Kazakistan’da Turizmin Gelişmesini Etkileyen Faktörlerin Analizi

Assoc. Prof. Dr. Kadir Faik Küçüktopuzlu (Ahmet Yesevi Turkish-Kazakh University, Kazakhstan)

Ph.D. Candidate Musa Çakır (Ahmet Yesevi Turkish-Kazakh University, Kazakhstan)

Analysis of Factors Affecting the Development of Tourism in Kazakhstan

Abstract

As in many countries of the world rapidly developing and modernizing the importance of tourism is growing in Kazakhstan. On the one hand each year a greater number of kazak citizens going to abroad and the other hand, many foreign visitors coming every year in to the Kazakhstan. Scope of this article is what components are effective for the development of tourism in Kazakhstan and how to change the direction in which these elements should. Espically Turkey's experience in the tourism sector has made planned and rapid growth, required to be shared with academics from Kazakhstan.

JEL code: A12

1 Giriş

Uluslararası turizm son 30 yıllık süreç içerisinde sürekli gelişme ve çeşitlilik göstermiş, dünyanın en hızlı büyüyen sektörleri arasında yer almıştır. Dünya Turizm Örgütü’nün raporlarına göre turizm sektörü diğer sektörlerle karşılaştırıldığında petrol ürünleri, kimyasallar ve otomotiv endüstrisinden sonra dördüncü, hizmet sektöründe ise birinci sırada yer almaktadır.

Hızla büyüyen teknolojik gelişmeler, artan yaşam standartları, sınır prosedürlerinin giderek azalması ve kolaylaşması uluslararası turizmin devasa bir boyuta gelmesini sağlamıştır. 1950’lerde 25,3 milyon ziyaretçi 2,1 milyar dolar olan dünya uluslararası turizm hareketleri hacmi, 2011 yılında 940 milyon ziyaretçi ve 1,030 milyar dolara yükselmiştir. (UNWTO, 2012).

Dünya Turizm Örgütü’nce yapılan uzun dönemli bir çalışmaya göre uluslararası ziyaretçi sayısının 2020 yılında 1,6 milyar kişiye çıkacağı tahmin edilmektedir. (WTO, 1999). Sadece katılımcı açısından 70 yılda 6,800 kez büyüyerek 25 milyondan 1,6 milyara ulaşması bile gelecekte turizmin tüketici bazında en fazla gelişme gösteren sektör olduğunu açıkça ifade etmektedir.

2 Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizmin Ekonomik Etkileri ve Orta Asya Ülkeleri

Uluslararası turizmin büyük bir bölümü, önceleri Avrupa ülkeleri ve Amerika arasında olurken daha sonraları iklim, kültürel zenginlik ve doğal güzellikler nedeniyle Akdeniz çanağındaki ülkelere kaymıştır. Özellikle jet uçaklarının devreye girmesi, artan hava ulaşım şirketleri, büyüyen seyahat acentaları ve tur operatörleri sayesinde de kıtalararası bir kimliğe bürünmüştür. Bu durum gelişmekte olan ülkelerin turizm olgusuna olan bakış açılarını değiştirmiştir. (Jenkins, 1995).

Turizmin ekonomiye olan olumlu etkilerini açıklayan ve ortaya koyan yüzlerce çalışmadan bahsetmek mümkündür. Bu çalışmalar; ekonomik büyüme, kalkınma ve bölgesel kalkınma dengesi, ödemeler dengesi ve istihdam etkileri gibi birçok faktör üzerinde yoğunlaşmıştır. (Elias ve Proença, 2008). Turizmin bölgesel kalkınma üzerine etkileri Afrika’da ve Latin Amerika (Fayissa vd, 2009) ülkelerinde turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiler birçok araştırmanın konusunu oluşturmuştur.

