кілт сөздер: аймақ, әлеуметтік-экономикалық мәселелер, маркетинг, туризм, халықаралық туризм

ABSTRACT

The article presents the theoretical and methodological foundations of the marketing of tourism in Kazakhstan, the provision of tourism and recreation resources for the sustainable development of tourism, and the solution of socio-economic issues through tourism has a multiplicative effect that can potentially stimulate the economy of the region.

Along with entry, exit and domestic tourism, tourist service companies are given visa and other documents, air tickets, train tickets, consumables, transportation of tourists on their own, rental of necessary equipment in the field of active tourism, tourists are offered accommodation, booking, translation services and other types of tourism; ecological, educational, beach and active tourism is provided to tourists, travel companies finance their services through a source of income from the sale of tours.

The following theoretical-methodological formulas, based on the research, following the results of the follow-up and recommendations on marketing in the tourism agencies are described in this article too.

Key words: region, socio-economic issues, marketing, tourism, international tourism



ЖАМБЫЛ ОБЛЫСЫНДАҒЫ ЭТНОТУРИЗМДІ ДАМУДЫҒЫ ТАБИҒИ ЖӘНЕ ЛАНДШАФТТЫҚ ЖАҒДАЙЛАРЫ

А.Т. Дуйсембаева almira_toktanasar@mail.ru

А.А. Кадирбекова

Д.О. Аташева datasheva07@mail.ru

М. Х. Дулати атындағы Тараз Мемлекеттік Университеті

ТҮЙІНДЕМЕ

Жамбыл облысындағы этнотуризмді дамытудың табиғи және ландшафтық жағдайлары атты статьяда туризмнің тек демалудан басқа өзге елдердің тарихымен, мәдениетімен және ғасырлар бойы халықпен бірге жасасып келе жатқан салт-дәстүрі және әдет-ғұрпымен танысуды мақсат тұтумен жасалатын этнотуризм деп аталатын түрінің де маңызы зор. Туризм - бұл жан-жақты құбылыс, сондықтан оның әр түрлілігін сақтау маңызды. Туристік кәсіпкерлік және туризм индустриясы туристік орындарда маңызды іс-шаралар өткізуге дайын болуы керек. Мемлекет бұл мәселеде үйлестіруші рөлге ие болуы керек. Барлық

дәстүрлі тұрғын үй-тұрмыстық ғимараттарды, ұлттық киімдерді жергілікті тұрғындарды көре алады, дәстүрлі мерекелерге қатысады, ұлттық тағамдардан дәм татып, дәстүрлі кәдесыйлар өнімдерін сатып алады.

АННОТАЦИЯ

В статье "природные и ландшафтные условия развития этнотуризма в Жамбылской области", помимо отдыха, имеет большое значение и так называемый этнотуризм, заключающийся с целью знакомства с историей, культурой и традициями других стран и народами на протяжении веков. Туризм-это разностороннее явление, поэтому важно сохранить его разнообразие. Туристское предпринимательство и индустрия туризма должны быть готовы к проведению важных мероприятий в туристских местах. Государство должно иметь координирующую роль в этом вопросе. Все традиционные жилищно-бытовые здания, национальные костюмы могут увидеть местные жители, участвуют в традиционных праздниках, угощают национальными блюдами, покупают традиционные сувениры.

Негізгі сөздер: туризм, этнотуризм, этнос, салт-дәстүр, шатқал, әдет-ғұрып, бәйге, көкпар, ландшафт, киіз үй.



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЭКСТРЕМАЛДЫ ТУРИЗМДІ ДАМУ МҮМКІНДІКТЕРІ

Досымова Оразкуль Жумабаевна,
М.Х.Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті,
Тараз қ, Қазақстан
Orazkul_77@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Белсенді туризм көптеген демалыс түрлерінің бірі болып табылады. Туризмнің белсенді түрлері туристер арасында танымал. Көптеген адамдар таулардың, сарқырамалардың және тау шыңдарының сұлулығын көруді, тау өзендерімен төмен жүзу, тау шаңғыларымен түсу, осының арқасында туристер белсенді туризмге үйренуді қалайды. Ұзақ уақыт бойы белсенді туризм табиғатпен немесе спортпен тікелей байланысты болды. Өңірлерде белсенді туризмді дамыту бағыттары қаралды. Экстремалды туризмді дамыту үшін мүмкіндіктер мен жағдайлар ұсынылды.

