

KUZEY KAZAKİSTAN EKONOMİK BÖLGESİNİN KALKINMASINA ASTANA ŞEHRİNİN "MARKA ŞEHİR" OLARAK ETKİSİ ARAŞTIRMA

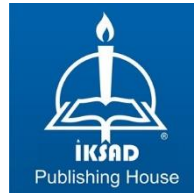
Dr. Damezhan SADYKOVA



**KUZEY KAZAKİSTAN EKONOMİK BÖLGESİNİN
KALKINMASINA ASTANA ŞEHRİNİN "MARKA
ŞEHİR" OLARAK ETKİSİ**

ARAŞTIRMA

Dr. Damezhan SADYKOVA



Copyright © 2021 by iksad publishing house
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced,
distributed or transmitted in any form or by
any means, including photocopying, recording or other electronic or
mechanical methods, without the prior written permission of the publisher, except in
the case of
brief quotations embodied in critical reviews and certain other
noncommercial uses permitted by copyright law. Institution of Economic
Development and Social
Researches Publications®
(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)
TURKEY TR: +90 342 606 06 75
USA: +1 631 685 0 853
E mail: iksadyayinevi@gmail.com
www.iksadyayinevi.com

It is responsibility of the author to abide by the publishing ethics rules.
Iksad Publications – 2021©

ISBN: 978-625-8007-46-6
Cover Design: İbrahim KAYA
Nowember / 2021
Ankara / Turkey
Size = 16 x 24 cm

ÖNSÖZ

Küreselleşen dünyada, marka şehirlerin oluşması ile “Dünya Şehirleri” kavramı karşımıza çıkmaktadır. Uluslararası arenada sosyal ve ekonomik standartlarını yükselterek ülke ekonomisinin gelişimine katkıda bulunan, üstünlük kullanan, etkin politikalar üreten ve kendini iyi tanıtan şehirler ön plana çıkarak ekonomik kazançlar sağlarken, rekabet edemeyen diğer şehirler geride kalmaktadır. Bu araştırmanın amacı Kazakistan’ın başkenti Astana şehrinin ‘Marka Şehir’ olma nedenleri, gelişim faktörleri, doğal koşulları ve kaynakları, nüfüsü ve ekonomik yapısı, Astana’nın “Marka Şehir” olarak Kuzey Kazakistan bölgesinin ekonomik kalkınmasına nasıl etki edeceğini incelemektir. Astana şehrini tarihsel, kültürel, ekonomik, sosyal ve siyasi açılardan değerlendirerek uygulanabilir ve sürdürülebilir bir şehir markası modelini sunmaktır.

Bu çalışma kapsamında Astana şehrinin bir markaya dönüşebilmesi için hangi adımların uygulanması gerektiğine dair bir model sunulmuştur. Şehre ilişkin algıların ölçülmesi amacıyla Kazakistan’ın 5 ekonomik bölgesinde yaşanan 500 kişiye anket uygulaması yapılmıştır. Astana’nın ziyaretçi gözüyle genel özelliklerini değerlendirildiği bilimsel imaj, ziyaretçilerin Astana’ya karşı hissettiklerinden oluşan duygusal imaj ve Astana’yı rakip başka şehirlerden farklılaştıran ve marka kimliği olarak özelliklerini ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığı ise özgün imaj olarak işlevselleştirilmiştir. Çalışma sonucunda Astana markasının öne çıkan

kimlik unsurları tespit edilmeye çalışılmış ve bu unsurların ön plana çıkarılmasıyla markalaşma faaliyetlerini nasıl gerçekleştirileceğine yönelik öneriler sunulmuştur.

Damezhan SADYKOVA

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLolar LİSTESİ.....	xı
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xxv
GRAFİK LİSTESİ.....	xxvi
RESİMLER LİSTESİ.....	xxvii
HARİTALAR LİSTESİ.....	xxviii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xxix
BİRİNCİ BÖLÜM.....	1
ARAŞTIRMA HAKKINDA AÇIKLAMALAR.....	1
1.ARAŞTIRMANIN KONUSU, DENENCESİ, AMACI VE YÖNTEMİ.....	1
1.1.Giriş.....	1
1.2. Araştırmanın Konusu ve Önemi.....	5
1.3. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri.....	7
1.4. Araştırmanın Yöntemi, Bilgi Derleme ve İşleme Araçları.....	8
1.5. Araştırmanın Sunuş Sırası.....	10

İKİNCİ BÖLÜM	12
EKONOMİK BÖLGE TANIMI VE EKONOMİK KALKINMA	12
2. BÖLGE KAVRAM TANIMI	12
2.1. Bölge Kavramının Teorik ve Pratik Anlatımı.....	12
2.1.1 Coğrafi Bölge.....	22
2.1.2 Ekonomik Bölge.....	27
2.1.3 Homojen, Polarize ve Plan Bölgeler.....	31
2.1.4 Bölgesel Kalkınma.....	41
2.2. Kazakistan'ın Ekonomik Bölgeselleşmesi.....	45
2.2.1.Kazakistan 'ın Bölgesel Ekonomik Sorunları.....	51
2.2.2. Kazakistan 'ın Ekonomik Bölge Durumu.....	53
2.3. Kuzey Kazakistan'ın Ekonomik Bölgesi.....	59
2.3.1 Doğal Koşulları ve Kaynakları.....	59
2.3.2 Ekonomik Koşulları ve Nüfusu.....	63
2.4. Kuzey Kazakistan Bölgesi.....	75
2.4.1 Doğal Koşulları ve Kaynakları.....	75
2.4.2 Ekonomik Koşulları ve Nüfusu.....	79
2.5. Kostanay Bölgesi.....	81
2.5.1 Doğal Koşulları ve Kaynakları.....	81
2.5.2 Ekonomik Koşulları ve Nüfusu.....	84

2.6. Akmola Bölgesi.....	87
2.6.1 Doğal Koşulları ve Kaynakları.....	87
2.6.2 Ekonomik Koşulları ve Nüfusu.....	88
2.7. Pavlodar Bölgesi.....	94
2.7.1 Doğal Koşulları ve Kaynakları.....	94
2.7.2. Ekonomik Koşulları ve Nüfusu.....	99
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	103
ASTANA ŞEHRİNİN EKONOMİK GELİŞİMİ VE TARİHİ.....	103
3. ASTANA ŞEHRİNİN EKONOMİK GELİŞİMİ.....	103
3.1. Astana Şehrinin Doğal Koşulları ve Kaynakları.....	103
3.2. Astana Şehrinin Nüfusu ve Ekonomik Yapısı.....	112
3.2.1 Astana Şehrinin Nüfusu.....	112
3.2.2 Astana Şehrinin Ekonomik Koşulları.....	114
3.3. Astana Şehrinin Turizm Altyapısı.....	124
3.3.1 Astana 'da Turizmin Gelişimi.....	124
3.3.2 Astana Şehrinin Turizm Tesisleri.....	130
3.4. Astana Şehrinin Yerleşimi.....	141
3.4.1 Astana 'nın Jeopolitik Yerleşimi.....	141
3.4.2. Akmola Kentinin Oluşumu.....	142
3.5. Tarihi Coğrafi Araştırmalar.....	150

3.5.1 Coğrafi Araştırmalar.....	151
3.6. Astana Şehrinin Tarihi.....	154
3.6.1 Şehrin Tarihi.....	154
3.6.3 Bağımsızlık Aşamaları.....	168
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	175
ASTANA ŞEHİRİ MARKASININ OLUMLU VE EKONOMİK ETKİLERİNİN ÖLÇÜMÜ.....	175
4. ASTANA’NIN STRATEJİK ANALİZİ.....	175
4.1 “Marka Şehir” Kavramı ve Şehirlerin Markalaşması.....	175
4.1.1. Marka Kentinin Tarihsel Süreci.....	175
4.1.3 Marka Şehir Ölçütleri.....	185
4.1.4. Şehir Markasının Oluşturması ve Tanıtılması.....	190
4.2. Astana’nın Stratejik Yönetim Süreci.....	198
4.3. Astana’nın Stratejik Analizi.....	210
4.3.1 Astana’nın GZET (SWOT) Analizi.....	211
4.3.2 Pestile Analizi.....	217
4.4. Misyon ve Vizyon Bildirimleri ile Strateji Geliştirme Süreci.....	222
4.4.1 Astana şehrinin Yönetim Felsefesi ve Misyon Bildirici.....	223
4.4.2 Vizyon Bildirimi ve Temel İlkeler.....	224
4.4.3 Stratejik Amaçlar Belirlenmesi.....	225

4.5 Astana'nın Marka Şehir ve İmajına Yönelik Alan Araştırması.....	231
4.5.1 Yöntemi ve Teknikleri.....	231
4.5.2 Amacı ve Kapsamı.....	231
4.5.3 Kısıtları.....	232
4.5.4 Evren ve Örneklem.....	233
4.5.5 Hipotezler.....	233
4.5.6. Anketin Hazırlanması İle İlgili Aşamalar.....	234
4.6. İstatistiksel Analizler ve Bulgular.....	239
4.6.1. Demografik Analizler.....	240
4.7 Astana'nın İmaj Analizi.....	263
4.7.1. Kazakistan'da Yaşayan Bireylerin İmaj Analizi.....	263
4.7.2. Kazakistan'ın Ekonomik Bölgesinde Yaşayan Bireylerin İmaj Analizi.....	273
4.8. Astana'nın Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerini Kalitesi Analizi.....	323
4.8.1 Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölgesi.....	324
4.8.2. Güney Kazakistan Bölgesi.....	343
4.8.3. Batı Kazakistan Ekonomik Bölgesi.....	361
4.8.5. Orta Kazakistan Bölgesi.....	395
4.8.6. Çalışma Sonuçlarına İlişkin Bulgular ve Değerlendirmeler ...	411

4.9. Astana'nın "Marka Şehir" Markası Oluşturmaya Yönelik Çalışmalar.....	429
4.9.1 Astana Şehrinin Konumlandırması Çalışmaları.....	429
4.9.2.Kentin Avantajları.....	429
4.9.3. Astana Marka Şehir İmajının Oluşturmasına Yönelik Çalışmalar.....	431
4.9.4 Astana Şehrinin Soyut İmaj Unsurlar.....	433
4.9.5 Astana Model Önerisi.....	438
4.9.6. Astana Şehir Kimliğinin Oluşturması Çalışmaları.....	441
4.9.7. Astana şehri için Logo ve Slogan Oluşturma Çalışmaları.....	442
4.9.8 Astana'nın "Marka Şehir" Ölçütleri.....	445
4.9.10. Astana'nın Tanıtım Faaliyetleri.....	447
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	451
KAYNAKÇA.....	458

TABLULAR LİSTESİ

Tablo.2.1. Kazakistan'ın ekonomik bölgeleri	49
Tablo.2.2. Kazakistan'ın ekonomik bölgelerinin yüzölçümü ve nüfusu	50
Tablo.2.3. Kazakistan'ın ekonomik bölgelerindeki turizmin gelişmesi.....	56
Tablo 2.4 Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesindeki Kazak ve Rus nüfusu sayısı.....	64
Tablo 2.5 Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinin ulusal bileşimi..	65
Tablo 2.6 Kuzey Kazakistan'ın ekonomik bölgelerinin yüzölçümü ve nüfusu	67
Tablo 3.1 Nüfus sayısının değişimi	114
Tablo 4.1 Astana'nın SWOT analizi	212
Tablo 4.2 Astana Şehrinin Ekonomik Durumu ve Kalkınması	237
Tablo 4.3 Astana Şehrinin Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerinin Kalitesi	238
Tablo 4.4 Kazakistan'ın Ekonomik Bölgeleri	240
Tablo 4.5 Cinsiyet.....	241
Tablo 4.6 Yaşınız.....	242
Tablo 4.7 Eğitim Düzeyiniz.....	243

Tablo 4.8	Ziyaret amacı.....	243
Tablo 4.9	Kuzey Kazakistan Bölgesi	245
Tablo 4.10	Yaş.....	245
Tablo 4.11	Cinsiyet.....	246
Tablo 4.12	Eğitim	247
Tablo 4.13	Ziyaretin amacı.....	247
Tablo 4.14	Güney Kazakistan Ekonomik Bölgesi.....	248
Tablo 4.15	Yaş.....	249
Tablo 4.16	Cinsiyet.....	250
Tablo 4.17	Eğitim düzeyi	250
Tablo 4.18	Ziyaretin amacı.....	251
Tablo 4.19	Batı Kazakistan Ekonomik Bölgesi.....	252
Tablo 4.20	Yaş.....	252
Tablo 4.21	Cinsiyet.....	253
Tablo 4.22	Eğitim	254
Tablo 4.29	Ziyaretin amacı.....	255
Tablo 4.30	Doğu Kazakistan Ekonomik Bölgesi	256
Tablo 4.31	Yaş.....	256
Tablo 4.32	Cinsiyet.....	257
Tablo 4.33	Eğitim	258

Tablo 4.34	Ziyaretinizin amacı.....	258
Tablo 4.35	Orta Kazakistan Ekonomik Bölgesi	259
Tablo 4.36	Yaş.....	259
Tablo 4.37	Cinsiyet.....	260
Tablo 4.38	Eğitim	261
Tablo 4.39	Ziyaretin amacı.....	262
Tablo 4.40	Astana Şehri Konumunun Avantajları	263
Tablo 4.41	Astana şehri konumunun dezavantajları	264
Tablo 4.42	Astana'nın altyapısı.....	265
Tablo 4.43	Astana da hizmet sektörü nasıl gelişmiştir	266
Tablo 4.43	Astana halkının ekonomik durumu	267
Tablo 4.44	Astana nasıl bir şehirdir.....	268
Tablo 4.45	Astana'nın önemli kültürel mirası	269
Tablo 4.46	Astana halkı marka şehir olmaya hazır mıdır?	270
Tablo 4.47	Astana'nın diğer şehirlerle önemli özellikleri	271
Tablo 4.48	Astana'nın önemli turistik merkezi	272
Tablo 4.49	Astana şehir konumunun avantajları	273
Tablo 4.50	Astana şehri konumunun dezavantajları.....	274
Tablo 4.51	Astana'nın altyapısı.....	275
Tablo 4.52	Astana da hizmet sektörü nasıl gelişmiştir	276

Tablo 4.53	Astana halkının ekonomik durumu	277
Tablo 4.54	Astana nasıl bir şehir	278
Tablo 4.55	Astana'nın kültürel mirası	279
Tablo 4.56	Astana halkı marka şehir olmaya hazır mı?	280
Tablo 4.57	Astana'nın diğer şehirlerle farkı ve özellikleri nelerdir	281
Tablo 4.58	Şehrin başlıca turistik merkezi	282
Tablo 4.59	Astana şehir konumunun avantajları	283
Tablo 4.60	Astana şehri konumunun dezavantajları	284
Tablo 4.61	Astana'nın altyapısı nasıl	285
Tablo 4.62	Astana da hizmet sektörü nasıl gelişmiştir	286
Tablo 4.63	Astana halkının ekonomik durumu	287
Tablo 4.64	Astana nasıl bir şehir	288
Tablo 4.65	Astana'nın kültürel mirası	289
Tablo 4.66	Astana halkı marka şehir olmaya hazır mı?	290
Tablo 4.67	Astana'nın diğer şehirlerle farkı ve özellikleri nelerdir	291
Tablo 4.68	Şehrin başlıca turistik merkezi	292
Tablo 4.69	Astana şehir konumunun avantajları	293
Tablo 4.70	Astana şehri konumunun dezavantajları.....	294
Tablo 4.71	Astana'nın altyapısı.....	295
Tablo 4.72	Astana'da hizmet sektörü nasıl gelişmiştir.....	296

Tablo 4.73	Astana halkının ekonomik durumu	297
Tablo 4.74	Astana nasıl bir şehir	298
Tablo 4.78	Astana'nın kültürel mirası	299
Tablo 4.79	Astana halkı marka şehir olmaya hazır mı?	300
Tablo 4.80	Astana'nın diğer şehirlerle farkı ve özellikleri nelerdir	301
Tablo 4.81	Şehrin başlıca turistik merkezi	302
Tablo 4.82	Astana şehir konumunun avantajları	303
Tablo 4.83	Astana şehri konumunun dezavantajları.....	304
Tablo 4.84	Astana'nın altyapısı nasıl	305
Tablo 4.85	Astana'da hizmet sektörü nasıl gelişmiştir.....	306
Tablo 4.86	Astana halkının ekonomik durumu	307
Tablo 4.87	Astana nasıl bir şehir	308
Tablo 4.88	Astana'nın kültürel mirası	309
Tablo 4.89	Astana halkı marka şehir olmaya hazır mı?	310
Tablo 4.90	Astana'nın Diğer Şehirlerle Farkı ve Özellikleri Nelerdir.....	311
Tablo 4.91	Şehrin başlıca turistik merkezi	312
Tablo 4.92	Astana şehir konumunun avantajları	313
Tablo 4.93	Astana şehri konumunun dezavantajları.....	314
Tablo 4.94	Astana'nın altyapısı nasıl	315

Tablo 4.95 Astanada hizmet sektörü nasıl gelişmiştir	316
Tablo 4.96 Astana halkının ekonomik durumu	317
Tablo 4.97 Astana nasıl bir şehir	318
Tablo 4.98 Astana'nın kültürel mirası	319
Tablo 4.99 Astana halkı marka şehir olmaya hazır mı?	320
Tablo 4.100 Astana'nın diğer şehirlerle farkı ve özellikleri nelerdir	321
Tablo 4.101 Şehrin başlıca turistik merkezi	322
Tablo 4.102 Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar	324
Tablo 4.103 Uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur	325
Tablo 4.104 Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz, su vardır....	325
Tablo 4.105 Şehir halkı yardım etmeye hazırdır	326
Tablo 4.106 Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerleri bulunur	327
Tablo 4.107 Tarihi eserler, müzeler bulunur	327
Tablo 4.108 Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur ..	328
Tablo 4.109 Turistik bilgi bürosu bulunur.....	329
Tablo 4.110 İklim koşulları, hava durumu, deniz, nehir özellikleri uygundur.....	330
Tablo 4.111 Kültürel etkinlikler, festivaller bulunur.....	331
Tablo 4.112 Alışveriş merkezleri, fırsatlar bulunur	331

Tablo 4.113 Çevresel kalite, temizlik kullanılmayan alanlar temiz ve ferahtır	332
Tablo 4.114 Altyapı, iletişim, ulaşım kalitesi gelişmiştir	333
Tablo 4.115 Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir	333
Tablo 4.116 Toplu taşıma taksi kullanma uygundur	334
Tablo 4.117 Plaj kalitesi, temizlik, teknik hizmet vardır.....	335
Tablo 4.118 Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları bulunur....	336
Tablo 4.119 Trafik dekorasyonu ve altyapısı uygundur.....	336
Tablo 4.120 Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur	337
Tablo 4.121 Tatil dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur.....	338
Tablo 4.122 Gece eğlence yerleri vardır.....	338
Tablo 4.123 Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur	339
Tablo 4.124 Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır	340
Tablo 4.125 Niteliksel konut tesisleri bulunur	340
Tablo 4.126 Otellerin kalitesi yüksektir	341
Tablo 4.127 Yerel turlar ve seyahat imkanı bulunur	342
Tablo 4.128 Şehre kolay erişim.....	342
Tablo 4.129 Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar.....	343
Tablo 4.130 Uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur	344
Tablo 4.131 Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz, su vardır...	344

Tablo 4.132 Şehir halkı yardım etmeye hazırdır	345
Tablo 4.133 Şehirdeki yeşil alanlar milli parklar dinlenme yerleri bulunur	346
Tablo 4.134 Tarihi eserler müzeler bulunur	346
Tablo 4.135 Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur ..	347
Tablo 4.136 Turistik bilgi bürosu bulunur.....	348
Tablo 4.137 İklim koşulları, hava durumu, deniz, nehir özellikleri uygundur.....	348
Tablo 4.138 Kültürel etkinlikler, festivaller bulunur.....	349
Tablo 4.139 Alışveriş merkezleri fırsatları bulunur	350
Tablo 4.140 Çevresel kalite temizlik kullanılmayan alanlar temiz ve ferahdır.....	350
Tablo 4.141 Altyapı, iletişim, ulaşım kalitesi gelişmiştir	351
Tablo 4.142 Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir	352
Tablo 4.143 Toplu taşıma taksit kuralları uygundur	352
Tablo 4.144 Plaj kalitesi, temizlik, teknik hizmet vardır.....	353
Tablo 4.145 Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları bulunur.....	354
Tablo 4.146 Trafik dekorasyonu ve altyapısı uygundur.....	354
Tablo 4.147 Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur	355
Tablo 4.148 Tatil dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur.....	356

Tablo 4.149 Gece eğlence yerleri vardır.....	356
Tablo 4.150 Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur	357
Tablo 4.151 Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır	358
Tablo 4.152 Niteliksel konut tesisleri bulunur	358
Tablo 4.153 Otellerin kalitesi yüksektir	359
Tablo 4.154 Yerel turlar ve seyahat imkanı bulunur	360
Tablo 4.155 Şehre kolay erişim.....	360
Tablo 4.156 Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar.....	361
Tablo 4.157 Uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur	361
Tablo 4.158 Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz, su vardır...	362
Tablo 4.159 Şehir halkı yardım etmeye hazırdır	363
Tablo 4.160 Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerleri bulunur	363
Tablo 4.161 Tarihi eserler, müzeler vardır	364
Tablo 4.162 Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur .	365
Tablo 4.163 Turistşk Bilgi Bürosu bulunur.....	365
Tablo 4.164 İklim koşulları, hava durumu, deniz, nehir özellikleri uygundur.....	366
Tablo 4.165 Kültürel etkinlikler, festivaller bulunur.....	367
Tablo 4.166 Alışveriş merkezleri, fırsatları bulunur	367

Tablo 4.167 Çevresel kalite, temizlik, kullanılmayan alanlar temiz ve ferahtır	368
Tablo 4.168 Altyapı, iletişim, ulaşım kalitesi gelişmiştir	368
Tablo 4.169 Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir	369
Tablo 4.170 Toplu taşıma taksi kuralları uygundur	370
Tablo 4. 171 Plaj kalitesi, temizlik, teknik hizmet vardır.....	371
Tablo 4.172 Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları bulunur.	371
Tablo 4.173 Trafik dekorasyonu ve altyapı uygundur	372
Tablo 4. 174 Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur.....	373
Tablo 4.175 Tatil, dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur.....	373
Tablo 4. 176 Gece eğlence yerleri vardır.....	374
Tablo 4.177 Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur	375
Tablo 4.178 Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır	375
Tablo 4.179 Niteliksel konut tesisleri bulunur	376
Tablo 4.180 Otellerin kalitesi yüksektir	377
Tablo 4. 181 Yerel turlar ve seyahat imkanı bulunur	377
Tablo 4.182 Şehre kolay erişim.....	378
Tablo 4. 183 Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar.....	378
Tablo 4.184 Uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur	379
Tablo 4.185 Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz, su vardır....	380

Tablo 4.186 Şehir halkı yardım etmeye hazırdır	380
Tablo 4.187 Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerleri bulunur	381
Tablo 4.188 Tarihi eserler müzeler vardır	381
Tablo 4.189 Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur	382
Tablo 4.190 Turistik Bilgi Bürosu bulunur	382
Tablo 4.191 İklim koşulları, hava durumu, deniz, nehir özellikleri uygundur.....	383
Tablo 4.192 Kültürel etkinlikler festivaller bulunur.....	384
Tablo 4.193 Alışveriş merkezleri fırsatları bulunur	384
Tablo 4.194 Çevresel kalite, temizlik kullanılmayan alanlar temiz ve ferahdır	385
Tablo 4.195 Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir	385
Tablo 4.196 Altyapı, iletişim, ulaşım kalitesi gelişmiştir	386
Tablo 4.197 Toplu taşıma taksit kuralları uygundur	387
Tablo 4.198 Plaj kalitesi temizlik teknik hizmet vardır.....	387
Tablo 4.199 Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları bulunur....	388
Tablo 4.200 Trafik dekorasyonu ve altyapı uygundur	389
Tablo 4.201 Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur	389
Tablo 4.202 Tatil, dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur.....	390

Tablo 4.203 Gece eğlence yerleri vardır.....	391
Tablo 4.204 Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur	391
Tablo 4.205 Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır	392
Tablo 4.206 Niteliksel konut tesisleri bulunur	393
Tablo 4.207 Otellerin kalitesi yüksektir	393
Tablo 4.208 Yerel turlar ve seyahat imkanı vardır	394
Tablo 4.209 Şehre kolay erişim.....	395
Tablo 4.210 Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar	395
Tablo 4.211 Uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur	396
Tablo 4.212 Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz, su vardır ...	397
Tablo 4.213 Şehir halkı yardım etmeye hazırdır	397
Tablo 4.214 Şehirdeki yeşil alanlar milli parklar dinlenme yerleri bulunur	398
Tablo 4.215 Tarihi eserler, müzeler bulunur	398
Tablo 4.216 Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur	399
Tablo 4.217 Turistik bilgi bürosü bulunur.....	399
Tablo 4.218 İklim koşulları, hava durumu, deniz, nehir özellikleri uygundur.....	400
Tablo 4.219 Kültürel etkinlikler festivaller bulunur.....	400
Tablo 4.220 Alışveriş merkezleri fırsatları bulunur	401

Tablo 4.221 Çevresel kalite temizlik kullanılmayan alanlar temiz ve ferahdır	401
Tablo 4.222 Altyapı, iletişim, ulaşım kalitesi gelişmiştir	402
Tablo 4.223 Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir	403
Tablo 4.224 Toplu taşıma taksi kuralları uygundur	403
Tablo 4.225 Plaj kalitesi, temizlik, teknik hizmet vardır	404
Tablo 4.226 Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları vardır	405
Tablo 4.227 Trafik dekorasyonu ve altyapı uygundur	405
Tablo 4.228 Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur	406
Tablo 4.229 Tatil dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur	407
Tablo 4.230 Gece eğlence yerleri vardır	407
Tablo 4.231 Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur	408
Tablo 4.232 Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır	409
Tablo 4.233 Niteliksel konut tesisleri bulunur	409
Tablo 4.234 Otellerin kalitesi yüksektir	410
Tablo 4.235 Yerel turlar ve seyahat imkanı vardır	410
Tablo 4.236 Şehre kolay erişim	411
Tablo 4.237 Kazakistan'daki 5 Ekonomik Bölgelerde Yaşayan İnsanların Demografik Analizleri	412
Tablo 4.238 Astana'nın imaj analizi	415

Tablo 4. 239 Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölgesindeki Sakinlerin Astana'nın Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerini Kalitesi Analizinin Ortalama Sonuçları.....	418
Tablo 4.240 Güney Kazakistan Ekonomik Bölgesindeki Sakinlerin Astana'nın Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerini Kalitesi Analizinin Ortalama Sonuçları.....	420
Tablo 4.241 Batı Kazakistan Ekonomik Bölgesindeki Sakinlerin Astana'nın Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerini Kalitesi Analizinin Ortalama Sonuçları.....	422
Tablo 4.242 Doğu Kazakistan Ekonomik Bölgesindeki Sakinlerin Astana'nın Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerini Kalitesi Analizinin Ortalama Sonuçları.....	424
Tablo 4.243 Orta Kazakistan Ekonomik Bölgesindeki Sakinlerin Astana'nın Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerini Kalitesi Analizinin Ortalama Sonuçları.....	426
Tablo 4.244 Astana şehrinin avantajları	430
Tablo 4.245 Astana şehrinin dezavantajları	431
Tablo 4.246 Astana şehrinin İmajı Oluşumuna Etki Eden Unsurlar	435
Tablo 4. 247 Kentin Soyut İmaj Unsurları	436

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1 Hizmet Sektörü	120
Şekil 4.1 Astananın Şehir Markası Modeli	438

GRAFİK LİSTESİ

Grafik.2.1. Kazakistan'ın toprak kaynakları.....	55
Grafik 2.2 Kuzey Kazakistan'ın ekonomik bölgelerinin nüfusu....	67
Grafik 2.3 Kuzey Kazakistan'ın ekonomik bölgelerinin yüzölçümü.....	67
Grafik 2.4 Kuzey Kazakistan bölgesindeki fabrikalar	81
Grafik 2.5 Pavlodar bölgesindeki nüfusun etnik grupları	97
Grafik 3.1 Astana şehrinin nüfusu etnik grupları.....	113
Grafik 3.2 EXPO 2017	129

RESİMLER LİSTESİ

Resim 4.1 Turistik ayırmaç.....	443
Resim 4.2 Kazakistan logosu.....	444
Resim 4.3 Astana şehrinin logosu.....	445

HARİTALAR LİSTESİ

Harita.2.1. Dünyadaki büyük kültür bölgeleri	25
Harita.2.2. Kazakistan'ın 17 idari bölgesi.....	26
Harita.2.3. Kazakistan'ın ekonomik bölgeleri.....	58
Harita.2.4. Kuzey Kazakistan ekonomik bölge.....	60
Harita 3.1 Astana'nın İktisadi Haritası	123
Harita 3.2 Astana'nın Turizm Haritası.....	134

KISALTMALAR LİSTESİ

- AB** - Avrupa Birliği
- BM** - Birleşmiş Milletler
- BMMYK** - Birleşmiş Milletler Milletvekilleri Yüksek Komiserliği,
- GZFT** – Güçlü, Zayıf, Fırsat, Tehdit Analizi
- SPSS** - Stat İstical Package for the Social Sciences
- SWOT** – Strong, Weakness, Opportunities, Threats Analysis
- UNDP** - United Nations Development Programme
- UNEP** - United Nations Environment Programme
- UNESCO** - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
- IAEA** - International Atomic Energy Agency
- UN** – United Nations
- OBSE** - Organization for Security and Co-operation in Europe

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA HAKKINDA AÇIKLAMALAR

1.ARAŞTIRMANIN KONUSU, DENENCESİ, AMACI VE YÖNTEMİ

1.1.Giriş

Günümüzde dünya ekonomisinin küreselleşme süreci devam etmekte olup buna Kazakistan Cumhuriyeti de dâhildir. Kazakistan Cumhuriyeti bağımsız olduktan sonra, ülkede iç ve dış ekonomik, sosyal ve politik olarak değişimler gerçekleştirilip, dünyanın rekabetçi ülkeler arasına girmek için çalışmalar yapılmaktadır. Ekonominin gelişmesi ekonomik bölgelerin kalkınması ve bölgedeki insanların sanayi ve sosyal durumlarının düzelmesine bağlı olduğundan dolayı ülkenin iç ve dış sosyal, ekonomik ve politik durumların iyileşmesi, gelirdeki artış, yabancı dövizin girişine etki edeceği belli olmuştur.

Ekonomik kalkınma günümüz ekonomilerinin ana konulardan biri olmasına rağmen, bölgesel kalkınma da önemli meselelerden biridir.

“Ekonomik kalkınma, bölgesel veya ulusal bir ekonomideki üretim aktiviteleri, katma değer (işgücü ve sermaye), kurumlar, hane halkları ve bunların yaşam kalitesi (sosyal boyutu) gibi unsurların toplam kapasitelerindeki artışı ve iyileşmesidir”. (Akpınar, 2011: 44)

Bölgesel kalkınma politikası, bugün tüm dünyada, hemen her ülkede uygulanmaktadır. 1929 yılı ABD.' de büyük ekonomik krizini izleyen yıllarda, ülkenin öteki bölgelerine göre geri kalmış olan bölgesi için

bir “büyük birlik” politikası izlenmiştir. Bu deneme ile büyük ölçülere varan yatırımlarla bir ırmak vadisinin geliştirilmesine çalışmıştır. Bu şekilde “büyük birlik” çalışmalarının benzerine Fransa’da ve Brezilya’da rastlanmaktadır.

1929 İngiltere’de büyük ekonomik krizden sonra, krizden daha fazla etkilenen göreceli olarak daha az gelişmiş bölgelerdeki büyük işsiz kitlelerine iş bulabilmek için bölgesel kalkınma politikası uygulanmıştır.

1950’lerde İtalya’da başlatılan Mezzogiorno’yu kalkındırma politikası ABD’deki “büyük birlik” politikasına benzemektedir.

1960 yılına kadar devam eden bu uygulamaya göre, bu öncelik tanınan bölgelerde hükümet tarafından fabrikalar kurularak yatırımlar yapılmış ve krediler verilmiştir. (Bye, 1957:39)

“Federal Almanya’da bölgelerarasındaki gelişmişlik farkların azaltmak, bir başka deyişle ekonomik gelişmenin bölgelere dengeli dağılımını sağlamak amacıyla, 1950 yılında bölgesel planlama çalışmaları başlatılmıştır. Japonya’da 1950’lerden sonra 1962 yılında az gelişmiş bölgeler bünyesinde yeni sanayi kentleri kurulmasını öngören “Ulusal Kalkınma Politikası” ile ilgili yasa çıkarılmıştır.” (Kuyuculuklu,1977:138).

“1970 yılı verilerine göre Sovyetler Birliği’nde nüfusun % 84’ü ülkenin batı bölgelerinde toplanırken, doğu bölgelerinde de ülke nüfusunun oldukça az bir kısmının yaşadığı gözlenmiştir. Ekonomik faaliyetleri nispeten geri kalmış ve devamlı nüfus kaybeden doğu

bölgelerinde de yayabilmek için özellikle Ural ve Aşağı Volga'da “endüstriyel kombinalar” şeklinde, bütünüyle yani “bölgesel kalkınma kutupları” oluşturmak için çalıştığı görülmektedir” (Bye,1957:40).

Sovyet döneminde Sovyetler Birliği devletlerinin ekonomik bölgeselleşmesine katkı sağlayan Rus araştırmacısı Baranski tarafından Kazakistan beş ekonomik bölgeye ayrılmıştır. Baranski bölge planlamada ekonomik bölgeleri ekonominin uzmanlığına, üretim komplekslerinin yapısına, Kazakistan'ın ekonomik durumuna ve coğrafi özelliklerine göre Kuzey, Doğu, Güney, Batı ve Orta Kazakistan olarak beş ekonomik bölgeye ayırmıştır.

Kazakistan'da uygulanmakta olan bölgesel kalkınma politikalarının sosyal ve ekonomik koşulların iyileşmesine katkıda bulunduğu yaygın olarak ifade edilen bir gelişmedir. Son yıllarda ekonominin istikrarlı bir şekilde büyümesi ve yabancı yatırımların artmasının halka yansımalarına bakıldığında ise, adil gelir dağılımının olduğunu söylemek pek mümkün olmasa da yoksulluk giderek azalmaktadır.

Kazakistan Devlet Başkanı Nursultan Nazarbayev "*Kazakistan-2030*" *Stratejik Programı*"nda “*Ekonomi dünya medeniyetinin önemli sanayisi, ülkenin ekonomik durumunu yükseltmek için 2030 yılına kadar rekabetçi 30 ülke arasına girmek için ekonomimizi geliştirmek lazım*” sözleriyle Kazakistan için başlatılan kalkınma hamlesindeki önemi vurgulamıştır. Bu proje kapsamında “*Özel İşletmeleri Geliştirme*”, “*Küçük İşletmeleri Geliştirme*”, “*Yerel Ekonomik Kalkınma Geliştirme*” yasaları çıkartılmıştır.

Kazakistan'ın tüm bölgeleriyle birlikte Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölgesi'nin gelişmesi, başkentin Almatı'dan kuzeydeki Astana'ya taşınmasıyla başlamıştır. Yeni başkentin bulunduğu ülkenin kuzeyi aynı zamanda sanayinin de yer aldığı bölge olduğu için, daha çok tarım sektöründe yoğunlaşan nüfusun yer aldığı güneye göre daha çok gelişmiştir. Kazakistan ulusal parası olan Tenge'nin değerindeki istikrar, enflasyonist baskının azaldığını göstermekte ve böylece halkın alım gücü ve buna bağlı olarak da yaşam standartlarının arttığı görülebilmektedir.

Küreselleşen dünyada bölge ekonomisinin gelişmesi ve kalkınması için büyük rol oynayan turizm sektörü, ticari getiresi yüksek ve sürekli büyüme kaydeden bir sektör olarak Kazakistan ekonomisinde öne çıkmaya başlamıştır.

Ülkede turizmin gelişmesi ve dünya turizm pazarından pay alabilmek için, sektörde sunulan ürün ve hizmetlerin markalaşması oldukça önemlidir.

Son dönemlerde şehirlerin markalaşarak marka şehir anlayışının giderek yaygınlaşması da ülke turizminin rekabetçi olması açısından da çok önemli olduğu uluslararası alanda kabul görmüş en önemli konulardan birisi haline gelmiştir. Bu açıdan “*Şehirlerin ekonomik, siyasal ve sosyal alanlarda uzun vadeli stratejilerini belirlemeleri, planı ve sürdürülebilir bir şekilde bu değişimi yönetmeleri şehirlerin markalaşması sürecinde büyük önem taşıyacaktır*” (Tolpak, 2015:47).

Hollanda kökenli bir kavram olan şehir markası ile aynı anlama gelen mekân markalama, mekân pazarlama, mekân satışı da “Marka Şehir” yaklaşımının yüksek bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Aslında kendi içinde her kent coğrafi özellikleriyle, ürünleriyle, şehir planı veya yapılaşmasıyla, tarihsel birikimleriyle kendi içinde bir markadır. Bu açıdan bakıldığında da Kazakistan’daki her şehir bir diğerinden ayırt edici özelliklere ve farklılıklara sahiptir. Ancak şehirler için her markalaşma da aynı değerde değildir.

1.2. Araştırmanın Konusu ve Önemi

Küreselleşen dünyada, rekabet, ülkeler ve şirketler arasında değil şehirler ve ekonomik bölgeler arasında da yaşanmaktadır. Rekabetin en önemli unsurlarından biri olan pazarlama ülkenin itibarı, yabancı turistlerin o ülkeye seyahat etmeleri, yabancı yatırımcıları çekmek ve saygınlık gibi konularda önem arz etmektedir. Bu sadece bir bütün olarak ülke için değil aynı zamanda “yerel yerler” olarak adlandırılan alt ekonomik bölgeler için de önemlidir. Üstelik bir yandan bir şehrin başarısının tanınması bir yandan da bölge ve ülkenin başarısının tanınmasına bağlıdır.

Kazakistan ekonomisi yüksek rekabet karşısında bazı sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu nedenle günümüzde bölgesel kalkınmanın yönetilmesi ve bölgenin dinamik kalkınmasının uygulamaya geçirilmesine yönelik yöntemlerin tanıtılması konularına daha fazla dikkat edilmektedir. Ekonomik bölgeler sadece Kazakistan’ının yüzü değil aynı zamanda uzun dönemdeki varlığının ve refahının

garantisidir. Ekonomik bölge yönetiminin amacı her bir bölgenin lider konumunu sürdürmesini ve bölgenin ekonomik büyümesi için ön koşullar yaratmasını ve sınırlı kaynakları yoğunlaştırmanın koşullarını sağlamaktır. Bu sebeple çalışma; Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölgesinin Kalkınmasına Astana şehrinin "Marka Şehir" olarak etkisi üzerindeki etkilerinin belirlenmesini konu edinmektedir. Konunun, Kazakistan'ın yeni başkenti, genç ve dinamik şehirlerinden biri olan Astana'nın markalaşması üzerinden açıklanmasının ülkedeki diğer şehirlere de örnek olabilecek bir uygulamanın yapılabilmesine zemin hazırlayacağı düşünülmektedir.

Kazakistan tarihi, turistik, kültürel, sportif, sanayi ve ekonomik yönden yüksek potansiyele sahip birçok şehirlerden müteşekkildir. Buna rağmen, ülkedeki kentlerin markalaştırılarak söz konusu zenginliklerinden üstünlük elde edilmesi fikri, ülkenin genel ve yerel siyasetinde yeni yeni yer bulmaktadır. Bir yandan da, dünyada sözü edilen zenginliklerini pazarlayarak markalaşan birçok ülkelerin büyük şehirleri gibi Kazakistan'daki şehirlerin markalaştırılarak dünyaya tanıtmaktadır.

Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölgesinin Kalkınmasında Astana şehrinin "Marka Şehir" olarak etkisi söz konusu başarılarından elde edilecek çıktılar göz önüne alındığında, çalışmanın öneminin daha iyi anlaşılacağı düşünülmektedir.

1.3. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Bu çalışmanın amacı: Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinin mevcut durumunu incelemek ve analiz etmek bununla birlikte Kazakistan'ın yeni başkenti Astana şehrinin rekabetçi bir marka modeli olarak bölgenin ekonomik kalkınmasına etkisini oluşturmaktır. Astana şehri tarihsel, kültürel, ekonomik, sosyal ve siyasi açılarından değerlendirilerek uygulanabilir ve sürdürülebilir bir şehir markası modelini sunmaktır. Astana'nın özgün bir imajla konumlandırılması ve dünyanın önde gelen kültürel ve tarihi turizm merkezlerinden biri haline getirilmesi için sürdürülebilir bir marka yönetim sürecine katkı sağlamaktır.

Bu çalışma ekonomik bölgelerin kalkınması için şehirlerde yapılacak markalaşma tariflerinin stratejik yönetimi perspektifinden bakılmak suretiyle amacına ulaşabileceği düşüncesine dayanmaktadır.

Araştırmanın ana düşüncesi: Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölgesinin Kalkınmasına Astana şehrinin "Marka Şehir" olarak Etkisinin uygulanmasıyla ilişkilidir.

Bu çalışmada ortaya atılan ve araştırılacak olan alt hipotezler şunlardır:

H1: Astana'nın marka şehir olmak çerçevesinde marka değerinin artması, şehirdeki tarihi ve doğal kaynaklar koşullarının iyileştirmesiyle ilişkilidir.

H2: Astana'nın marka şehir olmak çerçevesinde, marka değerinin artması, şehrin ekonomik koşulların sürdürülebilirliğiyle ilişkilidir.

H3: Astana'nın marka şehir olmak çerçevesinde marka değerinin artması, şehirdeki sosyal adalet koşullarının iyileştirilmesiyle ilişkilidir.

H4: Astana'nın marka şehir olmak çerçevesinde marka değerinin artması, şehrin kültürel yapısının sürdürülebilirliğiyle ilişkilidir.

H5: Astana'nın marka şehir olmak çerçevesinde marka değerinin artması, şehrin çevresel sürdürülebilirliğiyle ilişkilidir.

H6: Astana'nın marka şehir olmak çerçevesinde Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinin ekonomik kalkınması koşulların sürdürülebilirliğiyle ilişkilidir.

H7: Astana'nın marka şehir olmak çerçevesinde Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinin ekonomik kalkınması şehrin ekonomik koşulların sürdürülebilirliğiyle ilişkilidir.

1.4. Araştırmanın Yöntemi, Bilgi Derleme ve İşleme Araçları

Bu çalışmada ekonomik bölge kalkınması olgusu, Astana şehrinin marka şehir olarak bölge ekonomisine etkisi çerçevesinden değerlendirilmiştir. Bu sebeple, bölge faaliyetlerinden hareketle Kuzey Kazakistan ekonomik bölgenin ekonomik kalkınması anlayışına: Ekonomik kalkınma Yönetim düşüncesinden hareketle “Marka Şehir Yönetimi” anlayışına varılması amaçlanmıştır. Bu

olguların teorik olarak ifade edilmesinin ardından, Astana'nın marka değerinin arttırılmasına yönelik model önerisinde bulunulmuştur.