Turizmin ekonomik etkilerini ölçen araştırmalar Nikaragua’da (Cross ve Venegas, 2008) ve OECD dışındaki ülkelerde benzer tekniklerle yapılmış (Lee ve Chang, 2008) ve benzer olumlu sonuçlar ortaya konulmuştur. Kore’de turizmin uzun dönemde ekonomik büyümeyi arttırdığını ortaya koyan (Oh, 2005) ARİMA modeli ve PANEL DATA metodu Türkiye’de uygulanmış (Gündüz ve Hatemi, 2005 ; Bahar, 2006 ; Alp, 2010) birbirleriyle örtüşen sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Uluslararası turizmin özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomik büyüme yaratmasının ana nedenlerinden biri de uluslararası yabancı sermaye yatırımlarıdır. Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının en fazla otel, restaurant ve devre-mülk konutların finansmanında kullanıldığı görülmektedir. Üstelik otel işletmelerinin finansmanında kullanılan doğrudan yabancı sermaye yatırımları en hızlı Asya ülkelerinde artmaktadır. Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının oranı Orta Asya’da %-30 iken, Kuzey ve Kuzey Doğu Asya’da %-80’lere ulaşmaktadır. (Pecic ve Rodic, 2010). Doğrudan yabancı sermaye yatırımları konforlu ve lüks otellerin kurulması amacıyla gelişmekte olan bir ülkeye akarken, söz konusu ülkede birçok alt sektörün de büyümesini kolaylaştırmaktadır. (Bahar, 2010). Ayrıca yabancı sermaye girişiyle artan konaklama tesisi yatırımları bir

yandan eğitimli ve yetenekli iş gücüne istihdam alanı sağlarken yeterli düzeyde eğitimi olmayan insanlara da istihdam yaratmaktadır. Bu durum ise özellikle gelişmekte olan ülkelerde kırsal kesimde çalışanların, turizm sektörüne geçmelerine fırsat tanımaktadır. (Çetintaş ve Çetin, 2008). Bunun dışında turizm sayesinde gelişmekte olan ülkelerin yerel halkları bir takım Sosyo-ekonomik faydalar da sağlamaktadır. Turistik yörelerde gelişen altyapı, temiz içme suyu, elektrik, haberleşme, yollar ve havaalanı gibi yatırımların bölgeye çekilmesine yol açacaktır. (Skerritt ve Huybers, 2005). Yerel alandaki halkın yüksek standartlarda altyapı hizmetine kavuşması özellikle Asya-Pasifik ülkelerinde ulaşımın kolaylaşması açısından dikkat çekici ve önemlidir. (Khadaroo ve Seetanah, 2007).

Tüm gelişmekte olan ülkelerde hükümetler kalkınma ajansları, sivil toplum örgütleri turizmin geliştirilmesi yoluyla yoksulluğu azaltmayı amaçlamaktadırlar. Güney Afrika Cumhuriyeti başta olmak üzere Brezilya, Meksika, Filipinler, Çin ve birçok Güney Amerika ülkesi ve Asya ülkelerinde yoksulluk sorunu karşısında bu çözüm yolu ciddi olarak benimsenmiştir. (Stone ve Stone, 2011).

Turistik seyahatler sırasında turistlerin para harcamasını gerektiren birçok faktör ortaya çıkmaktadır. Özellikle bölgede üretilen hediyelik eşya satışları, yiyecek-icecek alışverişleri, eğlence yeri girişleri şeklinde sunulan ürünler ve hizmetler, yerel halkın gelirini yükselterek bölgelerarası gelişim farklılığını kapatabilmektedir. (Spenceley, ve Meyer, 2012).

Özellikle Orta Asya'da turizm hem en hızlı büyüyen ekonomik sektörlerden biridir, hem de birçok Asya ülkesinin de kırsal bölgelerde yaşam standartlarını yükseltmiştir. Örneğin Filipinler'de 1991-2010 arasında iki orta dönemli ulusal turizm planı uygulanmış, 10 yerel bölgede turizm işletmeleri ve alt yapı kurulmuş olup; sağlık turizmi, ekoturizm ve kültürel turizmin desteklemesiyle birlikte, tüm bölgelerde İngilizce ikinci dil olarak kullanılmıştır. Böylelikle Filipinler; Kore, Hong-Kong, Vietnam, Singapur, Tayland ve Malezya arasındaki ciddi rekabette yerini almış ve toplam turist sayısını 4 milyon ziyaretçiye, gelirini ise 8 milyar dolara yükseltebilmiştir. 2018 yılına kadar 4 milyar dolar yabancı sermaye yatırımı girişi beklenen bu ülkede maalesef genç Filipinli kadınların sömürüldüğü cinsel amaçlı turizm 2 milyar dolarlık bir pay almaktadır. (Lumang, 2008).