Кілт сөздер: экстремалды туризм, туризм, туризм инфрақұрылымы, саяхат, туризм және демалыс аймақтары, спорттық туризм, емдік-сауықтыру туризмі, бос уақыт, серуен.

ANNOTATION

Active tourism is one of many types of recreation. Active forms of tourism are very popular among tourists. Many people prefer to enjoy the beauty of mountains, waterfalls and mountain peaks, down the mountain rivers, skiing and thereby tourists learn active tourism. For a long time active tourism was directly related to the nature or sports. There are considered the directions of active tourism development in the regions. Moreover, there are offered opportunities and conditions for the development of adventure tourism.

Keywords: adventure tourism, tourism, infrastructure of tourism, travel, tourism and recreation, sport tourism, health recreational-tourism, leisure, walking.



ПРИМЕНЕНИЕ ДРОНОВ И НОВЫХ ИТ ТЕХНОЛОГИИ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА ЖАМБЫЛСКОЙ ОБЛАСТИ

Галымжан Жапсарбеков
Таразский государственный университет имени М.Х.Дулати, к.т.н., PhD
E-mail: galymjan.73@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Одним из перспективных вариантов развития современного туризма в городе Тараз и Жамбылской области считается использование дронов, так называемых беспилотных летательных аппаратов, и новых технологии в виде специальных устройств, приложений для смартфонов. Современные туристы активно осваивают новые smart-технологии, которые обеспечивают высокий уровень удобства сервиса услуг. Многие объекты культурного наследия также находятся в процессе перехода от традиционной туристической структуры к интеллектуальной, благодаря включению информационно-телекоммуникационных технологий в инфраструктуру развития современного туризма.

Дроны широко распространены за рубежом и с развитием туризма они все больше появляются и в Казахстане. Одним из преимуществ применение беспилотных летательных аппаратов является получение персонализированного образовательного опыта с помощью которых туристы смогут увидеть различные памятники архитектуры и иные достопримечательности с высоты летящего квадрокоптера и почувствовать себя словно парящая в небе птица.

Целью исследования определено изучение современного рынка и востребованности применения дронов, в том числе мобильных приложений для повышения туристской привлекательности региона. В работе определены основные направления и виды проведения туристских экскурсий. Рассмотрен рынок современных экскурсионных приложений и программ, выявлены как преимущества, так и некоторые общие недостатки. Использование и применение дронов в области туризма для туристов, а также и их предложение со стороны туристических фирм происходит не столь активно, что подтверждается проведенным в ходе исследования опросом представителей турфирм и самих туристов, находящихся в городе Тараз. В статье анализируются причины не использования дронов, подтверждается многофункциональность дронов, рассматриваются пути улучшения их функциональности, в том числе для разработчиков программ.

Ключевые слова: дрон, беспилотные летательные аппараты в туризме, виртуальные устройства, виртуальные устройства очки, мобильные приложения для экскурсий, объекты культурного наследия, smart-технологии.

APPLICATION OF DRONS AND NEW IT TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF TOURISM OF THE ZHAMBYL REGION

Galymzhan Japsarbekov
M.Kh.Dulaty Taraz State University, c.t.s. PhD
E-mail: galymjan.73@mail.ru

ABSTRACT

One of the promising options for the development of modern tourism in the city of Taraz and Zhambyl region is the use of drones, the so-called unmanned aerial vehicles, and new technologies in the form of special devices, applications for smartphones. Modern tourists are actively exploring new smart technologies that provide a high level of convenience of service services. Many cultural heritage sites are also in the process of transition from a traditional tourist structure to an intellectual one, thanks to the inclusion of information and telecommunication technologies in the infrastructure of modern tourism development.

Drones are widely distributed abroad and with the development of tourism, they are increasingly appearing in Kazakhstan. One of the advantages of using unmanned aerial vehicles is to obtain a personalized educational experience with which tourists can see various architectural monuments and other sights from the height of a flying quadcopter and feel like a bird floating in the sky.