Şehir markalaşması; konumlandırma, imaj ve kimlik oluşturma gibi evrelerden oluşan karmaşık yapıya bir süreçtir. Bu bağlamda kentin imaj faktörlerinin belirlenmesi, markalaşmada izlenecek yolun tayin edilebilmesi açısından hayati önem taşımaktadır. Bu sebeple, Astana'nın marka potansiyelinin belirlenmesi amacıyla anket araştırması yapılmış ve sonuçlarından faydalanılmıştır. Astana şehrinin markalaşma süreçleri ile bireylerin algılama süreçleri arasında bir bağlantı olduğu bilinmektedir. Bu sebeple Astana şehrinin içinde ve dışında yaşayan bireylerin kente ilişkin algı düzeylerinin ölçülmesi amacıyla, anket Kazakistan'daki 5 ekonomik bölgede yaşayan, toplam 500 katılımcıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmalar sonucunda elde edilen bulgular; "Astana'nın marka şehir imajı" ortaya konulmuştur. Bu sürecin ardından elde edilen bulgulara dayalı olarak, şehrin marka potansiyeli belirlenmiş ve kent kimliği oluşturulmasına yönelik öneriler sunulmuştur. Son bölümde ise araştırmaya yönelik genel bulguların, önerilerin ve genel sonucun ortaya konulmasıyla çalışma tamamlanmıştır. Bu çerçevede, çalışmada anket yöntemi kullanılmıştır. Dolaylı araştırma yöntemi çerçevesinde konuyla doğrudan ya da dolaylı ilgisi bulunan kitap, dergi, makale, gazete, akademik çalışma niteliğindeki tezler ve benzeri yazılı kaynakları ve elektronik ortamda kaynak taraması yapılarak, araştırma açısından kaynak olabilecek bilgilerin altyapısı oluşturulmuştur. Çalışmada bilimsel araştırma teknikleri doğrultusunda toplanılan veriler niteliksel

çözümleme teknikleriyle işlenmiştir. Çalışmanın anket araştırmasına yönelik bölümünde, anket tekniğiyle elde edilen veriler, SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 18,0 for Windows adlı istatistik paket programıyla değerlendirilmiştir. Araştırmada kullanılan veri toplama tekniği olarak kullanılan anket formunda daha önce alan yazında kullanılmış bir örnek alınmış ve ölçek üzerinde bazı uyarlamalar yapılmıştır.

1.5. Araştırmanın Sunuş Sırası

Bu araştırma, dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın konusunu, yöntemini, bilgi toplama ve işleme tekniklerini belirleyerek araştırmanın tanıtılmasıdır ve konu akısını kısaca özetleyen bir sunuş sırası yer almaktadır.

İkinci bölümü, “Ekonomik bölge tanımı ve ekonomik bölge” adını taşımaktadır. Bu bölümün birinci kısmında “Bölge” kavramının teorik ve pratik anlatımı açısından önemine değinilmiştir. İkinci “Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölgesinin Ekonomik Durumu ” kısmında; Pavlodar bölgesi, Kostanay bölgesi, Kuzey Kazakistan bölgesi, Akmola bölgesinin ekonomik durumu, doğal kaynakları ve Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesine etkileri açıklanmıştır.

Çalışmanın üçüncü kısmında, "Astana Şehrinin Ekonomik Gelişimi ve Tarihi" konusu ele alınmaktadır. İlk kısımda, Astana şehrinin doğal kaynakları, nüfusu, ekonomik durumu ve ekonomik strateji geliştirilmesi konuları, ikinci kısımda ise “Astana Şehrinin Tarihi“ ele alınmıştır. Burada Akmola yerleşiminin adı, tarihi ve coğrafi

araştırmalar, Astana şehrinin tarihi gibi konular yer bulmaktadır. Bu bölümde Astana şehrinin adı ve tarihi, şehrin coğrafi araştırmaları da ayrıca incelenmiştir.

Dördüncü kısmında “Astana Şehri Markasının Olumlu ve Ekonomik Etkilerinin Ölçümü” adını taşımaktadır. Birinci kısımda; Stratejik Yönetim süreci, Astana’nın durum analizi, görev-geniş görüşlülük ve değerleri, amaç ve hedefleri, kentin avantajları, Astana’nın hedef kitlesi, Astana’nın konumlandırması incelenmiştir. “Kent Markası ve Kentin Markalaşma Süreci” başlığındaki ikinci kısımda; Astana’nın Şehir İmajı, Astana’nın stratejik analizi, görev-vizyon bildirimleri ve strateji geliştirilmesi, Astana’nın marka imajına yönelik unsurların belirlenmesinin ardından, bu verilerle kent markasının oluşturulmasına yönelik çalışmalar yer almaktadır. Bu bağlamda Astana’nın kent konumlandırma çalışmaları, Astana şehir imajının oluşturulmasına yönelik çalışmalar ve Astana şehrinin kimliğinin oluşturulması çalışmaları bu bölüme konu edilmiştir. Araştırmanın son kısmında ise, çalışma esnasında elde edilen bulgular ve bulgulara ilişkin öneriler sunulduktan sonra, çalışmanın tamamına ilişkin genel bir değerlendirmeye yer verilmiştir.

Bu çalışmada, adı geçen yer ve su adları, kişi adları, bazı terim adları, Kazak ve Rus kaynaklarından alınıp adı geçen adlar değiştirilmemiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

EKONOMİK BÖLGE TANIMI VE EKONOMİK KALKINMA

İkinci bölümü, “Ekonomik bölge tanımı ve ekonomik bölge” adını taşımaktadır. Bu bölümün birinci kısmında “Bölge” kavramının teorik ve pratik anlatımı açısından önemine değinilmiştir. İkinci “Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölgesinin Ekonomik Durumu ”kısmında; Pavlodar bölgesi, Kostanay bölgesi, Kuzey Kazakistan bölgesi, Akmola bölgesinin ekonomik durumu, doğal kaynakları ve Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesine etkileri açıklanmıştır.

2. BÖLGE KAVRAM TANIMI

Bu bölümde “Bölge” kavramının teorik ve pratik anlatımı, coğrafi bölge, ekonomik bölge, homojen, polarize ve plan bölgeler, bölgesel kalkınma, Kazakistan’ın ekonomik bölgeselleşmesi, Kazakistan’ın bölgesel ekonomik sorunları, Kazakistan’ın ekonomik bölge durumu, Kuzey Kazakistan’ın Ekonomik bölgesi ve Kuzey Kazakistan ekonomik bölgeleri Kuzey Kazakistan, Kostanay Bölgesi, Akmola, Pavlodar bölgelerinin Doğal koşulları ve kaynakları, ekonomik koşulları ve nüfusu konuyla ilgili konular incelenmiştir.

2.1. Bölge Kavramının Teorik ve Pratik Anlatımı

Birinci Dünya Savaşı’ndan sonra ortaya çıkan bazı bölgelerdeki sorunlar ve özellikle işsizlikle mücadele sorunu, gelişmiş ülkelerde bölgesel kalkınma politikasının izlenmesine neden olmuştur.

Yirminci yüzyılın ikinci yarısında Batı ülkelerinde bölgesel ekonomi derneği kurucusu olan W.Alizarin araştırmalarıyla oluşmaya başlamıştır. Bölge kavramı ile ilgili birçok farklı görüşler mevcuttur. Örneğin, James ve Martin 2000 yıl “bölge” ve “alan” kavramları arasında farklılıklar olduğunu ve “*Bütün Potansiyel Şeyler*” başlıklı çalışmalarında konuyla ilgili şöyle yazmıştır:

“Genellikle “alan” belli bir özelliğe sahip, ama net bir sınırları olmayan, tüm bir arsa diye açıklama yapmışlar. Ayrıca, bu kelime genellikle kıtaların temel birimi olan geniş bir bölgeyi belirtmek için kullanılır. Fakat coğrafyacılar tarafından farklı bölgelere atıfta bulunmak için “bölge” veya “alan” terimi kullanılmıştır” (Petruhina ve Zorin,2014:57).

“Biz Devlete açıklama yapabiliriz. Onun adı ve sınırı, yazılmış tarihi var. Fakat bölge nedir? Tabii ki, bu politik ve idari bir birlik değildir. Bizi komşularımızdan ayırt edebilmemiz için kendine özgü bir özellik işareti olan alandır” (Kosov ve Fokina,2009:123).

Boudeville, 1960 yılında “*Encyclopedle Française*” de yazdığı “*Ekonomik Alanlar*” adlı makalesinde “*Kuramsal ekonomik alan çalışmaları en uyanık zihinlerin bile kayboldukları bir makidir. Bu makide coğrafyacıların, ekonomistlerin, matematikçilerin ve sosyologların farklı görüşleri karşı karşıya gelir*” demektir (Boudeville,1960:10).

Gerçekten de Boudeville’in 1960’lardaki görüşlerini haklı çıkaracak biçimde, birçok bilimsel disiplinin farklı şekilde alan kavramına başvurduğu görülmektedir. Bunlar arasında Kartezyen alan, sektöriyel

alan, soyut alan, öklidiyen alan, coğrafi alan, sosyal alan, hukuksal alan sayılabilir.

Geçen yüzyılın 70’li yıllarında ekonomi bilimi, bölgesel yeniden yapılanma, kaynak yönetimi üzerine teorilerin ve pratik kılavuzların incelenmesine odaklanmıştır. Aynı zamanda, bölge kalkınmasının kullanımının yoğunlaştırılması, yerel kaynakların etkin kullanımı için modellerin kapasite artırımı gibi konular yeterince incelenmemiştir. Dolayısıyla bu durum alanda birçok tartışmaların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Örneğin, bölgelerdeki sosyo-ekonomik potansiyel yönetimin etkinliği, yerel, bölgesel ve bölge çıkarları arasındaki ilişkiler, yerel ve bölgesel piyasanın oluşturulması ve altyapısı, yatırım politikası, farklı mülkiyet türlerinde mülk yönetimi ve yerel kaynakları kullanmanın etkinliğini artırmak ve kaynak yoğunluğu gibi.

Bu bağlamda bölgesel gelişim in iki temel sorunu incelenecektir. Birincisi, bölgenin sosyo-ekonomik kompleksinin oluşumu ve işleyişi; ikincisi ise yeni durumda bölgesel yönetim (politik, ekonomik, sosyal, ekolojik). Bu temel sorular bölgesel gelişmeyi etkileyen tüm faktörleri (yani tarihi, doğal-kaynak, etnik, dini, ekolojik, politik), bölgesel ve bölgeler arası iletişimlerin bölgesel analizini içermektedir.

Genel olarak ekonomi alan yazında bölgenin iki kavramına “bölge” ve “alan” kavramına rastlanmaktadır. Rus araştırmacılar Petruhina ve Zorin 1960 yılda ”Bölge” kavramını coğrafi koşullar ve doğal kaynak yönelimi ile karakterize edilen, devletin ulusal ekonomik kompleksinin bir parçası olarak açıklamıştır. Bu alanlar üretim, teknik

ve ekonomik ilişkilerde nispeten kapalıdır. “Bazen bu kavramı köy, şehir, bölge ve alan gibi devletin tek bir idari ve bölgesel bölümü olarak da açıklanır” (Petruhina:2014:27).

“İngilizcede “region” ve “area” şeklinde ifade edilen “bölge” kavramı, günümüzde değişik ülkelerde farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Örneğin bölge, Belçika’da, “*federe devlet*” anlamına gelirken, İspanya’da “*özerk toplulukları*” ifade etmekte, Fransa’da ise, bir “*yerel yönetim kuruluşu*” olarak içeriklendirilir. Bölge, ulus devletin temel işlev ve yetkilerinin paylaştırılacağı yeni bir yönetsel, siyasal ve kültürel bir kavram olarak kullanılmaya başlanmıştır” (Bayramoğlu:2005:38).

Avrupa Birliği yayınlarından biri olan “*Euro stat Regional and Urban Statistics Reference Guide*” adlı çalışmada bölge; “*dağ, kıyı, orman vb. peyzaj (landscape) bakımından: kuraklık veya yüksek yağış gibi iklim (climate) bakımından: Belçika’da, Finlandiya veya Bask’ta olduğu gibi etnik orijin (ethnic orijin) veya ortak tarih/ şuur (shared history) bakımından: bölge, özellikli niteliklere haiz benzerlik/homojenliktir.*” olarak tanımlanmıştır (Eurostat Regional and Urban Statistics Reference Guide:2010:3)

Avrupa’daki bölgelerin üç ortak özelliği şöyle sıralanabilir (Bayramoğlu,2005:38-39):

- 1.Kademelenmede illerden büyük olması
- 2.Devlet olmaması

3.İdari/ hukuki açıdan bir varlık olarak tanınması

“Bir başka tanımlamaya göre bölge sözcüğü, çeşitli karamlar karşısında kullanılır. Bazen bir mahalleye, bir kente, bir ile veya bir kaç ilden oluşan yörelere, birkaç ülkenin oluşturduğu kara parçalarına ve hatta kıtalara “bölge” adı verildiği görülmektedir” (Rusen,2004:343).

Araştırması W.Jones “*Bölge - bir veya daha fazla birbirine bağlı ögelere sahip bir bölge*” görüşünü bildirirken, Wooter “*Bölge, doğal ve ekonomik faktörlerin ve ekonomik ve sosyal yapıların birlikteliğinin bulunduğu bir bölgedir*” fikrini bildirmiştir. R.Harts-Horn ise “*Bölge, ortak (doğal) manzara içinde belli bir birliği olan bir bölgedir*” görüşünü sunmuştur (Yarmukhamedov,1990:157). “*Bölge ” kavramı, arazi özelliklerinin genel tanımı ve uygulaması temelinde tahsis edilen bölgedir*” açıklamasında bulunmuştur.

“Bölge” kavramını, kesin çizgilerle belirleyen, mutlak anlamda sabitlenmiş, ortak bir tanım olmamakla birlikte, bu kavramı açıklamaya yönelik tanımlamalar çerçevesinde, bölgenin iç türdeş, yani “homojen” karaktere sahip: fiziki, kültürel veya fonksiyonel birliği olan ve taşıdığı özelliklere bağlı olarak çevresindeki alanlardan ayrılabilen farklı bir ünite olduğu ifade edilebilir” (Yiğit,2000:516).

“Bölge kavramı, yönetsel anlamda, bir yönetim kademesi ve bir yerel yönetim birimi olması açısından da tanımlanmaktadır. Diğer bir ifade ile bölge ya fiziksel ya işlevsel ya da siyasal temele dayanan bir birimi anlatır” (Rusen,1999:6).

Bölge kavramının, küreselleşmenin meydana getirdiği değişim sürecinin yansımalarıyla, kavramsal temel yeni anlamlar yüklendiği ve daha farklı biçime tanımlanmaya başlandığı da dikkate alınmalıdır. Geleneksel anlayışa göre yan yana gelmiş yerel birimlerin mekânsal bütünlüğü ile ortaya çıkan, ulus devlet dışına kapalı, ulus devletin denetiminde sınırları çizilmiş birimi ifade eden bölge: küresel anlayışta, ilişki ağıyla belirlenen, mekânsal süreklilik koşulu olmayan yerellerin oluşturduğu, uluslararası ilişkilere doğrudan açılan ve sınırları değişken bir birimi temsil etmeye başlamıştır (ÖLK Bölgesel Gelişme Raporu, 2000: No 2502: 528).

Zamanla bölgesel sürecin görünümü değişmiştir. E.Kuklinski *“Bölgesel kalkınma, bölgesel konular uzun vadeli bir finansal bakış açısı olarak kabul edilir. Fabrikalar ve yollar gibi yeni tesislerin inşası bölgenin gelişmesine en önemli katkıdır. Şu anda bölgenin materyalinden daha önemlidir. Eğitim sırasında bölge sadece bilimde değil, uygulama alanında da daha önemli bir kavramdır”* ifadesinde bulunmuştur. Kuklinski bölgeleri, rekabet gücünün hâkim olduğu ekonomik sistemin ayrılmaz bir parçası olarak görmektedir. Bölgeler, yüksek rekabet gücü ile yerli ve yabancı inovasyon ve girişimcilik adası olarak kabul edilebilir. “Bölge” kavramı, modern ekonomik, coğrafi ve kentsel-kırsal alan yazılarında ilk sıraya çıkmış. “Bölge” kavramı için aşağıdaki ölçütler kullanılmaktadır:

-Coğrafi (yer, alan büyüklüğü ve nüfus);

-Üretim

-İşlevsel;

-İnşaat (üretim faaliyetleri, inşaat nesnelere, konut ve hizmet özellikleri);

-Sosyal (müdahale, kendini gerçekleştirme); (Yarmukhamedov, 1990:267).

Bu değerlendirme ölçütlerinin olduğu, bölgedeki değerin bir tanımda açıklanmasını zorlaştırmaktadır. Bölge: kendi dış çevresi, tarihi, kültürü, yaşam koşullarının işlevleri ile birleşik bir karmaşık sistemdir. Bunu yüksek boyutsallık, birbirine bağlı yerel hedefler, farklı sistemler, kontrollerin çeşitliliği, yapıların hiyerarşisi, elementlerin yüksek dinamiğindeki etkileri düzenleyen önemli gecikmeler, elementlerin tam belirsizliği karakterize eder. Nüfus, işçi kolektifleri bölgenin rolünün belirleyicisidir. Bölgenin ve şehrin etkin yönetiminde sosyal faktörü göz ardı etmek imkânsızdır. Bu karmaşık sistemin öğeleri arasındaki bağlantı, toplumun hayatı tipik olarak doğrusal olmayan süreçlerle karakterize edildiğinden, doğrusal işlevlerle gösterilemez. Bir bölgenin sosyal yaşamı üzerine yapılan çalışmalar, yapılandırmaya, yani bölgesel kalkınmanın dinamiklerini belirleyen sistemlerin birleşik işleyişine dayanabilir.

Sosyo-ekonomik bir sistem olarak bölge, beş temel sistem seti sağlayabilir istem tabanı, servis kompleksi, ekoloji, nüfus, piyasa altyapısı. Bu sistemler arasındaki bağlantı ve etkileşimi sağlayan sosyo-ekonomi sistemin ana faktörü insanların etkileşimidir. İnsan her sistemin organik bir parçasıdır. Dolayısıyla, şu ana kadar verilen

tanımlamalar çerçevesinde “bölge” için şu genel tanım yapılabilir:
“Bölge, devlet öznesinin idari sınırlarındaki toprak olarak karmaşıklık, bütünlük, uzmanlaşma ve kontrol, yani politik ve sosyal yönetimin varlığıdır” (Kosov,2015:25).

Bölgelerin sınıflandırılmasının birçok türü vardır. Rus araştırmaları Petrukhina ve Zorin ekonominin farklı niteliksel özelliklerine ve sosyal statüye göre bölgeleri üç gruba ayırırlar. Birincisi, yüksek düzeyde üretim ve insan yaşamı olan gelişmiş bölgeler, ikincisi, orta düzeyde ekonomik bölgeler ve üçüncüsü, sosyo-ekonomik gelişim in düşük seviyeli bölgelerdir (Zorin,2014:145).

Bölgesel bir tanımın temel özelliklerinden biri bütünlüktür. Bu bölgenin doğal kaynak potansiyelini kullanarak, farklı alanları bir araya getirerek, iç bölge ve bölgeler arası, endüstriyel ve teknolojik bağlar yaratarak, belirli bir yaşam geleneğine ve eşsiz bir toplumun varlığına sahip olmak anlamına gelmektedir. Bölgesel ekonominin karmaşıklığı, bölgedeki üretim güçlerinin dengeli, orantılı olarak gelişimlerini gösterir. Bölgesel ekonomi karmaşıklığının göstergeleri aşağıdakilerden oluşmaktadır:

- Bölgede tüketilen yerel bölgesel üretim yüzdesi;
- Sektörler arası kullanımda ürünün çevresel ağırlığı;
- Bölgesel kaynak kullanım düzeyi.

Petrukhina ve Zorin çalışmalarına göre bölgenin zelleşmesini belirlemek için aşağıdaki göstergeler dikkate alınmalıdır (Petrukhina ve Zorin,2014:57):

- Endüstrideki sanayi seviyesinin endeksleri (bu sanayi ürününün üretimi için bölgesel evre devletler içindeki tüm üretim ve tarımın bölgesel çevresine göre);
- zgnlk endeksi (nceki bireysel endekslerin ürünü).

“Araştırmacılar Ziman, Polovitskaya, Smirligin Amerika bölgelerini tanımlarken fiziksel ve coğrafi koşullarda incelemişlerdir ve Amerikan tarihinin, geleneklerinin ve ekonomik ve sosyal özelliklerinin farklı aşamalarının özelliklerine özellikle dikkat etmişlerdir. Amerika’da topraklar bölgelere ayırt ettiği zaman sadece arazi, bölge, devlet olarak değil, başka pozisyonlara ve gelenek göreneklere, konuşma özelliklerine, ekonomi ve sosyal, siyasi-milli ilkelere dayanmıştır”. (Yarmukhamedov,1990:167).

Yukarıda belirtildiği gibi, bölgenin en önemli sembolü olan idari-bölge bölünmesiyle bağlantılı devletin yönetilmesidir. Bölgede yönetimin belli bir derecesi vardır, nk yönetim organları kamu sektörünün tüm unsurlarının (maddi üretim, doğal kaynak potansiyeli, altyapı, işgücü kaynakları) yönetimini ve belirli alan ve zaman istikrarı ile temasların çeşitliliğini (ticaret, finansal, sosyal, vresel, endüstriyel) sağlamalıdır. Bölgenin ekonomik bağımsızlığı, ekonomik (mali) kaynakların kendi seviyesini belirleme, ekonomik bölgesel

düzeyinin yetkinliği içinde yer alan sosyal ve ekonomik konular için ne ölçüde sağlandığını yansıtmaktadır.

“Kamu yönetimi sözlüğü, bölgeyi dört kategoriye ayırarak tanımlamaktadır: ilk kategoride coğrafi ya da toplumsal özellikleri açısından bir bütün oluşturan ve bu özellikleriyle kendisine bitişik olan ve başka yörelerden farklılaşan toprak parçası, ikinci kategoride merkezi yönetim ile iller arasında yer alan ara yönetim kademesi, üçüncüsü ise belli hizmetlerin eşgüdümü için oluşturulmuş il üstü coğrafi yönetsel birim ve son kategoride ise bazı ülkelerde yerel yönetim birimi olarak tanımlanmaktadır” (Bozkurt,1998:39).

“Bölgesel kalkınmanın merkezinde yer alan ve “bölge” olarak adlandırılan kavrama, homojenlik faktörü esas alınarak aşağıdaki ölçütlere göre tanımlamalar getirilebilir” (Brasche,2001:13).

-Coğrafi bölgeler (kıyı bölgeleri, dağlık bölgeler),

-Kültürel bölgeler (etnik çoğunluk, dil, din),

-Tarihsel bölgeler (tarihteki ortak kökenler, eski sınırlar),

Yerleşim ve yoğunluk bakımından bölgeler (merkezi bölgeler – çevre bölgeler, yüksek nüfus yoğunluklu bölgeler – düşük nüfus yoğunluklu bölgeler).

Ekonomik bölgeni açıklamak için coğrafi ve matematiksel bölgelerden yararlanacağız. “Üzerinde yaşadığımız toprak, İklim ve çevre, faaliyette bulunduğumuz ve eşyalarımızı koyduğumuz yöre, coğrafi alandır. En geniş anlamıyla coğrafi alan “dünyanın üst

dokusu”, Olivier Doffus’un deyişiiyle “*dünya küresi kara ve denizle kaplı yüzeyidir*” (Dolifus,2001:5).

2.1.1 Coğrafi Bölge

“Coğrafi bölge, fiziki ve beşeri coğrafya özellikleri açısından az da olsa (genel çizgileri ile) benzerlik gösteren belli büyüklükleri arazi üniteleri ya da coğrafi birliklerdir (Ekral, 1978:28-29). Ekonomistlerden gelen bir görüşe göre de coğrafi bölge, coğrafi ölçütlere göre (İklim, bitki örtüsü) aynı özellikleri taşıyan yörelerin gruplaştırılması sonucu elde edilen homojen bölgelerden başka bir şey değildir”. (Dinler, 2001:79)

“Uzun yıllar coğrafyacıların tekelinde olan bölge çalışmaları, 1954 yılından sonra bir multidisipliner çalışma alanı haline dönüşmeye başlamıştır. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri’nde iktisat alanında doktora yapmış Walter Isard’ın öncülüğünde başlayan Bölge Bilimi çalışmalarına gösterilen ilgi, giderek artmış; bazı coğrafyacılar, mimarlar, şehir ve bölge plancıları, siyaset bilimciler ve sosyologların katılımı ile giderek bağımsız bir bilim alanı haline dönüşmeye başlamıştır” (Isard, 1975:5)

“XIX. yüzyılın ortalarında Almanya’da ortaya çıkmış özellikle de Berlin Bilimler Akademisi coğrafyacıları tarafından sistematik bir bilgi temeline oturtulmuştur (Ritter,1858). Bununla birlikte daha Türk Coğrafya Dergisi <http://www.tcd.org.tr> 16 Arınç kapsamlı bölge tayinleri İngilizler tarafından yapılmıştır. İngiliz jeopolitikçisi ve coğrafyacısı H.J.Mackinder ilk kez Avrupa’nın ve İngiltere’nin

coğrafi bölgelerini gösteren haritalar çizmiştir (Mackinder,1904:421-437). Daha sonra W.Köppen, iklimik verileri esas alarak Dünyanın İklim bölgelerini ayıran veya tasnif eden çalışmalar yapmış ve coğrafi bölgelerin tasnifinde İklim bölgelerinin esas alınmasını teklif etmişti (McKnight-Hess,2000;200). Bununla birlikte, Demangeon ve Blanchard gibi Fransız ekolünden gelen coğrafyacılar, Köppen'in bu teklifine itiraz ederek, coğrafi bölgelerin ayrımı ve sınıflandırmasında İklim şartlarıyla birlikte, yeryüzü şekilleri ile yeraltı kaynaklarının da dikkate alınması gerektiği görüşünü ileri sürmüşlerdi.” (Arınç,2014:13-24).

“Coğrafi Bölge kavramı konusunda çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Bu tanımlamalar arasında en dikkati en çok çekenlerden birine göre bölge; belirli ölçütler yönünden homojenlik (benzerlik) gösteren yeryüzü üniteleri veya arz sathı parçalarıdır “(Erinç,1958: 68-94).

O halde yeryüzünün fizikî, beşerî ya da iktisadi özelliklerinin ortak etmiş sonucu ortaya çıkmış coğrafi birimlere bölge adı verilir. “Bir başka tanıma göre ise coğrafi bölgeler: üç boyutlu bir kavram olan coğrafi yeryüzünün, değişik ölçütler yönünden az ya da çok temelde beraberlik gösteren sınırlandırılmış mekân üniteleridir ve esas alınacak ölçütler; morfolojik, orografik, iklimik ve biyotik öğelerle, beşerî ve iktisadi öğelerdir” (Doğanay,1984:34).

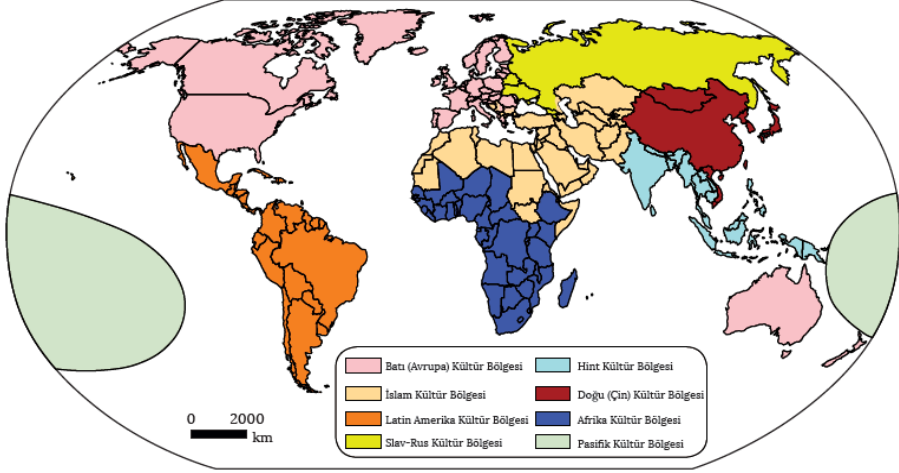
Özçağlar ise coğrafi bölgeyi, daha farklı bir bakış açısı sağlayacak şekilde: yeryüzünde doğal ve beşerî (sosyo-ekonomik) özellikleri yönünden bütünlük sağlayan büyük alanlar olarak tanımlamaktadır. “Ayrıca diğer bölge türlerinin (doğal ve fonksiyonel) bir sentezi

olması nedeniyle coğrafi bölgelerin daha renkli bir yapıya sahip olduklarını ifade etmektedir” (Arınç, 2014:13-24).

Kültür bölgelerinin oluşturulmasındaki güçlüklerle rağmen ortak bazı özellikler dikkate alınarak kültür bölgeleri oluşturulur. Toplumsal gelişme süreci içerisinde oluşan, bir topluma veya halk topluluğuna özgü sanat eserleri, inanç, dil, din, düşünce, tutum, davranış, örf, âdetler gibi maddi ve manevi değerlere kültür denir. Kültür bölgelerinin oluşturulması, kültürü oluşturan maddi ve manevi unsurların çeşitli olmasından dolayı oldukça güçtür. Bu bakımdan kültür bölgeleri daha sade şekilde oluşturulmaya çalışılmalıdır. Harita 1 göre her kültür bölgesinin kendine özgü birtakım özellikleri vardır. Dolayısıyla kültüre ait ana unsurların seçimi ve farklılıkları kapsayan bir tutum, kültür bölgelerinin oluşturulmasında kolaylık sağlayacaktır. Tek bir kültür özelliğine göre kültür bölgelerinin oluşturulması durumunda dahi bölgenin sınırları kesin olarak tayin edilemez. Bu durum, ancak farklı kültür gruplarını ayıran fiziki engeller ya da kapalı siyasal sınırlar ile mümkün olabilir. Tek bir kültürel unsur genelde bir başka unsurla denk düşmemektedir.

(fikir.gen.tr/kültür,2019:06.08)

Harita.2.1. Dünyadaki büyük kültür bölgeleri



Kaynak:Tümertekin, 2016:agis

XIX yüzyılın ikinci yarısında temeli olarak coğrafi bölgelemenin ilk biri Rus araştırmacı Dokuchaev oldu. Rus araştırmacıları Berg 1913 yılı Kazakistan'ı 8 coğrafi bölgeye, Baranski 5 ekonomik bölgeye ayırmıştır. Bugün Kazakistan'da 1997 yıl yapılmış olan 9 coğrafi, 5 ekonomik, 12 eğlencilen Turistik bölge var. İdari açıdan ülke 14 idari eyalet (oblast) ve uç özel bölgeler Almatı ve Astana, 2050'ye kadar Rusya'ya kiralanın uzay üssü Baykonur şehri olmak üzere 17 bölgeye bölünmüştür.

Coğrafi bölgeler kendi içinde bölüm, yöre ve alt yöre şeklinde çevreyle ilgili birliklere ayrılarak incelenmektedir. *Antropojen bölgeler*, bazen plânlama çabası olmaksızın beşerî faaliyetlerin etkisiyle, bazen de ortaya çıkan ihtiyaçlar sonucu önceden plânlanarak oluşturulmuşlardır. Nitekim bu tür bölgelerin seçilmesi veya

oluşturulması eylemi sırasında, bir bütünün parçası olarak, doğal ortamın sunduğu imkânların en uygun şekilde kullanılmasını sağlamak amacıyla hazırlanan bir düzenleme ve geliştirme. Programı esas alınmaktadır. “Özellikle bu tip bölgelerin adındaki antropojen veya önceki kullanılış biçimiyle coğrafi olmayan ibaresinin, belirlenen alanın coğrafyanın etkicinden uzak olduğu gibi yanlış anlamalara veya yanlış algılamalara sebep olduğunu vurgulamak gerek” (Arıncı, 2014:13-24).

Harita 2”de Kazakistan’ın 14 idari bölgesi ve iki özel bölgesi Almatı ve Astana, Baykonur şehirleri gösteriliyor.

Harita.2.2. Kazakistan’ın 17 idari bölgesi.



Kaynak: Tümertekin,2019: agis

2.1.2 Ekonomik Bölge

Bütün bu coğrafi yerleşmelerin dışında, değişkenler arasındaki ilişkiler gösteren soyut yöre, matematik alandır. “*Ekonomik alan yani ekonomik bölge, coğrafi ve matematik alanlar kapsamı içine almakta. Başka bir deyişle, ekonomik iki bütünü (ekonomik faaliyetler ve coğrafi yöreler) arasındaki ilişkilerin tümü, ekonomik alanda ifadesini bulur*” (Leontief,1941:7). Farklı sektörler ve bölgeler arasındaki ilişkiler yanında bu sektör ve bölgelerin kendi aralarında da birbirleriyle ilişkiler vardır.

Bu ilişkilerin yöreler ilgili olanı coğrafi alanda, faaliyetlere ilgili olanı da matematiksel alanda ifadesini bulmaktadır.

“*Üretim sektörleri arasındaki tüm karşılıklı ilişkileri teknik bölge (matematik alan) ifade etmektedir*” Bir ülkenin teknik alanını saptamak için sektörlerin sınıflandırılması, büyük ölçüde tablonun hazırlanmış amacına bağlıdır. Bir ekonomide sektörler arasındaki ilişkiler veren Leontief matrisine, günümüzde kalkınma planlarının hazırlanmasında ve uygulanmasının izlenmesinde, temel araç olarak kullanılmaktadır.

Ekonomik alan (bölge) sektörler arasındaki akım ilişkisinden başka bir şey olmayan teknik alanla bölgeler arasındaki ilişkileri veren coğrafi alandan (bölge) oluşmaktadır. Ekonomik bölge kavramında sektörler arasındaki ilişkilerdeki değişmelerin bir mekân içinde izlenmesi olasıdır.

Çeşitli bölgelere ait sektörlerin birbirleriyle yaptıkları tüm olası girdi çıktı ilişkisini gösteren ekonomik alan, böylece faaliyetlerin alanda dağılımına ışık tutmaktadır. Faaliyetlerin alanda dağılımını veren ekonomik alan, ülkede izlenen iktisat politikasının bölge (alan) düzeyindeki etkilerini ölçmeye de olanak sağlar.

Ekonomik bölgeler, ülkedeki bireysel ekonominin planlanmasında ve gelişme beklentilerinin belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

“*Ekonomik bölge* bölgesel iş bölümünün ortak, birbirleriyle ilişkili ekonomik alanlara ayrılmasıdır. Ekonomik alan- ekonomik uzmanlaşma ve bileşik kalkınmanın en belirgin özelliklerinden biri olan ülkenin bölgesel iş bölümünün bir parçasıdır. Ekonomik bölgenin teorik temelleri ve onunla ilgili bölgesel ekonomik komplekslerin oluşturulması Rus bilim adamı Kolosovski araştırmalarında gelişmiş halde açıklanmıştır. O ekonomik bölgeni aşağıdaki tanımlara göre formüle etmiştir” (Kolosovski, 2010:157):

1. Ülkenin tamamı, üretim projesi tarafından yaratılan ve bir dizi bölgesel üretici güç sağlayan ekonomik bölgelere ayrılmıştır.

2. Her ekonomik bölge, doğal kaynaklar, endüstriyel ekipman ve insanları iş becerileri, ulaşım bağlantıları ve diğer maddi değerleri ile endüstriyel ve bölgesel uyum biçiminde birleştiren ekonomik anıdan çeşitlidir.

3. Her bir üretim-bölge birleşim temel ekonomik görevi, bölgenin coğrafi konumunu, ulaşım koşullarını, kaynakları, hammaddeleri,

enerjiyi ve işgücü verimliliğini dikkate alarak planlı görevlerin yerine getirilmesi ve savunma görevlerinin çözümlenmesidir.

4. Temel bir ekonomik görevin uygulanması, sanayi, enerji, ulaşım iletişimi ve tam ve etkili bir gelişme gösteren endüstriler dâhil olmak üzere her bir ekonomik bölgenin uzmanlaşmasına yol açacaktır. Bölgeler arasındaki değişim, aşırı ve sahte trafikten kaçınmak için kesinlikle gerekli olan gıda miktarı ile sınırlıdır. Her bölge, yerel hammadde ve enerjinin yerel üretim ve tüketici gereksinimlerini karşılamasını sağlamak için kendi ekonomisinde karmaşık bir gelişme göstermektedir.

5. Bilimsel ve teknik politika ekonomik alanlara dayanmaktadır. Bölgesel endüstriyel komplekslerin ve endüstriyel ve bölgesel komplekslerin oluşturulmasına yol açacak olan hammadde üretimi, enerji üretimi, işçilik ve ekipman kullanımı için kullanılan kombine teknolojik işlemler azami etki sağlayacaktır.

6. Her ekonomik bölge için üç üretim kategorisi belirlenecektir: Bölgesel değeri (ürün ekonomik alanda tüketilecektir); bölgelerarası (ekonomik gruplar için); Kamusal öneme sahip en etkili bölgeler yanı sıra devlettir.

Her bölgenin gelişimi, ülkenin bütün uluslarının maddi ve kültürel gelişimini teşvik edecek şekilde gerçekleştirilir. Kolosovski ekonomik bölge teorisinin temel anlamı olarak elektrik üretim dönemi verilmiştir.

Burada enerji üretimi terimi, "ekonomik bölgede verilen enerji türünün ve birincil hammaddelerin (bitmiş ürünlerin tüm üretimi için hammaddelerin üretimi ve işlenmesi) uyumlu bir temele dayanan tüm gelişmiş üretim süreçleri kümesi" olarak anlaşılmaktadır. Kolosovski büyük ekonomik bölgelerin ve küçük ekonomik alanların ayrılmasının temelini sekiz üretim sürecine ayırmıştır. Bunlar (Kolosovski, 2010:165):

- 1) Demir metallerin pirometalurjik dönemi;
- 2) Demir dışı metallerin pirometalurji dönemi;
- 3) Yağ-kimyasal-kimyasal faz;
- 4) Hidroelektrik yaş;
- 5) İmalat sanayi aşamalarının toplamı;
- 6) Orman enerji mevsimi;
- 7) Endüstriyel ve tarım dönemi;
- 8) Hidromelion dönemi.

Verilen bölgedeki aşamaların ve enerji üslerinin birleşimi, ekonomik bölgenin bölgesel ve endüstriyel çekirdeğini oluşturur.

“Günümüzde bölgeler, artık diğer bölgelerle etkileşim içinde sistemin bir parçası haline gelmiştir. Bölgelerin bağımsız birimler olarak ve dış dünyadan soyut olarak algılandığı kademeli ilişki ve yan-kapalı ekonomik sistemin yerini dünyadaki farklı nitelikli ve amaçlı ağlar

içinde yer alabilen ve bunlara etkileşim içinde olan “bölge” anlayası almıştır” (Eraydın,2004:126-146).

“Bölgeler ekonomik yapı açısından homojen bölge, polarize bölge ve plan bölge olmak üzere üçe ayrılmaktadır: (Akpınar,2011:89).

- Betimsel analiz yönünden homojen alan ya da homojen bölge,
- Fonksiyonel ilişkiler yönünden, polarize alan ya da polarize bölge,
- Bölgesel kalkınma politikasının yürütülmesi yönünden plan alan ya da plan bölge.”

2.1.3 Homojen, Polarize ve Plan Bölgeler

“Homojen bölgeler – bütün öğeleri aynı yapıda veya aynı nitelikte olan anlamına gelmektedir. Bütün noktaları kendi aralarında olabileceğinde yakın özellikler gösteren alanlara ise: homojen alan denilmektedir. Birbirine bitişik/komşu homojen alanlar homojen bölgeyi, oluşturmaktadır. Yani homojen bölge, sürekli bir homojen alana karşılık gelen, birbirine yakın nitelikler gösteren komşu alanlar grubudur” (Dinler,2001:77).

Homojen bölge, özel planlama, idari ve çeşitli analiz amaçlarıyla tek ya da birden fazla ölçüye göre saptanabilir.

Polarize bölgeler – Bir yerleşme merkezi kendisinden daha küçük bir yâda birden fazla yerleşim etki altında alıyorsa, o yer cazibe merkezi haline gelmiştir. Küçük yerleşme alanlarını etki altına alan cazibe merkezlerinin etki alanları ile kapsadığı alan polarize bölgeyi oluşturur.

“Polarize bölgeler, cazibe merkezi olmuş lider bir şehrin etrafında kümelenmiş, büyüklük ve fonksiyonlarına göre kademelermiş/hiyerarşiklermiş, temel sosyo-ekonomik ilişkilerini lider şehirle yürüten ve bu lider şehirle sosyo-ekonomik, bütünleşmiş bir mekânı ifade eder” (Brion,1963:270).

Plan bölgeler - bir ülkedeki yerleşme merkezlerinin mevcut gelişmişlik düzeyinin göz önüne alınmasıyla saptanan homojen bölge ve yerleşme merkezleri arasındaki ilişkilerin yoğunluğunun dikkate alınmasıyla belirlenen polarize bölgeden farklı olarak, bölge planlarının uygulandığı alanlar bütününe “plan bölge” denilmektedir. Plan bölgeler, kalkınma planlarının hazırlanmasına yardımcı olmak ve uygulanmasını kolaylaştırmak, bölgenin kalkınmaya katılmasını sağlamak amacıyla belirlenmiş alanlardır ve kaynakların en iyi şekilde kullanılmasına yardımcı bir araçtır (Erkal,1978:28-29)

Plan bölge – bölgeye yerleşmiş ya da bölge dışında bulunan bir otoritenin ellerine verilmiş, belli bir ekonomik amaca erişmeye yarayan bir çerçeve, daha geniş bir ifadeyle, “bölgesel politikayı uygulamakla sorumlu yönetimin yetki alanı içinde kalan sahalardır.” Plan bölge, bölgesel politikanın uygulandığı alana verilen addır.

Birinci Dünya Savaş’ından sonra ortaya çıkan bazı bölgelerdeki sorunlar ve özellikle gelişmiş ülkelerde bölgesel kalkınma politikasının izlenmesine neden olmuştur. İtalya, İngiltere, Almanya, Türkiye, Fransa ülkelerinde bölgesel kalkınma politikası için ulusal planlamaya bağlanmadan sorunlu olan bölgeler için kalkınma planları

hazırlanmıştır. Bölgesel kalkınma politikasının iki yönlü vardır. Birincisi bazı özel bölgesel sorunları çözmek amacı taşımaktadır ki, bu sorunlar arasında toplu tanımsal göç, yeni ekonomik koşullara adaptasyon, işsizlik, kentsel yığılım sayılabilir. İkincisi ise, belli bir bölgenin kendine özgü sorunlarından öte, ülkenin tüm bölgelerine yönelmiş genel politik amaçları kapsamaktadır.

“Homojen ve polarize bölgelerin sınırlarının saptanmasında ölçüt ve yöntemler yanında plan bölgelerin sınırlarının saptaması çok daha farklı özellikler taşımaktadır. Homojen ve polarize bölgeler mevcut duruma ya da var olan ilişkilere dayanan verilere göre istatistik yöntemler yardımıyla saptanılmaktadır. Buna karşılık plan bölgelerin sınırlarının saptanmasında o bölgenin geleceği ile ilgili müdahale ve özendirme önlemlerinin uygulanacağı alanın belirtilmesi söz konusu olmaktadır.

Dolayısıyla, bölgelerin sınırlarının saptanmasında, ulaşılmaması istenilen amaçlar birinci derecede önem kazanmaktadır” (Rasim,2011:97).

Plan bölge ölçeğinin ne olacağı diğer bir deyişle illerin gruplandırılmasındaki sınırlama, büyük ölçüde söz konusu bölgede hazırlanacak olan planın amacına bağlıdır. Bu ölçeğin saptanmasında en önemli nokta ise siyasal muhalefeti asgariye indirgeyecek bir düzenlemeye gidilmesidir. Eğer bölge sayısı çok az ve dolayısıyla genişlikleri büyük tutulursa, bölge koordinatörleri merkezi yönetimle olan ilişkilerinde güçlü olurlar.

Bu alanda çalışma yapan Birleşmiş Milletler uzmanları grubu, plan bölgenin genişliği için şöyle demektedirler:

“Plan bölge alanları “mümkün olduğu kadar, çeşitli teknik hizmetlerin gerektireceği alan ölçülerine uygun düşecek şekilde ve genişlikte olmalı ve sadece teknik hizmetlere değil, aynı zamanda (devlet gelirlerinin toplanması, güvenlik ve düzenin muhafazası, seçim işleri gibi) merkezi idarenin bu müşterek bölgelerde yürütmek İsteyeceği diğer faaliyetlere de uygun olarak düzenlemelidir” (Özkan,2011:97).

“Plan bölgelerin kapsadığı alan ne kadar geniş olursa, bölgelerin sınırlarını çeşitli birçok teknik hizmetlerin ihtiyaçlarına uygun düşecek şekilde tayin etmek o derece kolaylaşacaktır” (Payasoğlu,1966:71).