Asya'da turizmin gelişmesinin nedenlerinden biri de doğal ve kültürel kaynakların bolluğudur ve bu durum tüketici tercihlerinin değişimine yol açarak Asya'da yeni turizm pazarlarının gelişip büyümesine neden olmuştur. Önemli olan Asya ülkelerinde turizm yatırımlarının yapılırken yerel halkın bir kenara bırakılmaması ve ülkeden ülkeye ciddi farklılıkların olduğunun gözden kaçırılmamasıdır. (Rocharungsat, 2008).

3 Kazakistan'da turizmin gelişmesi ve etkileyen faktörler

1991 yılında Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra toplam nüfusu 60 milyon, toplam arazisi 3.994.400 kilometrekare olan ve sınırları; Batı'da Hazar denizinden Doğuda Çin ve Kuzeyde merkezi Sibirya'dan Güneyde Afganistan ve Pakistan'a kadar uzanan 5 Orta Asya ülkesi ortaya çıkmıştır. Bu ülkeler; Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan ve Tacikistan'dır. Bu beş Orta Asya ülkesinden en büyükleri 2,7 milyon kilometrekare toprağa sahip ve 16 milyon nüfuslu Kazakistan'dır. Nüfusunun yarıya yakın kısmı kırsal bölgede yaşayan bu ülkede, her ne kadar Gini indeksi katsayısı 0,289 ile Türkiye'den iyi gözüksün de kırsal kesimin, özellikle de ülkenin güneyinde yaşayan yerel halkın gelir dağılımından aldığı pay yeterli oranda değildir.

2011 yılında Kazakistan'ın ödemeler dengesinde 5 milyar 822 milyon dolar eksiği bulunmaktadır. Bunun 1 milyar 630 milyon doları Kazak vatandaşlarının yurtdışı seyahat harcamalarından oluşmaktadır. Aynı dönemde seyahatler sütununda elde edilen gelir olarak 1 milyar 209 milyon dolar gözükmektedir. (www.eng.stat.kz, 2012). Bu demektir ki sadece seyahatler kısmında 422 milyon dolarlık negatif bir durum söz konusudur. Kazakistan'a gelen turist sayısı 2011 yılında % 20,6 artarak 3.393.000 den 4.093.000 e ulaşmıştır. Ortalama turist başına düşen harcama miktarı ise 295 Dolar ile oldukça düşüktür. (UNWTO, 2012). Kazakistan kara-sınır komşularının giriş-çıkış trafiği yerel halkın sürekli gidip gelmesi nedeniyle bir hayli fazladır. Bu nedenle giriş-çıkış ziyaretçi sayıları gerçek turist sayısını açıklamaktan uzaktır.

Kazakistan'da konaklama tesisleri konusunda bir standardizasyon bulunmamakla beraber 58,768 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Bunun 6,015 adedi Astana'da 12,960 adedi ise Almatı'dadır. Bu tesislerin yıllık doluş oranı %-25,8 dir. Ayrıca 1,515 adet turistik seyahat acentesi bulunan Kazakistan'da yerel seyahat acentaları ile gelen turist sayısı toplam 36,096'dır. Yabancı turizm acentaları kanalı ile 2011 yılında 375,923 turist gelmiştir. (www.eng.stat.kz, 2012).

Orta Asya ülkeleri birbirine benzer görünmekle beraber iklim, arazi, tarih, kültür ve ekonomik gelişme bakımından birbirinden farklı özelliklere sahip olan ve turizm açısından kendi karşılaştırmalı üstünlüğüne sahip olan ülkelerdir. (Howard ve Allen, 2005).

Orta Asya ülkeleri için yapılan bir çalışmada öncelikle Kazakistan, Kırgızistan, Türkmenistan ve Özbekistan'a olan tarihi ve kültürel yakınlıktan dolayı Türkiye'den gelen doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının arttığı belirlenmiştir. (Kantarci, 2007). Bu çalışmada ülkeden ülkeye değişmekle birlikte Kazakistan'a yabancı sermayeyi çekmek için özel yatırım stratejileri ve teşvik politikalarının izlenmesi gerektiği belirtilmiştir.