The aim of the study is to study the current market and the demand for the use of drones, including mobile applications to increase the tourist attractiveness of the region. The work identifies the main directions and types of tourist excursions. The market of modern excursion applications and programs is considered; both advantages and some general disadvantages are revealed. The use and use of drones in the field of tourism for tourists, as well as their offer from travel companies is not so active, as evidenced by a survey of representatives of travel agencies and tourists who are in Taraz in the course of the study. The article analyzes the reasons for not using drones, confirms the multifunctionality of drones, discusses ways to improve their functionality, including for program developers.

Key words: drone, unmanned aerial vehicles in tourism, virtual devices, virtual devices, glasses, mobile apps for excursions, objects of cultural heritage, smart technology.



ЖАМБЫЛ ОБЛЫСЫНЫҢ ТАРИХИ-МӘДЕНИ ӘЛЕУЕТІ

Ермек Джоланов, Альмира Дуйсембаева
М. Х. Дулати атындағы Тараз Мемлекеттік Университеті
Ernek_73@mail.ru, Almira_toktanasar@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Облыстың туристік және рекреациялық объектілерін зерттеу және туристік кластерді дамыту және аймақтың туристік саласын дамыту тұжырымдамасы бойынша теориялық-әдістемелік тәсілдер мен практикалық қорытындылар негізінде Жамбыл облысының ұтымды туристік дамуына және аймақтың рекреациялық әлеуетін ашу үшін қажетті ресурстарды жинауға мүмкіндік беретін деректер алынды. Автордың жеке үлесі әдебиетті талдау және синтездеу, туристік кластерді аумақтық ұйымдастыруды жетілдіруге арналған тұжырымдамалық ережелерді және оларды практикалық іске асыру бойынша ұсыныстарды әзірлеу болып табылады. Бұл жұмыс автордың Қазақстанның аумағын туристік-географиялық зерттеуге және Қазақстанның туризм географиясын дамытуға қосқан үлесі ретінде қарастырылуы мүмкін.

Негізгі сөздер: мәдени әлеует, туризм, тарихи және мәдени мұра, кесене, ескерткіштер, мәдени мұра.

ANNOTATION

Based on the study of tourist and recreational facilities of the region and theoretical-methodological approaches and practical conclusions on the development of the tourism cluster and the concept of development of the tourist sector of the region, data were obtained that contribute to the rational tourist development of Zhambyl region and accumulation of the necessary resources to uncover the recreational potential of the region. The personal contribution of the author consists in the analysis and synthesis of literary material, the development of conceptual provisions for improving the territorial organization of the tourism cluster and recommendations for their practical implementation. This work can be considered as a contribution of the author to the cause of the tourist-geographical study of the territory of the country and the development of the geography of tourism in Kazakhstan.

Key words: cultural potential, tourism, historical and cultural heritage, mausoleum, monuments, cultural heritage.



«ҚЫЗҒАЛДАҚ - ЖАМБЫЛ ОБЛЫСЫНЫҢ ТАБИҒИ МҰРАСЫ»

Альмира Дуйсембаева
almira_toktanasar@mail.ru

Ермек Джоланов
Ernek_78@mail.ru

Сабира Бекбаулина
sabira_bek.67@mail.ru

М.Х.Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті

ТҮЙІНДЕМЕ

Мақалада Жамбыл облысы желден қызғалдақтар отаны болып саналады және осы түстердің көптеген бірегей түрлерінің болуымен танымал. Қазақстан аумағындағы Шу, Іле тауларының етегінен әлі күнге дейін жергілікті өсімдіктер әлемінің жауһары саналатын Регель қызғалдақтарын бастапқы күйінде кездестіруге болады. Бұл әсем өсімдіктер біздің жерімізде Тянь-Шань тауларының етегі мен шөлейт даланың түйісер тұсында пайда болған. Қазақ топырағындағы осынау қарапайым, сондай-ақ ерекше гүлдер өз әдемілігімен көптеген халықтың жүрегін жаулап, біртіндеп бүкіл әлемге тарады. Тартымды климаты, таза ауа, аса бай табиғи ландшафты және биологиялық сан түрлі бағалы, сирек, эндемикалық, ерекше өсімдік, хайуанаттар әлемі, ғылыми, экономикалық және табиғи туризм үшін тартымды аумағы.