“Plan bölgenin amacı - kentten daha geniş, ülkeden daha küçük, yönetsel sınırları ulus yönetsel birim sınırlarıyla çakışan, ama etkileşim açısından o sınırları aşabilen, yerinden yönetilen, demokratik bir yönetime ve bütçeye sahip bir planlama ve yönetim birimi olarak tanımlanabilir. Bölge planlamasının ana teması bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesidir” (Rasim,2011:6).

Plan bölgenin sınırları, ırmak vadisi vb. gibi doğal etkenlerin sonucu ya da belirli yörelerde yaşayanların duygularının etmiş olduğu altında belirlenmiş olabilir. Bu sınırlar, yöresel yönetimler ve taşra yönetimlerinin sınırlarına uyarsa, teknik hizmetlerin planlama içine alınması kolaylaşacaktır.

Plan bölge ölçeğinin ne olacağı diğer bir değişikliklerin gruplandırılmasındaki sınırlama, büyük ölçüde söz konusu bölgede hazırlanacak olan planın amacına bağlıdır. Bu ölçeğin saptanmasında en önemli nokta ise siyasal muhalefeti asgariye indirgeyecek bir düzenlemeye gidilmesidir. Eğer bölge sayısı çok az ve dolayısıyla genişlikleri büyük tutulursa, bölge koordinatörleri merkezi yönetimle olan ilişkilerinde güçlü olurlar.

Homojen ve polarize bölge, bölgesel kalkınmanın ya da faaliyetlerin bölgeler arasındaki dengeli dağılımını sağlamak için, plan bölge yararına sunulan bir araç durumundadır. Bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltıcı politika arası olan bölgesel planlama çalışmalarının çerçevesini oluşturan plan bölgelerin saptanması için bir birini tamamlayan iki devrenin izlenmesi gerekir.

Bölgesel analizin bu ilk evresinde toplanması ve değerlendirilmesi gereken istatistik bilgiler şunlardır:

- Bölgenin demografik kompozisyonu:
- Sektörler ve sektörler arasındaki işgücü dağılımı:
- Yaratılan katma değer bölgede yerleşmiş faaliyetler arasında dağılımı:

Bölgesel üretim kompleksi - birleştirilmiş teknolojik listeyi oluşturan, karmaşık doğal kaynakları kullanan ve bunun sonucunda ek maliyetlere sahip olan nakliye maliyetlerini azaltan, birbirine bağlı işletmeler ve kurumların bulunduğu bölgedir.

“Bölgesel üretim kompleksi - bölgenin ekonomik ve üretim potansiyelini geliştirmek amacıyla bölgedeki üretim ile sosyo-ekonomik unsurlar arasındaki etkileşimin bir sistemi olarak rekabet gücünü arttırmaktır” (Sokolov, 2010:19).

Sektörler arası bölgesel karmaşık - aynı anda ulusal sektörler arası oluşumlar sistemini içeren ve birleşik bir kalkınma programına sahip olan bölgedeki sanayi üretiminin bütünleşmesidir.

Bölgelerin bölünmesinin önemi, bölgelerin sosyo-ekonomik koşullarının doğasını ve teşhisini sistematik hale getirmek ve ayrıca bölgesel politikayı uygulamak için gereklidir. Ekonomik siyasi yöntemler, mekanizmalar ve uygulamalar toprakların ekonomi, sosyal, doğal, jeopolitik vb. özelliklerine göre yürütülür.

“Bölge bölümünün temel özellikleri: (Yarmukhamedov,1990:235).

- Ekonomik Özellikler (Düzenli Tutma, Depresyon, Kaynak Fonu);
- Jeopolitik işaretler (stratejik ve yeni gelişme);
- Etnik köken hakkında (etnik ilişkilere göre, ulusal diasporalara göre);
- Ekolojik işaretler (tehlikeli bölge, korunan alan, vb.).”

Bölgeler arasındaki dengesizlikten etkilenen bölgeleri üç tip altında gruplayabiliriz:

Az gelişmiş bölgeler - yeterli kadar sanayileşmemiş, yani geri kalmış bölgeler.

Duraklamış bölgeler gelişmiş ülkelerde ortaya çıkan bir bölgesel densizlik sorunudur. Bu bölgelerin duraklaması birincisi, bu bölgelerdeki sanayiler, ekonomik gelişme ile birlikte gerileyen sanayiler niteliğine, ikincisi bölge gelişen ulaşım teknolojisine göre pazara olan yakınlık üstünlüğünü, başka merkezlere kaptırmış olabilir.

Aşırı kalabalık bölgeler- işletmelerin belirli bölgelerde aşırı derecede toplanması sonucu ortaya çıkan olumsuz dışsal ekonomilerin, işletmenin üretim maliyetini arttırıcı yönde kendisini hissettirmeye başlaması, yani çözümü gerekli problemlerin olduğunun kanıtıdır.

“İlk bölgeler arası “ulusal”, “bölgesel”, “yerel” olarak iki bölge arasındaki ilişkileri ortaya koymaya yönelmiştir. Bu alandaki ilk çalışma Leontilef ve Isard tarafından gerçekleştirilmiş, bunu takiben Chenery tarafından İtalya’da uygulaması yapılmıştır” (Isard, 1953:17).

Bölgesel konulardaki ekonomik literatürde “ulusal-bölgesel araçlar” terimi de kullanılmaktadır. Burada nüfusun ulusal bileşimi, bölgelere bölünmenin bir işareti olarak düşünülür ve ulusal unsur, devlet unsurlarını ulusal-bölgesel kökene çevirerek çözülür.

Bölge ile ilgili kavram “toplumun bölgesel organizasyonu”. Geniş anlamda, bu kavram tüm konuları kapsamaktadır; bölgesel işbölümü, üretim güçlerinin yeri, endüstriyel ilişkilerde bölgesel farklılıklar, insanların konaklama, toplum ve çevre arasındaki ilişkileri, bölgesel sosyo - ekonomik politikalar, bölgenin uluslararası ve genel

kamuoyunda yeri. “Bölgesel işbölümü” kavramında, belli mal ve hizmetlerin üretiminde bölgenin uzmanlaşması ve değişimi vardır. Aynı zamanda aşağıda verilen kavramlar “bölge” kavramına yakın kavramlardır.

Aglomerasyon - çok sayıda sanayi kuruluşunun bulunduğu, birbirleriyle bitişik birkaç bölgeyi kapsayan bölge ve bu nedenle ekonomik, çevresel, sosyal ve diğer çıkarların iç içe geçmesidir. Aglomerasyon büyük bir şehir ve çevresindeki küçük şehirler ve kasabalar olabilir. Bununla birlikte, Aglomerasyon komşu bölgelere sahip birkaç büyük ve bağımsız şehirden oluşabilir.

“Aglomerasyon özellikleri: (Yarmukhamedov,1990:267).

- Büyük şehir (birkaç şehir) temelinde oluşur ve kentleşme bölgesini oluşturur;
- Yüksek derecede bölgesel üretim, altyapı ve nüfus yoğunluğu;
- Bölgesel ekonomi ve sosyal yaşam üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir.
- Nüfusun yüksek düzeyde tarım ve toprak bütünlüğü.”

Kazakistan’daki geleceği parlak aglomerasyon yapılmış şehirler: Astana, Almatı, Aktöre, Çimken şehirleridir.

Enklav¹, devlet bölgesinin bir parçası, tamamen başka bir devletin toprakları ile çevrili. Tamamen başka bir (bir) ülke ile çevrili olan

¹ Fransızca "kapalı, kilitli" anlamındadır

devlet bölgelerine tam yerleşim bölgesi denir ve bölge kavramı hem kara hem de karasularını içerir.

“Yerleşim bölgesi” terimi, yalnızca başka bir (bir) ülke tarafından kuşatılmış ve denize erişimi yoksa devletlere uygulanır. Bu üç ülke var: İtalya'da Vatikan ve San Marino, Güney Afrika'da Lesoto.

Yarı Enklave - karada başka bir devletin toprakları ile çevrili, ancak denize erişimi olan devletin bir parçası. Bu tip yerleşim bölgelerine ayrıca kıyı yerleşim yerleri denir. Yarı yerleşim bölgelerinin örnekleri, Malezya ve Güney Çin Denizi ile çevrili Brunei, İspanya ve Atlantik Okyanusu ile çevrilidir.

Exklave (diğer Yunancada: êξ- “from-” + lat. Clavis “key”) ülkenin ana bölgesinden ayrılmış ve diğer devletlerle çevrili (bir veya daha fazla) egemen bir bölgedir. Denize erişimi olan bir exclave bölge yarı ekskavatör olarak adlandırılır (org/wiki: 10.08.2019).

Su alanı (Latin su - su, bölge - bölge) - su yüzeyinin doğal, yapay veya şartlı sınırlarla sınırlı bir bölümü.

Doğal su alanları: okyanuslar, denizler, koylar, göller.

Yapay: limanlar, rezervuarlar, kanallar

Bölgecilik kavramı – ortak etnik, kültürel ve tarihsel özelliklere sahip bir bölge ve bu bölgede yaşayan nüfusun merkezi yönetimin egemenliğine karşı bağımsızlık çabalarını ifade etmektedir. Bu bağımsızlık çabaları, etnik ve kültürel kimliğin devlet tarafından tanınması, kendileri hakkında karar verebilme ve özerk bir yönetim

kurma taleplerinden ya da ekonomik yönden güçlü ve gelişmiş bölgelerin zenginliklerini başka bölgelere ve özellikle yoksul bölgelerle paylaşmak istemelerinden, zenginlikleri nedeniyle devlet karşısında daha fazla hak ve ayrıcalık sahibi olmak istemelerinden kaynaklanabilir (Akpınar,2011:6).

Bölgeleşme bölgelerden farklı olarak yönetsel açıdan bölgenin güçlendirilmesi, başka bir ifadeye âdem-ı merkezîleştirmeyi ifade etmektedir. Küreselleşme süreci içinde yaşanan gelişmeler ve devletlerin son zamanlarda karşılaşmaya başladıkları ekonomik ve çevreyle ilgili zorlamalar bölgeselleşme eğitlimlerini artırmaktadır.

“1999 yılında Avrupa Yerel ve Bölgesel Yönetimler Kongresi, 1999 yılındaki genel kurulunda görüşmek üzere bölgeleşme konusunda yeni bir rapor hazırlamıştır. Bu rapor doğrultusunda bölgeleşmeyi destekleyen ve bölgeleşme karşıtı görüşleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür” (Keleş,1999:8).

Bölgeleşmeyi destekleyen görüşler: (Akpınar,2011:8).

- *Bölge, devletin ülkesel bütünlüğünü tartışmaya açan bir anlam taşımaz. Bölgeleşme halk egemenliğinin yurttaşlara daha yakın bir seviyede yönetime yansımaları sağlar.*
- *Bölgeleşme ulusal birlik çerçevesinde azınlıkların kendilerini, dillerini ve kültürlerini ifade etmesini desteklemek yoluyla, bir “çatışmaları önleme aracı” rolü görebilir. Buna karşın gereksiz ve aşırı merkezîleşme eğilimleri ve geç kalmış ya da iyi yönlendirilmeyen*

Bölgeleşme girişimleri, ayrılıkçı hareketlerin büyümesine yol açabilir: bu durum belki de terörist hareketlere de dönüşebilir.

- *Bölge, 21. Yüzyılda ortaya çıkacak sorunlarla (altyapı, bölgesel planlama, sınır ötesi işbirliği, çevre) mücadele etme yeteneğine sahip âdem-i merkeziyetçi bir bilimdir. Bölgelerin eylem alanları hizmette yerellik ilkesi doğrultusunda, belediyelerin bilinen görev alanlarının dışına taşan alanları kapsar. Çünkü yerel yönetimin geleneksel yapılanması bazı görevlerin yerine getirilmesi açısından oldukça küçük ve yetersiz kalabilmektedir.*
- *Bölgesel özerklik şartının amacı olan gerçek bir “bölgesel yönetim” düzeyi olmaksızın, yerel düzey, günlük demokrasi, uygulamalarında, merkezi yönetimle girilen ilişkilerde ve yapılan görüşmelerde dikkate alınmasını gerektirecek yeterli güce sahip olmamaktadır. Bu gibi durumlarda, yerel yönetimlerin varlığı, fiili bir merkeziyetçiliği gizleyen bir rol oynayabilmektedir.*
- *Bölge eksenli politikalar, ekonomik ilerlemenin ve çevreyi gözeten gelişmenin önemli bir unsuru haline gelmiştir.*
- *Bölgeleşme, devletin bir bölgesindeki özgüvenin ifadesidir. Bölgeleşmeyi reddetmek, bu güvenin olmadığı anlamını doğurabilir.*

“Bölgesel kalkınma” kavramı, az gelişmiş bölgeler açısından büyümenin yanı sıra, nitel ve nicel yönden yapısal değişimleri içeren daha geniş bir kavramdır (Erkan,1981:4).

2.1.4. Bölgesel Kalkınma

“Bölgesel kalkınma” kavramı, az gelişmiş bölgeler açısından büyümenin yansıra, nitel ve nicel yönden yapısal değişimleri içeren

daha geniş bir kavramdır “Bölgesel kalkınma” kavramı, az gelişmiş bölgeler açısından büyümenin yansıması, nitel ve nicel yönden yapısal değişimleri içeren daha geniş bir kavramdır. Gelişmiş bölge, gelir düzeyi ve gelir artış hızı itibarıyla ülke ortalamasının üstünde olan bir bölgedir. Az gelişmiş bölgeyi ise gelişme potansiyelini kaybetmiş veya gelişmiş avantajları olmayan bir bölge olarak tanımlanabilir” (Erkal,1978:29).

“Bölgeler arası kalkınmışlık farkı kavramı, az gelişmiş bölgelerin gelişmiş bölgelere sosyal refah açısından yaklaştırılması, yani farkların giderilmesi politikasını da doğal olarak beraberinde getirmiştir. Bu gelişmeler “bölge” ve “kalkınma” kavramlarının bir bütün olarak ele alınmasına yol açmış, planlama ve bölgesel kalkınma çabalarında alternatif politika arayışlarını gündeme getirmiştir” (Kahraman, 2014:276).

“Bölgesel iktisadın ilgi alanı da doğal olarak üzerinde iktisadi faaliyetlerde bulunan mekânlar ve iktisadi faaliyetlerin kendisidir” (Hoover, 1984:3)

Bölgesel kalkınma ve bölgesel iktisadi büyüme birbiriyle ilişkili kavramlar olmakla birlikte farklı anlamlar ihtiva eder.

Kalkınma, bölgesel veya ulusal bir ekonomideki üretim aktiviteleri, katma değer (İşgücü ve sermaye), kurumlar, hane halkları ve bunların yaşam kalitesi (sosyal boyutu) gibi unsurların toplam kapasitelerindeki artış/iyileşmeyi ifade ederken, iktisadi büyüme söz konusu unsurlarla ilişkili olarak bir sonucu ifade eder. Bölgesel

kalkınma planlamasında mal ve hizmet akımları, insan akımları ve finansal akımlar olmak üzere üç temel akımın gözetilmesi önem arz etmektedir.

Bir ülke içindeki tüm bölgelerin eşit gelişmişlik düzeylerinde olmasını beklemek çok gerçekçi değildir. Bölgeler arasındaki sosyo-ekonomik dengesizliği doğuran birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerden başlıcası, doğal faktörlerdir. Bir ülkenin sahili ile iç kesimi arasında, doğusu ile batısı arasında iklimi, ulaşım kolaylıkları, yükseltisi, bitki örtüsü gibi nedenlerden düzeylerinin farklılığı tüketici tercihlerinin farklılığından ve bir makroekonomi birimi olarak hane halkları:

- Ülkenin tüm bölgelerinde farklı sayıda,
- İşgücü olarak farklı kalite ve verimlilik seviyelerinde,
- Farklı gelir düzeyinde, tüketici olarak farklı tercihlere sahip olmalarında,
- Girişimci olarak bölgenin koşullarına uygun olarak farklı sektörlerde iş yaratmalarında ve faaliyet göstermelerinden kaynaklanmaktadır.

“Bölgesel kalkınma ya içsel ya da dışsal faktörlerden yahut her iki faktörden de kaynaklanabilir: (Eraydın,2004:146).

1.Kalkınma sürecini içsel uyaran teoriler:

- Sektör teorisi
- Aşama teorisi

2.Kalkınma sürecinin dışsal teoriler:

- İhracat temelli model

3.Kalkınma sürecinin mekânsal teoriler:

- Büyüme kutbu teorisi
- Merkezi yerler teorisi
- Sanayi odakları teorisi.”

“Bölgesel kalkınma - ülke bütününde yer alan bölgelerin, çevre bölgeler ve dünya ile karşılıklı etkileşimi ile oluşan bölge vizyonunu dikite alan, katılımcılık ve sürdürülebilirliği temel ilke edinen ve insan kaynaklarının geliştirilmesi yoluyla bölge refahının yükseltilmesini amaçlayan çalışmalar bütünüdür” (DRT, 2003:250).

Bölge planı – bir bölgenin ekonomik, sosyal ve fiziki yönden koordine edilmesi demektir. Bir mekânın en rasyonel şekilde düzenlenmesi ve bu düzenlenmenin gerekliliği şekilde donatılmasıdır. Bunun içinde devletin elinde bulunan sulama ve enerji kaynakları, ulaşım, krediler, konut yatırımları, organize sanayi teşvikleri gibi tüm desteklerden yararlanma olanaklarını en iyi şekilde kullanma amacını güder.

Planlamanın esas amacı: sistemin istikrarını sağlayabilecek, koordine edilmiş, üretim hedeflerini tespit edebilecek şekilde, ülkenin veya bölgenin iktisadi kalkınmasına ait geniş bir bakış açısı elde etmektir (MGK,1993:38).

“Bölge planlaması: kalkınmanın mekânsal, bir başka ifade ile coğrafi boyutlarını da hesaba katma ihtiyacından doğmuş denilebilir. Böylece

bölge planlama çalışmaları yaparak, yerel/bölgesel bilgilerin ulusal planlara aktarılması da kolaylaştırılmış olmaktadır” (Walter, 1961:26).

“Kalkınmaya iliksin ulusal planların, yerel ihtiyaçlara cevap vermesi, yerel eylemlere dönüştürülmesi, bölge planlarının işlevidir. Bu açıdan bölge planlaması, soyut ve genel düzeyde yer alması gereken yerel planlama eylemleri arasında bir bağ işlevi görür” (Ruşen, 200:231).

Başarılı bir bölge ekonomisinin kalkınması için planlaması şu unsurları içermelidir: (Robert, 1996:104)

- Sektörel etkinliklerin karşılıklı bağımlılığını vurgulamalı ve kapsamlı olmalıdır,
- Bölge için stratejik vizyon geliştirmelidir,
- Ulusal öncelikleri ve yerel talerleri yansıtmalıdır,
- Değişen koşullara başka çıkabilecek
- Bölge planı yapım ve uygulama sürecinde yerel katılımcıların görüşlerinden yararlanılmalıdır,
- Düzeni gözlem ve yeniden gözden geçirmeye olanak tanıyacak mekanizmayı içermelidir.

2.2. Kazakistan’ın Ekonomik Bölgeselleşmesi

“Bölgesel dengesizliği, bir ülkenin çeşitli bölgelerinde görülen her çeşitten eşitsizlik olarak nitelendirirsek, her ülkede az ya da çok, ama mutlaka bir dengesizlik vardır. Bölgesel dengesizlik, ekonomik ve sosyal fırsat eşitsizliği” (Stilwel,1980:11).

“Dengesizlik” kavramı, ilk kez çok yakın bir geçmişte, gelişmiş ve az gelişmiş ülkelerin karşılaştırılmasından sonra dünya kamuoyunca sezinlenmiştir. Bir ülke sınırları içinde görülen bölgesel dengesizlik ise, ancak 1929 büyük bunalımından sonra dikkatleri çekmeye başladı. İkinci Dünya Savaşından sonra da başta Batı Avrupa Devletleri olmak üzere birçok ülkede, bölgesel gelişme farklarını azaltıcı bir politikanın uygulanmasına geçildi.

Bölgesel Kalkınma Ajansları merkezi hükümetten bağımsız bir idarî yapıda, sınırları çizilmiş bir bölgenin sosyo - ekonomik imkânlarını geliştirmek amacıyla dünyada 1930’lu yıllardan itibaren kurulmuşlardır.

“Birçok ilim adamı tarafından farklı şekillerde ifade edilen Bölgesel Kalkınma Ajanslarını genel bir tanım altında toplamak zordur. Bu tanımlardan birine göre Bölgesel Kalkınma Ajansları; bir ülkenin belli bir coğrafi bölgesi içerisindeki özel ve kamusal tüm şirketler, yerel otoriteler ile sivil toplum kuruluşları arasında işbirliği sağlayarak, o bölgenin ekonomik kalkınmasını hedefleyen ve yasal bir hükme dayanarak kurulan yapılardır” (Koçberber,2006:55).

1980’lere kadar ileri kapitalist ülkelerde bölgesel ve yerel ekonomik gelişme politikaları, büyük ölçüde bölgeler arası eşitliğin sağlanmasını amaçlayan firma merkezine dayalı yerel ve bölgesel ekonomilerin kendi dinamikleri ile etkinleşmesini sağlayıcı uygulamalara geçilmiştir. “Yeni bölgesel teorilerde yerel ekonomik gelişmenin sağlanması olgusu bireysel şirketlerden çok zengin bölgeler

oluşturmaya dolayısıyla girişimciliğin başarıları için gerekli olan sosyal altyapı, ekonomik ve kurumsal iyileşme üzerine odaklanmaktadır” (Amin,1998:20).

Yerel dinamikler ekonomik kalkınmanın ve bölgesel gelişmenin itici gücüdür. Diğer bir deyişle mekân, kalkınmanın önemli bir bileşeni durumundadır. Ülkelerin yalnızca büyümeyi değil, bu büyümenin mekânsal dağılımını yönlendirmenin parametrelerini kurumsallaşma arayışları 1980’lerin bölgesel gelişme politikalarını etkilemiştir.

Ülkenin ekonomik Bölgeleşmesi amacıyla oluşturulan ve yalnızca ikincil olarak - coğrafi bölgelerin bölgeselleştirilmesi amacıyla oluşturulan ekonomik ve coğrafi birimler arasında Arjantin, Brezilya, Romanya, Kazakistan, Çin, Vietnam ve diğer ülkelerin ulusal-bölgesel birimleri bulunmaktadır. Arjantin’de (ulusal toprakları 23 eyaleti ve federal sermayeyi kapsıyor) 1980’lerde-1990’larda, iller arası özel ekonomik entegrasyon bölgeleri kuruldu.

Brezilya’da yirminci yüzyılın 60’larında, ülkenin tamamı (261 eyalet ve federal bölgeden oluşur), dengeli bölgesel kalkınmayı sağlamak için ortak ekonomik, tarihi ve sosyal koşullar temelinde oluşturulan üç ekonomik bölgeye bölünmüştür.

Romanya’da, 1998’de sekiz kalkınma bölgesi kuruldu; bunlardan yedisi (Kuzeydoğu, Güneydoğu, Güney, Güneybatı, Batı, Kuzeybatı ve Orta), ülkenin kırk ilçesini ekonomik olarak birleştirdi ve (Bükreş) bölgesi, ülkenin başkentini ve banliyölerini tek bir ekonomik bütün haline aldı. Ülkenin ekonomik kalkınmasına yönelik Avrupa

Birliği'nden fonların dağıtımı esas alınarak sorumlu olan tanımlanmış bölgeler, kesinlikle Romanya devletinin topraklarının geleneksel bölümleriyle örtüşmemektedir.

Çin'de, 1950'lerin ortalarından başlayarak (ÇHC'nin kurulmasından sonra), çok yüksek derecede ekonomik bir otarşılık ile karakterize edilen yedi ekonomik bölge yaratıldı.

İtalya, 1948 Anayasası'na göre, yirmi bölgeye ayrılmıştır. Bu bölgelerden beş tanesi özel statüye, kalan 15 bölge normal statüye sahiptir. 1949'da Federal Almanya on bölgeye ayrılmıştır. 1960 yılında ise Fransa'da 21 plan bölgeye ayrılmıştır.

Türkiye'de ilk bölge ayırımı, İmar ve İskân Bakanlığı ile DPT tarafından bölgesel kalkınma çalışmalarına hazırlık olarak, 1970'lere girerken yapılmıştır (Tarşcı,2011:98).

Sovyet döneminde Sovyetler Birliği devletlerinin ekonomik bölgeselleşmesine katkı sağlayan Rus araştırmacısı Baranski tarafından Kazakistan beş ekonomik bölgeye ayrılmıştır. Baranski bölge planlamada ekonomik bölgeleri ekonominin uzmanlığına, üretim komplekslerinin yapısına, Kazakistan'ın ekonomik durumuna ve coğrafi özelliklerine göre Kuzey, Doğu, Güney, Batı ve Orta Kazakistan olarak beş ekonomik bölgeye ayırmıştır. Kazakistan Cumhuriyeti'nin (Sovyetler sonrası dönemde 19'dan 14'e düştüğü) idari bölgelerine ek olarak, Kazakistan'ın eski başkenti Almatı (Güney Kazakistan'ın ekonomik bölgesinin bir kısmı) ve şu andaki merkezî

idareleri olan iki şehri içerdığını belirtmek gerekir. Ülkenin başkenti – Astana Kuzey Kazakistan ekonomi bölgesine dâhildir.

Kazakistan'ın farklı bölgelere ayrılması için, devrimden önce 19. yüzyılın sonunda ve 20. yüzyılın başında ekonominin bölgesel farklılıkları gözlenmiştir.

Kazakistan'da göçebe hayvancılık sektörünü, kuzey bozkırlarında tahıl mahsullerini, güneyde sulama, bahçecilik ve merkez, batı ve doğuda madencilik endüstrilerini geliştirmeye başlamıştır.

Sovyet döneminde, bölgesel iş bölümü, ulaşım bağlantılarının gelişimi ve ülkenin ekonomik sektörlerinde uzmanlaşmasında gözlemlenmiştir. Ülkedeki üretici güçlerin rasyonel dağılımı, iç ekonomik ve coğrafi eşitsizliklerin daha da gelişmesini ve ülke içindeki ekonomik bölgelerin ortaya çıkmasını etkilenmiştir. Bu bölgeler bölgesel ve endüstriyel komplekslerin oluşumuna neden olmuştur. 2.2 Tablo 1 göre Kazakistan uzmanlık alanı ve bölgeye göre 5 özel ekonomik bölgeye ayrılmıştır.

Tablo.2.1. Kazakistan'ın ekonomik bölgeleri

No	Ekonomik bölge	Dâhil olan alanlar Ekonomik bölge
1	Kuzey Kazakistan	Kostanay bölgesi, Kuzey Kazakistan bölgesi, Akmola bölgesi, Pavlodar bölgesi
2	Batı Kazakistan	Aktöbe bölgesi, Batı Kazakistan bölgesi, Atrau bölgesi, Mangıstau
3	Güney Kazakistan	Kızılorda bölgesi, Güney Kazakistan bölgesi, Jambyl bölgesi, Almatı bölgesi,
4	Merkez Kazakistan	Karagandı bölgesi
5	Doğu Kazakistan	Doğu Kazakistan bölgesi

(Kaynak: Mazurov,2014:12)

1 Ocak 2019 yılı verilerine dayanılarak ülke nüfusu kentler dâhil - 18395,7 bin kişi - 10638,7 bin (% 57,8), kırsal - 7757 bin (% 42,2) kişi. Nüfus sayısı 1 Ocak 2018'ile karşılaştırıldığında 238,6 bin kişiye % 1,3 artmıştır. 2.2 Tablo 2 Kazakistan'ın ekonomik bölgelerinin nüfus ve toprak alanları temsil edilmektedir.

Tablo.2.2. Kazakistan'ın ekonomik bölgelerinin yüzölçümü ve nüfusu

№	Ekonomik bölge	Ekonomik bölge alanları	Nüfus (1.072017)	Alan km ²
1	Kuzey Kazakistan	Kostanay bölgesi, Kuzey Kazakistan bölgesi, Akmola bölgesi, Pavlodar bölgesi	3937 246	565,678
2	Batı Kazakistan	Aktöbe bölgesi, Batı Kazakistan bölgesi, Atrau bölgesi, Mangıstau	2.759.62	736,241
3	Güney Kazakistan	Kızılorda bölgesi, Güney Kazakistan bölgesi, Jambıl bölgesi, Almatı bölgesi,	8.569.809	712,125
4	Merkez Kazakistan	Karagandı bölgesi	1 381 501	427 982
5	Doğu Kazakistan	Doğu Kazakistan bölgesi	1 386 208	283 226

(Kaynak: Mazurov, 2014:17)

Ekonomik ve coğrafi nedenlere göre Kazakistan toprağı Merkez Kazakistan, Doğu Kazakistan, Batı Kazakistan, Kuzey Kazakistan ve Güney Kazakistan ekonomik bölgelerine ayrılır. Her ekonomik bölge birkaç bölgeyi birleştirir ve ekonominin üç koluna sahiptir: uzman, ortak ve hizmet sektörleri. Her bir ekonomik alanın kendi uzmanlık alanı vardır. Örneğin, Doğu Kazakistan bölgesi, demir dışı metalürji ve hidroelektrik santrallerinde uzmanlaşmıştır.

Alt sektör uzmanlık alanlarını geliştirmek için hizmet vermektedir. Orta Kazakistan'da uzmanlaşmış metalürji endüstrisi elektrik arzı, yan sanayinin faaliyetleridir. Her bölgenin nüfusunun tüketimi, hizmet sektörüdür. Kazakistan'ın ekonomik bölgelerinde, üretimin ve ülkenin siyasî ve idarî bölümünün birliği, ekonomik bölgeselleşmenin ön koşulları ile yönlendirilmektedir.

2.2.1. Kazakistan'ın Bölgesel Ekonomik Sorunları

Birinci sorunu: Kazakistan ekonomisinin modern alan yapısının birçok özelliği, fiziksel ve coğrafi, doğal kaynak, ekonomik ve diğer faktörler ile koşullandırılmaktadır. Asırlık tarihi miras: engin bir bölge (dünyada 9. sırada), Avrasya'daki derin katmanı, zorlu iklim koşulları ve bölgenin birçok yerindeki düşük nüfus yoğunluğu, doğal kaynaklar yoğunlaşma, nüfus ve bunların tümü arasındaki uzamsal farklar, Kazakistan bölgelerinin gelişimi için kalıcı bir durumdur. Bu, aynı zamanda, Sovyetler Birliği ekonomisinin mekânsal organizasyonunun da bir sonucudur.

İkinci sorunu: Kazakistan Cumhuriyeti'nin bölgesel ekonomisinin yirminci yüzyılın 80'li yıllarının sonuna kadar aktif bir üretim güçleri dağıtım politikası uygulanmasıdır ve bu Kazakistan'ın doğal kaynaklarının yaygın bir şekilde kullanılmasına yol açmıştır. Ülkeden yoğun miktarda doğal kaynak çıkarılmış ve bu ülkenin ekolojik durumuna zarar vermiştir. Ülkenin tüm sanayi merkezlerinde, atmosferdeki zararlı maddelerin payı sınır değerlerin çok fazlasına çıkmıştır.

Üçüncü sorunu: Kazakistan çok geniş bir alanı kaplar. Bu bağlamda, cumhuriyet bölgelerinde üretici güçlerin rasyonel yerleştirilmesi ve aralarındaki örgütsel ve ekonomik bağların iyileştirilmesi için ulusal ekonominin bölgesel örgütlenmesi konuları oluşturulacaktır.

Dördüncü sorunu: Doğal koşulların çeşitliliği, doğal kaynakların mevcudiyeti ve bunların konumu, ülkenin jeopolitik durumu, bölgesel örgütlenme üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu aşamadaki ve gelecekteki sosyoekonomik görevlerin yanı sıra toplumsal cinsiyet yaş yapısı, uzmanlık ve tecrübe ile tüm emek kaynakları cumhuriyeti ve bölgelerini etkileyecektir.

Beşinci sorunu: Kazakistan'da devam etmekte olan ekonomik reform, ekonominin bölgesel örgütlenmesi için ülkenin her bölgesinde büyük işletmeler ve büyük işletmelerin oluşması konusunda yeni şartlar getirdi. Bu koşullarda, bağımsız bir devlet olan Kazakistan için bölgesel ekonominin rolü artmıştır.

Altıncı sorunu: Her bölgenin kendine özgü uzmanlık alanı, örgütsel ve yapısal özellikleri vardır ve her bölge, bölgenin ekonomik alanını tanımlayan kendi ekonomik ve sosyal koşullarına sahiptir. Ülkenin farklı bölgelerinde doğal kaynakları rasyonel geliştirmek önemli bir görevdir.

Yedinci sorunu: Ülkemizin doğal kaynaklarının ülke genelinde homojen olmadığı ve bunun sonucunda hammaddelerin ve yakıt kaynaklarının tüketicilere ulaştırma yelpazesinin genişlediği bilinmektedir.

Sekizinci sorunu: Kazakistan'ın bölgesel ekonomisinin sorunlarının çözümü, Cumhuriyet sanayi güçlerinin gelişimine ilişkin temel planın geliştirilmesini gerektirecektir.

Dokuzuncu sorunu: Ekonomik kalkınmanın en uygun bölgesel uyumluluğunun belirlenmesi.

Onuncu sorunu: Ülkedeki bölgesel iş bölümünün iyileştirilmesi temelinde üretim verimliliğinin artırılmasının sağlanması.

On birinci sorunu: Ekonomik açıdan verimli gelişme ve üretim şubelerinin yeri ve Kazakistan özel ekonomisinin oluşumu.

2.2.2. Kazakistan'ın Ekonomik Bölge Durumu

Kazakistan Cumhuriyeti Türk dünyasının önemli ülkelerinden biridir. Ekonomik ve coğrafi büyüklüğü diğer cumhuriyetler ile kıyaslandığında hemen fark edilmektedir. Bağımsızlığından günümüze kadar Kazakistan ekonomisinde ciddi bir şekilde ilerleme görülmüştür.

Kazakistan nüfusu daha az olmasına rağmen son yıllarda Bağımsız Devletler Topluluğu arasında en yüksek ekonomik performansı sergilemesinin yanı sıra aynı zamanda Orta Asya içinde en liberal ticaret sistemine sahip ülkelerden biri olarak bilinmektedir. Geniş petrol yataklarının yanı sıra çeşitli maden ve metal kaynaklarına sahip olan ülke, tarım ve hayvancılıkta da büyük bir potansiyele sahiptir. Kazakistan'da 1.225 çeşit mineral ihtiva eden 493 yatak bulunmaktadır. Ülke uranyum, krom, kurşun ve çinko yataklarının

zenginliği itibariyle dünya ikincisi; mangan itibariyle dünya üçüncüsü, bakır itibariyle de dünya beşincisidir. Kömür, demir ve altın rezervleri itibariyle Kazakistan dünya sıralamasında ilk on ülke arasında yer almakta; doğalgaz, petrol ve alüminyum rezervleri itibariyle de sırası ile dünyada on ikinci, on üçüncü ve on yedinci sırada yer almaktadır. Kazakistan'da 1996 yılında dünyanın en büyük üçüncü altın madeni bulunmuştur.

Dünyanın 9. büyük ülkesi olan Kazakistan, yaklaşık 84,6 milyon hektarlık tarımsal araziye sahiptir. Tarımsal arazinin 24 milyon hektarı ekilebilir arazi olup, 61,1 milyon hektarı ise meradır. Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından 1990'lı yılların başlarında tarım sektörü genel ekonomik durgunluktan ciddi lde etkilenmiş ve toplam tarımsal üretim ciddi düşüş göstermiştir. Tarım sektörü, yaklaşık 10 yıllık yoğun bir makroekonomik reform programının ardından düzelme işaretleri vermeye başlamıştır. Sektör, 2000 yılından itibaren diğer sektörlerdeki kadar olmasa da büyümeye başlamıştır.

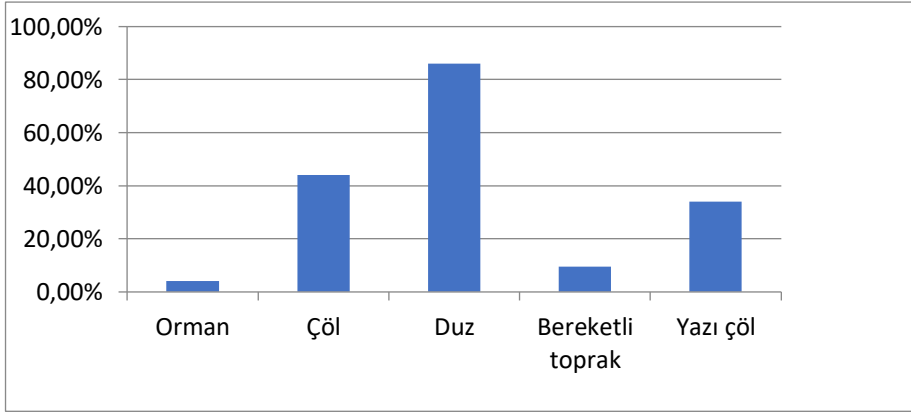
Dünya ekonomisinde hizmet sektörleri içinde en önemli alanlardan birisi olan turizm sektörü Kazakistan ekonomisi için de büyük önem taşımaktadır. Bu açıdan Kazakistan turizm sektörünün gelişimi için gerekli birçok faktöre sahiptir. Bunlar;

- Coğrafi konum,
- Toprak genişliği,
- Siyasi İstikrar ve ekonomik reformlar,

- Farklı doğal ve tarihi kaynak zenginliği,
- Ucuz İşgücü kaynaklarının varlığı,

Ekonomik açıdan Kazakistanda, eğitim seyahat, avcılık, balıkçılık, spor, sağlık alanlarında turizm büyük bir potansiyele sahiptir. Turizm için coğrafik ve çevresel faktörler önem arz eder. Bu açıdan, Kazakistan'da coğrafi olarak, 90,6 milyon hektar çöl ve vadi arazisi, 25,5 milyon hektar bereketli tarımsal topraklar. Turizm kaynaklarının geliştirilmesinde en önemli sorunu Kazakistan'da ortak 6000 bitki türü vardır 11,4 milyon hektar, orman örtüsünü % 4,2. Grafik.2.1'de Kazakistan'ın toprak kaynakları ve peyzajı temsil edilmektedir.

Grafik.2.1. Kazakistan'ın toprak kaynakları



Kaynak: Yücel ve Sadykova, 2012

Kazakistan'daki turizminin gelişmesi bölgeler ekonomisinin geliştirmeye ilgilidir. Bu nedenle, Tablo.2.3'e göre doğal kaynakların korunması ve turizmin gelişmesi için çevre koşullarını dikkate alarak çevre koruma uyumu ile doğal, tarihi anıtlar, hükümet ve hükümet dışı

bölgesel ve uluslararası örgütler etkilidir. Gelecekte, Güney, Doğu, Kuzey ve Batı ekonomik bölgelerindeki turizm alanlarının geliştirilmesindeki ana yoldur.

Tablo.2.3. Kazakistan'ın ekonomik bölgelerindeki turizmin gelişmesi

Güney	Kuzey	Orta	Doğu	Batı
Dağ turizm	Kayak	Seyahat	Dağ turizm	Su turizm
Doğa Gezintisi	Doğa Gezintisi	Su turizm	Tarih ve kültür	Yürüyüş
Bisiklet	Seyahat, gezi	Spelo turizm	Seyahat, gezi	Seyahat, gezi
Seyahat, gezi	Sağlık	Tarihi	Sağlık	Tarihi
Tarihi			Kayak	Tarih ve kültür

Kaynak: Yücel ve Sadykova, 2016

Kazakistan'ın ekonomik bölge durumu halkın özel birimlerinin ekonomisini planlamakta ve onların gelişimini belirlemekte çok önemli bir yere sahiptir. Ekonomik bölge durumu hakkında ilk araştırmalar 18. yüzyılda Rusya'da yapılmaya başlamıştır. Rusya, ekonomik bölge durumunun problemi hakkında çalışmalar ortaya koyan ilk ülkedir. Sovyetler Birliği döneminde ekonomik bölge durumunu “Rusya'nın Elektrifikasyon Devlet Komisyonu” planı, “Tüm Birlik Merkez Yürütme Komitesi”, “Devleti Planlama Komitesi” komisyonları araştırmıştır. Sovyetler Birliği toprağı 19 ekonomik bölgeye ayrılmıştır. Kazakistan'ın farklı birimleri arasında devrimden önce, yani 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başlarında ekonomik alan farklılıkları belirlenmiştir. Tüm Kazakistan'da göçebe hayvancılığı, kuzey bozkırlarda tahıl ürünleri, süt ve et hayvancılığı, güneyde ise sulanmış ve eğitimli tarım, bahçecilik, merkez, batı ve doğuda ise madencilik sektörü gelişmeye başlamıştır. Sovyetler Birliği

Hükümeti yıllarında arazi çalışma ayırımı ve ulaşım gelişerek halkın özel birimlerinin ekonomisi uzmanlaşma bakımından belirlenmiştir. Ülke toprağında üretim güçlerini yerleştirmesi iç ekonomik ve coğrafi farklılıkların gelişmesinin artmasına ve cumhuriyet içindeki ekonomik alanların ortaya çıkmasına katkıda bulunulmuştur. Ekonomik alanlar için ekonomi arazi düzenleme neticesine bakmalıyız.

Ekonomik bölgeler ekonomik gelişme ile açıklanmaktadır. Her ekonomik alan birçok bölge birleştirilerek onların toprağında ekonomi üçe ayrılır, yani uzmanlaşma, yedek ve hizmet edici alanlarından oluşmaktadır. Uzmanlaşan alan, o bölge ekonomisinin önemli ve ürünün verimliliğini gösteren alandır. Örneğin, Doğu Kazakistan bölgelerinin uzmanlaşan alanları, enerji gerektiren renkli metalürji ve su enerji mühendisliğidir. Her alan ekonomisinin birçok uzmanlaşan alanları oluşarak gelişmektedir. Yedek alan, uzmanlaşan alanları ilerletmeye, onu daha fazla geliştirmeye hizmet etmektedir. Örneğin, Batı Kazakistan ekonomik bölgesinin uzmanlaşan alanı petrol sektörüdür. Kazakistan BDT ülkeleri içinde Rusya'dan sonra en zengin petrol yataklarına sahip olan ülkedir. Kazakistan'ın dünyadaki kanıtlanmış petrol rezervleri içindeki payı % 3'dür.

Harita.2.3'e göre Kazakistan'ın beş ekonomik bölgesinin sınırları ve doğal kaynaklar, mineraller ve üretim tesisleri belirtilen.

Harita.2.3. Kazakistan'ın ekonomik bölgeleri



Kaynak: Sadykova, 2018.

Merkez Kazakistan'daki uzmanlaşan kömür ve metalürji (demir, uranyum, krom, kurşun ve çinko, mangan ve bakır) endüstrisini elektrik enerjisi ile sağlaması, yedek alanının hizmetidir. Ülkenin mineral ve hammadde üretimi, ihtiyacının çok üstündedir. Metalik bizmut, süngersi titanyum, kil, rafine bakır, mangan ve yoğunlaştırılmış üretiminin % 90'ı, petrol, metalik kurşun, çinko üretiminin % 80'i, doğalgaz, kömür, demir cevheri ve krom üretiminin de % 50'den fazlası ihraç edilmektedir. Yüzölçümü itibariyle dünyanın 9. büyük ülkesi olan Kazakistan, yaklaşık 84,6 milyon hektarlık tarımsal araziye sahiptir. Tarımsal arazinin 24 milyon hektarı ekilebilir arazi olup, 61,1 milyon hektarı ise meradır. Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesi ve Güney Kazakistan ekonomik bölgesi tarımsal arazide uzmanlaşmıştır.

