



Türk Dünyasında Turizm İşbirliğinin Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma (A Research for the Development of Tourism Cooperation in the Turkish World)

*Kürşad ZORLU^a 

^aAhi Evran University, Faculty of Economics & Administrative Sciences, Department of Political Science and Public Administration

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:05.12.2017

Kabul Tarihi:18.03.2018

Anahtar Kelimeler

Türk Cumhuriyeti

Orta Asya

Turizm

Türk dünyası

Kimlik algısı

Öz

Türk Cumhuriyetleri arasındaki ekonomik, siyasal ve kültürel ilişkilerin istenilen seviyeye taşınabilmesi için turizmin bir araç olarak kullanılması günümüz yönetim anlayışının bir gereğidir. Bu gereklilik Türk Dünyasında siyasal/yönetimsel mekanizmaların turizmi bir ekonomik ve kültürel uyumlaşma zemininde değerlendirmesini zorunlu kılmaktadır. Turizm alanındaki ilişkilerin geliştirilmesi için ortak kimlik algısının meydana getirilmesi hem turist değişimini hem de çok yönlü ilişkileri etkileyebilecek bir potansiyele sahiptir. Yapısal düzenlemelerin başarıya ulaşmasının yolu öncelikle bu algının irdelenmesidir. Bu amaçla çalışmada Orta Asya Türk Cumhuriyetleri olan Kazakistan, Türkmenistan, Özbekistan ve Kırgızistan'ın turizm boyutuyla Türkiye'de nasıl bir algıya sahip olduğu incelenmektedir. Bu temel üzerinde sosyal medya kullanıcıları üzerinde anket uygulaması yapılmış ve elde edilen veriler SPSS 17.0 paket programında analiz edilmiştir. Analiz yöntemi olarak tanımlayıcı istatistikler ve korelasyon kullanılmıştır. Türk vatandaşlarının Orta Asya Türk Cumhuriyetleri'ne yönelik kimlik algısı Türklük ve Türk Dünyası üzerinde yoğunluk kazanmakta ve algısal faktörler söz konusu ülkelere gitme isteği üzerinde etkili olmaktadır.

Keywords

Turkish Republic

Central Asia

Tourism

Turkish world

Perception of identity

Abstract

The use of tourism as a means to bring economic, political and cultural relations between the Turkish Republics to the desired level is a necessity of today's management. This necessity requires political / administrative mechanisms in the Turkish World to evaluate tourism on the basis of economic and cultural harmonization. For the development of relations in the field of tourism, the introduction of common identity perception has a potential to affect both tourist exchange and multifaceted relationships. The way for structural regulations to succeed is primarily the study of this situation. For this purpose in this study, it is investigated what kind of perception in terms of tourism the Central Asian Turkish Republics such as Kazakhstan, Turkmenistan, Uzbekistan and Kyrgyzstan have in Turkey. A questionnaire has been applied to social media users on this basis and the obtained data have been analyzed in the SPSS 17.0 package program. Descriptive statistics and correlation have been used as the analysis method. The perception of Turkish people towards the Central Asian Turkish Republics is becoming more intense on Turkishness and the Turkish World, and perceptual factors have an effect on the desire to go to the countries.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: kzorlu77@gmail.com (K. Zorlu)