Негізгі сөздер: қызғалдақ, турист, рельеф, қорық, фестиваль, фишка, туристер, табиғи туризм, қызыл кітап, тарихи, регель,

ABSTRACT

In the article Zhambyl region since ancient times is considered the birthplace of tulips and enjoys a large number of unique species of these flowers. On the territory of Kazakhstan at the foot of the Chui, Ili mountains can still be found in the original form of Regel tulips, which are masterpieces of the local flora. These colorful plants appeared on our land at the foot of the Tien Shan mountains and at the junction of the desert steppe. These simple, as well as unusual flowers on the Kazakh land gradually spread around the world, winning the beauty of the heart of many Nations. Attractive climate, clean air, rich natural landscape and biologically diverse valuable, rare, endemic, unusual plants, wildlife, attractive area for scientific, economic and natural tourism.

Keywords: Tulip, tourist, relief, reserve, festival, chip, tourists, natural tourism, Red book, historical, Regel,



АГРОТУРИЗМ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Раймбекова Укан Кенесбековна, старший преподаватель
Таразский государственный университет им. М.Х.Дулати
Ukan_r@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Специфика образа жизни потребителя и его новая психологическая ориентация требуют нового подхода к организации отдыха и досуга. Современные подходы в туризме доказывают эффективность создания туристических продуктов с учетом интересов потребителей. Агротуризм – это новое популярное направление в сфере туристической индустрии. На развитие данного направления повлияло «зелёное движение» и развитие экологического мировоззрения. Этот вид туризма основан на принципах устойчивого развития – соблюдении баланса между экологическими, культурно–историческими, социальными и экономическими компонентами. Агротуризм является перспективным направлением во многих странах, в основном он работает под видом малого бизнеса, однако в Казахстане он только начинает зарождаться и принимает новые направления развития. Стратегические планы в области развития туризма в нашей стране отражены в Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан. В целом, Концепция содержит стратегическое видение развития туризма, основные принципы и общие подходы к развитию туристской отрасли республики до 2020 года и планируется увеличить объема инвестиций в сферу туризма в 5,4 раза. В роли движущей силы может и должно выступать государство, которое располагает определенными средствами для поддержки деятельности в области сельского туризма и агротуризма. Помимо непосредственной поддержки деятельности в области агротуризма, важная задача государственных программ заключается в стимулировании предпринимателей, особенно из числа сельских жителей, к занятию этим видом деятельности.

Ключевые слова: туризм, агротуризм, индустрия туризма, развития туризма, доход, инвестиция, потенциал региона, крестьянское хозяйство.

AGRO-TOURISM AS A FACTOR SUSTAINABLE GROWTH

OF THE REGION

Raimbekova Ukan Kenesbekovna, senior teacher

ABSTRACT

The specificity lifestyle of the consumer and its new psychological orientation require a new approach to recreation and leisure activities. Modern approaches in tourism prove the effectiveness of creating tourism products with the interests of consumers. Agro-tourism is a new popular trend in the field of tourism industry. The development of this direction was influenced by the «green movement» and the development of ecological outlook. This type of tourism is based on the principles of sustainable development - a balance between environmental, cultural, historical, social and economic components. Agro-tourism is a promising direction in many countries, mainly it works under the guise of small business, but in Kazakhstan it is only beginning to emerge and is adopting new directions for development. Strategic plans for the development of tourism in our country are reflected in the Concept of development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan. In general, the Concept contains a strategic vision of tourism development, the basic principles and general approaches to the development of the tourism industry republic until 2020. It is planned to increase the volume of investment in the tourism sector by 5.4 times. In the role of the driving force can and should be the state which has certain funds to support rural tourism and agro-tourism activities. In addition to directly supporting agro-tourism activities, an important task of government programs is to stimulate entrepreneurs, especially from among the villagers, to engage in this type of activity.