2.3. Kuzey Kazakistan'ın Ekonomik Bölgesi

2.3.1 Doğal Koşulları ve Kaynakları

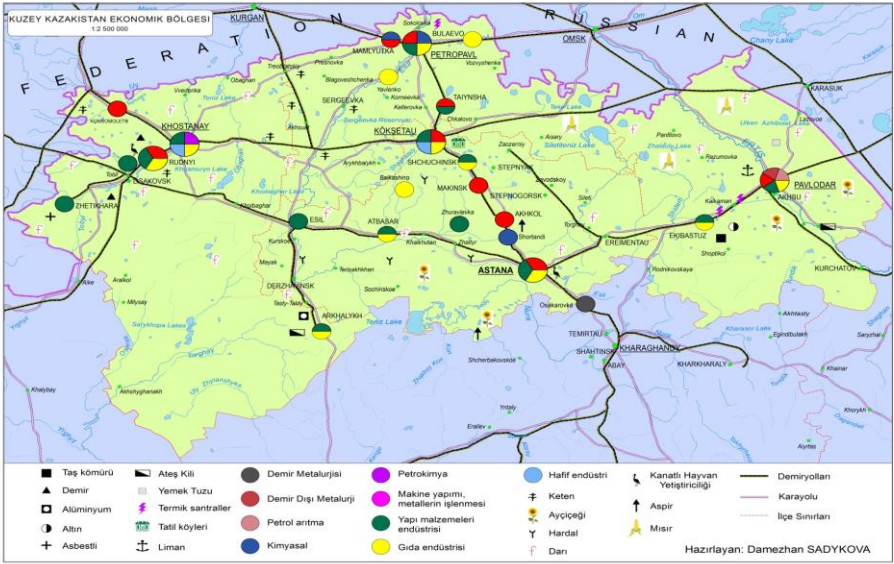
Kuzey Kazakistan, ülkemizin kuzeyinde Esil, Tobıl ve Obadan nehirlerinin kıyasında, doğu tarafı Ertis nehrinin merkez akısında yer almaktadır. Alanın altına Kuzey Kazakistan, Kostanay, Akmola, Pavlodar bölgeleri girmektedir. Arazi, 600,9 bin kilometre karedir. Nüfusu 2. 819.646'dır. (stav. gov: 2019:17)

Kuzey Kazakistan yüzölçümü olarak Batı ve Güney bölgelerinden sonra üçüncü sıradadır ve ülke toprağının % 22'sini kapsar. Bölge toprağına fiziksel ve coğrafi bakımdan Batı Sibirya bozkırının güney, Kazakistan'ın küçük tepelerinin kuzey tarafı girerek Kuzey Kazakistan ormanlı bozkır bölgesinden çöl bölgesine geçer. Tarım için en elverişli yerler, çayırılı ve verimli yerlerdir.

Kuzey Kazakistan jeopolitik olarak uygun ekonomik ve coğrafi konumda yerleşmiştir. Kuzey Kazakistan'ın kuzeyi Rusya'nın Oral, Batı Sibirya bölgeleriyle sınırdır. Bölgenin toprağı ile Ulu Sibirya, Merkez Sibirya, Güney Sibirya ve Kazakistan arasında Trans-Kazakistan demiryolu vardır. Kuzey Kazakistan'la Ertis nehri ile renkli metalürji Kendi Altay dağları Rusya'nın petrol ve gazı zengin olan bölgesi Batı Sibirya ile bağlantılıdır. Rusya'nın endüstriyel bölgelerle komşu olması, Kuzey Kazakistan'da madencilik, enerji sektörünün gelişmesinde etkili olmuştur. Kuzey Kazakistan, bölgenin en temel tahıl çiftçiliğı, hayvancılık bölgesidir.

Harita.2.4.'de Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinin büyüklüğü, mineraller, endüstriyel tesisler ve tarım bilgileri ve bölgeleri gösterilmiştir:

Harita.2.4. Kuzey Kazakistan ekonomik bölge



Kaynak, Sadykova:2018

Günümüzde piyasa ekonomisine geçmede hayvancılığın azalması, ürünün düşüş süresinde de Kuzey Kazakistan'da tahıl ürünlerinin tarladaki yeri, özellikle buğday, hayvan ve domuz yağı ve et ürünleri açısından ilk sıradadır. Tarımsal sanayi performansı ile birlikte Kuzey Kazakistan, demir, boksit, kömür, asbest, altın vb. madencilik üretmek ve onları üretim sırasında ferroalyajlar ve alüminyum eritme ile bağlı metalürji endüstrisini geliştirmeye odaklandırılmıştır

Tabii durumu ve doğal kaynakları: Bölgenin kuzey ve batısı yaklaşık yüksekliği 100-120 metre olan Batı Sibirya ovasının güney tarafı ile birlikte bozkırları tarım için en uygun bölge olarak sayılmaktadır. Bölge, Doğu ve Güney Kazakistan bölgeleri gibi dağ sistemi olmadığı için bozkır bir bölgedir. Bu yüzden Kuzey Kazakistan'ın tabii durumu, Batı Sibirya doğasına benzemekte ve her tarafı bozkır olarak sayılmaktadır. Bazı yerlerde tatlı ve tuzlu göller yerleşmiş olan ovalarda bulunmaktadır. Bölgenin doğusunda Kulandı bozkır, güneyinde ise Kazakistan'ın küçük tepesi Sariarka vardır.

Kuzey Kazakistan'ın iklimi diğer bölgelere göre yazın serin, kışın soğuktur. Kışın bölgenin iklimine Kuzey Buz Okyanusunun arktik, yazın ise Orta Asya ile İran'ın sıcak tropik havasının etkisi olmaktadır. Bununla birlikte hava sıcaklığı, tahıl ürünleri, sebze ve bahçe ürünlerinin çiçek açmasında yeterlidir. Ona kuzey bölgelerinde 130, güneyde ise 167 yetişme dönemi fırsat tanımaktadır.

Bölge toprağının çoğunluğunda yılda 350-400 mm yağmur yağmakta ve bu sulanan arazilerin gelişim ine katkıda bulunmaktadır.

Bölgenin güneyinde ise yağmur miktarı 150- 200 mm azalmakta, sadece nehir olan yerler sulanmakta, diğer yerlerdeki araziler ise sadece susuz yöntemle gelişmektedir (Zaiberg ve Kamalova,2009:30)

Kuzey Kazakistan toprağı ormanlı bozkır, bozkır ve çöl alanlarında yerleşmiştir. Ormanlı bozkır genişliği 150-250 kilometredir, bölgenin kuzey tarafının % 10'una Kuzey Kazakistan, Kostanay, Akmola, Pavlodar bölgelerinin kuzey tarafları girmektedir. Bu bölgenin bozkır

alanları Kazakistan'ın kuzey tarafında yer almaktadır. Bozkır alanının güney tarafında hem kurak hem ekili araziler bulunmaktadır. Bölgenin güneyi, yani Kostanay bölgesinin güneyi Torgai toprağı, Deniz, Korgaljin gölü, Ertis'in güney tarafının yarı çöl bölgesini kapsamaktadır. Çöl bölgesindeki yağış azlığından dolayı insanlar sulu tarım yaparak tarımı geliştirmektedir. Bu bölge tarımı geliştirmekte en uygun bölge olarak sayılmakta ve arazinin çoğu bozkır ve ormanlı bozkırdan oluşmaktadır.

Kuzey Kazakistan'ın güney ve batı bölgelerinin birçok yerinde hava yazın çok sıcak ve kuraktır, kışın ise çok soğuk ve rüzgârlıdır. Bu havaya göre bölgede tarımı koruma ve suni sulama yöntemi uygulanır. Ziraat ekonomisinde kullanılan 50 milyon hektarın 24 milyonu sürülü araziler, 26 milyon hektarı hayvancılık için meralardır. Fakat son yıllarda piyasa ekonomisine geçmenin zorlukları ile orantılı olarak uzun süreden beri kullanılan araziler artık kullanılmadığından dolayı ekili alan günden güne azalmaktadır. Kuzey Kazakistan toprağının bozkır olmasına rağmen maden kaynakları oldukça zengindir. Bölgenin kuzey-batısında Kostanay demir kaynakları, yanı sıra Jetikara asbest, Torgai kömür havuzu, güneyinde ise Arkalık boksit maden kaynakları vardır. Pavlodar bölgesinde ise Ekibastuz taş kömür, Maiköben kömür, Bozşaköl bakır, Koryakovsk, Tavolcan ve Kalkamanda tuz bulunmaktadır. Jetikara /Kostanay/, Maykayın /Pavlodar/, Jolımbet, Akbeyit, Stepnyak, Vasilkov, Bestöbe'de /Akmola/ altın madencilik ve kireçtaşı, cam kumu, yanmaz kil vb. inşaat malzemeleri vardır. İklimin kuruluşu, bozkırın birçok yerinde

Kuzey Kazakistan alanında su zenginliklerinin dağıtım farklılıklarını belirleyerek nehir sisteminin gelişmesine ve göllerin ise sayısının artmasına neden olmaktadır. Ertis nehri ve onun sadece Esil, Tobıl gibi kolları okyanuslara dökülmektedir. Torgai, Sileti, Şidergi ve Şagalalı gibi küçük nehirler ise göllere dökülmektedir. Onların akışları farklı olduğundan dolayı, denizcilik faaliyetleri denetim yapmaya uygun değildir. Kuzey Kazakistan'ın kayaları ve bozkırları göllerin çok olmasına katkıda bulunur. Burada yaklaşık on üç bin göl vardır. Bunlardan en büyükleri: Kostanay bölgesindeki Kusmurun, Sarıkopa, Akmola bölgesindeki Teniz, Korgaljın, Şagalalıteniz, Siletiteniz'dir. Burabay, Şortandı göller günlük yaşamda, hayvan sulamada kullanılmaktadır.

2.3.2 Ekonomik Koşulları ve Nüfusu

Bölgenin ekonomik gelişimi için Esil, Bulaev ve Peresnovsk yer altı boruları yapılmıştır. Onlar aracılığıyla suyu kullanmak için Sergeev ve Vyacheslav su bentleri vardır. 19. yüzyılın sonunda Ulu Sibiry demir yolunun yapılması bölgedeki göçebelerin göç etmesini kolaylaştırdı. 20. yüzyılın başında burada Rus, Ukraynalı, Mordan, Alman ve Tatar yerleşim yerleri ortaya çıktı. Göçebeler tarımda çalıştılar. Onlar Esil ve Ertis nehirlerinde, Kostanay ve Kökşetau taraflarında yerleşti. Devrimden sonra halkın göç etmesi devam ederek hiç kullanılmayan yerler tarıma çevrilmiştir. İlk yedi yılında nüfusun sayısı bir milyon arttı ve on yıl içerisinde nüfusun sayısı yine bir milyon arttı. Ruslar 19. yüzyılda kuzey Kazakistan'a taşınmaya başladı. Göç hareketi

sonucu 19. ve 20. yüzyıllar boyunca Rusların payı çarpıcı bir şekilde arttı ve Sovyet döneminde, bakir toprakların gelişimi sırasında doruğa ulaşan, SSCB'nin Avrupa bölgesinden iç göç nedeniyle yükselmeye devam etti. 1960'ların sonlarından bu yana, özellikle 1990'lı yıllara kadar doğurganlık çoğaldı (Yarmuhamedov,1980:25).

Şu anda, Kuzey Kazakistan'ın 2 bölgesinde toplam Kazak nüfusu Rus nüfusunu geçmektedir. Akmola bölgesi: Kazaklar - 310.835, Ruslar - 283.052; Kostanay bölgesi: Kazaklar - 317.762, Ruslar - 360.976; Kuzey Kazakistan bölgesi: Kazaklar - 218.039, Ruslar - 310.373; Pavlodar Oblast: Kazaklar - 364.900, Ruslar - 283.400; Astana: Kazaklar - 592.884; Ruslar - 141.706). Toplam: Kazaklar - 1 880 090, Ruslar - 1 324 589. Diğer ulusların toplam nüfusları 574 365. Bölgedeki Kazakların payı % 60 ve Ruslar - %35 (statik. Kurumu, 2018,agis.).

Tablo 2.4 da Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesindeki Kazak ve Rus nüfusu sayısının farkları gösterilmiştir.

Tablo 2.4 Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesindeki Kazak ve Rus nüfusu sayısı

Bölge	Akmola	Pavlodar	Astana	Kostanay	Kuzey Kazakistan	Toplam
Kazaklar	310.835	364.900	592.884	317.762	218.039	1880 090
Ruslar	283.052	283.400	141.706	360.976	310.373	1324 589

(Kaynak: Statik. kurumu, 2018, agis).

Tablo 2.5 te Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinin ulusal bileşimi hakkındaki veriler gösterilmiştir. Verilere göre, Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinin Akmola, Pavlodar bölgeleri ve Astana şehrinde Kazakların sayısı yüksek bir oranda.

Tablo 2.5 Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinin ulusal bileşimi

№	Ekonomik bölge alanları	Kazaklar	Ruslar	Ukraynalılar
1	Akmola	49,2 %	34,5 %	4,7 %
2	Pavlodar	49,8 %	37,3 %	4,8 %
3	Kostanay	38,8 %	42,1 %	8,9 %
4	Kuzey Kazakistan	34,2 %	49,9 %	4,5 %
5	Astana	74,3 %	16,2 %	1,7 %

(Kaynak: Mazurov,2017:23)

Savaştan sonraki yıllar Kuzey Kazakistan nüfusu kilometre kareye 7,2 kişi olarak yerleştirildi. Nüfusun yerleşim yerleri, Kuzey Kazakistan bölgesi, Kökşetau şehri, Ulu Sibiry ve Trans-Kazakistan demir yolu, bunun yanı sıra Ertis, Esil ve Tobıl nehirlerine yakın olan bölgelerdir. Bu bölgede nüfus sayısı metre kareye düşen insan sayısı 15-30 kişi olarak artış göstermektedir. Nüfus sayısı 500'den 1000 kişiye kadar olan büyük köyler çoktur. Bununla birlikte Akmola bölgesinin kuzey ve merkez topraklarının yoğunluğu 10-15 kişiden oluşan nüfusun toplam sayısı 300-500 ya da yaklaşık 1000 kişiden oluşan büyük ilçeleri vardır. Aslında onlar Esil nehri tarafları ve göllerin yanında

yerleşmiştir. Böylece yerleşim yoğunluğu Pavlodar bölgesinin sağ tarafı ve Ertis alanlarında bulunmaktadır. Bölgenin güney, güney ve doğu, güney ve batısındaki tarımın az gelişimi alanlarında yerleşim nadir ve farklıdır. Kuzey Kazakistan'ın yarı çöl bölgeleri, yani Kostanay bölgesinin güney, Torgai bölgesi, Pavlodar, Akmola bölgelerinin güney ve batısında yerleşim azdır. Burada kilometre kareye 0,1-0,5 kişi, hatta bundan da az sayıda kişi yerleşmiştir.

Bu bölgelerde nüfusun sayısının 50-100 kişilik olduğu yerler çoktur. Kuzey Kazakistan'ın nüfusu çok ulusludur. Burada Kazak, Rus, Ukraynalı, Tatar, Alman, Mordan, Yahudi, Çuvaş ve Polonyalı vb. uluslar yaşamaktadır. Onlar bu bölgeye demir yolunun yapıldığı, madencilik yerleri ve tarımın geliştiği zaman yerleşmişlerdir. Nüfusun çoğu Slav dilli halktır. Onlar bölgede yerleşme ve tarım açısından önemli yere sahiptir. Bölgedeki nüfusun % 25'i eskiden yerleşmiş Kazaklardır. Aslında onlar hayvancılık yapan bölgelerde, yani güney taraflarında çoktur. Son yıllarda ülkemizin başkentinin Astana'ya değişmesinin nedeni, devlet kurumlarıyla birlikte halkın göç etmesi ve yurtdışından gelen Kazakların yerleşiminin artmasıdır. Kuzey Kazakistan'da şehir nüfus sayısı tüm bölgedeki nüfus sayısının % 50'sini oluşturmaktadır. Bu bölge ziraat ekonomisi ve sanayi bakımından aynı derecede gelişme göstermektedir (Yarmuhamedov, 1980:145).

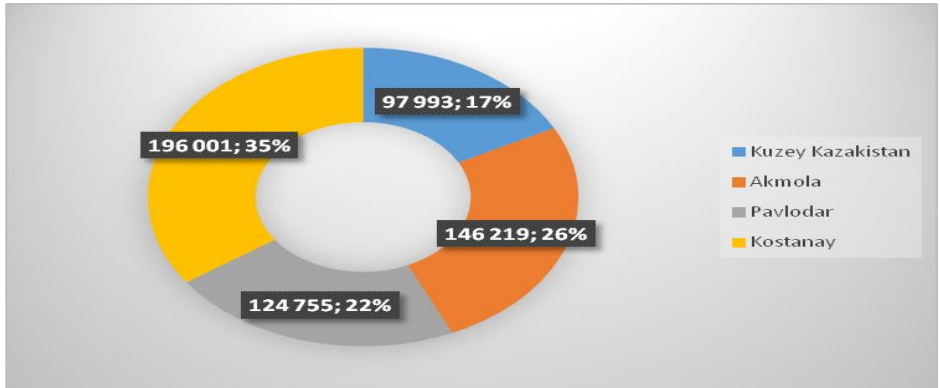
Tablo 2.6 da ve Grafik 1,2 de Kuzey Kazakistan'ın ekonomik bölgesindeki beş bölgelerin nüfusu ve yüzölçümü ile ilgili veriler verilmiştir.

Tablo 2.6 Kuzey Kazakistan'ın ekonomik bölgelerinin yüzölçümü ve nüfusu

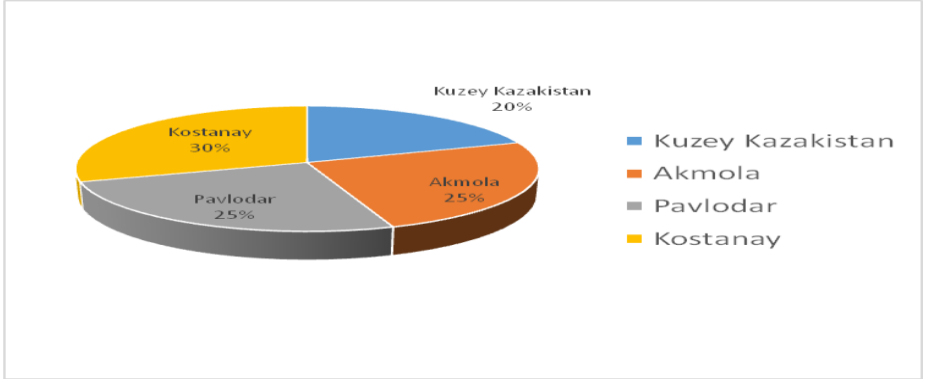
№	Ekonomik bölge alanları	Nüfus (1 Temmuz 2017)	Alan km ²
1	Kuzey Kazakistan	97 993	578,400
2	Akmola	146 219	731 398
3	Pavlodar	124 755	752 100
4	Kostanay	196 001	880 326

(Kaynak: Mazurov,2017:24)

Grafik 2.2 Kuzey Kazakistan'ın ekonomik bölgelerinin nüfusu



Grafik 2.3 Kuzey Kazakistan'ın ekonomik bölgelerinin yüzölçümü (km²)



Geçmiş zamanlarda Kuzey Kazakistan'ın geniş toprağında yazın hayvan meraları olarak faydalanılmıştır. Sariarka'nın, Esil ve Kulandı bozkırlarında hem zengin hem verimli bitkilerin yetiştirilmesi hayvancılık faaliyetlerinin yapılmasında en uygun bölge olarak gösterilmektedir. Kışın hayvan meraları olarak Torgai bölgesi, Teniz - Korgaljin gölleri alanı, hatta Betpakdala ile Sarısu ve Şu nehirleri kullanılmıştır. 18.yüzyılın sonunda bu yere Sibiry Kazaklarının, özellikle 19. yüzyılın sonu ve 20.yüzyılın başında Rus ve Ukraynalılar yerleştikten sonra tarım gelişmeye başlamıştır. Ekim Devrimi zamanında tahıl ürünleri üretilmiştir ve hayvancılık faaliyetleri gelişme bakımından bölgeye dönmüştür. Tahıl ürünlerinin birçoğu son yıllarda Ulu Sibiry demir yolu ile Rusya'nın iç piyasasına çıkarılmıştır. İç bölgelerde ise tahıl ürünleri yerel gereksinimlerde kullanılmıştır ve bazen Akmola, Atbasar ve Bayanaul vb. fuarlarında satılmıştır. Kuzey Kazakistan'da devrime kadar yeterli sanayi gelişmemiş, sadece ziraai ekonomi hammaddelerini üreten işletme kuruluşları çalışmıştır. Ekibastuz'da kömür, Stepnyak ve Jetikara bölgelerinde altın, Ertis tarafındaki göllerde tuz üretilerek Pavlodar ve

Petropavl'da tamir ve mekanik atölyeleri çalışmıştır. Devrime kadar Kuzey Kazakistan sadece tarım bakımından gelişmiş ülke olarak sayılmıştır.

Kuzey Kazakistan'da devrimden sonra sadece madencilik endüstrisi tekrar canlanıp imalat endüstrisinin gelişimi dikkate alındı. Endüstri gelişiminin yanı sıra Kuzey Kazakistan ekonomisinde ön sırada tarımsal sanayi kompleksi ve bununla birlikte ziraat ekonomisi yer almaktadır. Ziraat ekonomisinin böyle yüksek derecede yer alması 50-60 yıllarındaki tarım çalışmaları için en uygun yerlerin gelişmesiyle orantılıdır. Kuzey Kazakistan ülkedeki tahıl ürünlerinin % 90'ını karşılamaktadır. Burada Kazakistan tahıl ürünlerinin % 75'i yerleşmiştir, yani Ukrayna'daki tarımla karşılaştığımızda iki kat büyüktür. Bu bölgenin tarım ürününün yıllık ürününün % 30'u kadardır. Yazın buğdayın çoğu bozkır ve ormanlı bozkır yerler Kuzey Kazakistan, Kostanay, Akmola ve Pavlodar bölgesinin kuzey Ertis tarafında yetişmektedir. Bölgenin merkezinde kuraklığa dayanıklı darı yetiştirilir ve cumhuriyet tarımının % 40'ı kapsar. Çoğu, Kostanay, Akmola bölgelerinin güneyi, Pavlodar bölgesinin güney ve batısındadır. Diğer tahıl ürünlerinden bölgenin kuzeyinde yulaf, arpa, karabuğday ve mısır yetiştirilmektedir. Doğu ve Güney Kazakistan'la karşılaştığımızda bu bölgede teknik tahıl ürünleri çeşidi az ve onun %1'ini verir. Bunun yanı sıra ayçiçeği, keten ve hardal yetiştirilmektedir.

Ülkedeki ayçiçeğinin % 20'si Pavlodar bölgesinde yetiştirilmektedir. Ertis alanında pancar tarımı vardır. Ertis, Esil, Tobıl ve Obagan nehirleri ve şehirlerinde sebzeler, yani patates ve bahçe tahıl ürünleri yetiştirilmektedir. Hayvan besini için yetiştirilen bitkiler, yani mısır ve otlar bölgenin %24'ünü kapsar ve kuzey tarafında yetiştirilmektedir. Bölgedeki zirai ekonomisinin ikinci önemli alanı hayvancılık ekonomisi ve onun bitki ekonomisi ile bağlantılıdır. Ziraat ekonomisine yararlı yerin %57'si çayırlar ve meralardır. Bunlardan çoğu Kostanay, Akmola, Pavlodar bölgelerinde yetiştirilmektedir. Hayvan besini olarak yapılan tarımla yem endüstrisi kullanılarak besleme yem hazırlanmaktadır. Kuzey Kazakistan'da ülkemizin diğer bölgeleriyle karşılaştırdığımızda et ve süt hayvan ekonomisinin önemi büyüktür. Bunun yanı sıra küçükbaş hayvan ekonomisi de önemlidir. Ama günümüzde piyasa zorluklarına bağlı toplam hayvan sayısı eskiye göre azalmıştır. Kuzey Kazakistan'da et ve süt, süt ve et hayvancılık ekonomisi ön sıradadır. Ona Kostanay ve Kuzey Kazakistan bölgelerinin tarıma bozkır ve ormanlı bozkır alanlarının doğal durumu uygundur.

Burada çok süt veren bozkırın kırmızı sığırı, güneye doğru çok et veren akbaş sığır çoktur. Koyun yetiştiriciliği Pavlodar, Kostanay bölgelerinin güneyi, özellikle Torgai alanlarında ve Akmola bölgelerinde gelişmiştir. Kuzeyinde çok yün veren koyun, güneyinde ise cinsi çok et ve yağ veren koyunun Edilbay cinsi yaygındır. Bölgenin her tarafında at yetiştiriciliği gelişerek ülkemizin at sayısının 1/3'i Kuzey Kazakistan'a aittir. Bozkır ve ormanlı bozkır

topraklarında Kostanay, Kuzey Kazakistan ve Akmola bölgesinin tarım alanlarında domuz yetiştiriciliği gelişmiştir. Bu bölgelerde kuş yetiştiriciliği gelişmiştir ve göllü alanlarda su kuşları çoktur. Bölgenin İklim durumu ve zirai ekonomisinin uzmanlaşmasına göre Kuzey Kazakistan alanında kuzey, merkez ve güney havzaları vardır. Endüstrinin oluşması ve gelişmesi eskiden beri ziraat ekonomisi hammaddeleri üretimi ile bağlantılıdır. Ağır endüstri sanayisi 20. yüzyılın 60. yıllarından sonra gelişmeye başlamıştır.

Bölgenin endüstrisinde yemek ve hafif endüstri ön sıradadır. Bununla birlikte yemek endüstrinin önemi çoktur. Yani et, süt, yağ, un ve hububat yemek endüstrinde çok önemlidir. Ülkede uzman alanlardan biri olarak sayılmaktadır. Et ve etli yemek sektörü bölge arasında çok yaygındır. Et fabrikaları bölgenin merkezi Ekibastuz, Rudnıy ve Jetikarada yerleşmiştir. Bölge et, et konservesi, sucuk ve yemek yağı vb. ürünler verir. Özellikle en büyük et fabrikası Petropavlda'dır. Süt ve yağ endüstri, önem açısından et endüstriden sonra ikinci sıradadır. O tereyağı, peynir, kaşar peyniri ve kuru süt vb. süt ürünleridir. Süt ürünleri üreten birçok fabrika vardır. Onlardan biri Pavlodar süt konserve fabrikasıdır. Pavlodar süt konserve fabrikası kuru süt ürünlerini de üretir. Kazakistan'ın gelişme durumunda un endüstrinin önemi gittikçe artmakta ve hazırlanan tahıl ürünlerini kendi fabrikalarımızda üretmek için birtakım çalışmalar yapılmaktadır. Un fabrikaları Akmola, Petropavl, Kökşetau, Pavlodar, Kostanay bölgelerinde yerleşmiştir. Onlar çok kaliteli un, hububat ve hayvan besini için yem vb. ürünler vermektedir. Kuzey Kazakistan'da bira,

alkol (İspirto) üretimi ön sıradadır. Bölgedeki Petropavl alkol fabrikası, Lisakov alkol-votka, Kökşetau tarafındaki Aidabol alkol-votka büyük fabrikalardır. Hafif endüstri, ziraat ekonomi hammaddeleri üretmekle meşguldür.

Onun dikiş işleri ve ayakkabı alanları gittikçe artmakta ve onlar bazı bölgelerde, endüstri merkezlerinde ve köylerde yerleşmiştir. Petropavl, Pavlodarda deri fabrikaları; ayakkabı ve dikiş fabrikaları Akmola, Kostanay, Pavlodar ve Petropavl'da, elyaf fabrikası ise Kostanay'da vardır. Kuzey Kazakistan'da ağır endüstri farklı maden kaynaklarını üreten madencilik endüstri ön sıradadır. Kostanay demir zenginliği Sokolov-Sarıbai, Lisakov, Karaş maden ocakları çalışmaktadır. Demir cevherini zenginleştirerek, Karagandı Merkez ve Güney Oralın siyah metalürjik ocakları sağlamaktadır. Ekibastuz, Maiköben ve Torgai havuzunun Obagan ve Kusmurun maden ocaklarında taş ve kömür üretilmektedir. Ekibastuz kömüründe Kazakistan, Rusya'nın Oral ve Batı Sibirya bölgelerinin 20'den fazla termik santralleri çalışmaktadır. Arkalıkta boksit üretilip su ve enerji santrali çok olan Ertis tarafında Pavlodar alüminyum oksit fabrikasına gönderilerek burada alüminyum oksidi alınır. Akmola bölgesinin Akbeyit, Bestöbe, Jolımbet, Stepnyak, Vailkov, Pavlodar bölgesinin Maikayın maden ocaklarında altın üretilir. Pavlodar bölgesinin Bozşaköl maden ocaklarında bakır, Koryakovsk, Tavolcan ve Kalkaman'da tuz üretilir. Pavlodar bölgesinin Aksu şehrinde Merkez ve Batı Kazakistan'da manganez ve kromit cevheri üretilerek

kuvarsitle birlikte kullanarak kaliteli çelik üretilen ferroalyaj fabrikası çalışmaktadır.

Kuzey Kazakistan bölgesinde makine mühendisliği ve metal işleme tesisleri vardır. Makine mühendisliği fabrikaları kendi ürünleriyle tarımsal endüstri kompleksini, endüstri alanlarını ve ulaşımı sağlamaktadır. Makine mühendisliği sayesinde ziraat ekonomi makineleri kullanılmaktadır.

Astana şehrinde “Akmolauılmaş”, “Kazakauılmaş” tesisleri tahıl toplamak, çimen toplamak ve erozyona karşı makineler yapmaktadır. Pavlodar’da traktör, Kalkaman’da buldozer, Makinka’da araba ve traktör parçalarını yapan fabrikalar çalışmaktadır. Endüstriyel makinelerden Petropavl’da siyah metalürjiye gerekli malzemeler, Kökşetau’da oksijen nefes alma cihazı, terazi tesisleri vardır. Kimya endüstrisinin gelişim inde Maiköben kömürü, Pavlodar tuzu hammaddelerin temeli olarak sayılmaktadır. Kostanay’da hammaddelerden elyaf fabrikası, Pavlodar’da Batı Sibiry petrol işletim tesisleri vardır. Kuzey Kazakistan’da taş, kum, kil ve kalker gibi inşaat malzemeleri çoktur. Bu yüzden burada inşaat malzeme endüstrileri bulunmaktadır.

Şortandı ve Atbasar’da taş ocağı, Kostanay ve Astana’da silikat tuğla, demir ve beton fabrikası, Jetikara asbest fabrikası asbest, arduaz ve döşeme vb. ürünler üretmektedir. Astana’da beyaz eşya fabrikası vardır.

Bölgenin elektrik enerjisi, termik santrallerden sağlanmaktadır. Büyük çaplı, güçlü fabrikalar Petropavl, Kostanay, Astana, Rudnıy, Ekibastuz ve Pavlodar'da yerleşmiştir. Her fabrikanın gücü 4 milyon kilovat. Ekibastuz MAES-1,2 ve gücü 2,4 milyon kilovat. Aksu ve Pavlodar vb. bölgelerdeki termik santrali diğer bölgelere de elektrik enerjisi sağlamaktadır. Kuzey Kazakistan'da birçok endüstri grupları oluşmaktadır. Pavlodar ve Ekibastuz bölgesi ve endüstriyel kompleksine Pavlodar, Ekibastuz, Aksu ve Kalkaman şehirleri, bununla birlikte Koryakovsk, Tavalcan, Maikayın ve Bozşaköl kasabaları girer. Kompleksin oluşmasında Ekibastuz taş kömürü, Maiköben kömürü önemlidir. Ayrıca traktör, petrol, alüminyum oksidi, un işleri, süt tozu, Aksu ferroalyaj fabrikaları da çok önemlidir. Kostanay endüstriyel ağ, demir cevheri, asbest, kömür üreterek oluşan Kostanay demir cevher havuzunda Sokolov-Sarıbai, Lisakov, Kaşar maden ocakları ortaya çıkmaktadır. Bu endüstriyel kompleksin altına Kostanay, Jetikara ve Rudnıy şehirleri girmektedir. Petropavl endüstriyel ağ, siyah metalürji malzemeler, mekanik, elektrik ürünleri, et ve alkol (İspirto) vb. ziraat ekonomisiyle hammaddeleri üreten yemek ve hafif endüstri alanlarıyla tanınmaktadır. Astana endüstriyel ağ, ziraat ekonomisindeki makine mühendisliği, beyaz eşya ve endüstri alanları ile meşhurdur. Kökşetau endüstriyel ağ, ziraat ekonomi hammaddelerini üreten hafif ve yemek endüstrisi, oksijen nefes alma cihazı ve terazi yapma fabrikaları ile ünlüdür. Boksit üretmek ile Arkalık ağı gelişmektedir. Yukarıda söylenen bölgesel üretim kompleksleri, endüstriyel ağlar ve fabrikalar çalışma sürecinde

yerel ve ülkemizin, hatta Bağımsız Devletler Topluluğunun farklı fabrikaları ile endüstriyel bağlantısı vardır.

Ulaşım kompleksi. Araç, Kuzey Kazakistan'da önemli bir yere sahiptir. Araçlarla malın % 70'dan fazlası taşınır. Böylece bölgenin iç ve dış ekonomi bağlantısı sağlanır, demir yoluyla tahıl, petrol, inşaat malzemeleri, halkın kullanım eşyaları teslim edilmektedir. Mal taşımının % 80'ı demir yoluyla yapılmaktadır. Bölge ekonomileri bağlantısını kurmakta Ulu Sibiryaya, Güney ve Merkez Sibiryaya enlem yönündeki ve Trans-Kazakistan meridyen yönündeki demir yolları önemlidir. Bununla birlikte bölgenin içerisinde de demir yol ağları vardır. Bölge alanıyla taşınacak malın çoğu transittir. Enlem yönündeki demir yollara Kuzbass ve Karagandı kömürün Oral'a taşınacak en ağır mal taşınması girer. Demiryolu ile taşınacak malların çoğu demir, taş kömür ve tahıldır. Bölgeye getirilen mallara taş kömür, maden inşaat malzemeleri, ağaç, petrol ve petrol ürünleri girer. Bölge ulaşımı konusunda Ertis nehri önemli yere sahiptir. Onun sayesinde inşaat malzemeleri, tahıl ürünleri, tuz ihracat yapılarak petrolü ürünleri getirilir. Ertis nehri ile yolcu taşımacılığı da yapılmaktadır. Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinde 4 bölge (oblast) yerleşmiştir.

2.4. Kuzey Kazakistan Bölgesi

2.4.1 Doğal Koşulları ve Kaynakları

Kuzey Kazakistan bölgesi Kazakistan'ın kuzeyinde yerleşmektedir. Alanı 97.993 bin kilometre kare, nüfusu 578.400 bin kişiden oluşmaktadır.

Kuzey Kazakistan bölgesi, Kazakistan Cumhuriyetinin kuzey kapısıdır. Bölge 29 Temmuz 1936 yılında kurulmuştur ve günümüzdeki sınırı 8 Nisan 1999 yılında belirlenmiştir. Kuzey Kazakistan bölgesi Kazakistan Cumhuriyeti, toprak bütünlüğünün % 3,6'sını kapsamaktadır. İdarî merkezi – Petropavl şehri 1752 yılında kurulmuştur. Bölgede 13 idarî bölge vardır. (Ayırtau, Akjar, Akkayın, Gabit Müsrepov, Esil, Jambıl, Kızıljär, Magcan Jumabaev, Mamliutka, Tayınşı, Timiryazev, Ualihan, Şal Akın). Bölgede 5 şehir, (Petropavl, Bulaev, Mamliutka, Tayınşı ve Sergeevka) ve 4 ilçesi (Smirnov, Talşık, Enbek ve Kışkenegöl) bulunmaktadır. Coğrafi olarak bakıldığında bölge toprağı Kazakistan'ın Kostanay ve Akmola bölgesiyle ve Rusya Federasyonunun Korgan, Tümen, Ombı bölgesiyle sınırdır. Batı Sibiry bozkırınınsa güney tarafında yer almaktadır.

Ana su arteri – Esil nehridir ve uzunluğu 720 kilometredir. Göllerin toplam sayısı 3000'dir. Toplam boyutu 4600 kilometre karedir. Bölge yüz ölçümünün büyük kısmı Batı Sibiry bozkırının sağ tarafında yerleşmiştir. Orada yüzeysel derecesi 200 metre ve Tobıl, Ertis nehirleri arasındaki geniş yerler, eski göllü neojenli yüzeysel olarak sayılmaktadır. Bölgenin kuzey ve doğusunda iri tuzlu göllerden oluşan çukurlar vardır: Bunlar: Kalibek, Ülkenkaroi, Teke ve Seletiteniz'dir. Çukurların derinliğı 40-60 metredir. Bölgenin Güney ve Batı tarafı Sarı-Arka'ya girer ve Kökşetau tepesinin kuzey ve batı tarafıyla gösterilir.

İklimi: Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinin havası çok rüzgârlıdır ve kışları uzun ve soğuk, ama yazları sıcak geçmektedir. En soğuk ay ocak ayıdır. Kuzey tarafında ortalama -18.50 derece, güneyde yaklaşık -17.50 derecedir, hava ısısının -45'e düştüğü günlerde bulunmaktadır. Temmuz ayında kuzeyde yaklaşık +19 dereceye kadar ve güneyde 19.50 dereceye kadar sıcaklık olmakta ama bazı günler yakıcı sıcaklıklar bulunmaktadır. (+45 derece). Kuzey Kazakistan'da havanın kararsızlığından dolayı bölgede hava sürekli değişmektedir. Rüzgâr hız ortalaması 5,5 metre saniyedir. Bahar nisan ayının yarısından sonra başlamaktadır. Ayazsız dönemin süresi bir yılda yaklaşık 100-120 gündür. Yazın rüzgâr hız ortalaması 4 metre saniyedir. Bölge, sonbaharda serin, bulutlu ve sürekli yağmurludur. Yıllık yağmur yağış ortalaması 290-295mm'den 425-435mm'ye kadardır.

Doğası: Bölge alanı tamamen verimli siyah topraklı bölgeye yerleşmiştir. Alan, tuzlu, çayırılıdır. Güney Kazakistan bölgesinin geniş bir alanı, özellikle güney tarafı siyah toprak ve kırmızı topraktır. İndeksin ortalaması 33. Ana su kaynağı, Esil nehri Ertis'in sol alanıdır. Kuzey Kazakistan bölgesi, bozkır ve ormanlı bozkır alanında yerleşmiştir. Ormanlı bozkır, yani ormanlı bozkırı ve dikenli ormanı açıklamaktadır. Güney ormanlı bozkır bölgenin güneyindedir. Bölgenin çayırılı ve meralı yerlerinde farklı otlar, tahıl ürünleri, huş ağacı ve kavak ağaçları yetişmektedir. Kuzey Kazakistan bölgesinin geniş alanı ormanlı bozkırdır. Kavak ve huş ağacından oluşan ormanlar vardır. Ormanlı bozkır alanı toprağın yaklaşık % 8'dir. Ormanda huş ağaçları çoktur.

Doğal kaynaklar: Kuzey Kazakistan bölgesinin en temel kaynağı, yer altı şifalı su kaynakları ve yer altı mineralleridir. Bölgede minerallerin bütün türleri belirlenmiştir. Farklı seviyede 286 maden fabrikası bulunmaktadır. Onların 34'i metal, 2'si metal değil, 217'si inşaat ve teknolojik hammaddeler, 33'i yer altı suları, 6'sı mineral kaynaklardır. Kuzey Kazakistan, uranyum cevheri, elmas ve kalay az bulunan bölgedir. Kuzey Kazakistan ekonomik alanında Kazakistan Cumhuriyetinin dengesine göre % 65 kalay, % 36 zirkonyum, % 19'uranyum, % 5 titanyum ve % 1 volfram bulunmaktadır.

Mineral hammadde kuruluşun gelecekte geliştirmek, özellikle güney ve batı bölgelerinde çok önemlidir. Burada çok önemli madencilik fabrikaları ve altın, gümüş, teknik ve kuyumculuk elmaslar, kalay, titanyum, renkli ve az metaller, kömür cevherleri vardır (Karmenova,2010: 56).

Bölgenin farklı mineral hammadde kuruluşunun dengesine göre değeri 6 milyar dolar olarak sayılmaktadır. Kaynaklar tahmini olarak 10 milyar dolar, yani uranyum- 1,0, kalay- 3,98, titanyum- 0,7, nadir yerler- 0,3, volfram- 0,24, altın- 0,1, elmas- 1,0, kömür- 0,8, diğerleri- 2,7'dir. Gelişim için özel hazırlanan, Graçev, Kosaçin ve Semizbai uranyum maden fabrikaları, Obuhov titanyum, zirkonyum cevheri, Sırımbet- kalay ve altın fabrikası Kuzey Baliustı ve Dombıralı'dır. Ekonomik nedenlerden dolayı onların endüstriyel hazırlığı yürütülmemektedir. Bazı inşaat sektörlerinde sadece taş ve kum

fabrikaları kullanılmaktadır. Kalıbek ve Jaksıtuz göllerinin maden fabrikalarında tuz üretim çalışmaları yapılmaktadır.

2.4.2 Ekonomik Koşulları ve Nüfusu

Nüfusu: 1 Mart 2009 yılı bölge nüfusunun sayısı 647,3 bin kişi (229,7 bin kişi (% 35,5) şehirlerde, 417,6 bin kişi (% 64,5) köylerde olmak üzere) olarak belirlenmiştir. Kuzey Kazakistan bölgesinin 1997 yılı idarî ve arazi ayırma neticesinde bölgeye Kökşetau toprağının birçok bölgesi girmiştir. Bölgenin merkezi, Petropavl şehridir. Petropavl, Kuzey Kazakistan'ın idarî, ekonomik ve kültürel merkezine dönmemektedir. Şehirde makine malzeme fabrikaları, ağır makine mühendisliği, protez ve ortopedi, yol tekniği ile araba tamir etme fabrikaları, tamir ve montaj atölyeleri, teknik yardım etme istasyonu, inşaat malzemesi fabrikaları, demir ve beton, duvar malzemesi fabrikaları, ağaç üretim fabrikaları çalışmaktadır. Hafif endüstriyel fabrikalardan deri fabrikası, ayakkabı, deri ve kumaş, bot, mobilya fabrikaları, yemek fabrikalarından et konserve fabrikası, un, ekme ve süt fabrikaları, bira, alkol, yağ fabrikaları ve termik santral merkezleri bulunmaktadır.

Odunun yerine Karagandı ve Ekibastuz'un kömüründen faydalanmaktadır. Bu topraklar et ve süt yönündeki hayvanı yetiştirmede uzmandır.

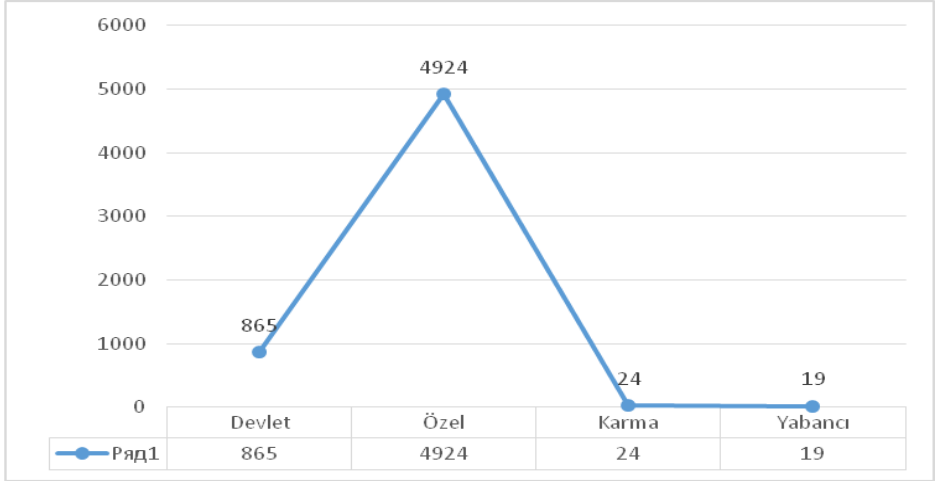
Kuzey Kazakistan, makine ve demir yol ulaşımı iyi derecede gelişen bölgedir. Bölgenin büyük şehri, Petropavl'dır. Petropavl, büyük demir yol ağı olan önemli endüstri ve kültür merkezidir. Şehirde küçük

lityum motorlu fabrikalar ve elektronik alanında kullanılan malzeme üreten fabrikalar yerleşmiştir. Bunun yanı sıra hafif endüstri de gelişmektedir (Istat. gov. kz 2017:21). Kazakistan'daki fabrikalar, kalay - 1 (cevherin bakiyesi 32877,3 bin ton, 3655 bin ton), titan ve zirkonyum 1 (cevherin bakiye dışı 30546 bin ton, 341 bin ton titanyum), kömür- 1 (bakiye dışı 492060 bin ton) (Karmenova,2010: 130).