Kazakistan'da turizm altyapısı ve arzı, iş amaçlı turizm, macera turları, spor turizmi, kültür turizmi ve sağlık turizmi şeklinde biçimlendirilmiştir. Özellikle büyük ve modern otel işletmeleri iki büyük kent olan Astana ve Almatı'da yoğunlaşmıştır.

Orta Asya ülkeleriyle Türkiye arasındaki ilişkiyi yüzyıllardır sağlayan ipek yolu tarihi, kültürel ve altyapısal yakınlığı da oluşturmaktadır. Orta Asya ülkelerine turist gönderen A grubu 485 Türk seyahat acentesi üzerinde yapılan bir araştırmaya göre; yapılan seyahatlerin nedenleri arasında ilk sıralarda iş amaçlı seyahat (% 60,2) ile tatil ve eğlence (%35,7) gelmektedir. Acentalar Orta Asya'ya gitmek isteyen Türk turistleri internet (%31) fuarlar (%23,3) gazete ve dergi reklamları (%22,5) ve broşürler (%20,9) gibi kaynaklardan temin etmektedirler ve beş Orta Asya ülkesi içerisinde en popüler ülke (%58,3) Kazakistan'dır. (Kantarıcı, 2006).

Aynı araştırmada seyahat acentaları talebin oluşmamasını yeterli reklamın yapılamamasına bağlamakta ve diğer engeller arasında ise turların ucuz olmamasını ve olumsuz güvenlik imajını belirtmektedirler. Birçok turist İran, Irak, Afganistan gibi yüksek risk taşıyan bölgelere asla gitmek istemezler ve özgürce gezebilecekleri ülkeleri tercih ederler. Turizm alanında bir noktaya ulaşılabilme açısından güvenlikle ilgili genel imajın önemi çok fazladır. (Morakabati, 2011). Yapılacak tanıtım çalışmaları, harcanacak milyonlarca dolara rağmen "Gece yarısı ekspresi" veya "Borat" gibi filmlerin yarattığı imajı değiştirmek oldukça zordur.

Özellikle gelişmiş ülkelerin turistleri risk konusunda oldukça duyarlıdır ve genellikle seyahat kararı vermeden önce Dışişleri bakanlıkları veya resmi kurumların seyahate yönelik sağlık ve güvenlik uyarılarını ciddiye alırlar. (Emsen ve Değer, 2004).

Literatürde "turizm suçu" diye bir kavram olmamasına rağmen turistlere karşı işlenen suçları; hanuççuluk, uyuşturucu satışı, cinsel taciz, fuhuş, dolandırıcılık ve terör gibi başlıklar altında toplamak mümkündür. Elbette ki bazı turistler suç ile ilgili bir olayın mağduru, şahidi veya zanlısı olabilirler. Önemli olan hızla hareket ederek olumsuz etkilere yol açmadan sorunun hızlı ve adaletli bir şekilde çözülebilmesidir. (Spapens, 2010). Bu amaçla bir çok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de sektörün özellikleri dikkate alınarak giyim, kuşam, silah, teçhizat bakımından göze daha çok batmayacak şekilde düzenlenen, eğitim almış, dil bilen, turizm polisi veya turizm jandarması mevcuttur. (Tataroğlu ve Subaşı, 2008).

Kazakistan açısından güvenlik aşırı bir risk teşkil etmemekle birlikte özellikle sınır kapılarındaki geçiş noktalarında eğitimli dil bilen ve turizmin oluş nedenlerini anlayabilen güvenlik personeli çalıştırılması zorunludur. Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan ve Tacikistan'ın kara sınır geçiş noktaları yerel halkların ülkeler arasında ziyaretler gerçekleştirmesindeki en büyük engeldir. (Palmer, 2007).