Key words: tourism, agro-tourism, tourism industry, tourism development, peasant economy, potential of the region, income, investment.



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ТУРИСТІК КОМПАНИЯЛАР САЙТТАРЫНЫҢ КОНТЕНТІН ТАЛДАУ

Жазира ТАСЖУРЕКОВА, т.ғ.к.

М.Х.Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті

E-mail: Taszhurekova@tarsu.kz

АННОТАЦИЯ

Қазіргі заманғы ақпараттық технологиялар туризм секторын дамытуға айтарлықтай үлес қосады. Интернеттегі туристік қызметтерді жарнамалау туристік агенттіктің тиімді веб-сайтын жасамай, оның жұмысын автоматтандыру үдерісінсіз мүмкін емес. Бұл мақалада туризм секторының қызметін жетілдіруге бағытталған интернет-технологияларды талдауға арналған. Зерттеудің практикалық маңыздылығы - Қазақстандағы туризм секторының қызметін қамтамасыз ететін ақпараттық технологияларды анықтау.

Түйінді сөздер: туризм, ақпараттық технологиялар, даму.

CONTENT ANALYSIS OF SITES OF TRAVEL COMPANIES IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Zhazira TASZHUREKOVA

Taraz State University M.Kh.Dulati, Ph.D.

E-mail: Taszhurekova@tarsu.kz

ANNOTATION

Modern information technologies make a significant contribution to the development of the tourism sector. Advertising of tourist services on the Internet is currently impossible without creating an effective travel agency website, a process to automate its work. This article is devoted to the analysis of Internet technologies aimed at

improving the activities of the tourism sector. The practical significance of the study is to identify information service technologies that provide the activities of the tourism sector in Kazakhstan.

Key words: tourism, information technology, development.

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ САЙТОВ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Жазира ТАСЖУРЕКОВА

Таразский государственный университет имени М.Х.Дулати, к.т.н.

E-mail: Taszhurekova@tarsu.kz

АННОТАЦИЯ

Современные информационные технологии вносят существенный вклад в развитие туристской сферы. Реклама туристических услуг в сети Интернет в настоящее время невозможна без создания эффективного сайта турфирмы, процесса автоматизации ее работы. Данная статья посвящена анализу Интернет-технологий, направленных на совершенствование деятельности туристской сферы. Практическая значимость исследования состоит в выявлении информационных сервисных технологий, обеспечивающих деятельность туристской сферы Казахстана.

Ключевые слова: туризм, информационные технологии, развитие.



ӘЛЕУМЕТТІК ТУРИЗМ ЖӘНЕ ОНЫҢ ӨНІРДЕГІ ДАМУ БОЛАШАҒЫ

Кенжебаева Марина

М.Х.Дулати атындағы Тараз Мемлекеттік университеті

K.Marina_1970@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года была принята в целях реализации Послания Президента Республики Казахстан Нурсултана Назарбаева народу Казахстана от 27 января 2012 года «Социально-экономическая модернизация – главный вектор развития Казахстана» в части развития индустрии туризма. В целом, Концепция содержит стратегическое видение развития туризма, основные принципы и общие подходы к развитию туристской отрасли республики до 2020 года. В числе факторов, которые являются слабыми сторонами для развития туризма в Казахстане, указаны следующие: спрос на туристские услуги в Казахстане ограничен материальными возможностями граждан, отсутствие стандартов, применяемых к определенным типам мест размещения, и правил регулирования социального туризма, применяемого в отношении работников и работодателей. Развитие социального туризма очень актуально в наше время, поскольку социальный туризм - такой вид туризма, который субсидируется государством и предназначен практически для всех категорий граждан. В итоге можно выделить следующие перспективы развития социального туризма. Это совершенствование законодательной базы в отношении социального туризма, сотрудничество государства с крупным бизнесом, некоммерческими, благотворительными организациями. А также развитие лечебно-оздоровительного и спортивного туризма, как необходимого условия для формирования здоровой нации.

Ключевые слова: туризм, социальный туризм, индустрия туризма, туристская деятельность, туроператор, турагент, спрос на отдых, рекреация