Bölgedeki fabrikalar: tuğla hammaddesi- 98 (bakiyesi 61181,1 bin m³); inşaat taşları-3 (bakiyesi 26894 bin m³); çimento ve kireç endüstri- 1; inşaat kumu- 2 (bakiyesi 12020 bin m³); seramik kili- 1; tuz- 1 (bakiyesi 42509 bin ton); magnezyum tuzu- 1 (bakiyesi 236160 bin ton); mineral hammaddesidir 1 (bakiyesi 9404 bin ton). Gelişen fabrikalar: Kuzey Kazakistan bölgesindeki Baksı polimetallik, altın ve bakır cevher fabrikası. Baksı altın ve bakır madencilik yeri Ruzaevka kasabasından güneye doğru 10 kilometre yerde yerleşmiştir (Kozhahmet,2006:58).

Grafik 2.4'de gösterildiği gibi Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinde 865 devlet, 4924 özel, 24 karma (yarı devlet, yarı özel), 19 yabancı fabrikalar çalışmaktadır.

Grafik 2.4 Kuzey Kazakistan bölgesindeki fabrikalar



Maden bölgelerinde kuvars ve turmalin, mineral sülfid cevherleri vardır. C₂ kategoriye göre belirlenen: bakır- 34448, altın- 2915 kilo, gümüş- 10150 kilodur (ortalaması: bakır- 2,10%, altın- 1,59 g/ t%, gümüş- 5,56 g/t %). Kuzey Kazakistan'daki Volodar altın ve bakır cevherinin metalojenik alanı Kuzey Kazakistan bölgesinin Ayırtau ilçesinde bulunmaktadır (Zaiberg ve Kamalova, 2009:30).

2.5. Kostanay Bölgesi

2.5.1 Doğal Koşulları ve Kaynakları

İdari merkezi - Kostanay şehri, 9 Temmuz 1936 yılında kurulmuştur. Alanı 196 bin kilometre karedir. Nüfusu 913 bin kişi, yoğunluğu- 1 kilometre kareye - 4,6 kişiden oluşmaktadır. Bu, Kazakistan alanının % 7,7'sini kapsamaktadır. Kostanay şehri bölgenin idari, ticaret, endüstriyel, sosyal ve kültürel merkezidir. O bozkır alanda, Tobıl

nehriinin sol tarafında yerleşmiştir. Bölgenin büyük şehirleri: Kostanay, Rudnıy, Lisakovsk, Jetikara ve Arkalik'tır.

Konumu: Kostanay bölgesi Kazakistan Cumhuriyetinin kuzey tarafında yerleşmiştir. Bölge Kazakistan'ın büyük bölgelerinden birisidir. Oral dağı tarafında, Batı Sibırya bozkırı ve Torgai alanında bulunmaktadır. Kostanay bölgesinden akan büyük nehirler, Tobıl ve Torgai'dır. Bölgenin idari ve arazi grubu 5 şehir; Kostanay, Rudnıy, Lisakovsk, Jetikara, Arkalik ve 16 ilçe, 13 şehir ve 750 köy ile gösterilmektedir. Bölgenin idari merkezi 1879 yılında kurulan. Kostanay şehri Tobıl nehrin kıyısında yerleşmiştir.

Kostanay bölgesi Kazakistan Cumhuriyetinin başkenti, Astana şehrine kadar 760 kilometreyi kapsamaktadır. Bölge Kazakistan Cumhuriyetinin 4 bölgesiyle (Akmola, Aktöbe, Karagandı, Kuzey Kazakistan) ve Rusya Federasyonunun 3 bölgesiyle (Korgan, Orınbor ve Çeliyabinsk) sınırdır. Sınırın Rusya Federasyonu ile uzunluğu 1241 kilometredir.

iklimi: Kostanay bölgesinin iklimi, çok kuraktır. Bölgede kışları uzun, ayazlı ve çok rüzgârlı, yazları ise sıcak ve kuraktır. Yıllık yağmur yağış miktarı, bölgenin kuzeyinde 250- 300 mm ve güneyinde ise 240-280 mm'dir. Bitki yetişecek mevsim, bölgenin kuzeyinde 150-175 gün, güneyinde ise 180 gündür. Temmuz ayında hava sıcaklığı, bölgenin güneyinde +19°'tan, kuzeyinde ise +25°'tan fazla dereceye kadar değişmektedir. Ocak ayında hava bölgenin tüm alanında -19°'tan -18°'a kadardır. Bölgede ayaz olmayan süre 114-160 gündür.

Bölgenin kuzeyinde bir yılda yağmur yağısı 300-350 mm, güneyinde ise bölgenin çöl alanlarında 150-200 mm'dir. Yağmur yağısı bölgenin kuzeyi güneye göre çok net belirlenmektedir. Bölge havasının kuruluşu nehirlerin gelişmesine engel olmaktadır. Bölgede yaklaşık 4,7 bin küçük ve büyük olan göller vardır. Büyük göller, Kusmurun, Sarımoyn, Sarıgöl, Sarioba, Kuliköl, Şubarköl, Sasikköl ve Börili'dir. Göllerin 80%'ı tatlı sudu oluşturur (Zaiberg ve Kamalova, 2009:30).

Doğası: Bölge, Ayat ve Obagan nehirleri ile açıklanan bozkırlı bir bölge olarak sayılır. Bölgede Torgai, Sarıözen ve Karaözen'nin akısı, kuzey alanında Batı Sibiryaya tepesinin güney ve doğu tarafı, güneye doğru Torgai toprağı yerleşmiştir. Bölgenin batı ve doğu Batı tarafında Oral toprağının bozkır alanı, Sarıarka bölgesi yerleşmiştir. Bölgenin kuzey alanında kırmızı renkli otlu bitkiler, huş ağacı ve kavak, çam, merkezi alanında kırmızı farklı bitkiler yetişmektedir. Naurızımkaragai adlı çam ormanı sayesinde düzenlenen mabet vardır. Nehirler az bulunmaktadır. Bölgede 310 küçük nehir vardır. Büyük nehirler, Tobıl ve Torgai'dır. Tobıl nehrinde Tobıl, Karatamar, Amangeldi su depoları yerleşmiştir. Bölgede 5 binden fazla göl bulunmaktadır. Büyük göller, Torgai alanında yerleşen, Kusmurun, Sarımoyn, Aksuat ve Sarioba'dır. Ormanın alanı 217,5 bin hektar, bu miktarın 151,2 hektarı doğaldır. Tarımı gelişen bölgelerin toprakları çoktan kullanılmaya başlamıştır. Kostanay bölgesinin toprağı, hayvan, bitki, balık endüstrisi, hayvancılık isleri ve orman işletmesi gelişen bir arazidir. Bölgedeki hayvan faunası, 52 farklı memeliler, 267 kalıcı veya geçici olarak yaşayan kuşlar, 10 farklı ikiyaşayışlılar ve

sürüngelelerdir. Su depolarında balığın 24 türü yaşamaktadır. Naurızım doğa koruma alanı (mabet), üçüncü doğal küçük doğa koruma alanı ve bölgenin gururu olarak gösterilmektedir.

Doğal kaynakları: Bölgenin toprağı mineral, özellikle demir minerali (manyetik mineralinin üretim yeri, Sokolov-Sarıbai, Kaşar; demir mineralinin üretim yeri, Ayat demir fabrikası ve Lisakovsk fabrikasıdır) açısından oldukça zengindir. Manyetik cevheri ve demirin toplam sayısı 15,7 milyar tondur. Kostanay bölgesi demir cevherine, kömüre, asbeste, yangına dayanıklı ve tuğlalı kile, fayans ve çimento kireçtaşı, camlı kuma, inşaat taşlara vb. zengindir. Boksitten 19 tane, altından 7 tane, gümüş ve nikelden birer taneden fabrika çalışmaktadır.

2.5.2 Ekonomik Koşulları ve Nüfusu

Bölge ekonomisinde toplam ürünlerin üretiminde endüstri payı %30'dır. Bölgede demir cevheri, asbest ve boksitin cumhuriyetteki miktarı %100'dır. % 80'dan fazlası demir fabrikasıdır. En büyük fabrikaları: SSGPO Anonim Şirketi yoğunlaştırılmış, dilimler endüstrisi, Kostanay Mineralleri Anonim Şirketi, Metal Trading altın cevher endüstrisi, Arasan Şirketi bira ve maden su endüstrisi, Bayan Sulu Anonim Şirketi pastane malzemeler endüstrisi, Agromaş Holding Anonim Şirketi traktörler, biçerdöverler, ziraat ekonomi malzemeler mühendisliği, Alpamıs Ayakkabı Fabrikası vb. Madencilik üretim endüstrisi ekonomin kesin miktar indeksinin %95,7'dır. İşleme endüstrinin indeksi % 106,1'dır. Bölgede toplam 6713 tarım şirketi,

yani 6 üretim kooperatifi, 6 anonim şirketler, 567 sorumluluğu sınırlı şirketi, 4 devlet fabrikası ve 6130 çiftlik vardır. Bitki endüstri, 2009 yılı bitki yetiştirmek için 554,3 bin tohumu hazırlamıştır. Tohum laboratuvarına tohumları kontrol etme süresinde 277,8 bin ton tohum gönderilmiştir. Anlaşmaya göre sıralanan tohumlar 261,4 bin ton, yani birinci ve ikinci gruptaki 274,6 bin ton kontrol edilmiştir. Hayvancılık ekonomisinde bölgede 560,6 bin hayvan var, yani 328,7 bin koyun ve keçi, 329 bin domuz, 80,7 bin at ve 3914 kuştur. Ayrıca, bölgede 10 makine mühendisliği ve tamir etme fabrikaları çalışmaktadır. Onlar: tarım için kullanılan araba, ekme ve yük taşıma için kullanan arabalar, buğday temizleme makinesi ve toprak İşleme için kullanılan makineler yapmaktadır. Zirai ekonomi mallarını üretmede 3 makine teknik istasyonu vardır.

Günümüzdeki bölgedeki endüstrinin ana alanı, demir cevheri ve asbest işleme maden endüstrisidir. Bunun yanı sıra yardımcı alan olarak enerji, makine mühendisliği ve metal üretim fabrikaları gelişmektedir. Madencilik endüstrinin büyük fabrikaları, Sokolov-Sarıbai (Rudnyı şehri), Lisakov (Lisakov şehrinde) madencilik fabrikaları ile Jetikara asbest fabrikasıdır. Bölgede tüm ülkede üretilen demir cevherinin 80%, asbest ürününün tümü üretilmektedir. Endüstrinin diğer alanlarında inşaat malzemeler endüstrinin altına birçok büyük demir ve beton fabrikaları, tuğla fabrikaları girmektedir. Onların merkezleri, Kostanay, Lisakov, Rudnyı, Jetikara şehirlerinde yerleşmiştir.

Yemek endüstrinin üretilen ana ürünleri, et, süt, tereyağı, un, ekme ve biradır. Büyük yemek endüstrileri, Kostanay ve Jetikara'nın et fabrikaları, Kostanay'da ve Rudny ile Lisakov'ta süt ve tereyağı fabrikaları vardır. Makine mühendisliği metal işleme endüstrinin büyük merkezi, Kostanay, Rudny ve Smirnov şehirleridir. Kostanay bölgesinde elyaf üretim kimya fabrikası da çalışmaktadır. Bölgede Güney Oral enerji sistemi ile Jetikara- Kostanay gaz borusu yapılmıştır. Kostanay bölgesi, ülkemizin tahıl ürünleri çok üretilen bölgelerden biridir. Kazakistan Cumhuriyetindeki tarımın % 16,6'ı bu bölgeye aittir. Ziraî ekonomi alanı 10211,6 bin hektardır. Ziraî ekonominin ana alanı, tarımdır. Ziraî ekonominin % 50-60'ı tarım olarak sayılmaktadır. Tahıl ürünlerinin yaklaşık % 64,4'ü buğday yetiştirilmektedir. Hayvancılık ekonominin ana alanı, çok et veren hayvanları yetiştirmektir. Bölgenin doğa durumu da uygundur (Kozhahmet,2006:96).

Kostanay bölgesinde demiryolu, araba ve uçak ulaşımı gelişmektedir. Demiryolun uzunluğu, 890 kilometredir. En önemli demiryolu 325 kilometre, bir tarafı Kostanay-Rudny-Jetikara yolları 165 kilometredir. Kostanay-Troisk, Kostanay-Jetikara araba yolunun uzunluğu 8540 kilometredir. Kostanay ile uçakla Moskova, Almatı, Astana ve Çelyabi şehirleri arasında ulaşım vardır. Kostanay ve Rudny şehirlerini gazla sağlamak için "Bukara-Oral" gaz borusu yapılmıştır. Günümüzde Aksai- Krasny Oktyabr-Kostanay- Astana gaz borusu yapılmaktadır. Bölge şehirleri, Kostanay, Arkalık, Rudny, Lisakov ve Jetikara'dır. Kostanay, bölgenin merkezidir. Bölgede

yemek ve hafif endüstriden et ve un fabrikası, dikiş ve ayakkabı fabrikaları ve elyaf fabrikaları vardır. Metal işleme endüstri yerlerinden mekanik malzemeleri söyleyebiliriz. Onlardan biri madencilik malzemeler fabrikası olarak kurulmuştur. Bu fabrika makine, petrol motoru, mısır ekme makineleri, zirai ekonomi makineleri ve ekskavatörlerin malzemelerini üretmektedir.

2.6. Akmola Bölgesi

2.6.1 Doğal Koşulları ve Kaynakları

İdari merkezi Kökşetau şehri 1932 yılında kurulmuştur. Akmola bölgesinin alanı- 146,3 bin kilometre karedir, nüfusu- 748,2 bin kişi, yoğunluğu - 1 kilometre kareye- 5,1 kişiden oluşmaktadır. Akmola bölgesi 1932 yılı kurulmuştur. Bölge merkezi her yıl değişmiştir. 1961 yılına kadar Akmola şehri, 1961-1992 yıllar arasında Tselinograd şehri, 1993- 1998 yıllar arasında tekrar Akmola şehri, 1997 yılında ise Kazakistan Cumhuriyetinin Başkanının kararıyla Akmola şehri Kazakistan Cumhuriyetinin başkenti olarak yayınlanmıştır. 1998 yılı Kazakistan Cumhuriyetinin Başkanının Kararıyla Akmola şehri, Astana şehri olarak değiştirilmiştir ve idari bölge merkezi Kökşetau şehri olmuştur. Bölgenin güney ve doğusunda ülkemizin başkenti Astana şehri yer almaktadır. Bölgenin merkezi, 1999 yıldan başlayarak Kökşetau şehri olarak yayınlanmıştır. Bölgede 17 ilçe, 10 şehir, 15 kasaba, 710 köy bulunmaktadır. Akmola bölgesinin batısı Kostanay, kuzeyi Kuzey Kazakistan, doğusu Pavlodar ve güneyi Karagandı bölgeleri ile sınırdır. Bununla birlikte ekonomik iletişimin

gelişmesine amacıyla Rusya Federasyonunun Oral, Tiumen, Tomsk, Omsk ve Novosibirya bölgeleri tarafında yerleşmiştir. Bu bölge Sarıarka'nın kuzey tarafında Atbasar ve Teniz bozkırlarında yerleşmiştir. Akmola bölgesinde maden kaynaklarından; renkli ve az bulunan metal ve demir vardır. İnşaat malzemelerinden kireç, cam yapan kum, mermer, kırma taş, çimento hammaddeleri, yangına dayanıklı kil, granit ve diyorit cevherleri bulunmaktadır.

2.6.2 Ekonomik Koşulları ve Nüfusu

Bölge ekonomisinde tarımcılık önemlidir. Bölgenin kuzeyi ve merkezi tahıl açısından ve et ve süt veren hayvan çeşitliği açısından zengindir. Batısı ve doğusunda ise tarım ekonomisi ile koyun ve at yetiştirilmektedir. Ülkemizde yapılan tarım makineleri ile malzemelerin % 42'si bölgenin makine mühendisliği ve metal işleme endüstrisini kapsamaktadır. Bölgenin toprağında 1871 devlet, 11244 özel, 90 karma (yarı devlet, yarı özel) ve 13 yabancı fabrika çalışmaktadır. Piston yüzükleri ve metal işleme fabrikaları, Atbasar'da makine mühendislik fabrikaları çalışmaktadır. Akbeyit, Bestöbe ve Jolımbet vb. adlı fabrikalar da vardır. Ağaç endüstrisinden Şortandı'daki mobilya fabrikasını, Alekseevka, Balkaşino, Sovyet Komsomol, Krasny Kordon mekanik orman işletmelerini söyleyebiliriz.

Astana'da, Atbasar ve Jolımbet'te dikiş, kuru temizleme ve hizmet edici kurumlar çalışmaktadır. Ekibasruz kömür termik santralleri Astana'da, Pavlodar'da ve Karagandı'da kurulmuştur. Onlar ülkeye

elektrik enerjisi ile sağlamaktadır. Bölge demiryolunun uzunluğu 1118 kilometredir. Astana’da iki önemli Güney Sibiry (Kartalı-Astana-Kulandı) ve Trans-Kazakistan (Petropavl-Astana-Şu) demiryolu vardır. Ereimentau-Aisara ve Krasnoznaminko-Atbasar demiryolları bölgenin endüstriyel merkezleriyle tarım bölgeleri olan Güney Sibiry demiryoluyla birleştirmektedir. Astana şehri ve bölgenin merkezi Kökşeteu, Kazakistan’ın diğer şehirleri ve bölgeleriyle otoyolla bağlantı sağlamaktadır. Bölgenin şehirleri, Astana, Kökşetau, Atbasar, Makin, Alekseevka ve Ereimentau’dır. Astana, Kazakistan Cumhuriyetinin başkentidir. Şimdiki Astana, ülkemizin en önemli endüstri ve kültürel merkezlerinden biridir. Bölgede fabrikalar, tarımda kullanılan makineler ve mekanik makineler yapılmaktadır. Akmola, şehir statüsünü 1852 yılında yayınlanmıştır. Uzun zamandır bölge tarımı için Kazakistan, Rusya ve Orta Asya’nın iş adamları bu bölgede buluşmaktadır (Kozhahmet,2006:89).

1954 yılda “Bakır topraklar” projesi uygulandığında şehir adı Tselinograd olarak değişmiştir. Bölge argo-kültürel toprağın idari merkezi olarak sayılmıştır. Astana, ülkemizin başkenti olarak şehir sürekli bir yenilenme halindedir. Astana devlet kurumları, 44’ülkenin diplomatik elçileri ve 113 inşaat kuruluşlar ve yabancı fabrikalarının yerleştiği bölgenin ana iş merkezlerinden biridir. Astana mesleki ve kültürel merkez olarak gelişmektedir. Şehirde idari, mesleki, sosyal-kültürel, bilimsel ve eğitimsel, iş merkezleri, gelişmiş ülkelerin başkentlerinin standartlarına uygun altyapı şekillerinin inşaatı

gelişmektedir. Astana'daki hem anlamlı hem geniş değişimler dünya kurumlarından geride kalmamaktadır.

1999 Temmuz ayında başkentimiz UNESCO'nun "Dünya şehri" ödülünü almıştır. 2003 yılı dünya "Moodays Investors Service" derecelendirme ajansı şehrimizi hemen iki derece yukarıya çıkarmıştır. Günümüzde başkentimiz, Moskova, Minsk, Kiev, Kişinev, Taşkent, Riga, Tiflis, Bakü, Kahire, İslamabat, Berlin, Budapeşte, Varşova, Vilnius, Ankara, Polonya, Uşak (Türkiye), Bangkok (Tayland), Seul (Kore Cumhuriyeti), Amman (Ürdün Haşim Krallığı) gibi dünyanın yirmi başkentiyle dostluk ve kardeşlik bakımından ilişki halindedir. 2000 yılında Astana, Moskova, Minsk ve Bişkek gibi büyük başkentlerle olduğu sosyal ve mesleki iletişim alanları da aktif olan Uluslararası Meclise üye olmuştur.

Astana şehri Kazakistan Cumhuriyetinin başkenti ve siyasi- idari, bilimsel ve kültürel merkezidir. Şehir Avrupa ve Asya'yı bağlayan tarihi merkezdir. Sibiryaya ile Orta, Merkezi ve Orta Asya'yı bağlayan Büyük İpek Yolunun kuzey tarafında yerleşen kazak konumunun eski adı Karaötkel olmuştur. Şimdi bu alan, Astana bölgesidir.

Günümüzde dünyanın tüm Turistleri geleceğe yönelik ve doğal kaynaklarla ilgilenmektedir. Yeni Astana, eski ve şimdiki başarılarının birisidir. Astana, her gün yeni özellikleriyle şaşırtmaktadır. Astana'daki yüksek binalar, eğlence ve alışveriş merkezleri ve dinlenme yerleri vb. bulunmaktadır.

“Astana-Bayterek Anıtı” fikrini söyleyen Kazakistan Cumhuriyeti Başkanı Nursultan Nazarbayev’dir. Yeni başkentim mimari yenileme sembolü, Astana sembolü ve Kazakistan sembolü olarak yapılmıştır. Demirden, betondan, camdan yapılan anıt, mimari planın verimi ve yapıma konusundan; 105 metre yükseklikteki demir inşaat, ağırlığı 1000 tondan fazla olan beş maddeye ayrılmıştır. Dünyada ilk defa çapı 22 metre, ağırlığı 300 ton “bukalemun” camından yapılan, güneş ışığından rengini değiştiren bilye (balon) şaşırtıcıdır. Kazakistan halkının yeni dönem sembolüdür. Anıtının yüksekliği 105 metredir. Bayterek’in zirvesi, 97 metre yükseklikte olup şehri tamamen görebilecek sergi alanı olan şehrin sembolüdür. Anıtın 97 katlı olması başkentim Almatı şehrinden değişim yılını belirtmektedir. Bayterek’in zirvesi, sergi, büyük akvaryum ve lokantalarla doludur.

Şehirde Kazakistan Cumhuriyeti Başkanı fikriyle yapılan ailece dinlenme merkezi “Duman” eğlence merkezi vardır. Birçok insan akvaryumu buzda saklanan mercan parçası gibi kuzey Kazakistan’ın sembolü olarak bilmektedir. “Duman” eğlence merkezindeki akvaryum güney göllerden üç bin kilometre mesafede yerleşen dünyadaki tek ve sadece Kazakistan’da olan akvaryumdur. Eğlence merkezlerinden biri, Kazakistan’ın gelecek ve tarihi haritası gösterilen açık gökyüzü altında 1,7 hektar alanda yerleşen Atamken Etno parkıdır. Devlet Yöneticiler Alleyi, yanında yerleşen Siyasal baskı şehitleri için anıtlar yer almaktadır. Haritada 14 bölge ve cumhuriyet için önemli iki şehir (Astana ve Almatı) yerleşmiştir. Burada farklı iklim bölgeleri, peyzajlar, binalar ve şehirlerin yapısı gösterilmektedir.

Ama en önemlisi, tarihi ve kültürel heykellerdir. Etno anıt kompleksi, cumhurbaşkanımız Nursultan Nazarbayev'in desteğiyle Kazakistan'ın başkenti Astana'da 8 Temmuz 2001 yılında açılmıştır (Nazarbaev,1997: 78).

Başkanlık Kültür Merkezi: Astana'nın geniş sokaklarında, Cumhuriyet caddesi ve Baraeva sokağının kesiştiği yerde Kazakistan Cumhuriyetinin Başkanlık kültür merkezini görebilirsiniz. Astana'nın mimarisinde, bu en güzel binalardır. Türk mimari geleneği olan, şehirde 38,5 metre yükseklikte mavi kubbe yerleşmiştir. Yarıçapı 19,5 metre olan beş katlı müze, tümünü birleştiren bir merkezdir. Kazakistan Cumhuriyetinin Devlet müzesi ile Seken Seyfullin adlı Cumhuriyet kütüphanesinin birleşmesi, kazak halkının kültürel geleneği ve mirasıdır. Müzenin fonu 143 233'tir. Yani bunlar: arkeoloji, etnografik, kazak halkının kuyumculuk takılarının, eski mobilya, ev eşyaları, kitaplar, silahlar, fotoğraflar, görsel sanatlardır. Merkezi salonunda Cumhuriyet Başkanın hediyelerinin koleksiyonu vardır. Onlar ülkeler ve farklı hükümet başkanlarının, başkanımız Nursultan Nazarbayev'a verdiği hediyelerden oluşmaktadır. Başkanlık kültür merkezinin kütüphanesi 700 binden fazla kitaba, yani göçebelere kadar günümüze kadar Kazakistan'ın bütün tarihini açıklayacak zengin bir kaynağa sahip merkezdir.

Astana her gün büyümekte ve gelişmektedir. Astana'da tiyatro ve müzeleri ziyaret etmek, eğlence merkezlerine gitmek, kiliselere gitmek için farklı Turist gezileri düzenlenmektedir. Yeni Astana eski

ve yeni başarıların göstergesidir. Oynayan çeşme, işbirliği ve Anlaşma Piramidi ve akvaryum, Turistleri Astana'nın "mucizeleri" her zaman şaşırtabilir. İnşaatçılara göre, bu sadece sanat planımızın yarısı ve gelecekte başkentimiz Astana dünyadaki en güzel şehirlerden biri olacaktır. Orta asırda Kazakistan'daki kültür kendine özgü güzelliği ile herkesi şaşırtmıştır. Kazakistan'ın merkezinde Astana'nın kuzey ve batı tarafında 160 kilometre mesafede Kökşetau dağlarının çöl bozkırları, çöl ve yarı çölün kesiştiği noktada Korgaljin doğa rezervi yerleşmiştir. Rezervin toplam alanı 237 100 hektardır. Bölgede Korgaljin gölü ve Deniz gölünün birleşmesinden dolayı çöl bozkırları dikenli bitkilerle dolu olduğunda dolayı ağaçlık alanlar azdır. 1968 yılı bataklık sayılan bölgede, flamingo, pelikan ve diğer kuşların yaşadığı bölgeyi korumak amacıyla doğal rezervler kurulmuştur. Bu bölge merkezi Asya'da Flamingo açısından en zengin ülkedir (Karmenova,2010: 80).

Astana ile Kökşetau şehirlerinin arasında yerleşen Burabai gölüne "Kazakistan'ın İsviçre'si" denir. Burabai, deniz derinliğinden 320,9 metre yüksekliktedir. Göldeki suyun derinliği 7 metredir. Burabai gölünün merkezinde 20 metre yükseklikteki "Jumbaktas" tepeli ada yerleşmiştir. Etrafı beyaz huş ağacı ve çam ormanıyla kaplıdır. Burada kırmızı, kadıca, taze temiz hava ve mineral su kaynakları sağlık tesisleri vardır.

Kökşetau, Akmola bölgesinin idari merkezi Astana'nın kuzeyinde yerleşmiştir. İmantau, Ayırtau ve Sandıktau köyleri, Kökşetau'nun tatili

için doğal vahadır. Dağlarda, tepeler ve tepeciklerde çam ağacı ve huş ağacı, kavaklar, ağaçlar, leylak ve akçaağaçları yetişmektedir. Ülkede, Tuzdı, Şalkar, Ayırtauşık, Beloe ve İmantau birçok göller bulunmaktadır. Ayırtau, kazak dilinde köy adı “Kostau” anlamını vermektedir. Ayırtau, tıbbi kil toprağı ve şifalı suyu ile meşhur Şalkar gölüyle sınırdır. Ayırtau’ın çevresindeki dağ, orman ve tepelerle ilgili birçok efsane vardır. Örneğin, Rusya komutanının ismi verilen Kolçak dağıdır. İmantau, İmantau köyü aynı adlı bu gölün sahilinde yerleşmiştir. Kumlu sahili olan gölün güneyinden ve kuzeyinden birçok nehirler akarlar, güney- batısı ve doğu sahilleri taşlıdır. Suyu temizdir. Sandıktau, Sandıktau köyü ile ilgili efsaneye göre, tepesinde altınla sandığı olan dağ yamaçlarında yerleşmiştir. Yüksekliği 784 metredir. Kökşetau, Akmola bölgesinin merkezi ve ülkemizdeki endüstriyel ve kültürel merkezlerden biridir. Kökşetau, makine mühendisliği, yemek ürünleri ve inşaat malzemelerini üretmede uzmandır. Büyük fabrikalardan terazi üreten mekanik Kökşetau makine tamir etme fabrikası, ev araç-gereç fabrikası, ziraat tarım ürünleri üretme et fabrikası, süt, balık fabrikası, dikiş ve yatak fabrikaları vardır (Zaiberg ve Kamalova, 2009:95)

2.7. Pavlodar Bölgesi

2.7.1 Doğal Koşulları ve Kaynakları

İdari merkez olan Pavlodar şehri 15 Ocak 1938 yılında kurulmuştur. Pavlodar bölgesinin alanı yaklaşık 124,8 bin kilometrekare, nüfusu ise 745,3 bin kişi, nüfus yoğunluğu da 1 kilometre kareye 6,0 kişiden

oluşmaktadır. Pavlodar bölgesi Kazakistan'ın kuzey doğusunda Kazakistan'ın büyük nehri Ertis tarafında yerleşmiştir. Bölgenin toprağı 124,8 bin kare mesafedir. Bu Kazakistan toprağının % 4,6'sıdır. Pavlodar bölgesinin toprağına Batı Avrupa sığabilir. Bölgenin kuzey tarafında Batı Sibiryaya ovasının devamı, yani Ertis bozkırı, güney tarafında ise Sariarka'nın dağılı yerleri yerleşmiştir. Deniz seviyesinde genel yüksekliğı 120-125 metre, Ertis'in yüksekliğı yaklaşık 100 metredir. Güneyi küçük dağılı ve tepeli bozkırdır. Burada Bayanaul (1055 metre), Jeltau (959 metre) vb. orta yüksekli eski dağılar vardır (Zaiberg ve Kamalova, 2009:117)

Pavlodar bölgesinde maden kaynaklarından, kömür, polimetalik, yangına dayanıklı kil ve cam hazırlamaya uygun kum, tuz ve inşaat malzemeleri bulunmaktadır. Bölge, Ekibastuz taş kömürü, Maikübi kömür, Bozşaköl bakır, Kalkaman, Kereku ve Tobılcan tuz cevheri konusunda Kazakistan'daki büyük cevherleri olarak sayılmaktadır. Maikayın, Törtküdik altın fabrikaları vardır. Ekibastuz ve Maikübi'nin çok kömür ve taş kömür rezervinden dolayı Pavlodar- Ekibastuz endüstri ağı gelişmektedir. Ekibastuzun ucuz kömürünün sayesinde güçlü Devlet Arazi Elektrik Santralı yapılmıştır. Elektrik enerjisi kullanarak Pavlodar alüminyum fabrikası ve Aksu ferroalyaj fabrikası çalışmaktadır. Kuzey Kazakistan, tüm ülke olarak petrol ürünlerini çok kullanılan bölgelerden biridir. Komşu Tiümen bölgesinden petrol boru yapılarak Pavlodar'da petrol üreten fabrika yapılmıştır. Ayrıca, Pavlodar'da traktör fabrikası, süt, un merkezleri ve deri fabrikaları çalışmaktadır. Ekibastuz ve Maikübi fabrikaları kömür işletmektedir.

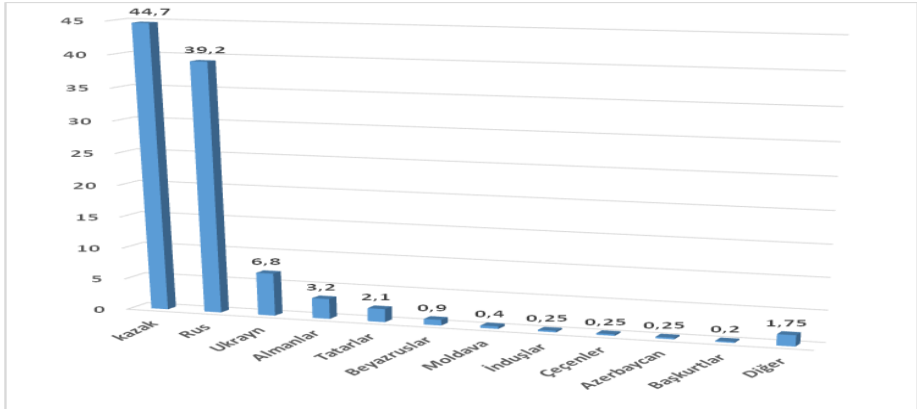
Bozşaköl'de ise bakır cevheri vardır. Pavlodar bölgesinin ziraat ekonomisi, tarım olduğundan dolayı çok alanlı ekonomi olarak sayılmaktadır. Hayvancılık sektöründen hayvan yetiştirme, koyun ve keçi, at, domuz ve kuş ekonomisi gelişmektedir. Bölgede 807 fabrika, 5672 özel, 38 yarı özel, 15 yabancı fabrika vardır. Pavlodar bölgesinde demiryolu, makine, hava ve nehir yolları gelişmektedir. Bölgenin kuzeyinden, Orta Sibirya, merkezinden Güney Sibirya demir yolu geçmektedir. Demiryolun uzunluğu 566 kilometredir. Pavlodar şehrin Astana, Almatı, Moskova, Semei ve Karagandı şehirleriyle bağlayan hava yolları vardır. Bölgenin idari ve arazi alanına 3 şehir, 5 kasaba, 10 ilçe, 167 il ve köyler kapsamaktadır.

Pavlodar bölgesi toprağında bozkır, huş ağacı ormanları, çam ormanları, dağlar ve farklı nehirler yerleşmiştir. Eski Ertis nehri Pavlodar bölgesini ikiye ayırmaktadır.

Bölge toprağının çok alanı bozkırdır. Eskide kazaklar ona Sariarka demişler. Pavlodar bölgesinin iklimi; kışları uzun (5,5ay), yazları sıcak ve kısa (3ay) olarak belirtilmektedir. Ocak ayında hava -17, -19°, Temmuz ayında +20°, +22° dır. Bir yılda yağmur yağısı 220 - 300 mm'dir. Pavlodar bölgesi alanında 48,2 bin hektar olan Bayanaul Ulusal Doğal Parkı yerleşmiştir. Bayanaul adlı küçük yerde yerleşen muhteşem granit tepeler, gizli mağaralar, balığa zengin dağlı nehirler, meyvelerle dolu meşe koruları, taze çeşmeleri olan güzel bir yerdir. Dağ yamaçları ormandır. Bayanaul'da, ağaçlar, çalılar vb. bitkiler bulunmaktadır. Grafik 2.5' de gösterildiği

gibi 2007 yılı başından beri Pavlodar bölgesinde 744860 kişi, 99 farklı ulus yaşamaktadır. Genel nüfus sayısında kazaklar 328,4 bin kişi (% 44,7) ve Ruslar 239,9 bin kişi (% 39,2) çoğalmaktadır. Bunun yanı sıra Ukraynalı % 6,8, Almanlar % 3,2, Tatarlar % 2,1, Beyaz Ruslar % 0,9, Moldovalı % 0,4, İnguşlar % 0,25, Çeçenler % 0,25, Azerbaycanlılar % 0,25, Başkurtlar % 0,2 ve diğer uluslar % 1,75'dir (Karmenova,2010: 76).

Grafik 2.5 Pavlodar bölgesindeki nüfusun etnik grupları %



Kaynak: (Zaiberg ve Kamalova, 2009:45)

Jasıbai, Sabındıköl, Toraiğır ve Bayanaul nehirleri masallardaki kadar güzeldir. Nehir ve çeşmeleri şifalı ve temizdir. Arkeolojik kazılar sayısında yaklaşık yüzlerce heykel, anıtlar, eski yazılar ve resimler gün yüzüne çıkarılmıştır. Bayanaul halkı, memleketini dünyadaki en özel, hiçbir yere benzemeyen yer olarak saymaktadır. Bu bölgede yetenekli, büyük bilim adamları dünyaya gelmiştir. Onlardan biri, ilk

akademi üyesi ve Kazakistan bilim akademi başkanı Satpayev Kanış İmantayoğlu'dır.

Bayanaul Devlet milli parkın ilk dikkat çeken görünümü olarak, kısa boylu yeşil çamlarla açık renkli dağlar ve tepelerinin özellikleri göze çarpmaktadır. Bununla birlikte taşa yapılan eski heykeller bulunmaktadır. 1926 yılı ünlü araştırmacı Dravert, bu bölgede olan taşlardaki yazıları araştırmıştır. Dravert yüksek Abası'ndan uzak olmayan Jasıbai gölünün sahilindeki mağarayı ve yüksekliği on metre olan heykelle “Taskempirleri” açıklamıştır. Bölgenin merkezi, Pavlodar şehridir. Kendine özgü bir özelliği olan şehirdir. Pavlodar şehrinin tarihi 1720 yılından başlamıştır. Bu dönemde Ertis nehrinde Koryakov yeri ortaya çıkmıştır. Çünkü Koryakov nehrinden tuz cevheri bulunmuştur. 1838 yılı Koryakov kasaba olarak adlandırılmıştır. 1861 yılı nisan ayında Koryakov, “Pavlodar bölge dışı şehri” adını taşımıştır. 200 yıldan fazla sürede şehrin tarihinde farklı değişimler olmuştur. Çağdaş zamana göre, hem yeşil hem güzel olan Kazakistan'ın en güzel şehirlerinden birine dönüşmüştür. Günümüzde Pavlodar şehri, Ertis nehri tarafındaki bozkırda, Kazakistan Cumhuriyetinin kuzey- doğusunda yerleşen bölgedeki en büyük şehir olarak sayılmaktadır. Şehre Moyıldı, Pavlodar köyleri ve Kenjeköl köyü gibi yerler bağlıdır. Şehrin topağı 637,8 milyon kilometre karedir (Kozhahmet,2006:38).

2.7.2. Ekonomik Koşulları ve Nüfusu

Şehir ve köylerinde 328,1 binden fazla kişi yaşamaktadır. Kazaklar %36,7, Ruslar %47,2, diğer uluslar % 16,1dir. Ocak ayında şehirdeki demografik durum, nüfusun 262 kişiye çoğaldığını belirtmektedir. Şehir alüminyum, petrol-kimya, traktör, makine mühendisliği fabrikalar, merkezler, yemek endüstri fabrikaları vb. üretmektedir. Ayrıca bölge, büyük demiryolu ağları, havalimanı, nehir limanı ve istasyonu olan büyük endüstri merkezdir. Pavlodar şehrinde, enerji, su ve metal çok bulunan endüstri alanları; alüminyum ve alüminyum oksidi, traktör ve kimya endüstri vardır. Pavlodar'da farklı toplam 5 bin fabrika çalışmaktadır. Fabrikalar yaklaşık 250 ürün türlerini üretmektedir. Onlar, benzin, sıvı odun, kimya malzemeleri, karton, teknik kauçuk ürünleri, seramik, mobilya, silikat tuğla, kesilmiş ağaç ürünleri, demir beton, tıbbi şırıngalardır. Bizim toprağımızın zengin tarihi ve eski kültürel örf ve adetleri vardır. Günümüzde bölgede 11 müze, 2 profesyonel tiyatro, 251 kütüphane, 3 dinlenme parkı 209 kulüp kurumları çalışmaktadır. Bölge halkına tıbbi yardımı 415 hastane ve 51 hastane kurumları hizmet etmektedir. İtalya'nın "Fiat" fabrikasının "Panda" örneğiyle araba yapmak için Pavlodar'da traktör fabrikası yapılmıştır. Bölgemizde Pavlodar'dan sonra ikinci büyük şehir, Ekibastuz şehridir. Bölgede 120,3 bin kişi yaşamaktadır. Ekibastuz'da iki milyar tondan fazla kömür bulunmuştur. Bu Guinness rekoru kitabına girmiştir. Bölgede "Boşatır" fabrikası vardır. Ekibastuz kömürü sadece Kazakistan'ın değil, komşu Rusya Federasyonu şehirlerine de gönderilmektedir. Ekibastuz demiryolu,

ülkemizde en çok üretilen kömür 500 megavat güç kaynağı olan GRES-1 (Devlet Arazi Elektrik İstasyonu) ve GRES-2 (Devlet Arazi Elektrik İstasyonu), iki güçlü termik santral fırınında yanmaktadır. Ekibastuz, Kazakistan'ı güzelleştiren şehirlerden biridir. Bölgenin üçüncü büyük şehri, Aksu'dur. Nüfus sayısı 38,9 bin kişiden oluşmaktadır. Bu şehirde dünyaca tanınan demir-çelik fabrikası gelişmektedir (Karmenova,2010: 97).

Bir zamanlar Amsterdam şehrindeki Uluslararası ticaret fabrikasında, ferrosilikonu dünyada en iyi olarak kabul etmiştir. Günümüzde fabrika tüm ürünlerinin çoğunu ihraç etmektedir. Yarışmaya yetenekli fabrika, yenileme ve teknik kullanışlı amacıyla çalışmaya devam etmektedir. Burada yeni ürün, hiçbir şeyin eklememesiyle çelik üretmenin projesi hazırlanmaktadır. Aksu GRES'i (Devlet Arazi Elektrik İstasyonu), Kazakistan'ın termik mühendisliğinden ilk olanıdır. İstasyon 25 yıldan fazla aralıksız çalışmaktadır. Aksu şehri alanında Ertis-Karagandı kanalı vardır. Coğrafi derecesine, enerji cevherine ve maden kaynaklarına ve yüksek seviyeli uzmanlarına sahip olan Pavlodar, Kazakistan'ın endüstriyel ve kültürel bakımından gelişmiş bölgelerinden biridir. Bölgenin endüstri sistemi devlet ekonomik durumuna önemli fayda getirmektedir. Demiryolu yerleşen alanda Pavlodar şehrinin tüm kasabaları ile Kazakistan'ın bölgesel merkezleri, yakın ve uzak yabancı ülkelerin (Rusya Federasyonu, Çin Cumhuriyeti ve Almanya) şehirleriyle transit konusunda başarılıdır. Şehir havalimanından tüm ülke genelinde, Rusya'ya Almanya'ya, Türkiye'ye, Çin'e ve Arap Emirliğine sürekli uçuş yapılmaktadır.

Güçlü endüstriyel, ekonomik ve kültürü gelişmiş merkez olarak sayılan Pavlodar, tüm cumhuriyet arasında ilk sırada yer alan bölgelerden biridir. Pavlodar’da ihracatı yapılan demir ve tüm boruları yapan metalürji fabrikalar, ayrıca, petrol üretme, elektrik, elektronik ve optik malzemeleri yapan ve üreten endüstriyel fabrikalar çalışmaktadır. Pavlodar şehrinin eğitim sistemi, farklı yöndeki eğitim kurumları ağıdır. Eğitim kurumları; 48 genel eğitim devlet okulları, 47 okul öncesi kurumlar, 27 kolej, 15 mesleki okul ve Liseler, 11 okul dışı kurumlar vb. Şehirde Sultanmahmut Toraigirov Pavlodar Devlet Üniversitesi, Pavlodar Devlet Pedagoji Enstitüsü, Avrasya Yenilikçi Üniversitesi, özel eğitim kurumları çalışmaktadır. Şehirde sağlık hizmeti kurumlarından, 4 poliklinik, şehir dışı küçük ilçelerde 5 bireysel sağlık kliniği, köylerde 3 sağlık kliniği, ambulans servisi, № 1,2 hastaneler, bölgesel tanı merkezi, ambulans İstasyonu ve özel tıbbi kurumlar çalışmaktadır (Kozhahmet,2006:78).