Uluslararası turizmin iyi bir şekilde geliştiği ülkelerdeki markalarla ilgili olduğunu söyleyen çok sayıda araştırma bulunmaktadır. (Otgçar, 2010). Son dönemde moda haline gelen bir turistik ürün geliştirme yöntemi de Las Vegas, Dubai, Şangay örneklerinde olduğu gibi "marka kent" projeleridir. (Tek, 2009). Kazakistan bu alanda Astana ve Almatı'ya ek olarak özellikle güneyde bir kültür kenti oluşturmaktadır.

Dünya Turizm Örgütü "Turizm kadınlara kapıların açılması" şeklinde bir duyuru yapmıştır. (UNWTO, 2007). Gerçekten de turizm endüstrisinde dünyada çalışan 200 milyonun üzerinde insan olduğu ve bununla %70'in kadınlar olduğu tahmin edilmektedir. (Marshall, 2001). Üstelik kadınlara daha az ücret ödenmesi, uzun ve zor çalışma saatleri kadınlara bu sektörden uzaklaştırmamıştır. (Manwa, 2008). Doğrudan çalışmanın dışında kadınlar, özellikle yerel el sanatları ve hediyeelik eşya üretiminde, özel yiyecekler, taş ve ağaç işçiliği, batık ve diğer el yapımı ürünlerin oluşumunda etkin rol oynamaktadırlar. (McKenzie, 2007). Kazakistan da turizm sektörünün gelişmesi ile kadınların olumlu etkileneceği erkeklere olan ekonomik bağımlılıklarının azalacağını ve genç yaşta evliliklerin önlenebileceğini söylemek mümkündür. Türkiye'de olduğu gibi kırsal bölgelerde aile temelli küçük pansiyonların, ailenin işlettiği hediyeelik eşya mağazalarının geliştirilmesi, Kapadokya örneğinde olduğu gibi tümünden bir bölgenin yaşam tarzını değiştirmesi ve ekonomik anlamda farklılaşmasının sağlanmasını mümkün kılabilir. (Elmas, 2007).

4 Sonuç ve Öneriler

Kazakistan da turizmin geliştirilebilmesi için öncelikle bu konuya yönelik çok sayıda akademik araştırma yapmanın ve bunların sonuçlarının akademik yeterlilikteki dergilerde yayınlanarak tartışmaya açmanın faydalı olacağı bir gerçektir. Türkiye'nin de yaşadığı turizm deneyiminden yola çıkarak alınması gereken tedbirler ve yapılması gerekenler üzerine şu önerilerde bulunmak mümkündür:

- 1) Kazakistan için en önemli olan sorun "talep yetersizliği" dir. Bu durum etkin bir pazarlama eksikliği ile izah edilebilir. Özellikle bölgedeki ülkelerin beraber bir şekilde stratejik pazarlama planlamasına gitmesi gereklidir.
- 2) Kazakistan için yaratıcı bir strateji ile imaj çalışmaları yapılmalı, ürün geliştirme araştırmaları, özel Pazar bölümleri, fiyatlama ve güvenlik temelinde düzenleyici çalışmalar başlatılmalıdır. (Kantarıcı, 2006).
- 3) Özellikle potansiyel turistlerin bulunduğu ülkelere yönelik, yazılı ve görsel medya, elektronik medya, açık hava reklamları ile yoğun tanıtım yapılmalıdır. (Kantarıcı, 2006).