Pavlodar, spor merkezidir. Sağlıklı yaşamda yaşayanlar her gün spor yapmaktadır. Şehirde 5 stadyumu, “Astana” buz sarayı, 8 spor kompleksi, 9 yüzme havuzu, 132 spor salonu, “İunost” atletizm arena vb. çalışmaktadır. Tiyatrolar, müzeler, kütüphaneler, kültürel dinlenme kurumları, yerel insanlar için kültürel hizmet etme merkezi olarak tanımlanmaktadır. Şehirde Jüsipbek Aimaurov bölgesel kazak müzik-drama tiyatrosu ve Çehov bölgesel drama tiyatrosu, 5 müze; Potanin bölgesel yerel müzesi, bölgesel artistik resim müzesi, Bukar Jırau edebiyat ve sanat bölgesel müzesi, Vasiliyev müze evi, Şafer Evi ve Dostluk müzesi açılmıştır. Şehrin kültürünün gelişmesine Şehir

Kültür Sarayı, “Şanırak” halk sanat merkezi, “Kosmos” Gençler Evi ve diğer kültür merkezleri katkı sağlamaktadır. Pavlodar’da 24 kütüphane ve 3 sinema çalışmaktadır. Kazakistan yaşayan halklarının küçük Derneğinin 20 ulusal kültür merkezleri ve 300’den fazla ÜEU (Hükümetten Olmayan Kurum) aktif olarak çalışmaktadır. Şehrin, özellikle şehirde oturanlar dinlenme yerlerini temizleme ve ağaç dikimi problemine dikkat etmektedir. Şehir toprağında 32 bahçe, 5 bulvar ve Ertis nehrini güzelleştiren Merkez sahili vardır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ASTANA ŞEHRİNİN EKONOMİK GELİŞİMİ VE TARİHİ

Çalışmanın üçüncü bölümünde, "Astana Şehrinin Ekonomik Gelişimi ve Tarihi" konu alınmaktadır. İlk kısımda, Astana şehrinin doğal kaynakları, nüfusu, ekonomik durumu ve ekonomik strateji geliştirilmesi konuları ele alınmıştır. İkinci kısımda ise "Astana Şehrinin Tarihi" ele alınmıştır. Burada Akmola yerleşiminin adı, tarihi ve coğrafi araştırmalar, Astana şehrinin tarihi gibi konular yer bulmaktadır.

3. ASTANA ŞEHRİNİN EKONOMİK GELİŞİMİ

"Astana Şehrinin Ekonomik Gelişimi " kısmında, Astana şehrinin doğal kaynakları, nüfusu, ekonomik durumu ve ekonomik strateji geliştirilmesi konuları incelenmiştir.

3.1. Astana Şehrinin Doğal Koşulları ve Kaynakları

Astana Avrasya'nın merkezinde Esil nehrinin sağ kıyısında, jeolojik açıdan önemli bir yerde yerleşmiştir. Toprakları Akmola bölgesinin güneyinde ve 5. saat diliminde yer almaktadır. 1994 yılı temmuz ayında Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev 30 yıllık kalkınma strateji planlamasında Kazakistan başkenti Almatı'yı Akmola'ya taşıma karar aldı. Şehir kuzeyi kuzeye bağlayan demiryolu ve otoyollarda ana karayolu üzerinde yer alır. Kazakistan Cumhuriyeti'nin tüm büyük şehirleri ve Astana'nın diğer şehirleri olan bu yollar - Pavlodar, Astana - Çin - Aktobe - Atyrau, Ayrıca,

şehir Trans-Avrasya'nın 12/yakınında yer almaktadır. Astana şehrinin coğrafi konumunun büyük bir çoğunluğu, 300 ila 400 metreden daha yüksek olmayan bir alçak irtifaya sahip, alçak irtifa ovasıdır. Kokshetau bozkırlarının kuzey kısmı - Sandyktau, Dobruraly ve diğerleridir ve Karatau, Ulutauları bulunmaktadır. Bölgenin batıdaki merkezi ve doğu kısımları Esil, Atbaşar, Shalti ovaları tarafından işgal edilmiştir. Güneybatı Tengiz - Korgalzhyn Orkestrası. Turgai platosunun doğu kenarı, bölgenin batı kesimindeki Esil nehrine kadar uzanmaktadır. Esil nehrinin sağ kıyısında Atbasar, sol kıyısında ise Tengiz Ovaları tarafından sınırlandırılmıştır.

Bölgenin güneydoğusundaki ormanlık ve Ereymentau bölgesi yerleşmiştir. Ana kısmı zincir kayalar (100-500 m) içerir. Cumhuriyetin paha biçilemez zenginliği elbette Avrasya'nın tam merkezini işgal eden geniş Sary-Arka alanıdır. Merkezi Kazakistan'ın kuzey kesiminde bulunan Akmola bölgesinin toprakları 96,8 bin kilometrekaredir. Bu geniş alanda, çok sayıda düz bozkır manzaraları vardır. Bölgenin güney kısmı, Sary - Arka'nın bozkır alanının orta kesimindeki küçük tepeleridir ve bu bölgede Esil ve Nura nehirleri vardır. Akmola bölgesi Kazakistan Cumhuriyeti'nin orta kesiminde, Kazak bozkırlarının Toros çukuru içinde yer almaktadır. Bölge 14 Ekim 1939'da kurulmuştur. Bölgenin alanı 96,8 bin kilometrekaredir. Batıda Kostanay, kuzeyde Kuzey Kazakistan, doğuda Pavlodar ve güney ve güneydoğuda Karaganda bölgesi bulunmaktadır.

Akmola bölgesinde küçük tepeler, yüksek dağların hafif eğimli bir düzlüğü ve nehir vadileri, jeolojik bileşiminin ve jeolojik tarihinin karmaşıklığı ile belirlenir. Jeomorfolojik olarak, bölgenin alanı Kökşetau tepelerindeki dağ yamaçlarının kuzeyine uzanır. Tepenin ortalama yüksekliği 400-500 metredir. Dağların en güney bölgesinde küçük vadiler yer almaktadır. Bunlardan biri Jaybar nehrinin vadisidir. Balkhaşın bölgesinin yamaçları genellikle kristali kayalardan oluşmuştur. Atbasar düzlemi, güneye doğru enlemin geniş bölgesinde yer alır. Bölgenin kuzeydoğu kesiminde, ovanın meridyen yönü uzanır. Atbaşar düzlemi ile karşılaştırıldığında mutlak irtifa (250-300 m) Güneyde Tengiz ovası Tengiz ve Korgalzhyyn göllerinin merkezinde yer alır. Tien Tepesi'ndeki düzlükler, tepenin üzerinde oval bir şekildedir ve enine uzanan yamaçların çoğunluğu, Nura ve Tersakakkan nehirlerinin toplam ovaları ile 250-400 metrelik bir yüksekliğe sahip kümelerdir. Tepeler, Kuvaterner Kuvaterner'in sarı-kahverengi kil çamur kilini örten sulak alanlara dayanarak antik kayalar temelinde oluşturulmuştur.

Son yıllarda bozkır bölgesinin tepeler ve boğazlar tarafından kesilmiştir. Tengiz vadisinin kuzeybatı kesiminde Esil nehri yer alır ve güneydoğuda su akışı yoktur. Burada yoğunlaşmış birçok göl vardır. Bölgenin orta kesimindeki düzlüklerin mutlak irtifası 300-450 metreyi geçmez. Mentşelerin göreceli yüksekliği 100-150 metredir. Orta meridyenlerde Shortandı, Alexeyev ve Makinsk bölgesinde bulunmaktadır. Dağ tepeleri ve tepeler, dağların kaynama safhasında aktif olan kayalık tektoniklerden oluşmaktadır ve iki tip su eğimi ve

nehir havzası vardır. Birincisi, Paleozoik devrinin kayalarından oluşan bir yüksek veya ayrı tepe gibi bir zincirdir. Meridyen yönünde uzanan bir dizi kayalık Paleozoik kaya zincirinde oluşur. Kuvarsit, granit, en ayırt edici özellikleri görülmektedir.

Jeolojik yapı: jeolojik Caledonian yapısı ve Gerçin diyarında oluşmuş katman tabakaları Paleozoik devrinin sonunda kıta oluşturmuştur. Çok uzun dağlık bölge Mezazoy devrinin sonunda uzun vadeli kademeli yamaçlar oluşmuştur. Paleozoik metamorfalğan levha taş, kvarcitterinen, kum, taş, albitofirleri ile kireç taşı, çakıl taşı bölgenin en önemli özellikleridir. Bölgede intrifif (granit, diyorit, gabro, vb.) ekstruzif kayalar, neojen ve kuaterner kayalar ile kayaların ilaveten en yaygın tabakalarıdır. Mineraller arasında altın, uranyum, boksit, sorgum, bakır, molibden, kobalt, kömür, kaolin kili, kuvars, inşaat malzemeleri vb. bulunmaktadır.

İklim koşulları: Bu bölgenin iklimi, kışları uzun (5,5 ay), soğuk, yazları ılıman İklim sahiptir. Ortalama sıcaklık, Temmuz'da 19-21° Ocak'ta -16-18°'dir. Kıtasal kar örtüsü Kasım ayı ortalarında, 130-140 gün güneyde, kuzeyde 150-155 gündür. Karın ortalama kalınlığı 20-220cm'dir. Yıllık ortalama yağış miktarı kuzeyde 250 mm'de yaklaşık 400 mm'dir. Bölgenin iklimi keskin kıtasal ve kurudur. Hava sıcaklığı mevsimde keskin bir şekilde dalgalanır. Kışın, santigrat yaz aylarında 350 santigrat dereceye kadar kar fırtınaları soğurmaktadır. Kış aylarında kar yağmaktadır. Şubat ayında keskin bir şekilde sıcaklık düşmektedir. Yaz aylarında tozlu rüzgâr esmekte, güneşli ve

sıcak hava özellikle Ağustos ayında görülmektedir. Son yıllarda yapılan antropojenik hareket sonucunda, Astana'nın iklim koşulları değişmiştir. Eski verilere göre, kış aylarında kar kalınlığı 1950'lerde Akmola ve diğer Kazakistan merkezlerinde çok yüksekti. Son yıllardaki araştırmalarda kar kalınlığının azaldığı ve sıcak günlerin arttığı buna nispeten kış gün sayısının düştüğü gösterilmiştir.

Astana'nın bitki örtüsü: Akmola bölgesinin toprağı siyah ve koyu kahverengi, güneyde siyah toprağı, koyu pembe, pembe ve pembe kahverengi topraklara ayrılır. Bölgenin kuzey kesiminde arazi tepeli ve tepelerin bulunduğu bozkır siyah toprak bölgesinde yer almaktadır. Arazi tarım için 487,6 bin hektardır ve % 90'ı kullanılmaktadır. Bu bölgenin ana toprak alanı, olağan orta ağır tınlı topraklardır. Siyah yer tabakasının (A + B) kalınlığı 50 ile 70cm arasında değişmekte olup, çim boyutu %6-8, potasyum %70-85'dir. Toprağın özelliğı, çok miktarda potasyum ve azot ve daha az aktif fosfor içermesidir. Bu bölgede, özellikle dağ başında, bol miktarda su erozyonu vardır. Alt bölge'nin (Subzone) ekilmemiş alanları tamamen ezilmiş olan çimen siyah topraklarla kaplıdır. Güney siyah toprak, toprak altı yamaçları kuru step stepleri alanına yayılmıştır. Bölge 2556,5 bin hektar genişliğindedir. Güney siyah topraklar potasyum glikoz, magnezyum, sodyum ve humus toprak bakımından zengindir ve 45-60cm derinlikte %4-5'tir. 100-130cm derinlikte tuzlu toprak tabakası bulunur. Topraklar ve solonetzik tuzlanmış topraklar ekim alanları ve arazi için uygundur. Tarım dışı arazinin ana bölgesi ezilmiş ve granüle edilmiş taşlarla kaplıdır. Genellikle tavanlarda ve yeryuvarlarının üst

yamaçlarında bulunurlar. Rüzgâr ve su erozyonu kontrol önlemleri kullanılarak Güney Karadeniz Alt Bölgesi'ne fosfor ve azotlu gübrelerin taşınmasında çok etkilidir. Akkola bölgesinin 510 km güney kıyısında, kara toprak bölgesi yavaş yavaş pembe kahverengi topraklara taşınır. Pembe kahverengi topraklar, %70'i tarım için kullanılan 7340,3 bin hektardır. Bu zeminin en iyi toprağı pembe kahverengi ortalama leylak toprağıdır. Bu toprağın humus ufukları 35-45cm'ye ulaşır. Toprağın humus içeriğı % 3 ile % 4 arasındadır. Bu toprakta, magnezyum ve sodyum içeriğı kara topraktan daha yüksektir. Bölgenin doğu kesiminde yamaçlarda pembe kahverengi topraklar bulunur. Bu alt bölgenin toprakları fosfor, azotlu gübreler kullanılarak yoğun topraklar su geçirgenliğini arttırmak için atık su toplama ve erozyon aktiviteleri gerektirir.

Bölgenin güney kesimindeki bozkır bölgesi 2508'ila 9,000 la ulaşan dorukları pembe kahverengi topraklar tarafından işgal edilmiştir. Arazisinin yaklaşık %70'i boşa harcanmaktadır. Bu toprak tabanının ana toprağı pembe kahverengi topraktır ve 30 ila 40 cm arasında ve 2,5-3 ve %5 arasındadır. Bu toprak altı topraklarının mekanik bileşimi, yoğun kar leoparı, yüksek kaynak ve son derece düşük su geçirgenliği ile karakterizedir. Sürülmemiş topraklar arasında, soloneted toprakların bir kısmı ayrılır. Açık pembe topraklı alt bölge, bölgenin güney kesiminde 472,2 bin hektardır. Açık pembe kahverengi toprakların çoğı solonezdir ve topraklarını tarım için kullanmazlar. Bölgedeki toprakların verimliliğini artırmak amacıyla Baraev'in rehberliğinde bilimsel temelli organik ve mineral gübreleri, toprak

gübrelerinin geniş ölçüde elde edilebildiği işletmeler sayesinde tuzlu toprakları işletmek amaçlanmaktadır. Bölgede 73 bitki türü ve 800'den fazla çeşidi vardır. Bunlar ağırlıklı olarak servi, sülün, huş ağacı, selvi ve çeşitli hububatlardan oluşmaktadır. Yine başlıcaları tahıllar ve yeşil arazi, çalılıklar, bozkır pençeleri, bant otları ve pelindir. Bölgede vadi ve kıyıları da yer almaktadır.

Yeraltı ve yeraltı suyu: Astana'nın ana su kaynakları Esil ve kolları - Kalkutan, Zhaybai, Terişakkan, Nura, Sulteti, Orendy, Kulantappes ve diğer nehirler vardır. Esil nehri, Ertis nehrinin sol kolu üzerinde Ob nehrinin sitesinde yer almaktadır. Ob nehrinin 2,450 km uzunluğundadır (Kazakistan'da 1.400 km). Dünyanın ikinci uzun kolu olarak kabul edilmiştir. Toplam su alanı 177 bin km²'dir. Nehrin baştan ayağa eğimi 513m, her 1 km'lik eğim 21cm'dir. Nehir çoğunlukla kar suyundan (yaklaşık % 80) oluşmaktadır. 1937'de Esil nehrinin kontrolü sırasında kanalı kurutulmuştur ve 1936-1939 ve 1986 yıllarında donmuştur. Nehrin ortalama yıllık akımı 2,5 km³'tür. Donma, kasım ayının ikinci yarısında başlar ve yaklaşık 5 ay sürer. Toplam mineralizasyon 500-800 mg/l ve düşük saptı 1200mg/l'dir. 1960'dan beri nehir suyunu düzenlemek için Viacheslav, Sergeev ve Petropavlovsk barajları yapılmıştır. Esil nehri, insan kaynaklı eylemlerden dolayı evsel atıklarla kirlenmiştir. Her yıl Kuzey Kazakistan bölgesinin Ekoloji Bölümü'nün uzmanları, Kuzey Kazakistan bölgesinin Doğal Kaynaklar Departmanı ile birlikte her yıl Esil nehri kıyısındaki küllerin toplanmasıyla ilgili ekolojik kampanyaya katılırlar. Astana şehri çevresinde Korgaljin, Kozhakol,

Sholakshalkar, Balyktykol, Zhailyshkarkar göller ve tuzlu göller; Tengiz, Kerey, Itemgen, Kıpçak, Mamai, Big Saryoba ve Vecheslav (Yeşil) meraları bulunmaktadır. Ayrıca sulama için 37 adet baraj inşa edilmiştir. Toplam su hacmi 180,6 milyon m³'tür. Korgalzhyn göl sistemini iyileştirmek ve Astana endüstrisindeki su kaynağını geliştirmek için Nura Nehri ile 70-74 milyon m³ sulama suyu Ertis nehrine sağlanacaktır.

Astana'nın batısındaki bozkırlarda bulunan bozkırların bir başka bölgesi, 1968 yılında oluşturulan Korgalzhyn Rezervidir. Arazi alanı 258,9 bin hektardır (2003). Bu alan 38 bin hektarlık bozulmamış arazinin yanı sıra Korgalzhyn ve Tengiz (199 bin hektar) göllerini içermektedir. Kış aylarında rezervdeki sıcaklık 41-42°'dir ve Temmuz ayında sıcaklık 38-39°'ye ulaşır. 125 - 130 gün arasında hava ayazlıdır. Yağış yılda yaklaşık 200mm'dir. Rezervin merkezi Tengiz ve Korgalzhyn göl sisteminde yerleşmiştir. Tengiz göl alanı, Cenevre Gölü'nün iki katı kadar, yaklaşık 159.000 hektardır. Suyun mineralizasyonu, okyanusların tuzluluğundan 5-6 kat daha yüksektir. Gölde büyüklü - küçüklü yaklaşık 70 ada bulunmaktadır. Korgalzhyn gölü Tengiz gölü gibi görünmez. Bu muhteşem rezervde, yaklaşık 350 bitki türü vardır. Rezervde 331 tür yüksek katlı bitki, pelin, ot, gri, pembe, kuzu, buğday, ıhlamur yetişmektedir. Özellikle 22 adet suda yetişen bitki türü göllere eşsiz bir manzara vermektedir. Doğa yaban hayatı açısından zengindir. 37 tür memeli hayvan, 294 kuş, 3 sürüngen, 2 amfibi ve 10'dan fazla balık türü bulunmaktadır. Gölde pembe flamingo, doğamızın en güzel kuşlarından biri olarak kabul

edilir. Bu, flamingoların en büyük habitatlarıdır. Bunlar Tethiz Denizi ile çevrili Paleojen döneminde Tengiz-Korgalzhyn gölüne yuva yapmaya başlamışlardır. Yaz ayında flamingoların sayısı altmış bine kadar çıkar. Tengiz Gölü 15-16 milyon kuşun beslenme ihtiyacını karşılayabilir. Genel olarak, pistte Tengiz - Korgalzhyn Gölü'ne eşit göl yoktur. Korgalzhyn Rezerv Bölgesi'nde, Kazakistan'ın Kırmızı Kitabında yer alan 22 kuş türü tespit edilmiştir; tilki, kartal, kuğu, kar leoparı. Onlar Kazakistan'ın Kırmızı kitabında ve Uluslararası Kırmızı kitabında dâhil edilmiştir. Faunanın yaban hayatı step bölgeleri ile karakterizedir. Onların 41 tür memeli, 299 kuş, 14 balık, 343 bitki türünden oluşmaktadır. Bunlar: Antep fıstığı, bozkır ördekler, su sıçanlar, sürüler ve daha fazlası. Korgaljin göl kamış yaban domuzları, tilki ve yaban tavşanları çölde kulaklı kirpi yaşamaktadır. Buna ek olarak Kuzey Kazakistan ve Batı Sibirya'da orman hayvanları yaşamaktadır. Bölge site alanıdır. Korgaljin bölgesinde 76 tuzlu ve yumuşak göl vardır. Burada yaklaşık 20 tür nadir ve nesli tehlikede olan kuş türü vardır. Bu muhteşem habitatı korumak ve korumak için modern teknolojiyi kullanmalıyız.

Yeraltı suları: Astana bölgesi, Merkezi Kazakistan hidrojeografik bölgesine aittir. Ekibastuz-Kökşetau, Teniz - Korgaljin ve Serum - Teniz devre hidrojeolojik bölgesinin kuzey tarafından yer almaktadır. Balkaş gölünün kuzey kısımları kayaların yakınında, yeraltı sularının oluşumu için elverişlidir. Bölgeden 19 su kompleksi ayrılmaktadır. Teniz-Korgaljin hidrojeolistik bölgenin güneyinde yerleşmiş Sarı- Su Tengiz tepesinde bulunmaktadır. Güney bölge yer altı suları açısından

zengin değildir. Bölge, sadece 6 akifer ve komplekse ayrılmıştır. En önemli su kaynağı, Nura ve Esil nehirlerinin alüvyon çökeltilerinde veya vadilerinde bulunur. Sarysu-Tengiz hidrojeolojik sahası Korgaljin idari bölgesi içerisinde bölgenin en güney kısmında yer almaktadır. Bu bölgede 12 su kompleksleri bulunmaktadır. Kuzeyden güneye doğru batıdaki bölge sınırı Torgai hidrolojik bölgesinde olup Ertistin güney batı bölümünde sonlanır. Araştırmalara göre bu bölgedekiler altı su rezervi 1733,3 bin m³, onun için de 250.000m³ su kullanma açılmıştır. Onun içinde sanayi için 193-400 m³ su ayrılmıştır.

3.2. Astana Şehrinin Nüfusu ve Ekonomik Yapısı

Bu bölümde Astana şehrinin nüfusu, ekonomik durumu ve ekonomik strateji geliştirilmesi konuları hakkında detaylar yazılmıştır.

3.2.1 Astana Şehrinin Nüfusu

Bölge Ülke nüfusunun %3,8'ine sahiptir. Ortalama nüfus yoğunluğu kilometrekare başına 4,9 kişidir. Kuzey ve merkez bölgelerde nüfus sayısı bakımından kalabalık şehirler Astana, Stepnogor, Atbasar, Makyn, Esil, Erymentau bulunur. Kasabalar: Aksu, Arşalı, Jolmambet, Şortandy, Krosnogor, Bestöbe, Akbeyitidir. 2005 yılında Astana şehir nüfusu 541,7 bin kişiye ulaşmış ve kilometrekare başına 762 kişi olmuştur. Aynı zamanda, şehir nüfusunun yaş kompozisyonu aşağıdaki gibidir:

20 yıla kadar - 143493 kişi.

21-40 yaş - 220146 kişi

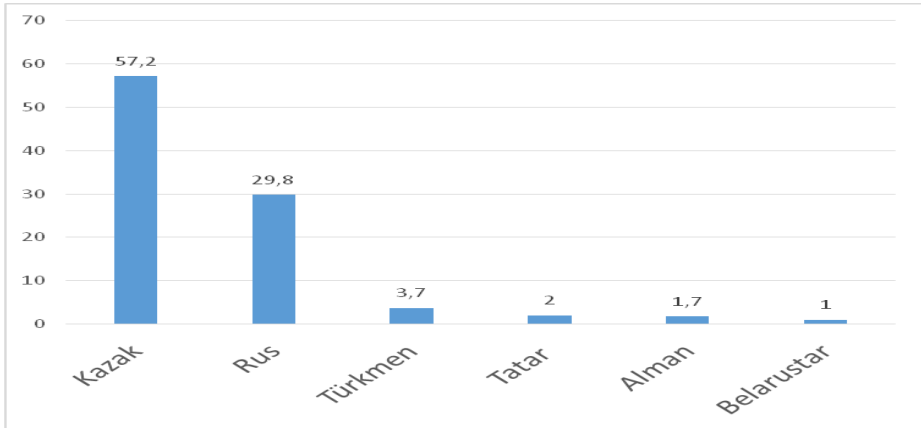
41-60 yaş arası - 120646 kişi.

61 yaş ve üstü -45050 kişidir. Astana nüfusunun ortalama yaşı 32,4'tür.

Yıllık rapora göre, Nisan 2006'da Astana'nın nüfusu 555,1 bin kişi. Bu rakam önceki yıla göre 20,4 bin kişi artmıştır.

Grafik 3.1'e göre 2017 yılda Astana şehrinin nüfusu etnik grupları (%) Nüfusun %57,2'si Kazak, %29,8'i Rus, %3,7'si Türkmen, %2.00 Tatar, %1,7'si Alman, %1'i Belarus'lar olmuştur.

Grafik 3.1 Astana şehrinin nüfusu etnik grupları (%)



Kaynak: <http://stat.gov.kz> 2017

Tablo 3.1 Nüfus sayısının değişimi

Yıllar	1000 kişi üzerinde				
		Şehir		Köy	
		1000 kişi	%	1000 kişi	%
1939	50, 5	244, 7	44, 6	305, 8	55, 4
1970	749, 6	398, 1	53, 1	351, 5	46, 9
1979	798, 7	456, 0	57, 0	342, 7	43, 0
1992	866, 5	531, 4	61, 3	335, 1	38, 7

Kaynak: <http://istat.gov.kz> 2018

3.2.2 Astana Şehrinin Ekonomik Koşulları

Astana şehrinde, Kuzey Kazakistan'daki makine yapımı ve metal İşleme İşletmeleri ve tarım makineleri endüstrisi iyi gelişmiştir. Astana'da ("Astanaulmaş", "Kazakaulmaş") bulunan fabrikalar saman yapma makineleri ve sıvılar için pompalar üretmektedir. Ağır Sanayi Madencilik Endüstrileri demir cevheri asbest, boksit, kömür vb. üretimleri ortaya çıkararak gelişti. Onlar sadece geçen yüzyılın 1960'lı yıllarda gelişmeye başlamasına rağmen bölge ekonomisinde önemli bir rol oynamaktadır. Yapı endüstrisinin işletmeleri tuğla, betonarme yapılar üretmektedir. İnşaatta kullanılan taşlar Atbasar ve Şortandı ocaklarından elde edilmektedir. Ayrıca, yerel yapı malzemeleri olarak-taş, kil ve kalker kullanılır. Yerel devlet kurumlarının ve iş sektörünün ortak çabaları sayesinde, program döneminde kentte 9 ortak girişim kurulmuş ve faaliyete geçirilmiştir. Onları sıralarsak-«Ekoton+» hücre beton ürünlerini üreten fabrika, «Asya-Akmola» LLP sertleştirilmiş cam ambalaj üretimi fabrikası, «BIQ-ELIT» LLP kuru inşaat fabrikası, «SHEBER SC. KZ» LLP

ağaç İşleme fabrikası, «Amiteh Karasay Payp» LLP plastik boru üretim fabrikası vb.

Ayrıca Astana'da “Küçük İşletme Geliştirme ve Destek Programı”na göre rekabet gücünü artırmak için kapsamlı bir önlemler programı uygulanmaktadır. Bununla birlikte, Astana Turistik Örgütleri Birliği ve "Astana Teknopark" özel işletme sektörü mobilya fabrikası amitek Karasay paye özel işletme sektörü plastik, polyester camlı pompa fabrikaları faaliyet göstermektedir. Astana işletmelerini ISO 9000 ve 14000 serisini gereksinimlerine bütünleşmiş etmek için, kalite ve belgelendirme yönetim sistemini tanıtmak için yerli üreticilerin ve servis sağlayıcıların geniş kapsamlı temsilcileri ile seminerler ve konferanslar düzenlenmektedir. Teknik düzenleme ve metroloji Komitesi il Müdürlüğüne göre çeşitli faaliyet alanlarında faaliyet gösteren 35 işletme ISO 14000 kalite yönetim sistemi tarafından onaylanmıştır. Astana'daki en fazla işletme yapılan alanları ticaret, aracı, tüketim malları, mobilyalar (işletme işletmelerinin % 41'i) ve (%29) inşaat sektörü onarımından gelmektedir. 5696 küçük işletmeler aktif olarak ekonomik faaliyette bulunmaktadır. Hesaplamamıza göre, 1 Nisan 2006 tarihinden itibaren 52400 kişiden kurulmuş küçük merkezle varlığı ortaya çıkmıştır.

Astana - endüstriyel kompleksi: Kuzey ekonomik bölgesinde Kazakistan'ın en gelişmiş tarımsal sanayi kompleksi yerleşmiştir. Kuzey Kazakistan, ülkedeki en büyük tahıl bölgesidir. Kara toprakların bolluğu, tarımın gelişmesi katkıda bulunmaktadır.

Bölgenin temel uzmanlık alanı buğday ve ayrıca yulaf, arpa, keslik buğday ve karabuğday yetiştirilir. Teknik ürünlerin payı azdır, ancak ayçiçeğinden üretilen ürünlerin payı çok daha yüksektir. Şehir dışı nehir boyunca patates ve bahçe ekinleri yetiştirilmektedir. Bölge aynı zamanda süt, et ve süt sığırcılığının yetiştirilebileceği otlaklara da sahiptir. Gıda ve hafif endüstri'nin gelişmesi için zengin tarım alanına sahiptir. Gıda endüstrisi bölge ekonomisi için büyük önem taşımaktadır. Bölge süt ve tereyağı endüstrisi tereyağı, peynir, süt tozu üretiminde uzmanlaşmıştır. Tüm şehirlerde ve bazı kırsal alanlarda hafif sanayi işletmeleri vardır. Onlar deri, tekstil ve hazır giyim ürünleri üretmektedir. Tarım kompleksi 1983'ten bu yana yeni bir yapısal eğitim olarak gelişmektedir. Onlar devlet çiftliklerini, kolhozu, eğitim deneylerini, kuş çiftçiliği tecrübeleri uzmanlaştırmıştır. Onun yanı sıra yağ, süt, kuş eti, ekmek fabrikaları çalışmaktadır. Buğday üretimi için silo unlu mamuller işleme fabrikası ve ekmek pazarları bulunmaktadır.

Astana'nın inşasında yabancı yatırımcıların yatırımları en üst düzeydedir. Onlar Astana şehrinde birçok mimari yapı ve kompleks inşa etmişlerdir. Aynı zamanda, «Astana-Bayterek», belediyesinin yeni binaları, Ak orda inşaatlarına Katar, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Kuveyt gibi ülkeler ücretsiz yardım etmişlerdir. Özellikle, "Kazakistan" spor kompleksi Astana'da inşa edilmiştir. Cumhurbaşkanı sarayı (Akorda) Abu Dabi vakfi yardımıyla, Parlamento binası Suudi Arabistan vakfi yardımıyla inşa edilmiştir. Milli Kütüphane Ağıp ve Karachaganak Petroleum'dan gelen

yatırımlarla finanse edilmektedir. «Acip» Hükümet Sarayı inşaatını ve Okzhetpes sanatoryumunun yeniden inşasını finanse etti. «İspot-Karmet» stadyumun yapımını finanse etmektedir. Katar devleti «Nur-Astana» camisi ve Astana şehri belediyesi binasının yapılmasını sağlamıştır, «Astana-Tower» iş merkezi ise Türkiye Bilişim Merkezi tarafından finanse edilmektedir. Astana'daki Kardiyoloji Merkezi, Suudi Arabistan krallı yardımıyla inşa edilerek «Kazakmıs» diplomatik kasabası inşaatıyla onlar tarafından finanse edilmiştir. 10 Haziran 2003 tarihinde, yeni başkent Astana'nın sol kıyısında Kazak-Rus Üniversitesi açıldı. "Astana - yeni şehir" özel ekonomi bölgesi 1 Ocak 2002'de faaliyete geçti. Bu özel bölge, Kazakistan'ın yeni başkentinin yüksek sosyal ve ekonomik gelişimini arttırdı. Konut inşaatı - 2002 başından beri, 2.965.9 milyon Tengesi veya toplam yatırımın % 29,2'si konutlara harcandı. Konut inşaatı bir önceki yıla göre %23,4 arttı. Astana'nın ekonomi kuruluşlarına ek olarak, konut kullanımı dışında, 1460 metrekare ticari işletme, 1541 metrekarelik spor salonu, araba garajları, saatte 10 metreküp temiz su, 50 kişilik ve 37700 metrekare "Alatau" Spor Sarayı faaliyete geçirildi. Ocak-Mart 2002'de, yatırımların önemli bir kısmı (% 66,6) Sariarka bölgesine sermaye inşaatına yönlendirildi. Astana'da KUAT, BAZIS-A, TRANSSTROYMOST, ASAI-AS gibi büyük firmalar ve diğer birçok firma ve kuruluş inşaat sektöründe çalışmaktadır.

Son 8 yıl boyunca, Astana şehrinin nüfusu 3 kat büyümekte ve ulaşım kompleksi hızlı gelişen şehirde önemli bir rol oynamaktadır. 1920'de Petropavlovsk-Kokshetau demiryolu yapılmıştır.

1931'de Petropavlovsk – Kokshetau – Sanatorya – Borovoye - Akmolinsk-Karaganda karayolu yapımı tamamlanmıştır. 1939 yılında Akmola-Kartalı, 1945-1946 yılında Akmola-Karagandy ikinci otoyol yapımı tamamlanmıştır. Bu yollar Karaganda kömürünün taşınmasında büyük rol oynamıştır. Oral ve başka şehirlere çeşitli malları taşımakta demiryolun rolü büyüktü. 50'li yılların ikinci yarısında, ikinci demiryolu hattının yapımına devam edilmiştir. 1960'larda, Akmola şehri lokomotiflerle kaplanmıştır. 1954'ten 1986'ya kadar olan dönemde demiryollarında yük trafiği 1,7 kat arttı. Tahıl trafiği 3 kat arttı. 1988 yılında, demiryolunun uzunluğu 1.311 kilometre ulaşmış. 2002 yılının ilk üç ayında, demiryolu ile 1.376.0 bin ton kargo taşınmıştır. Tahıl ve tahıl tozlarının taşınması 1,8 kat artarken, demir cevheri % 50 artmıştır. Astana'da yük ve yolcu taşımacılığı da iyi gelişmiştir.

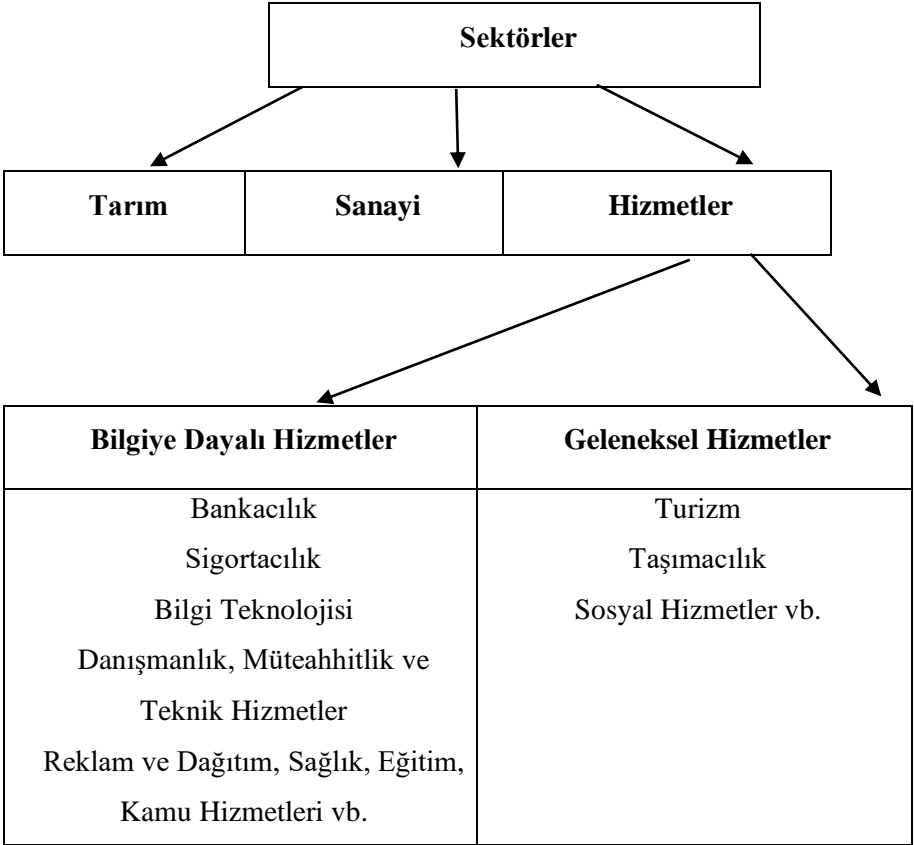
Otomotiv Kompleksi. 1992 yılında otomobil yük trafiğinin % 60'ını oluşturdu. 1992 yılında, otoyolun uzunluğu 4761 km idi. Onun 4684 km asfalt yoldu. Bölgeden iki şeritli yol toplam 579 km uzunluğunda olan Akmola-Yekaterinburg, Akmola-Petropavlovsk'tur. Şehrin yollara tam erişim sağladığını söyleyemeyiz. 1992'de kamyon sayısı 24,4 bin idi. Araba sayısı - 63,1 bin, otobüsler - 30 bindir. 2002 yılının Mart ayında, kentsel taşımacılık yoluyla 4336,4 bin ton kargo taşınmıştır. Karayolu taşıtları 103, 3 bin ton yük taşımak, 7,1 milyon ton km ulaşmıştır. 2002 yılı ocak-mart aylarında şehirde karayoluyla 15,6 yolcu taşındı, onun 13,9 milyonu otobüs ile ve (89, 1%) taksi ile ve 1,7 milyon adam ise (10, 9%) trolleybüsle taşınmıştır.

Astana Motors, Kazakistan taşıyıcı ve araba yedek parçaları tamir ve bakım şirketi, Kazakistan'da Toyota Motor Şirketi'nin resmi satıcısıdır. 1993 yılında Almatı'da kurulmuştur. Şirketin, Kostanay Akmola'da da şubeler işletmektedir.

Şekil 3.1 e göre hizmet sektörü Bankacılık, Sigortacılık, Bilgi Teknolojisi, Danışmanlık, Müteahhitlik ve Teknik Hizmetler, Reklam ve Dağıtım, Sağlık, Eğitim, Kamu Hizmetleri, Turizm, taşımacılık, Sosyal Hizmetler Ulaşım, iletişim, Haberleşme iletişim hizmetlere ayrılmıştır.

Şehir ulaşımları. 1954 yılında ilk kez Akmola ve Atbasar'da bir otobüs servisi vardı. 1992'de 18 tane şehir ve köyler arasında ulaşım yapan otobüs vardı. Bölge merkezinde 177 otobüs ve 25 minibüs vardı. Bölge alanında 18 otobüs terminali 2 otopark 352 uluslararası ve şehir ekspres otobüsleri kullanılmıştır.

Hizmet sektörü. Kamusal alanın işleyişinde düzeni sağlamak huzur ve refahı sürdürmek amacıyla oluşturulmuş kurumsal alanlara hizmet sektörü denilmektedir. Bu sektörün gelişimi üretim sektörünün gelişmesiyle birlikte ilerlemiştir. Topluma ticari olarak bir hizmet sunulur ve bu hizmetler karşılığında gelir elde edilir. Hizmet sektörünün esas ve en önemli amacı ihtiyaçların giderilmesidir. İhtiyaçların giderilmesinin yanı sıra yarar faktörü de önem arz etmektedir. Astana'da hizmet sektörleri gelişmektedir.

Şekil 3.1 Hizmet Sektörü

Bahar ve Hozan,2010

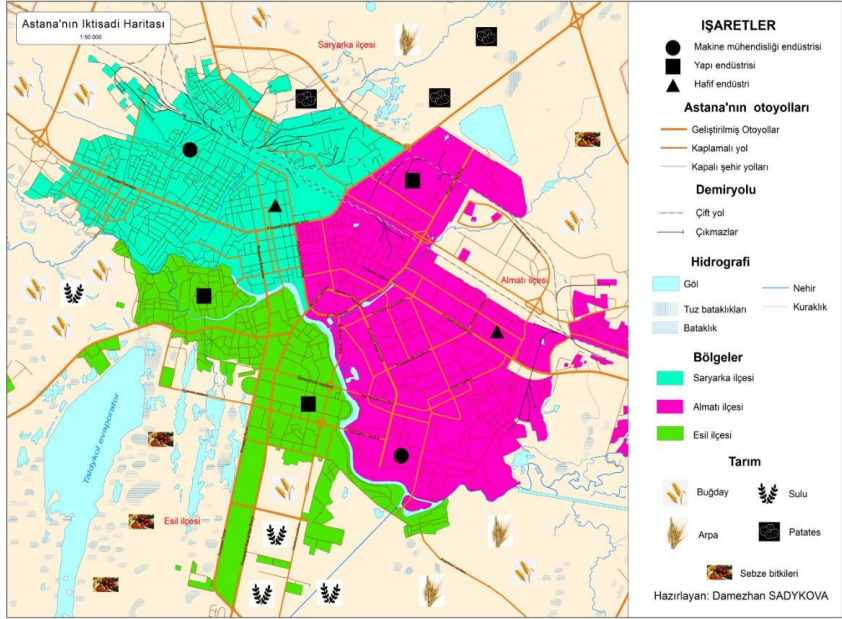
Hava Taşımacılığı. Ocak, Mart 2002’de Astana havalimanı üzerinden 3,1 bin kişi taşınmıştır. Bu, geçen yılın aynı dönemine göre 1,5 kat daha yüksektir. Tüm taşıma türlerinin yolcu cirosu - 803,9 milyon km olmuştur. Özel % 69,3’ü demiryolu, devlet dışı sektörü % 30,71’ini oluştururken, % 69,3’ü demiryolu taşımacılığıdır. Genel olarak, yolcu cirosunun büyük bir kısmı motorlu taşıtlar tarafından sağlamaktadır. Astana Uluslararası Havaalanı, Avrupa’yı Uzak Doğu ve Güneydoğu

Küçük Asya ile birleştiren Avrupa'nın "İpek Yolu" olacaktır. 1998'de Japonya'ya yaptığı ziyarette, Cumhurbaşkanı, Astana Uluslararası Havaalanı Yeniden Yapılandırma Projesi'nin uygulanması için izin verdi. JR ve JBIC arasındaki Kredi Anlaşması 1998'de Tokyo'da imzalandı. Proje danışmanı olarak PCI Japon Konsorsiyumu ve Japonya'nın yeni havalimanının modeli, Astana inşaatının ana planının mimarı olan Japon mimar Kisho Kurokawa tarafından hazırlanmıştır. Havaalanının inşaatı sırasında 2,5 bin İşçi İstihdam edildi. Havaalanı alanı 20,000 metrekaredir ve 6 katlıdır. Alttaki iki kat yolcular tahsis edilmiştir. Havalimanının kapasitesi günde 750 yolcu, yükün kapasitesi ise 600 tondur. "Astana Uluslararası Havalimanı'nın Yeniden İnşası" projesine göre 33 tesis yeniden yapılmıştır. Bu havalimanında yeni yolcu ve yük terminalleri, bir kuleli hava trafik kontrol merkezi, bir uçak, bir uçak güvertesi merkezi sistemi, havacılık güvenlik sistemleri, havaalanı güç sisteminin merkezi dağıtım ağı, kazan dairesi, donanım kurtarma İstasyonu, teknik ekip binaları bulunmaktadır. Günümüzde, Astana Uluslararası Havalimanı, AN-124, B-400, G ve B-747 dâhil olmak üzere her türlü uçağa, uçuş ağırlıklarına kısıtlama getirilmeden hizmet vermektedir. Uçuşların büyük çoğunluğu «Air Astana» tarafından gerçekleştirilmektedir. Yeni havaalanı, gelecekte yalnızca Kazakistan'da değil, Orta Asya'da da havacılık merkezlerinden biri olmaya adaydır. Astana'da su taşımacılığı kullanımına ilişkin bir proje uygulanmaktadır. Bu proje, 1998 yılında kanal ve sahil şeridinin yeniden inşası olan «Orta» LLP tarafından başlatılmıştır.