- 4) Avrupa ve Asya'nın önemli turizm fuarlarına katılım gerek ülke gerek bölge bazında tanıtma sağlanması için gereklidir. Yerel acentelerin önemli tur operatörleri ile işbirliği sağlayacak ortamların geliştirilmesi de şarttır.
- 5) Yabancı seyahat organizasyonu firmalarının, hava yolu firmalarının vergi ve banka işlemlerinde kolaylıklar sağlanmalı, alacakları konusunda finansal güvenceler verilerek Kazakistan'da çalışmalarını teşvik edilmelidir.
- 6) Yurtdışından gelecek turistler için havaalanı şartları ve vize prosedürleri kolaylaştırılmalı, dil bilen, turizm konusunda bilinçlenmiş personelin kontrol noktalarında görevlendirilmeleri sağlanmalıdır. Ayrıca güvenlik konusunda da yeterli önlem alınmalıdır.
- 7) Yerel ölçekte turizm gelişme planlamaları yapılmalı, alt yapı düzenlemeleri sırasında özel sektörün görüşleri ve katılımı da sağlanmalıdır. (Zahra, 2011). Bu amaçla yerel yönetimlerde iyi yetişmiş mimar işletmesi ve turizm uzmanı elemanlar istihdam edilmesi gereklidir. (Hall, 2011).
- 8) Özellikle güney Kazakistan'da kültür turizmi, Almatı'da spor turizmi geliştirilmeli, özel projeler üretilmelidir. (Örneğin ABD'nin Houston uzay merkezinde NASA'nın da desteği ile kurulan uzay temalı park uygulamasının Baykonur uzay üssünde uygulanması bir çekicilik yaratabilir.)
- 9) Sektörde çalışarak personelin uluslararası standartlarda eğitilmesi gereklidir. Misafirperverlik kültürü ve geleneği olan gençlerin İngilizce öğrenerek turizm alanında konaklama işletmeciliği, seyahat acenteciliği ve rehberlik gibi konularda uzmanlaşarak yetiştirilmeleri sağlanmalıdır. Ayrıca üniversite eğitimi dışında sürekli eğitim merkezleri açılmalıdır.
- 10) Son olarak Türkiye'de 1982 yılında olduğu gibi bir stratejik Teşvik ve Yatırım kararnamesi ile doğrudan yabancı sermaye yatırımları teşvik edilmelidir. Tanıtım amaçlı fonlar oluşturulurken, yerel ve uluslararası birlikler kurulmalıdır.

Kaynakça

- Alp, E. (2010), "Türkiye'de Turizm Sektörünün Tarihsel Gelişimi ve Turizm Talebi İle Hizmet Sektörü Arasındaki İlişkinin Analizi", Tarihi, Siyasi, sosyal Gelişmelerin Işığında Türkiye Ekonomisi 1908-2008, Ekin Yayınevi, Şubat 2010, İstanbul.
- Bahar, O. (2006), "Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesindeki Etkisi: Var Analizi Yaklaşımı," Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 13, (2), p. 137-150.
- Bahar, O. (2010), "Turizm Sektörüne Sağlanan Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyüme Üzerine Olan Olası Etkisi: Türkiye Örneği (1986-2006)", Anatolia, Turizm Araştırmaları Dergisi 21(1), p.27-40.
- Cross, R. ve Vanegas, M. (2008), "Cointegration and Casualty Beetween Tourism and Poverty Reduction", Journal of Travel Research, 47(1), p.94-103.
- Çetintaş, H. ve Çetin, B. (2008), "Türkiye'de Turizmin Ekonomik Büyümesinde Kısa ve Uzun Dönemli İlişkiler", Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 19(1), p.37-44.
- Elias, S. ve Proença, S. (2008), "Tourism as an Alternative Source of Regional Growth in Portugal: a Panel Data Analysis", Portuguese Economic Journal, 7(1), p.43-61.
- Elmas, S. (2007), "Gender and Tourism Development: A Case Study of the Cappadoccia Region of Turkey" Tourism and Gender Ed. Pritchard A. ,Wallingford, Oxon Press. p.302-314.
- Emsen, O. ve Değer, M. (2004), "Turizmin Üzerine Terörizmin Etkileri", Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi, 7, p.67-83.
- Fayissa, B. vd. (2008), "The Impact of Tourism on the Economic Growth and Development of Africa" Tourism Economics, 14 (4), p.807-818.
- Gündüz, L. ve Hatemi, A. (2005), "Is The Tourism-Led Growth Hypotesis Valid for Turkey?", Applied Economics, 12, p.499-504.
- Hall, M. (2011), "Ecology of Governance and it's Implications For Tourism Policy Analysis", Journal of Sustainable of Tourism, 19(5), p.437-457.
- Howard, H. ve Allen, A. (2005), "Cultural Tourism in Central and Eastern Europa", Tourism Management, 26, p.173-183.
- Jenkins , C. L. (1995), " Torusim Policies in Developing Countries, Managing Tourism, Butterwarth-Heinemann Ltd. Oxford, p.269-[272].
- Kantarcı, K. (2006), "Perceptions of Central Asia, Travel Conditions: Kyrgyzstan, Kazakhstan, Uzbekistan and Turkmenistan", Journal of Hospitality and Leisure Marketing, 15(2), p. 55-71.