Son yıllarda başkentin modern parkı, Cumhurbaşkanlığı Kültür Merkezi "Aquapark", Astana-Bayterek anıtı, "Tulpar" kulübü ve "Kulager" kulübü, sirk, sinemalar, spor merkezleri ve Kazakistan için yeni eğlence merkezleri - Tarihi ve etnografik kompleks "Kazakistan Haritası" Atameken "ve" Duman akvaryumu işletmeye açılmıştır. Astana'da birçok kafe, restoran, sinema, spor salonu, tenis sahaları ve mağazalar bulunmaktadır. Bununla birlikte, klasterli geliştirme programı kapsamında Astana şehir belediyesi başkentin firmaları ve işletmeleri ile birlikte kentin Turist imajını iyileştirmek için etkinlikler ve projeler düzenlemektedir. Aynı zamanda, Turizm altyapısı ve turizm biçimleri iyi gelişmektedir. Şehri ziyaret eden Turist sayısının yıldan yıla arttığını söyleyebiliriz. 2001'den 2016'ya kadar Astana'yı ziyaret eden Turist sayısı 13 339'dan 63,6 bin kişiye yükselmiştir. Çıkışların sayısı 9451'den 19400'e, iç turizm - 125.145'ten 242200'e yükselmiştir. Seyahat şirketleri 27 den, 54'le iki katına çıkmıştır. Bölgede ayrıca 9 şubesi ve seyahat şirketlerinin temsilciliği bulunmaktadır, Astana şehrinin otel kompleksi aynı anda 2.386 kişiyi ağırlayabilmektedir.

Harita 3.1 Astana şehrinin iktisadi haritasında Astana'da bulunan sanayi işletmeleri, tarım ürünleri, otoyollar ve demiryolları, hidrografi ve hizmet sektörleri işaretlerle gösterilmiş.

Harita 3.1 Astana'nın İktisadi Haritası



Kaynak: Sadykova, 2018

Turizm endüstrisinde önemli rol oynayan binalar arasında Astana-Biterek, Barış ve Uzlaşma Sarayı, Tarihi ve etnografik kompleks "Kazakistan Haritası" Atamken, Nur-Astana Merkez Camii, Kongre Salonu, Gençler Sarayı, Kazakistan Cumhuriyeti İlk Cumhurbaşkanı Müzesi Seifullin Müzesi, Modern Sanat Müzesi, Baiseitova Ulusal Opera ve Bale Tiyatrosu, Gorki adını alan Rus Dram Tiyatrosu yer almaktadır. Astana'da İis turizmi, Astana'nın başkenti statüsü nedeniyle üst düzeyde gelişmektedir.

3.3. Astana Şehrinin Turizm Altyapısı

Bu kısımda, Astana şehrinin Turizm altyapısı, Turizm Tesisleri ve Turizm geliştirilmesinin stratejisi konuları ele alınmıştır.

3.3.1 Astana'da Turizmin Gelişimi

Astana'da birçok turizm türü gelişme potansiyeline sahiptir. Doğal kaynakların yanı sıra kültürel kaynakların ve yerel zenginliklerin bir arada kullanılarak alternatif turizm olanaklarının değerlendirilmesi önerilmektedir.

Astana'da turizmin gelişimi için planlanan faaliyetler

- 1) Kültürel Turizm
- 2) Tarihi Turizm
- 3) İş Turizm,
- 4) Doğa Sporları ve Çiftlik Turizm olarak belirlenmiştir.

Planlanan turizm faaliyetlerinin Astana şehrinin 1998 yılında başkent olmasıyla başlayan süreçte hız kazandığı, buna bağlı olarak turizm altyapısının geliştirildiği ve kültürel turizmi ile yerel özellikleri öne çıkaran tarihi turizmi bütünleştirme çabalarının arttığı gözlenmektedir.

Son zamanlarda Astana şehrine gelen turist sayısı artmaktadır. Ayrıca tarihi ve mimari manzaralar olarak şehrin dört binası yeni eğlence merkezleri, muhteşem lokantalar, alışveriş merkezleri ve farklı çarşılardan oluşmaktadır. Astana şehri, dini heykellerin şehirde çok

sayıda bulunmasından dolayı birçok ödülleri almıştır. 1999 yılında Astana şehrine, “Dünya şehri” ismi verilmiştir.

Astana şehri, Avrasya kıtasının merkezinde yerleşmiştir. Konumunun tüm avantajlarını kullanmaktadır. Astana en büyük havacılık merkezleriyle, yani Avrupa, Asya ve Orta Doğu ülkeleriyle doğrudan iletişim kurmaktadır. Astana havalimanı, 28 uluslararası varış noktasında uçuş oluşturan 21 havayolu hizmet etmektedir.

Uçuşun çoğu Rusya Cumhuriyetine, Moskova’ya, Sank Petersburg’a, Ekaterinburg’a, Novosibirsk’e ve Kazan’dır. Soçi ve Samara’ya direk uçuş yapmak planlanmaktadır. 2017 yılında Astana havalimanında, yolcu trafiğini yılda 3 milyondan 7 milyona çıkaran yenileme tamamlanmıştır.

2010 yılında gerçekleşen Sammit OBSE, birçok uluslararası organizasyon üyeliğinde ve EXPO 2017, sergi ve otel altyapısında, ayrıca perakende satış, servis ve eğlence alanında önemli rol oynamaktadır. Otellerde aktif iş sezonu, şubat ayından haziran ayına kadar ve eylül ayından kasım ayına kadardır. Kazakistan’da uluslararası ağ gelişimi, Çin’den gelen müşteri sayısının artmasıyla orantılıdır. 1 Ocak 2017 yılı Kazakistan, 45 ülkede vizeyi kaldırmış, bu, Avrupa, Asya ve Amerika’da tanıtılmıştır ve 48 ülkede vize verme prosedürü basitleştirilmiştir.

2012 yılında Paris’te Dünya fuarına sahiplik etmek için seçim yapıldı. Bunun için Liege ve Astana arasında yarış başlamıştır. Kazakistan’ın başkenti Astana 161 ülkeden 103’ünün oyunu alarak bu yarısı

kazanmıştır. Konusu “Geleceğin Enerjisi” olan 10 Haziran - 10 Eylül tarihleri arasında Astana’da düzenlenen forum, en son sergilerin belirlediği çevresel eğilimi geliştirmeye devam etmiştir. 100’den fazla ülkeden katılımcılar alternatif enerji kaynaklarıyla ilgili sorunların çözümüne ilişkin görüşlerini paylaşmışlardır. Her devlet, alıcılarını ve yatırımcılarını bulmak ve çekmek için ürünlerini ve hizmetlerini, yatırım projelerini ve yenilikçi gelişimlerini göstermek için çaba göstermişlerdir. EXPO’yu Astana’da yapmak için toplam 47.300 metrekarelik 5 pavyonlu özel bir sergi merkezi inşa edilmiştir. “Akıllı” teknolojinin yapımı sırasında güneş panelleri ve rüzgâr jeneratörleri kullanmıştır. Sergi için enerjinin çoğunun yenilenebilir kaynaklardan çıkarılmıştır. Örneğin, ısıtma sistemi için su jeotermal kaynaklardan sağlamıştır.

EXPO-2017 Enerji Dünyasında "yeşil" enerji alanındaki yeni gelişmeler, enerji verimliliği ve enerji tasarrufu gibi yeni iratlar sesilenmiştir. Enerji piyasalarının küreselleşmesi Kazakistan Ulusal cumhuriyetin başarılarındanndır.

EXPO-2017’nin başarılı bir şekilde yapılması, Kazakistan’ın tüm bölgelerinin sinerjisinin sonucudur. “1.400’den fazla küçük ve orta ölçekli İşletme, 640 milyar Tenge miktarında mal ve hizmet tedariki için sipariş almış, on binlerce kişi ise girmiş, iyi bir maaş almıştır. Kazakistan’da turizm sektörü göze çarpan bir destek almıştır. Tur operatörlerinin servis talebi yaklaşık iki kat artmıştır. Astana’daki işyeri sayısı % 10’dan fazla artarak hizmet sektöründen gelen sermaye

bütçesi de 1,2 kat artmıştır. Kazakistan'ın başkenti küresel dikkat merkez üssünde. EXPO, planetimizin entelektüel teknolojik potansiyelini göstermek için eşsiz bir fırsat sağlamaktadır.

Nursultan Nazarbayev, “Yenilenebilir enerji kaynakları alanında yaklaşık 140 bilimsel buluşun burada sergilendiğini” söylemiştir.

Birleşmiş Milletler, BM bölümü, BM tarafından yeşil enerji alanında önerilen çözümler hakkında daha fazla bilgi edinmek için interaktif tesisler deneme ve daha fazla bilgi edinme fırsatı yakalayan 100.000 ziyaretçiyi çektiği hakkında Birleşmiş Milletler Milletvekilleri Yüksek Komiserliği, EXPO medya merkezindeki bir basın toplantısında belirtmiş ve uluslararası sergi EXPO 2017 ve Birleşmiş Milletler Yerleşik Koordinatörü Norima Shimomuranında katıldığı belirtilmiştir. “Birleşmiş Milletler, BM uluslararası sergisine EXPO 2017 fuarına katılımını 9 ajansla temsil etti: UNDP, UNEP, ESCAPO, UNESCO, UNHCR, UNIDO, UNICEF, IAEA ve UN Women. Ajanslar sürdürülebilir enerji alanında en iyi uygulamaları göstermiş ve bölgedeki BM çalışmasının sonuçlarını sunmuşlardır. Uluslararası örgütlerin Plaza'sında bulunan BM bölümü, etkileşimli kuruluşları deneme, UN EXPO gönüllüleriyle tanışma ve BM tarafından yeşil enerji alanında önerilen çözümler hakkında daha fazla bilgi edinme fırsatı yakalayan 100.000 ziyaretçiyi çektiği Şimomura tarafından açıklanmıştır. Ayrıca, üç ay içinde BM ajansının EXPO' sunun bir insani gelişim raporu, bir gençlik, bir sanat atölyesi, uluslararası gençlik günü ve diğerleri gibi bir dizi etkinlik düzenlediğini bildirdi.

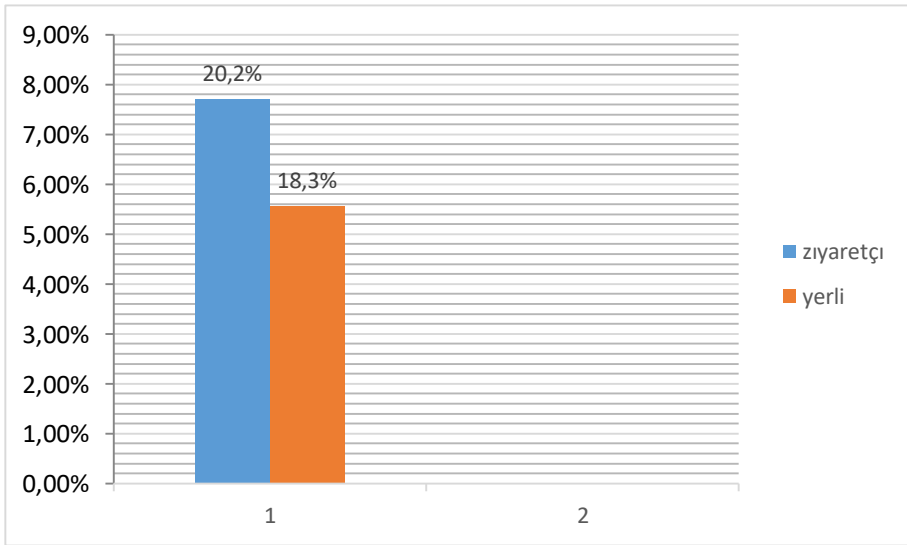
Bu şekilde BM bir kez daha Birleşmiş Milletler, EXPO 2017 “Geleceğin Enerjisi” adlı uluslararası sergiye katılımının yenilenebilir enerji kaynaklarıyla sınırlı olmadığını, aynı zamanda insanları tam hayata ulaşmalarını destekleyen eylemleri de içerdğinde kanıtlamıştır. Şimomura, “Yenilikler, yeni fikirler, standart dışı çözümler ve EXPO sırasında yapılan diğer keşifler, sürdürülebilir kalkınmanın sürdürülebilir enerji olmadan düşünülemez olduğu gerçeğine dikkat çekti” demiştir.

Temmuz 2018 yılında İpek Yolu Ülkeleri Belediye Başkanları Forumu’nda Kazakistan’ın başkenti Astana’da, Dünya turizmüne özel turist çekiciliği nesnelere yer aldığı Kazakistan Cumhuriyeti’nden yeni turistik yer isimleri duyurulmuştur. Foruma, İpek Yolu ülkelerinden 70 belediye başkanı, 30’ıyasi lider, 200 büyük ticaret odası ve dünyadaki çok uluslu şirket, 150’den fazla yabancı konuşmacı ve moderatör dâhil olmak üzere 60’tan fazla ülkeden 2 binden fazla katılımcı katılmıştır. Forum çerçevesinde Avrasya Ekonomik İşbirliği Teşkilatı Genel Sekreteri Vladimir Piskurev, Uluslararası Turizm Çekiciliği ve Sürdürülebilir Turizmi Geliştirme Komitesi adına, Astana Belediye başkanına özel Turistik cazibe nesnelere dünya çapında listesine Astana’nın en önemli ve tanınan simgesi olan Astana – Bayterek Kulesi’nin dâhil edilmesini onaylayan Uluslararası Sertifika’yı sunmuştur. Ayrıca Özel Turistik çekiciliği olan nesnelere Dünya Listesinde yer aldığını doğrulayan sertifikalar Astana’daki Nur Astana Merkez Caminin Naip İmamına verilmiştir. Dünya Bankası’nın Doing Business 2017 sıralamasında Kazakistan,

190 ülke arasında 35'inci sırada yer almaktadır. İş hacmini artırmak için hükümet bir dizi reform yapmıştır. Yabancı turistlerin yarısından fazlası (% 51) iş seyahatleri için Astana'ya gelmektedir. 2017 yılında Kazakistan'da turizm endüstrisinin ana umutları EXPO ile ilgilidir: Uluslararası serginin sadece cumhuriyetin diğer bölgelerinden değil, diğer ülkelerde Turist çekmesi gerekmektedir.

Grafike 3.2 göre 2017 yılında, Astana'daki konaklama yerlerinde hizmet veren ziyaretçi sayısı % 35 artarak yaklaşık 990 bin kişiye, gelen turizm rakamları % 18,3 artarak (7,7 milyon kişiye), yerli - 20,2 % (5.56 milyona kadar) oldu.

Grafik 3.2 EXPO 2017



Astana ülkemizin turizm açısından gelişmiş bir ili olup İstatistik Komitesi'nin verilerine göre, 2018'in ilk çeyreğinde Kazakistan, 1

milyon 784 bin giriş Turisti tarafından, 2017’de 405,6 bin kişi tarafından ziyaret edilmiştir. Yurtiçi turizm de büyümüş - Ocak-Mart 2018’de 1 milyon 17,3 bin kişiye karşı 1 milyon 86,6 bin kişiye ulaşmıştır. Genel olarak, yerleşimlere gelen ziyaretçi sayısındaki artış 16’nın alanın 15’inde artış göstermektedir. Başkent otellerinde 162,9 bin kişi kalmış - bu Almatı’dan sonraki ikinci sonuç, ancak bu, 2017’nin ilk çeyreğinden 21 bin daha azdır.

3.3.2 Astana Şehrinin Turizm Tesisleri

Kazakistan’ın devlet, topluluk ve kültürel merkezi olan muhteşem doğu şehri, Astana’dır. Astana ‘da turizm geliştirme maksadıyla kapsamlı çevre koruma ve doğal kaynakların akılcı kullanım alanları belirlenmiştir. Astana’da turizmin geliştirilmesi amaçlandığı için şehrinin, 90. yılının sonunda Kazakistan’ın başkenti olarak kabul edilmiştir. Astana başkenti olarak yeni mimari ve inşaat projeler peyzajı, yani devlet altyapı nesneleriyle gurur duymaktadır. O yüzden şehrin iç ve dış turizm ve ulusal çevre sorunları geliştirilmesiyle fırsatlar artmıştır. Günümüzde uygulamaya devam etmektedir. Astana ‘da turizmin geliştirilmesi için yeni mimari ve inşaat projeler peyzajları ve turizm tesisleri önemli olarak kabul edilmiştir.

Bayterek (tam ismi, “*Astana-Biterek*”, kazakça. *Бәйтерек*), şehrin en özel ve tanınmış manzarası olarak tanılan anıt, Kazakistan’ın başkenti Astana’da yerleşmiştir. Bayterek başkentin sembolüdür. Anıt, 1997 yılı başkenti, Almatı’dan Akmola’ya taşdıktan sonra yapılmıştır. ‘Bayterek’ kelimesinin anlamı, Kazak halkının hayatında yeni

adımların sembolü olarak cumhurbaşkanının sağ elinin baskısıyla yapılan ve sanatsal bileşim anlamda “Ayalı alakan” (Şefkatli el), 1997 yılının sembolü, yani Cumhuriyetin yeni başkent olması nedeniyle 97 metre yükseklikte yapılmıştır. Anıtın merkezinde tüm dinlerin birliğini simgeleyen dünyanın 17 dininin temsilcileri tarafından imzalanan ahşap küre yerleşmiştir. “Bayterek” konumu ve bileşim yapısı efsanelere göre, dünyanın birleştiği yerde aktığı Dünya nehrinde eski göçebelerin kozmogonik fikirlerini ifade eder. Onun kıyısında Hayat Ağacı, kökleriyle yeri tutan ve gökyüzüne ilerleyen Bayterek (kazakça *Бәйтерек*, yani kavak, anlamı destek, savunucu) yetişmiştir. Bu ağacın kökü, yeraltı dünyasında, ağacın kendisi ve gövdesi toprakta ve tacı ise gökyüzündedir. Her yıl ağaç tacında kutsal Samruk kuşu, yaz ve kış, gündüz ve gece değişimi, iyi ve kötü arasındaki mücadeleyi simgeleyen, hayat ağacının dibinde yaşayan ve Aydalar ejderha yutan güneşte yumurtlamaktadır. “Bayterek” genç, güçlü ve büyüyen ağaç anlamını taşımaktadır. Tarihsel kökenini koruyan, geleceğin refahı için güçlü bir destek ve istek uyandıran bir durumu sembolize etmektedir. Şehrin kalbindeki “Bayterek” anıtının etrafındaki büyük park alanları olağandışı etkinlikler için düzenli olarak kullanılmaktadır. 2010 yılında belediyenin davetiyle burada Berlin’den gelen United Buddy Bears (ayılar topluluğu) uluslararası sergisi düzenlenmiştir. Bu sayede dünyanın farklı ülkelerinden ustalar tarafından yaratılan 125 eşsiz sanat eseri birbirleriyle huzurlu bir semtte gösterilmiştir.

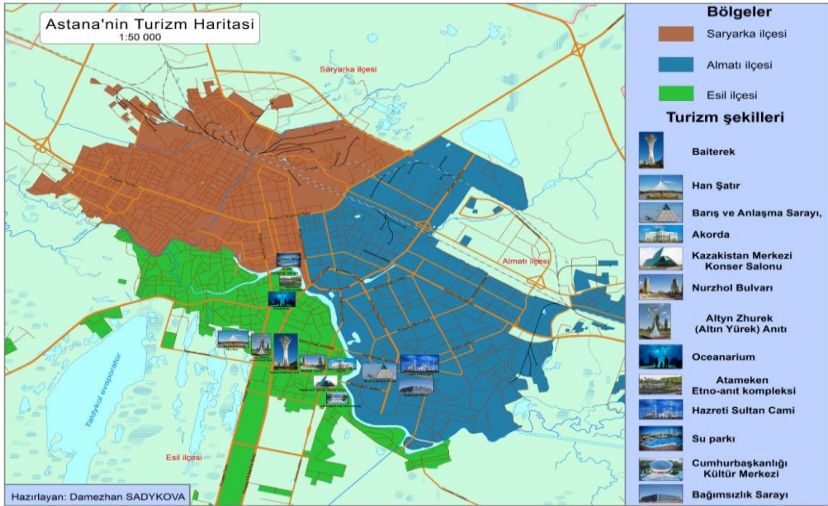
Han Şatır, (bazıları yanlışlıkla düşünüyor, Kazakçadan Rusçaya çevrilmiş “Hanın çadırı” ama aslında bu ifade, “Kral-çan”, “Kral-silah”, yani Han Şatır, “Çadırların arasında Han”), Kazakistan’ın başkenti Astana’nın büyük alışveriş ve eğlence merkezidir. 6 Temmuz 2010 yılında açılmıştır. Dünyanın en büyük çadırı olarak sayılmaktadır. Han Şatır’ın toplam alanı, 127 bin metre karedir. Han Şatır’da Alışveriş ve eğlence alanları yer almaktadır. Ayrıca market, aile parkı, kafe ve lokanta, sinema, spor salonu, yapay bir plaj ile su parkı ve dalgalı havuzlar, ofis alanları, 700 araçlık otopark bulunmaktadır. Han Şatır’daki en önemli şey, yıl boyunca +35 derecede tropikal iklimde plaj tatilidir. Tesisin kumlu plajları gerçek bir plaj hissi yaratan bir ısıtma sistemi ile donatılmıştır. Kum ise Maldivlerden getirilmektedir. Tesisin mimarı, Norman Foster’dır. Bina, ETFE şeffaf polimler kaplama ile sabitlenen bir çelik kablo ağından yapılmış 150 metre yüksekliğinde dev bir çadırıdır. Özel kimyasal bileşimi sayesinde, binanın iç alanın binası sıcaklık farklılıklarından korumakta ve binanın içinde rahat bir mikro İklim yaratmaktadır. Han Şatır, Forbes Style Dergisine göre Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerindeki tek bina olarak dünyanın en iyi eko-gelişmelerinden ilk 10’una girmiştir. Alışveriş ve eğlence merkezi “Han Şatır’ın açılışında, Kazakistan Cumhuriyeti’nin cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev’in katılımıyla Astana gününün kutlaması kapsamında düzenlenen açılış töreninde dünya sanatçısı ve İtalyan klasik müzisyeni Andrea Bocelli’nin konseri düzenlenmiştir.

Barış ve Anlaşma Sarayı, Mimar Norman Foster tarafından Kazakistan'ın başkenti Astana'da, "Dünya Liderleri ve Geleneksel Dinler Kongresi" için özel yapılan piramit şeklindeki binadır.

Piramit, dini araştırmaların ve dini hoşgörünün merkezidir. Opera salonu 1302 kişiliktir. Piramidin inşası 2006 yılında tamamlanmış ve konser salonu Montserrat Caballe olarak açılmıştır. Barış ve Anlaşma Sarayı - başkentin ilgi çekici yerlerinden biridir. Piramit, çeşitli dinlerin, etnik grupların ve kültürler birliğinin, halkın ve devletin bütün dünyaya açıklığının bir sembolü haline gelmektedir. "Barış ve Anlaşma Sarayı" oluşturma fikri Kazakistan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev'e aittir ve 23-24 Eylül 2003 tarihlerinde Astana'da düzenlenen ilk "Dünya ve Geleneksel Ulusal Dinler Kongresi"nde sunulmuştur. 2006 yılında "Barış ve Anlaşma Sarayı", ikinci kongre delegeleri ve katılımcılarını kabul etmiştir. "Barış ve Anlaşma Sarayı" projesi, ünlü İngiliz mimar Norman Robert Foster tarafından yapılmıştır. Piramit binası, Türk inşaat şirketi "Sembol İnşaat" tarafından inşa edilmiştir. Piramit'in alanı 28 bin kilometre karedir. "Barış ve Anlaşma Sarayı", modern konferans salonları ve sergi alanları, sanat galerileri, sunum kompleksleri ile donatılmıştır. "Cheops Atrium" salonu, 2 bin metre kareden fazla bir alanı kaplamakta ve aynı anda 1000'den fazla konuğu ağırlamaya hazır 4 bitişik galeriden oluşmaktadır. Salon galerisi, "2030 yılına kadar Astana'nın Geliştirilmesi için Master Plan" sunmaktadır. En üst katta, Kazakistan Cumhuriyeti'nin çeşitli halklarını simgeleyen 130 güvercin ve camdan kubbeli bir "Cradle" salonu bulunmaktadır. Harita

3.2 Astana'nın Turizm Haritasında Astana şehrinin bölgeleri ve Turizm tesislerinin yerleşmiş yeri belirtilen.

Harita 3.2 Astana'nın Turizm Haritası



Kaynak: Sadykova, 2019

Akorda (Kazakça *Ақорда*, *beyaz bahis*, *açık bahis*), Kazakistan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanının ikametgâhıdır. Kazakistan'ın başkenti Astana'da bulunan Esil nehrinin sol kıyısında, Su-Yeşil Bulvarı'nın başında, başkentin anıtı Bayterek'ten 300 metre mesafededir. Binanın toplam alanı 36.720 m²'dir. Kazakistan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanının yeni Sarayı'nın resmi sunumu 24 Aralık 2004 tarihinde gerçekleşmiştir. Sarayın yanında Kazakistan Cumhuriyeti Parlamentosu, Kazakistan Cumhuriyeti Hükümet Konağı, Kazakistan Cumhuriyeti Yüksek Mahkemesi, Kazakistan Cumhuriyeti Bakanlıklar Meclisi bulunmaktadır. Ak Orda dünyanın

en güzel 10 başkanlık sarayına girmiştir. Birinci katta 1.800 metrekarelik granit döşeme ile bir alana sahip merkezi bir geçit salonu vardır. Buna ek olarak, 1.katta, Kazakistan Cumhurbaşkanı adına resmikapul töreni düzenlenen tören salonu ve Kazakistan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanınının Kitle iletişim Araçları temsilcileri ile görüşmek için yapılan konferans salonu ve kış bahçesi vardır. İkinci katta, ofis alanı bulunmaktadır. Üçüncü katta, Doğu Salonu, Mermer Salonu, Altın Salonu, Oval Salonu, Kubbe Salonu, Toplantı Salonu ve Konferans Salonu vardır.

Bağımsızlık Sarayı, (kazakça *Тәуелсіздік Сарайы*), Astana şehrindeki saraydır. Sarayda resmi etkinlikler, forumlar, toplantılar, görüşmeler ve kongreler düzenlenmektedir. İç mekânların kapasitesi, teknik donanımları ve konforları, en yüksek uluslararası düzeyde etkinliklerin yapılmasını ve ele alınmasını sağlamaktadır. Resmi etkinliklerle birlikte konserler, sergiler, bayram kutlamaları düzenlenmektedir. Bağımsızlık Sarayı'nın yapısı şunları temsil eder:

- Kongre Salonu;
- Tören salonu;
- Basın merkezi;
- Uygulamalı sanat ve etnografi, arkeoloji ve antropoloji galerisi;
- Çağdaş sanat galerisi;
- Astana Tarih Müzesi;
- Sinema 4D;

- Sinema 360 derece.
- Elektronik kütüphane;
- Model salonu.

Bina üç kattır. Zemin katta 3082 kişilik bir kongre salonu, 268 kişilik bir tören salonu, 220 kişilik bir basın merkezi ve 678 kişilik bir restoran bulunmaktadır. İkinci katta uygulamalı sanat galerisi, etnografya, arkeoloji ve antropoloji ile modern sanat galerisi bulunmaktadır. İnşa edilmiş arkeoloji salonunda Altın Adam, Sarmatyalı Savaşçı, Berel Atları, gizemli oyma yazıtlı taşlara benzeyen eşsiz antik eserler sergilenmektedir. İnsan giyiminde, atların süslemelerinde, İskit-Saka dünyasının sayısız nesnesi, benzersiz bir hayvan tarzındaki çalışmalar, hayranlık uyandırmaktadır. Üçüncü katta, Astana şehri tarihinin bir müzesi vardır. Müze sergileri, Astana şehrinin bütün tarihini gösterir ve çeşitli belgeler, başkentin armağanları, başarıları içerir.

"Kazakistan" Merkezi Konser Salonu, Kazakistan'ın başkenti Astana'nın sahne sanatları merkezidir. İtalyan mimarı Manfredi Nicoletti tarafından tasarlanmıştır ve 15 Aralık 2009'da Kazakistan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Nursultan Nazarbayev tarafından açılmıştır. Binanın şekli, dinamizm için bir metafor olarak çiçek yaprakları şeklinde yapılmıştır. Binanın dış yapısı, mavi arka boyalı cam kaplama panelli bir dizi kavisli, eğimli beton duvar içermektedir. Bu yapı sistemi binayı iç fonksiyonları, Astana'nın hava koşullarından korumaktadır. Bina, Astana sakinlerinin yıl boyunca karşılayabileceği

bir şehir ölçeği oluşturması amaçlanan 3000 metrekareyi aşan otuz metre yüksekliğinde bir salona sahiptir. Bina üç farklı müzik salonundan oluşmaktadır. Ayrıca restoranlar, mağazalar ve barları da kapsamaktadır. 3.500 kişilik ana konser salonu türünün en büyüğü ve akustik esnekliği sayesinde klasik müzikten pop müziğe, bale ve konferanslara kadar birçok işleve sahiptir. Bu esneklik, bir akustik perde sistemi ve odanın akustik yansımalarının çoğunu emen özel asma tavan tasarımı kullanılarak üretilir. 400 ve 200 koltuklu iki küçük salon, müziğin yanı sıra sinema ve konferansları da barındıracak kadar esnek olacak şekilde tasarlanmıştır.

“Nurzhol” Bulvarı (eskiden Su-Yeşil Bulvarı), Esil nehrinin sol kıyısında, Astana'nın (Kazakistan'ın başkenti) yeni idari ve iş merkezinde bulunmaktadır. Bulvarın kendisi oluşmuş, kentin ve ülkenin en ilgi çekici yerlerinden biri haline gelmiştir. Bazı bütünleşmiş çevre bitmemiş tesisler yapım aşamasındadır. Bulvar, Cumhurbaşkanı Ak-Orda Rezidansından Han-Şatır alış veriş ve eğlence merkezine kadar olan alanda yer almaktadır. Bulvar, kentin yeni bölümünün genel planının yanı sıra, ünlü mimar Kisho Kurokawa tarafından tasarlanmıştır. Bulvarın büyük bir kısmında üç katlı bir yapı bulunmaktadır. Alt katta 400 araçlık park yeri vardır. İkinci katta orta seviyede dükkânlar, servis ve catering tesisleri, sergi salonları, ofisler ve diğer kamu kuruluşları vardır. Üst düzeyde, sokaklar, çiçekler, çimler, ağaçlar, banklar, çeşmeler ve küçük mimari formlar içeren bir yaya bölgesi bulunmaktadır. Altı yerde (“yeşil ev” bölgeleri), basamaklar arası merdivenlerin ve kış bahçelerinin düzenlendiği,

doğal aydınlatmanın kuyularından oluşmaktadır. İkinci seviyede kapalı galeriler ve yürüyüş yolları bulunmaktadır. Bulvar boyunca, kentin simgesi olan Bayterek gibi ünlü yerler ve yabancı mimarların projelerine göre yapılmış çok sayıda güzel mimari obje vardır.

Altın Zhurek (Altın Yürek) Anıtı, ticari kuruluşların ve bireylerin Kazakistan'da hayırsever program ve projelerin uygulanmasına katkı için yıllık kamu ulusal ödülünün genişletilmiş bir kopyasıdır. Heykelin âşıklar parkında açılış töreni, 2008 yılında düzenlenmiştir. Çalışma, Çinli ustalar tarafından yapılmıştır. Anıtın yüksekliği 10 metredir ve paslanmaz çelik bir kaide üzerine monte edilmiş bronz bir kalptir. Yazarlara göre, anıt âşık bir adamın kalbini sembolize etmektedir.

Oceanarium, eğlence merkezi - Astana'daki Oceanarium, "Duman" eğlence merkezinde yer almaktadır ve Kazakistan'daki ilk benzersiz komplekstir. Ayrıca Guinness Rekorlar Kitabı'na girmiş, okyanustan 3000 kilometre uzaklıkta bulunan dünyanın tek Oceanarium'u olarak tanınmasıyla da ünlüdür. Kazak Okyanus Akvaryumu'ndaki su hacmi 3 milyon litredir. Oluşturulması için 120 ton deniz tuzu özel olarak temin edilmiştir. Akvaryumda, 2.000'den fazla deniz canlısı, dünyanın farklı bölgelerinden deniz faunası temsilcileri bulunmaktadır. Akvaryum eşsiz yaşam destek sistemi, akvaryumun kalbi ve ciğerleridir. 11 km boru hattı (balıklar için kesinlikle güvenli malzemedir yapılmış borular), 34 güçlü pompa, 6 büyük kum filtresi (bu filtrelerin her biri 200 bin litre kapasiteye sahiptir) ve suyun

gerekli kimyasal bileşimini ve şeffaflığını sağlayan bir su arıtma sisteminden oluşmaktadır.

“Atameken” Etno-anıt Kompleksi, Kazakistan’ın, birbirinden uzak çok çeşitli tarihi ve doğal manzaraların dağıldığı, bozkır sınırlarında geniş bir ülkedir. Tüm anıtları görmek için bin kilometreden fazla yürümeniz gerekmektedir. Onun yanında yakın zamanda, Kazakistan’ın bütün zenginliklerinin minyatürlerle gösterildiği Atamken Etno-Anıt kompleksi, Astana’da açılmıştır. Birçok Türk dilinden tercüme edilen "Atamken" kavramı "Ataların Ülkesi" olarak çevrilebilir. "Kazakistan Haritası - Atamken" parkının açılışı 8 Eylül 2001 tarihinde yapılmıştır.

Neredeyse 2 hektarlık (2 futbol sahası) alan, mimari ve doğal alanların daha küçük kopyalarını barındırmakta: Astana’nın sembolleri Bayterek, Barış ve anlaşma sarayı Piramidi, ülkenin ana sanayi bölgesi, kırsal alanlar, dağ manzaraları, ünlü Borovoye (Burabay) dinlenme alanı, çeşitli yollar, köprüler ve daha fazlasından oluşmaktadır.

Böyle büyük bir Kazakistan haritası üzerinde, ülkenin tüm bölgeleri ve ülkenin büyük şehirleri - Astana ve Almatı işaretlenmiştir. Toplamda, minyatür parkına 200’den fazla cazibe merkezi yerleşmiştir ve sayıları giderek artmaktadır.

Kazakistan Cumhuriyetinin İlk Cumhurbaşkanı'nın Müzesi: Astana’nın sayısız müzesi arasında, yer alan, 28 Ağustos 2004’te açılan Nazarbayev müzesidir. Müze, devlet başkanının eski konutunda yer

almaktadır. Buradaki ilk ziyaretçiler Mart 2005'te kabul edilmiştir. O zamandan beri bina sürekli ziyaretçi kabul etmektedir. Her gün, Astana'ya gelen dünyanın farklı yerlerinden Turistler burayı ana merkezlerden biri olarak ziyaret etmektedir. Burada Nazarbayev'in yazdığı benzersiz arşiv belgeler, bilimsel materyaller, kitaplar gözlemlenebilmekte ülkenin ilk cumhurbaşkanı ve modern Kazakistan tarihinin faaliyetlerini ortaya koyan hediyeler, sertifikalar, ödüller ve diğer birçok ilginç eşya koleksiyonları görülebilmektedir. Toplamda, müzede yaklaşık 40.000 sergi bulunmakta. Bu müzede Nazarbayev'in bibliyografyası, ülke hizmetiyle ilgili eserler bulunmaktadır.

Hazreti Sultan Camii - Orta Asya'daki en büyük cami

Kazakistan'ın genç başkenti Astana'nın en modern yerlerinden biri, Hazret Sultan katedrali camisidir. Orta Asya'daki en büyük camidir ve 3 yılda inşa edilmiştir. Temmuz 2012'de açılmıştır. Devasa bir bina oryantal bir sarayı andırmaktadır. Astana'nın mimarisinin en güzel anıtını birlikte yaratan 1.500'den fazla inşaatçı ve zanaatkâr tarafından inşa edilmiştir. "Hazreti Sultan" ismi "Kutsal Sultan" olarak çevrilmiştir. Asya'daki en büyük camilerden biri olan Hazret Sultan, 11 hektarlık bir alanı kaplar ve 10 bine kadar kişiyi ağırlayabilir. Aynı zamanda, caminin bina alanı 17,8 hektardır ve ibadet salonları, düğün salonu, Kur'an-ı Kerim okuma odaları ve seminerler için dersler, giyinme odası ve yıkama odasını içermektedir. Bu nedenle, bu cami tamamen işlevseldir ve tüm modern gereksinimleri karşılar.

L.N. Gumilev ismini taşıyan Avrasya Ulusal Üniversitesi, 23 Mayıs 1996'da Kazakistan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Nazarbayev'in girişimi üzerine, iki üniversitenin birleşmesi - Tselinograd Mühendislik ve İnşaat Enstitüsü ve Tselinograd Pedagoji Enstitüsü temelinde kurulmuştur. Kazakistan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı'nın 5 Temmuz 2001 tarihli Kararı ile üniversiteye, ulusal ve evrensel insani değerler, bilim ve teknolojideki kazanımlara dayanarak bireyin oluşumuna, gelişmesine ve mesleki gelişim ine katkısı göz önüne alındığında, özel bir ulusal statü verilmiştir. Üniversiteye ünlü düşünür ve Türkolog Gumilev'in adı verilmiştir. Avrasya Ulusal üniversitesi Astana'da 2000 yılında açılmıştır. Avrasya devlet üniversitesi 28 bilimsel kurum (araştırma enstitüsü, laboratuvar, merkez), 13 fakülte, Sürekli Eğitim ve İleri Eğitim Enstitüsü, bir askeri bölüm, çeşitli devletlerin kültürel ve eğitim merkezlerini içermektedir.

3.4. Astana Şehrinin Yerleşimi

3.4.1 Astana'nın Jeopolitik Yerleşimi

Astana, ulusal birliği temsil eden ana şehir olan devletin politik, idari, ekonomik, kültürel merkezidir. Astana'nın başkenti Farsça 'da "eşik" "kutsal yer" anlamına geliyor. Astana kavramı kabileler birliği, devlet, firavun, kağan, halife, emir, kral, han, sultan vs. üst düzey pozisyonlar ile ortaya çıkmıştır. Bunların arasında kazakların meskûn yeri «Orda» diye adlandırılmış, yani, Orda başkent statüsündedir. Kazakistan tarihinde birçok şehirler merkez rolünü üstlenmiştir. Ablai döneminde Türkistan (Kokshetau, Kyzylzhar) Kenesary Uludağı meskûn yeri,

yani Orda olarak kabul edilmiştir. Kazakistan başkentleri tarihi açısından çok zengindir. Üç devletin Batı Türklerin, Türkistan'ın ve Karluk hanlıklarının başkenti Suiab'ın V. Yüzyılda kurulmuştur. Orta Asya'nın büyük şehirlerinden biri- Balasagun. Batı Türk Hanlığı, Karagan ve Karakiyan'ın ana şehriydi. En eski başkentlerinden biri olan Taraz şehrinin adı VI- VII yy Çin'den Bizans'a kadar yayılmıştır. Veri yazılarda ilk şehir olarak yazılan İspidjab şehri VII yüzyılda tanınmıştır. Otyrar şehri için Arap bilim adamı Al-Makdisi eski başkent diye fikir belirtmiştir. IX-XI – Janakent, XVI-Syganak şehri XVII - Sarayşık, XVIII-Urgenç şehri başkent olmuştur. Kazak Hanlığı'nın kaldırılmasının ardından mevcut yetkililer Rusya'nın St. Petersburg ve Moskova şehirlerine devredilmiştir. Sovyet döneminde Kazakistan'ın başkentleri Orınbor (1920-1925), Kızılorda (1925-1929), Almatı (1929-1997) şehirleri olmuştur. 1994 yılında, son iki yüzyıldır tarihinde ilk kez, Kazak halkı ülkelerinin başkenti hakkında kendi kararını verdi. 20 Ekim 1997'de Kazakistan Cumhuriyeti Devlet Başkanı Nazarbayev, Akmola kentini (6 Mayıs 1998'itibaren Astana) Kazakistan'ın yeni başkenti olarak ilan etti.

3.4.2. Akmola Kentinin Oluşumu

Günümüzde Astana bölgesi, VI-VII. Yüzyıllarda Türk Kaganat bölgesiydi. Yunan tarihçisi Herodot'un kayıtlarından Saklar hakkında bilgi gördüysek, Arap, Fars seyahatçilerinin kayıtlarından da Astana bölgesinde Karluk, Hun ve Kıpçakların yaşadığını biliyoruz. Hunlar ve Kıpçak devletlerinin bölgenin askeri ve kültürel gelişim inde özel bir

yeri vardır. Bu nedenle, bazı bilginler Akmola'nın tarihinin Hun'dan kaynaklandığını söylerken, bazıları Kıpçakçada Buzuk gölünün adını belirtir. Eski zamanlarda Nura ve Esil çift nehrin arasında-Sarıarka'nın dibinde-hunlar kale yapmışlardır. "Akmola" etimoloji açısından birçok görüş vardır, ancak bunlardan sadece birine başvurabiliriz: Hunlarda "ak" kelimesi "batı" ve "mola" kelimesi "kale" anlamına geliyor. Yani «Akmola» kelimesi «batı kalesi» olarak çevrilebilir. Daha bir başka kanıt da Jezkazgan bölgesindeki Akmola dağıdır. Bu bozkırlardaki eski kaleler hala popülerdir. Bu bakımdan, Hun İmparatorluğu'nun Sarıarka'da asker kalelerinin yalnız olmadığı açıktır. Bu tür kalelerin evsiz olmadığı da bilinmektedir. Ünlü bilim adamı Alkey Margulan «*Eski şiir efsaneler*» araştırma çalışmasında: Esil, Nura arasındaki büyük - dağlık doksan iki gölü Nogay-Kazakların yıkıcı ekim alanlarıdır. Kızıl mola, Sulu tam, Sırlı tam, Han kemiği onların hatıralarıdır- diye yazmıştı. Kızıl mola adına "mola" kelimesinin Hun Dilindeki kalenin anlamını verdiğini hatırlarsak, imparatorluğun Astana'da iki kalesi olduğunu varsayabiliriz. Eski Hunların ve modern Kazak dilinin dilbilimsel ve diğer ortak özellikleri olan bilim adamı Kairat Gabitulu'nun "*Akmola Hunlardan kalgan atau*" başlıklı makalesinde, "Akmola" adı Hunların tarihi bir isimdir ve bu nedenle modern dilbilim anlayışı ile açıklığa kavuşmaz. "Akmola" kelimesinin iki "ak" ve "mola" kelimesinden geldiği bilinmektedir. "Ak" kelimesi geçmişte de renk kavramı ve "başlangıç" jeopolitik anlamını belirtmiş ve kullanılmıştır. Benzer şekilde, "siyah" kelimesi kuzeyi, "mavi" kelimesi doğuyu, "kırmızı" kelimesi güneyi, "sarı"

merkezi belirtmiş ve bunların hepsi güneşe ibadet etmekle ilgilidir. Çünkü Kazak halkının etnik yapısına ait eski Türk kabileleri, eski Hunlar, Saklar Güneşi tanrı yerine koymuş ve ona ibadet etmişlerdir.

Bu temelde, Gün İşığı Tasarrufu yöntemini kullandılar. Bugünkü Kazakistan açısından bakıldığında, Akmola kuzey başkent olursa, eski Hunların yaşadığı, kanlı, soyundan gelen, mirastan ve konuşmalardan oluşan Akmola bölgesi "batı" olarak bilinir. Hunların doğudan batıya kadar geçişi tarihte «Ulu Göç» adıyla duyurulmuştur. Bu nedenle, Akmola kavramındaki "ak" kelimesi "batı" anlamına gelir. Hun dilinde "mola" kelimesi bulunur. Bizanslı yazar, Prokopi'ye göre, "Mola Hunlarda" yüksek kale, "anlamına gelmekte. Padlov'un "Türk lehçeleri sözlüğünün tercümesi" Türkçe-Rusça, Almanca sözlüğünde (St. Petersburg, 1911 Cilt VI, sayfa 21,26) "mola" kelimesinin ikinci anlamı ortaya çıkmış, o Türkçe' deki "taş" terimi, yani normal değirmen taşı anlamını belirtmiştir. «Akmola» -hunlardan kalan kavram. Onun anlamı– «batıdaki kale, batıdaki hisar». Kuşkusuz, Akmola'nın bugün bulunduğu yer Hunların batıdaki bir merkezidir.