- Kantarcı, K. (2007), "Perceptions of Foreign Investors on The Tourism Market in Central Asia Including: Kyrgyzstan, Kazakhstan, Uzbekistan and Turkmenistan", *Tourism Management*, 28(3), p.820-829.
- Khadarro J. ve Seetenah, B. (2007), "The Role of Transport Infrastructure in International Tourism Development: A gravity model approach", *Tourism Management*, 42, (2), p.111-[124].
- Lee C. C. ve Chang, C. (2008), "Tourism Development And Economic Growth: A Closer Look at Panels" *Tourism Management*, 29(1), p. 180-192.
- Lumang, J. (2008), *Tourism as a Development Strategy: is It The Right Way to Progress? Contours*, 18(4), p.8-11.
- Marshall, Z. (2001), "Wen and Stranger, Issues of Marginalization in Seasonal Tourism", *Tourism Geographies*, 3(2), p. 165-186.
- McKenzie, K. (2007), "Belizian Women And Tourism Work", *Annals of Tourism Research*, 34(2), p. 477-496.
- Morakabati, Y. (2011), "Determinants to Tourism Development in Iran", *International Journal of Tourism Research*, 13, p. 103-123.
- Oh, C. D. (2005), "The Contribution of Tourism Development to Economic Growth in The Korean Economy", *Tourism Management*, 26(1) p. 39-44.
- Otgaar, A. Z. (2010), "Industrial Tourism, Opportunities for City and Enterprise", Ashgate Publishing GROUP, Surrey [GBR]
- Palmer, N. B. (2007), "Ethnic Equality, National Identity and Selective Cultural Representation in Tourism Promotion, Kyrgyzstan-Central Asia", *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), p.645-662.
- Pecic, Z. ve Rodic, M. N. (2010), "Impact of Foreign Direct Investment in Tourism on Growth in Developing Countries", *Tourism and Hospitality Management in 2010 Conference Proceeding*, p.459-537.
- Rocharungsat, P. (2008), "Community-Based Tourism in Asia", (Edited by G Moscardo), *Building Community Capacity for Tourism Development*, CAB Int. Press, Ed G. Moscardo, p 60-74.
- Skeritt, D. ve Huybers, T. (2005), "The Effects of International Tourism on Economic Development: An Empirical Analysis", *Asia-Pacific Journal of Tourism Research*, 10(1), p.23-43.
- Spapens, T. (2010), "Cross Border Cooperation in Criminal Investigations", *Tourism and Crime: Key Themes*, ed. Mesa, A Good Fellow Publisher Ltd. p. 129-165.
- Spenceley, A. ve Meyer, D. (2012). "Tourism and Poverty Reduction: Theory and Practice in Less Economically Developed Countries" *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), p. 297-317.
- Stone L. S. ve Stone T. M. (2011), *Community-Based Tourism Enterprises: Challenge and Prospects for Community Participation*, *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), p. 97-114.
- Tataroğlu, M. ve Subaşı, E. (2008), "Kolluk Güçlerinde Modernleşme: Muğla Örneğinde Turizm Jandarması Yapılanması", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 16(2), p.73-93.
- Tek, M. (2009), "Kamu Yatırımlarında Turizmin Yeri Türkiye Turizm Stratejisi: 2023'te Marka Kentler Projesi", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(2), p.169-184.
- UNWTO (2012), *Tourism Highlights 2012 Edition*, <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2012-edition> (Erişim Tarihi: 26.07.2012).
- WTO (1999), *Tourism 2020 Vision*, WTO press, Madrid, p.21,
- www.e-unwto.org/content/x6klg/fulltext.pdf
- Zahra, A. (2011), "Rethinking Regional Tourism Governance: The Principle of Subsidiarity", *Journal of Sustainable Tourism*, 19(5), p.532-552.
- ASRK (The Agency of Statistics of the Republic of Kazakhstan) (2012), *Tourism and culture*, www.eng.stat.kz, (Erişim Tarihi: 26.07.2012).