Tarihsel olarak, Akmola-Karaotkel bölgesinin antik anıtları, Akmola kentiyle Bozok (Arık) ile bağlantılıdır. Kemal Akişev şehri keşfetti ve kazdırdı ve "Ak Zhol" adını verdi. Kemal Akişev'in kasaba hakkında söyledikleri: " Eski kasaba Akjol Esil nehrinin sol kıyısında, Astana'ya beş kilometre uzaklıkta, Bozuk Gölü'ne yakın yerleşmiştir. Tarihsel kanıtlara dayanarak, kentin ortaçağ kervan yolu boyunca stratejik olarak önemli olduğu sonucuna varabiliriz.

Bu kervan yolu, Neti boyunca Seleti nehrinin yukarısındaki Omur-Kızılcar-Kokşetau-Borovoye-Karaözen-Shorantiyskoye'ye gitmekte ve antik Bytogay'a dönmektedir. Buradan Sarısu'ya dönmekte ve Suzak-Syganak-Sauran şehirlerini geçmektedir. Yolun durması gereken son nokta, binlerce kilometre uzunluğundaki uzun bir yolun her iki tarafında karavan dökten Türkistan şehridir. Akjol kervansaray merkezi ve alışveriş merkezi olarak inşa edilmiştir ve orta, kuzey ve güney olarak üç ana bölüme ayrılmıştır. Bu bağlamda, Akjol, bozkır vadisinin "dönemin belirli bir aşamasında durmakta olan" daha küçük "sermayesi olduğu" söylenebilir. Bu tür yerlerin Avrasya'da Orta Çağ'da az olmadığı tespit edilmiştir. "Orda" yapımı ve "Orda" kavramı Sünni-Hunny kabilelerine aittir. Onlar Orda gibi inşaat işlerinin MÖ. II. yüzyılda inşa etmeye başlamışlardır. Han Hanedanı tarihçelerinde, bu kelime "Voldo" veya "oto" şeklinde görünür. Türkolog De Gort "oto" eski Türk «orda» kelimesinin eski Çince adı diye fikir beyan etmiştir. O "göç" kavramını anlamlı şekilde ifade eder. 313 yılında Tobe-Wei (Kuzey Çin), ülke kuzey ve alt bölgelere ayrıldı. "Orda" kelimesi amirin sarayı anlamında olarak ve geniş anlamda "bölge" anlamında kullanılmıştır. IV-VIII yüzyıllar Moğolistan'ın Hangang ve Gobi bölgelerine sahip olan Kydan eyaleti Orda-Nyuug, yani Altın Orda denir. Orhon Runik yazıtlarında, "Orda" terimi, 745'te Doğu Türk Kağanlığını tahrip eden Moyın-Şor anıtında bulunur. Moyın-Şorda (ak orda) yapmış ve onun etrafına kaleler yaptırmışlar (Smayıl, 2010:35).

Bu verilere göre, «Orda» kavramı MÖ. II. yy ortaya çıkmış, zamanımızın VII. yüzyılına kadar : göç, amir sarayı, asker kampı, kale, bölge gibi farklı anlamlar vermiştir. Daha sonra devletin Altın Orda, Ak Orda ve Kok Orda olarak tanımlandığı bilinmektedir. Bize göre, Akjol kenti - böyle bir ordaların etrafında inşa edilmiş bir kaledir. Esil -Nura ve Akjol verileri boyunca yapılan arkeolojik kazılar, antik ülkenin zengin askeri-Kişisel deneyimine dayanan ve Büyük Bozkır'da karşılıklı olarak uyumlaştırılmış bir yapı kültürünün bulunduğunu göstermektedir. Akjol sayesinde bunu tekrar kanıtlayabiliriz. Daha sonra yapım süresini belirlemek mümkündür. Bize göre kent X-XII yüzyıllarda inşa edildi. Doğu Türkistan ve Orta Asya'da Oğuz, Kıpçak, Uygur, Karluk, Kangy kabileleri çağıdır. Tüm geçmiş veriler AkJol'da Kıpçak imzasının baskın olduğunu göstermektedir. Altay halkının tarihini ve kültürünü incelemeye hayatını adayan bilim adamı LP. Potapov, şimdiki Arka bozkırında Kıpçakların uzun zaman saltanat kurduklarını kanıtlaya gelmiş ve Moyın-Şor Kağan'ın anıtında: "Türk - Kıpçaklar Türkî ülkesini yönetiyor" diye yazmıştır. Kazak bilim adamı S.M. Akynzhanov, Kıpçakların 9.10. Yüzyıllarda Sariarka'ya yerleştiğini ve bu alana "Düşük Kıpçak", yani iç Kıpçak adı verildiğini söyledi. Bu veriler Ak Jol döneminin bir Kıpçak dönemi olduğu konusunda şüphe uyandırmaz. Öte yandan, kentin yerleşimi ve toponimik isimlerinde Kıpçaklardan gelen işaretleri vardı. VIII-X yüzyıllarda, Akjol kenti yapılan "Bozuk" nehrinin ismi Kıpçakların eski dillerinde rastlanır. Bize göre Sariarka'ya taşınan ülke nereden geldiğini hatırlamaya karar

verdi. Kıpçak halkı Doğu'dan Arka'ya gelmiş. Genel olarak, bu isim nadir bölgelerde bulunabilir. Kıpçakların uzun zaman önce engellendiği Sır Darya'da, "Bozuk" adı verilen iki kamp vardı. Akjol kentini ilk dikkat eden kişi Şanginidir. O 1816'da Esil nehri kıyılarındaki antik kentin yaşanacak yer olduğunu yazdı. Çinli bir bilim adamı olan Ma Yang: *"Eski İpek Yolu, Altay Dağları'nın doğu ve kuzey yamaçlarında, Kazak bozkırlarında dökülüyor ve Rusya'nın güney Avrupa bölgesini Alpler'e kadar uzatıyor, bu uzun yolculuk boyunca, harika yol Akjolda biraz dinleniyordu."* diye yazmıştır.

İpek Yolu Uzmanı Lubo-Lesniçenko, Çinli bilim adamının verilerini geliştirerek zenginleştirdi. Ona göre rotanın ana hattı Tangaysu (Don) - Volga - Orenburg - Güney - Uralsk - Irgiz - Ustyurt - Tobol - Esil - Zaysan'dır. Akjol kasabası bir orda kent şehridir ve Esil Nehri boyunca cetvelin periyodik ikametgâhıdır. Akjol stratejik öneme sahip bir kenttir. Akjol, kutsal bir yer, üç türbenin yapıldığı kutsal bir yer ve eski bir ata mezar toprağıdır. Kazılar sırasında, gümüş maden para ve Çin aynası bulunmuştur, demekki kasabada büyük bir alışveriş merkezi de vardı. Çin - Rusya - Bizans yolu, bu topraklardan geçerken çeşitli kültürleri geçen gölgeli bir medeniyet yeridir. Akjol, Kıpçak ülkesinin oluştuğu ve güçlendiği X-XI yüzyıllarda kurulmuştur. Astana tarihinin bin yıldan fazla uzun bir geçmişe sahip olduğunun kanıtıdır. Üstün bilim adamı, arkeolog, tarihçi Alkei Margulan «Uludağ bölgesindeki taş heykeller» adlı ünlü eserinde Orta Kazakistan'daki taş heykeller, VI-VIII yüzyıllardaki Türk Hanlığı döneminde halkın gelenekleri ile ilişkili, ikinci grup VIII-XII.

yüzyıllardaki Kıpçak kabilelerinin anıtlarını anlatıyor. (Eserler koleksiyonu, 3-4 cilt, sayfa 23-33). Sarıarka topraklarında Kanjıgalı dede Bögenbai yerinde ve geniş kazak toprağının kutsal merkezinde ülkemizin yeni başkentinin oluşması, hem yeni kültürel ve bilimsel hem siyasi ve ekonomik geniş çevrenin, vatanımızı güçlendiren ve güzelleştiren görkemli ve güçlü merkezin oluşması, tabi ki, tüm iyiliklerin ve parlak geleceğimizin görünümüdür. Tarihe göre, 1830 yılı haziran ayında başkentimiz Astana şehri ilk Esil nehri tarafında Karaötkel’de oluşmuştur. Sözlüğe göre, farsça kökünden Kazakça anlamını ararsak, Astana kelimesi, eşik kapı, giriş ve sarayın kapısı anlamını taşımaktadır. Fars dilinde astan (asetan) olarak geçmektedir. Zaman geçtikçe Kazak halkının toplandığı yer, halkın toplanıp sohbet ettiği yer, halk arasında sayılan ve sözü geçen, yani ağaların bir araya geldiği merkez olarak tanınmaktadır.

Altın Orda zamanında valilerin yaşadığı merkeze Farsçadaki saray kelimesi verilmiştir. Bu dönemdeki Saray-Batıy, Saray- Berke şehirleri, Edil (Volga) sahilindeki bu adları taşıyan hanların yönettiği başkentlerimizdir. Yani Batıy ve Berke ülkelerinin merkezi olduğu tarihte vardır. Jayık (Ural) sahilindeki Sarayşık (yani, küçük Saray) Kırım’daki Bahçesaray, Balkandaki saray (Avrupalılar Saraevo diyor), bunların tümü “harika bir mekândır” denilen farsça sözüdür. Cengiz İmparatorluğunun yönettiği dönemde, merkez anlamı zaman geçtikçe Moğol ve Türk halklarının askeri ve idari alan anlamı kazakça “orda” kavramıyla değişmiştir. Yani buna, Bökey krallığının başkenti olan, günümüzde ismini hala değiştirmeyen Orda şehri şahittir. Farsçada,

mekân, yer, halk kavramı “stan” kelimesi de günümüzdeki Kazakistan alanı bu anlamı taşımaktadır. Türk halklarının hem başkenti hem merkezi Türkistan (Türkistan) isminin verilmesi, bir tarafımızın Moğolistan olmasıdır. Bu dönemdeki bilimsel ve tarihi edebiyatta, Türk halklarının yaşadığı ülkede “stan” kavramının kullanılışı neticesinde kazak dilinde “Astana” kelimesi oluşmuştur diye tahmin vardır. Çeviriler biraz farklı olabilir, ama “stan” ve “Astana” (astan) kökünün aynı anlamı taşıdığı belirtilmektedir. Örneğin, İran İslam Cumhuriyeti, idari olarak Ostana ayrılmaktadır. Yani, Sistan, Belujistan, Lorestan, Huzestan. Yönetim merkezini bildiren eski kavramları kazak halkının kullanışı ya da eş anlamlı kelime olarak kullanışı tarihin mirasıdır.

1925 yılı nisan ayında Kazakistan’ın merkezini Orınbor’dan (Orenburg) Akmeşit’e taşıma hakkında karar alınmıştır. Orınbor (Orenburg) altı senedir Kazrevkom’ın, sonra da Kazak ASSR (Komi Özerk Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti) hükümet organları yerleştiği şehir olsa bile, ülkenin başkenti olarak resmi olarak adlandırılmıştır. Bu dönemdeki belgelerde, basında ve edebiyatta Astana (başkent) kavramını göremiyoruz. Akmeşit’i ise Kazak halkının gerçek merkezi olarak karar alındığında, Sovyet Cumhuriyeti başkentinin isminde “meşit” (cami) kelimesinin bulunması dönemin ideoloji anlamına uygun değildi. Yani merkez (ortalık) kavramındaki “Orda” kelimesi bu dönemde uygulanmıştır. Devrim sembolü kızıl (kırmızı) kelimesiyle değiştirilerek “Kızılorda” isimli şehir ortaya çıkmıştır. Ama bir sıkıntı vardı: halkların çoğu “Kazakistan’ın ordasın

(merkezi) “Kızılorda” diye anlayabilirlerdi. “Merkez” kavramına yakın, yani eş anlamlı kelime ortaya çıkmıştır. Kazakistan’ın hırslı ve emeği olan vatandaşları, iyi hatırlaması için şiirlerde eski Astana (başkent) kelimesini seçmiştir.

1929 yılı başkenti Almatı şehrine taşıdığına İlyas Jansügirov “Yeni Astana” adlı makale yazmıştır. “Almatı şehrine Kazakistan merkezi taşınmaktadır. Almatı şehri, başkent olarak kabul edilmektedir. Kazakistan merkezi, ordasına kavuşmaktadır. Kazakistan’ın merkezi, hükümet kuruluşu, organizasyonlar yeni ocağına taşınmaktadır” diye çok sevinmiştir. Kazakistan’ın merkezi, Kazakistan ordasının denilen kavramları İlyas Jansügirov başkent (Astana) kelimesiyle birlikte kullanmaktadır. Önceki dönemde kullanılan saray, orda ve Astana kelimesinin kamu ve siyasi hayatına, tarihi dönemine bağlı anlamına ve tecrübeye göre, Astana (başkent), şehrin adı olarak değiştirilip, bu kavramın yerine başka kelime getirilmiştir. Bin yıllarca kullanılan, bazı zamanlar bu anlamı taşıyan orda kelimesinin elorda (halk ordasının) olarak tekrar yer alması, şehrin adı Astana olmasındandır.

3.5. Tarihi Coğrafi Araştırmalar

Bu bölümde Astana’nın coğrafi araştırma tarihine genel bir bakış sunmaktadır. Astana’nın antik oluşum sürecinden, günümüze kadar yapılmış tarihi coğrafi araştırmalara önem belirlenir.

3.5.1 Coğrafi Araştırmalar

Eski Akmola-Karaotkel hakkındaki tarihi coğrafi veriler, Fransa Kralı IX. Ludvik'nin talimatı üzerine 1253-1255'te Flamand gezgin Rubruk Villiem'in el yazmalarıyla dayanmaktadır. Gezginin kraldan aldığı talimata göre - bu ülkeye savaşmaya gelecek olan stratejik anlama sahip bölgeleri belirlemek, güçlü savaşçıları olan *argin*, *nayman*, *Kıpçak*, *kereylere* Hıristiyan dinini propaganda yapmak amacıyla Haçlı Seferleri ya da Haçlı Akınlarına birlikte çıkmışlardır. Bu amaçla araştırma yapan gezgin Akmola bölgesi Ertis, Esil, Nura, Kengir, Korgaljin, Balkaş gibi nehirler ve göllerinin bölgenin bozkır nüfusu için önemli olduğunu yazmıştır. Benzer veriler İspanya Kralı'na 1271-1295 yıllarında Kazakistan topraklarından Çin'e geçen Marco Polo tarafından da verilmiştir. Bu gezginlerin verileri önce İtalya'ya. Sonra Avrupa'ya yayılmış. 1375 yılında Katalonya haritasında Deşti Kıpçak bölgesi hakkında topraklar, sular yeni isimlerle yenilenmiştir. 1459'da Fransa'da Fra Maura adı altında kamuoyuna tanıtılmıştır. Son verilerle 1742'de Fransa'da tekrar kamuoyuna tanıtılmıştır. Karaotkel-Astana, stratejik coğrafi konumu ve kültürüyle ünlüydü. Astana bölgesi hakkında ayrıntılı araştırma XV. Yüzyılda başladı. Rusya'nın her aşamada düzenlenen keşif ve araştırmalarının sonucunda bölge Rus topraklarının odak noktası halini aldı. Rus gezginleri Volga, Ural ve Hazar Denizi hakkında bilgi topladı. Tarihten bildiğimiz kadarıyla Mikhail Fedorovich'in Ural bölgesini kazaklara gıyaben dağıtmıştır.

Rus araştırmacıları arasında Kazakların toprakları hakkında anlamlı bilgi veren, kazak topraklarına gelen, ilk gezgin- Flamand seyahatçisi V.Rubruk'un haritalarını ve kayıtlarını kullanmıştır. Rus hükümeti, Kazak topraklarını Asya'ya giden yolun dokuz bölümündeki ilk adım olarak görür.

XVI. yüzyılda Rusya'da yayına çıkan "Knigak çerteju" (Çizim kitabı), 1701 yılında Rus gezgini Remezov tarafından yayına çıkan "Sibirya çizim kitabı" eserlerinde kazakların topraklarını, Arka'nın doğası, doğa anıtları hakkında bilgi verdikleri zaman Rubruk'un bilgilerinden faydalanmışlardır. Eser Kazakistan'ın tüm ana nehirlerini ve bunların en büyük endüstrilerini, göllerini, bazı bitki türlerini, karavan yollarını, kentlerin ünlü camilerini, yıkılan eski şehirleri ve yerleşik halkların adlarını barındırmaktadır. Haritada Kazak toprağına ait 200 yer ve su adları bulunmaktadır.

Bu araştırmalar, Akmola-Karaotkel bölgesindeki nehir göllerinin doğal özelliklerini ve arkeolojik anıtlarını tarif etmede bizim için çok değerlidir. Rusların doğu ülkelerine yönelik İstekleri özellikle Peter döneminde çözüldü. XVIII yüzyılın 30. yıllarından XIX yüzyılın 60. yıllarına kadar uzanan Kazakistan'ın Rusya'ya katılma dönemi, coğrafi tarihinde eşsiz bir dönemdir. Bu çağda, daha önce kullanılan isimler hakkında basit veri toplama doğal olaylara geri döner. Araştırmacılar çoğunlukla araştırmaya katılıyorlar. Coğrafi olarak, araştırma üç ana amaçta yürütölmektedir. Onlar her şeyden önce askeri İstihbarat; ikincisi, kale inşa edildikten sonra ülkeye girmek ve

ülkede Rus hükümetini kurmak; üçüncüsü, işgal altındaki toprakların ekonomisidir ve bu, Rusya'nın Kazakistan'ı fethetmesinin üç aşaması ve sürecidir. Bekoviç-Çerkassy ve Bukholts'un askeri istihbarat seferleri bu amaca yöneliktir. 1737 yılında Kirilov tarafından Orenburg bölgesi haritası geliştirilmiştir.

1736'da St. Petersburg'da Rus bilim adamı, coğrafyacı Ryçkov'un Astana bölgesi ile ilgili araştırması yayınlanmıştır. Araştırma Nura'daki Botagai (Bitegai) şehri hakkında detaylı bilgi vermektedir.

1771 yılında Orsk'tan Uludağ'a kadar araştırmalar yapan Başlıca General Traubenberg ile birlikte, Ryçkov'un oğlu Ryçkov yola çıkmış, 1772 yılında, Rusya Bilimler Akademisi, Aktau - Karaotkel bölgesinin bakır rezervi olduğu ve gelişimin fark edilmediğine özellikle dikkat ederek yol işaretleri yayınlamıştır. Bu bilgiler sayesinde, Rusya'nın Esil-Nura bölgesine ilgi artmış ve bölgenin fethi devlet politikasına dönüşmüştür.

Ryçkov'un araştırmasına göre, bölgede aşağıdaki bilgileri veren Aleksander I. için bir belge hazırlandı ve bu belgeleri getirdi. Doğanın kendisi, Rus silahlı güçlerinin Kırgız bozkırlarına gelmesini istiyor gibi görünüyor. Özellikle altın, gümüş ve diğer kıymetli metallerin en etkili yerlerde, özellikle Nura'da keşiflerle bulunabileceği bir bölgelere. Nura, Esil ve Karatoygai nehirlerinden Esil ile Rusya'ya altınları, gümüşlerini, bakırlarını ve bronz metallerini kolayca eritip uygun olduğunda teslim edebiliriz "dedi. Kazak toprakları hakkında XVIII yüzyılın orta çağına kadar toplanan bilimsel veriler 1762

yılında Ryçkov'un Orynbor vilayeti topografyasında verilmiştir. Ryçkov'un çalışması, coğrafi veri toplamasını rastgele gezginler tarafından tamamlanan Kazakistan'ın doğal tarihi tarihinde özel bilimsel coğrafi araştırmalar döneminin başlangıcının kanıtı haline geldi. Rus hükümeti, ekonominin işgal ettiği arazilerin kurulması ve ele geçirilmesi amacıyla özel bilimsel keşif organizasyonunu üstlendi.

3.6. Astana Şehrinin Tarihi

3.6.1 Şehrın Tarihi

1752 yılında General Kinder tarafından inşa edilen Petropavlsk kalesi askeri ağlar sayesinde Omby ve Orynborun yapılmasına neden oldu. Tüm bunlar, Akmola - Karaotkel'e daha hızlı erişimin kısa yoluydu. XVIII yüzyılın sonu ve XIX yüzyıl başında birçok elçilik ve askeri seferler Kazakistan'ın doğasını incelemeye hala önemli bir yere sahipti. Ancak Rus sömürgecileri ne kadar etkili olursa olsun, Esil-Nura bölgesi 1830'a kadar alınamadı. Mayıs 1830'da Petropavlovsk kalesinin komutanı Kaymakam Fedor Shubin ekibi ile 200 Kazak'la oluşan Akmolinsky bölgesine geldi. Amacı, yeni bölgenin açılması için idari ve ekonomik eğitim sağlamak ve yerel bölgenin "göz alıcı" haritasını oluşturmaktı. Belirlenen yerde, Shubin, ekibini Akmola'ya değil Karamokel'de dinlendirdi. Önceden ayarlanmış Kazak şehirlerinden gelen delegeler buraya geldi ve bu seçimi 18 Haziran'da yazılı olarak onayladı. Böylece, 18 Haziran 1830 - Akmola'nın doğum günüdür. 1832 yılın başında Batı Sibiry'a'nın valisi Velyaminov nahiye sultanı Konyrkulja Kudaymendioğluna kral Nikolay

«Heybetlim size iletmemi emretti: *Dileklerinize katılarak, bu sene yazın sizin yerleştiğiniz Karpykov ve Kuandykov vilayetinde Akmola adını alan eyalet açılmasını sağlayın*» sözlerini ilettiler. Akmola bölgesinin resmi açılışı, 22 Ağustos 1832'de oldu, ona çok sayıda halk nüfusu katıldı ve Kazak ve Rus dillerinde bu yazılmış belgelerle onaylandı. Baş sultan olarak Sameke Han'ın torunu Konyrkulja Kudaymendiöğlü seçildi. Şehir bugün Kazak Devlet Hukuku Üniversitesi bölgesinde inşa edilen kışladan başlıyor. Gelecek şehir yerine, önce, taş ve samandan kışlalar yapılmıştır. Burada kazak polis memurları ve güvenlik görevlileri durdu ve Karaotkel'den geçen karavan tüccarları burada dinleniyordu. Tam burada Baş sultan Konyrkulja Kudaymendiöğlü 1832 yılında hanlık miras hüküm Rus garnizonlarının desteğiyle eyalet sistemine değiştirildi.

Ancak, kraliyet hükümeti kararıyla ortaya çıkan yeni düzen, bazı han mirasçılarının ve büyük feodal lordların dikkatini çekti. Kırık geleneği canlandırmaya çalıştılar. Özellikle buna karşı, Orta cüz (Kazak kabile dernekleri grubu) Han Ablay'ın kabilesinden gelen sultan Kenesary Kasımoğlu'ydu. Kenesary kurtuluş hareketine başladı ve Mayıs 1838'de Kazak kalesi Akmola'ya saldırı başlattı. 26 Mayıs 1838'de Kenesary Kasymov başkanlığındaki Karaotkel'de birden Akmola'nın emrini almaya çalıştı. Kral hükümetinin savunucusu Shubin yerine kalan, Çirikov ile savaştı. Savaş altı gün sürdü. Yedinci günde, kazanamayan Kenesary geri çekilmek zorunda kaldı. Savaşın sonucunda Slobodka yandı. Slobodka, hiç kimseye ait olmayan, beş veya altı ahşap evden oluşan sivil bir topraktı. Kenesary İsyanının

sonucu aşaşıdaki verilerde belirlenmiştir. Öncelikle, 30 Aralık 1841'de hükümet, iki yıl boyunca Kazakları Akmola'ya verilen zararın kaybı nedeniyle serbest bıraktı ve 20 Nisan 1843'te, bu ayrıcalığın bir yıl daha uzatılmasını sağladı. Hasar miktarı şokan Valihanovun arkadaşı Kazakistan'ı inceleyen «Orta Asya uygarlıklarının yönetimi ile ilgili kanunlarla çalışılması» işleri ile ilgilenen Devlet Komisyonu Üyesi, Kurmay Başkanı Albay A.K. Geyns'in 19 ağustos 1865 yılında «Günümüzdeki Atbasar eyaletinde bütün alanı sarsan Kenesary İsyanı, bu basamağın bir kısmını nüfussuz bıraktı» diyen yazan kâğıdı ifade ediyor. Akmola'nın kuzey kısmında Kazak kalesinin kurulması, idari ve komuta amacıyla yapıldı. Akmola, Rusya ile Orta Asya'yı birbirine bağlayan karavan ticaretinde büyük bir geçiş merkezi haline geldi.

Gelecekteki Astana, kışlaların ve taş barakalardan yapılmış ahşap evlerin bulunduğu küçük bir bozkırdı. Kalenin yapısında hiçbir plan yoktu, kendiliğinden inşa edilmiş ve kışla ve evlerin etrafına dağılmıştır. Verilere göre, 1836'da Akmolinsky dış bölgesinde, nüfusu 130 bin kişi olan 3,5 binden fazla köyden oluşan 15 sokak yöneticileri vardı. Ayrıca ilçede bir köy (Karaotkel) 9 ahşap ev, lazaret, yel değirmeni ve islik vardı. Toplam Kazak sayısı yaklaşık 500 kişi idi. Batı Sibiryaya Genel valisi, Akmola'ya gelen Orta Asya tüccarları için uygun koşullar yarattı. 1838'de ilk cami Karaotkel'de inşa edildi. Bu cami, dini adamlar ve başka Kazaklar için kültürel bir merkez haline geldi. Camide Kazak Okulu açıldı. Çocukların Kur'an-ı Kerim'i okumayı, yazmayı, saymayı ve okumayı öğrendiği molla dersleri

verdi. 1838 Cami, eşsiz bir mimarlık anıtı olarak, o zamanın pitoresk yerlerine atıfta bulunmak için iyi bir nedene sahiptir. Bu cami, Imanov caddesinde yer almaktadır. Ne yazık ki, cami 1920’de yandı. Daha sonra, inananlar tarafından yapılan bağışlar sayesinde yeni bir cami yapıldı, bu kez Kyzyltas tuğlasından yapıldı. 1930’da Sovyet hükümetinin mücadelesi sırasında yeni cami kapatıldı ve bina tarihi bölgesel çalışmalar müzesine devredildi. Ancak, kulenin, kubbe ve taş kirişlerin sağlam görünümü değişmeden kalmıştır. Daha sonra, bu ev yıkıldı ve bir konut inşa edildi. Eski Tserkov Caddesi’nde, şimdiki Abai bölgesi ve Cumhuriyet Caddesi’nin köşesinde daha bir tatar camisi vardı, onun adı Akmola’daki en zengin tüccarlardan biri olan, caminin inşasını destekleyen Tatar Zabiroy onuruna verilmiştir. Onun rengi yeşildi. Cami kapatılıp yeniden inşa edildiğinde, Yerel Öncülerin Evi merkez meydanına yerleştirildi ve cami yıkıldı ve başka bir konut değiştirildi.

Kentin tarihi ve mimari sanatı: Ortodoks Konstantin-Elena Kilisesi, Cumhuriyet Caddesi üzerindeki “Yeşil” mağazanın arkasında yer alır. Kuzey ve Merkez Kazakistan’ın güçlenmesine bağlı olarak, Akmola Kazak Kalesi, stratejik askeri önemini yitirdi ve zamanla sivil ve ticari merkezi haline geldi. 1845 yılında kura çekme boyunca «Gorkaya liniyadan (Acı hat)» taşınan 100 kazak ailesi Karaotkel’de Akmola Kazak İstasyonunu yarattı. Yavaş yavaş, tüccarlar gelmeye başladı. XXI. Yüzyılın 40’lı yıllarında, güney Rusya’daki Volga’dan Rus tüccarlar burada işlerini açtı. Dönüşüm Konseyi 1851’de açıldı. Bir sene sonra her sene düzenlenen iki fuar- bahar Konstantinovki ve

ilkbahar Dmitrievsk'de yapıldı, daha sonra buradaki tüccar bir buçuk milyon ruble kazanç getiren ürünler Moskova, Bişkek, St. Petersburg, Novgort, Tsaritsyn, Irbit, Taşkent, Buhara vb. bölgelerden getirilmeye başladı. 1860 yılında postane Akmola kalesinin yakınında açıldı. Kaledeki Poştamat sokağındaki (şimdi Irçenko Sokağı) tek katlı ahşap bir evde bulunuyordu. 1878 yılında Petropavlovsk-Kokşetau-Atbasar-Akmola telgraf ofisi açıldı ve daha sonra Stançnik ve Büyük Pazar caddelerinin köşesindeki (şimdi Kenesary caddesi) iki katlı bir binaya taşındı. Daha sonra ofis, postane olarak yeniden adlandırıldı ve Orta ve Novaya caddelerinin (şimdi Auezov ve Omarov caddeleri) köşesindeki binaya ve 1941'de Lenin adını taşıyan caddeye taşındı.

Şehrin yoğun bir şekilde büyümesi 1890-1891'de gözlemlendi. Bu yıllarda kent idaresinin kuruluşu, taştan yapılmış yangın söndürücü Alexander - Neves tüccarlar arazi Katedrali, mağazalar, depolar yapıldı. 1890'da şehir yönetimi tarafından Rus bankalarının birinden borç aldı ve merkez meydandaki konuklar için «Konak Alan (oturma odası)» metrekaresine bir blok olmak üzere iki ceset taş mağazası kuruldu. Koridorun içindeki giriş kapıları üzerindeki kiremitler ve demir kapılar sabitlenmiş, yazılar büyük Rusça ve Arapça harflerle yazılmıştır. Mağazaların karşısına mağazaya gelen müşteriler at ve develerini bırakmak için kazık atmışlardır. Konak Alandaki kesit alanları ve dükkânlar yerli ve yabancı tüccarlar tarafından kiralanmaktadır. Sovyet döneminde bu alışveriş merkezine Yeşil Hat adı verildi çünkü dükkânlar yeşil yağlı boyayla boyandı. Büyük Vatanseverlik Savaşı'nda dökme demir ve kütükler, atları bağlayan

kazıklar kayboldu. Şu anda o sokağın yerinde «Sine Tempore» alış veriş merkezi yapılmıştır. O tıpkı yangın söndürme İstasyonu Aleksander - Nevis katedrali gibi kentin her tarafından göze çarpmaktadır. Alt kısımda, atlar takımının bir yedek parçası, el pompaları, merdivenler ve diğer yangın söndürme ekipmanlarından oluşan kırmızı tuğlalı geniş bir oda vardı. 26 Eylül 1862'de İmparator I. Aleksander tarafından eski Kazak Akmolinsk kalesinin şehir durumunu iki nehir yasasıyla onaylandı. Ancak, tüzük resmen bir ay sonra 16 Temmuz 1863'te ilan edildi. O zamandan beri, Akmola bir dalga şehri olarak adlandırıldı. 1912 verilerine göre, Akmola itfaiye binası 24 kişi, kendi başına 36 at, 15 varil arabası ve 5 el pompasından oluşmaktadır.

Tabii ki, bu takımların birçoğu ahşap şehri yangından koruma gücüne sahip değildi. Akmola için ateş korkunçtu. Bazen yangın şehir bloklarını yaktı ve 1910 ve 1916'da şehir, topraklarının üçte birini kaybetti. O zaman, Akmola dört ana bölüme ayrıldı. Kale, Slobodka, Stantsa ve Kala Butan, Batı, Doğu, Kuzey olmak üzere üç tarafı vardı. Aynı zamanda Akmolinsk'te çoğunlukla yel değirmenleri tutan küçük burjuvalar vardı. O kadar çok değirmenler var ki, 1903 yılında Akmola'ya gelen P. Golovaçev «Asya Rusya» Moskova Coğrafya Koleksiyonu'ndaki yazısında şöyle diyor: «Şehir yüzlerce yel değirmenleri ile çevirili, onlar masaldaki iyi kalpli kahramanlar uzun kollarıyla bozkırdaki şeytanları şehirden gönderiyor gibi». Değirmenler yay gibidir ve günümüzde Bogenbai ve Valikhanov caddelerin yakınında bulunurlar. Bununla birlikte, şehirde su ve mekanik değirmenler de vardı,

onlar Esil nehrinin sağ tarafında yerleşmişti. Mesela, Matseviç değirmeni Avdeev sokağında (şimdi Ualihanov sokağı) yer almış, Efremov değirmeni Volniçnyı sokağında (şimdi Puşkin ve Dostyk sokaklarının köşesinde), Şestakov değirmeni –Uçilise sokağında (Otyrar sokağı ev 41, şimdi orda «Astana Energo Servis» JSC ofisi yer almış).

Golovoçev bununla birlikte, bunları da söylüyor: «Akmola'da yerel zengin tüccarlara da ait küçük burjuvalı taş evler de var. Güzel görünüm yerlerde Kilise, Duma ve Konak Alanı ile birlikte hapisane de bulunur, onun çapı 20 metre, yüksekliği 3 metredir ve etrafında ağaç büyür Kalenin kapılarında tek bir koruma var. Akmola sokaklarında İşık yoktu. Hırsızları büyük dükkânlardan korumak için sadece birkaç sokak lambası yapıldı. Evrende, geniş ve uzun sokaklar süpürülmez ve şehirdeki rüzgâr sık görülür ve rüzgâr onları temizler. Ekmek pazarında binlerce «kımızhanalar (kumys)» vardı. Bunlar küçük tahta büfeler, kapılarındaki yazılar Rusça yazılmıştır: "kumyzami", "kumuznoy" vb. Ekmek pazarının civarında Özbek restoranları var, orada mantı, pilav ve kumuş satılıyor. Kapının panosunda – içine mantı koyulan kap ve onun karşısına koyulan çatal (yerel Kırgız ressamın eseri) konuksever bir restoranın kapısını gösteriyor».

1913 raporuna göre, Akmola domuz yağı, dikim tesisi, 9 tuğla ve 2 koyun yetiştiricisi 21 atölye, 70 rüzgâr değirmeni var ve toplam 208 eleman çalışmaktadır. Devrimden önce, 3 tane daha mekanik değirmen, mekanik atölyesi, birkaç el sanatı merkezi vardı. Akmola'da devrime kadar iki küçük özel baskı şirketi vardı: fotoğrafçılık, eski uçilise sokağındaki (şimdiki Otyrar sokağı) Şahov'un tipografi, işık baskısı ve Staraya sokağında Palkin'in matbaasıdır.

3.6.2 Sovyet Dönemi Tarihi

1921'den beri V.P.Palkin'in yayınevinde Akmoladaki ilk müzik okulu, bölgesel halk sağlığı bölgesi, bölgesel çocuklar ve gençlik sporları okulu yerleşmiştir.

Şahov'un özel baskı ofisi, uçilise sokağındaki (şimdi Otyrar sokağındaki Esil Oteli'nin güney kanadının karşısında) tek katlı bir ahşap evde bulunuyordu. 1910-1915 yıllarında Şarov kendi iradesiyle bütün tarihi anıtların fotoğrafını yapmış ve kendi basımevinde çoğaltmış, sonra onları Akmolaya postası ile satmıştır. Akmolanın tarihi eserlerine sahip kartpostallar ülke genelinde ve ötesinde dağılmıştır. Bazıları BDT şehirlerinden gelen koleksiyonerlerde bulunabilir. Şahov'un siyah-beyaz kartpostalları arasında Akmoladaki ilk cami, ilk Ortodoks Kilisesi, Kızlar ve Maria Okulu, posta ve telgraf ofisi, Sibirya Ticaret Bankası'nın Akmolaya şubesi, şehir idaresinin itfaiye, Esil sahili ve diğerleri yer almakta, yanı sıra nesnelere bulunmaktadır.

Akmoladaki ilk görüntü yönetmeni ya da eski dilde sinemotograf hakkında bir öykü vardır. İlk "Metor" özel tiyatrosu 1911 yılında Akmolada Sekrotsov ve Yegorov tarafından açıldı. Sinema, Duma ve Tiyatro sokaklarının yakınındaki ahşap bir evde bulunur. Bugünün Kenesary caddesinin yarısı Slobotka'nın batı köşesinden Orta Meydan'a "Tiyatro" veya " sahne" denir. Filmler sessiz, siyah beyazdı ve çoğu yabancıydı. Gösteri sırasında ekrana yakın olan bir piyanist veya akordeoncu saz çalıyor, böylece gösteriye renk katıyordu. 1911'de çıkan bir yangından sonra sinema yakıldı ve ardından

kardeşler D. V ve P.V. Egorovlar yeni sinema yaptı, bu sinemaya "Progress (İlerleme)" adını verdiler. 1913 deri tesisinin sahibi Fukolov ve bayrakçı Açkas bu sinema salonunu satın aldı. «Progres» aradan sonra 1919 yıla kadar çalışıyor, daha sonra kapanıyor ve makineler parçalanarak alınıyor. 1923-1924'te, makine Halk evi'nde yeniden inşa edildi ve 1925 sonbaharından sonra aynı binaya dönüştürüldü ve adı "Proletarya" idi.

Ağustos 1934'e kadar kesintisiz yerli ve yabancı sessiz filmler gösteriliyordu. 1934'te Proleter sinemasını Aleksander Nevis Kilisesi'ne taşıdı, eski binayı yıkıp, yerine 1. matematiksel ve ekonomik lisesin inşa etti. 1935'te "Proleteria" sineması "Zarya" adını aldı ve Puşkin sokağındaki eski yarı demiryolu kulübüne transfer oldu, sonra Genel Plan'a göre yıkıldı. Akmola'daki tiyatro dünyası, Gorki Rus Drama Tiyatrosu'nun açılmasıyla başlar ve genellikle şehir sakinlerinin sahne sanatı hakkında hiçbir fikri olmadığı söylenir. Gerçekten de, yerel aydınlar öncelikle hayır kurumlarına yönelik amatör performanslar ortaya koydu. Küçük halk tiyatrosu bile yaratıldı ve nadiren başka şehirlerin tiyatro grupları yeteneklerini Akmola'da gösterdi. İç savaş mevcut geleneği ihlal ediyor. Bununla birlikte, 1919'da Devrimci Komite, Ulusal Nüfus Eğitimi Tiyatrosu'nda düzenli bir drama topluluğu organize etmek için bir görev gücü oluşturdu. 1920'lerde, halk kütüphanesi, şehir kütüphanesinin, tarihi-bölgesel müzenin, tiyatro, konser ve konferans gruplarının çalıştığı bir yer kuruldu. Zamanla, sabit drama tiyatrosu kuruldu. Tiyatro, Mart 1930'da yandı, ancak gelecek yıl yeniden inşa

edildi ve 1982'ye (sonraki yangına kadar) devam etti ve 1983'te tiyatro yeniden inşa edildi.

1943 baharında, devrimden önce inşa edilmiş iki katlı, kırmızı tuğlalarda bulunan Rus-Kazak bölgesel müziksel drama tiyatrosu kuruldu. 1940 yılında Akmola yanındaki Esil nehrinin sağ sahilinde kil eğimi vardı, nehrin ortasında kuşburnu ve çalılık yetişen kumlu ada görünüyordu, nehirden yüzerek, ya da hızlı geçilebilirdi. Yaz kurak olursa, Esil kurur ve nehir susuz kalırdı. Her bahar yolcular için köprünün yanına geçici köprü yapılıyordu. 1920'lerde, arabalar için bir köprü inşa etmeye çalıştı, ancak işe yaramadı. Sadece 1963 yılında, yaya köprüsü inşa edildi ve 2003 yılında yenilendi. 1917 baharında, Rus İmparatorluğunu çökerten bir burjuva devrimi yaşandı. İmparator Nikolay 2. tahtını kaybettikten sonra, devlet temsilcisi Petrov geldi, Doktor Blagoveşçenskiy başkanlığında ilçe icra kurulu seçildi. "Akmola İcra Kurulu Bülteni" gazetesi yayınlandı.

Ekim 1917'de Ekim Devrimi, burjuvaziyi tarihsel alandan sildi. Bolşevikler Konseyi iktidara geldi. 27 Aralık 1917'de, ilçe kongresini davet etmeye ve ilçe Sovyet'inin oluşturulmasına hazırlanmak üzere aktif olarak başlayan Akmola İl Milletvekilleri Konseyi kuruldu. Belediye Meclisleri, vatandaşlarını toplantı yapmak ve bölge kongrelerine delege seçmek için tüm vatandaşlarına temsilcilerini gönderdi. Kongre 28 Şubat 1918'de Akmola'da gerçekleşti. Delegeler, Sovyet hükümetinin kurulmasını hızlandırmayı ve Akmola ilçe meclis üyelerini seçmeyi önerdiler. Bölge Milletvekilleri Konseyi, bazı

zorlukların üstesinden gelmek zorunda kaldı. Ülke ekonomisi geriliyordu, insanlar okuma yazma bilmiyorlardı ve liderler siyasi ve ticari ilişkiler konusundaki deneyim ve bilgiden mahrumdu.

Ancak, bu zorluklara rağmen, Milletvekilleri Konseyi bölge merkeziyle (Omsk) posta ve telgraf iletişimi kurdu, nüfusa mümkün olduğunca yiyecek sağladı ve ilk Sovyet okullarını, hastanelerini, kültür ve eğitim kurumlarını açtı ve Kızıl Ordu'yu yarattı. Milletvekilleri Konseyi'nin bulunduğu Uçilişe sokağında Moise Ev'in iki katlı taş evi, daha sonra Bolşevik Parti bölge komitesi, Akmola bölge işçi milletvekilleri konseyi ve bölgesel kültür bölüm eğitim komitesi bulundu. Milletvekilleri Konseyi, bölgedeki tüm yabancı ve Rus şirketlerine ait devlet üretim tesislerini (Spask bakır eritici, Öskemen madeni, Karagandı'nın kömür madenleri, vb.), Tüccarları ve Sibirya Bankası'nın Akmola şubesindeki büyük alıcı ve girişimcilerini devlete geri verdi. Bütün bunlar Sovyet hükümetinin ihtiyaçlarına harcandı. 1934 yılında Sergey Kirov Akmola'ya geldi ve yerel yetkililere çok miktarda tahıl toplamada yardımcı oldu. 14 Ekim 1939'da Akmola, Karaganda bölgesinin bölgesel merkezi oldu. Akmola bölgesi, Kuzey Kazakistan ve Aral Denizi bölgesinden 17 ilçeye sahiptir. Kısa süre sonra, bölgesel gazete "Stalin Tuı" ve "Akmolinskaya Pravda" ortaya çıktı. Gazeteler asıl olarak Kazakistan Yönetim Kurulu Organizasyon Bürosu, Organizasyon Komitesi ve Akmola bölgesindeki Kazak SSR Yüksek Sovyet'i Başkanlığı ve daha sonra Kazakistan Komünist Partisi ve Bölgesel İşçilerin Konseyi Akmola bölgesi ve Şehir Komiteleri organları tarafından yayınlandı.

Gazete editörlük ekibi aslında özel şirketlerde bulunuyordu, Büyük Vatanseverlik Savaşı sırasında hepsi aynı binada bulunmuştur. Haziran 1941’de Büyük Vatanseverlik Savaşı başladı. Savaş yıllarında birçok endüstriyel tesisleri Akmola’ya taşındı. Mesela 1941 sonbaharında, Melitopol’daki pompa tesisi Akmola’ya, geçirildi. Kasım 1941’den itibaren, fabrika ilk askeri teçhizat grubunu cepheye gönderdi. 1945’te vakum pompası üretimi için bir tesise dönüştürülmüştür. 1942’de Kazak tarım makineleri fabrikasının inşaatına başlandı. Taganrog’un boş bisküvi fabrikası, tarım aracı filosu ve eski bira fabrikasının küçük birlikleri fabrikayı kurmak için Akmola’ya taşındı. Temmuz 1943’te, Kazak tarım makineleri fabrikası ilk tarım ürünlerini üretti.

İkinci Dünya Savaşı sonraki yıllarda Kazakistan bölgesindeki fiziksel ve coğrafi bölge problemler özel olarak incelenmektedir. İmar durumundaki yeni dönem, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği Bilimler Akademisinin üretim güçleri araştırma hakkındaki Sovyet’in tüm Sovyet Birliğini doğal ve tarihi bölgelere ayrılması ile başlandı (1947). Bu şemada imarın en büyük birimi olarak ilk defa fiziksel ve coğrafi alan seçilmektedir. Buna uygun Kazakistan bölgesi dört bozkırlı ve iki dağlı alan olarak bilinmektedir. Bu şemada Berg’in arazi alanları ve morfolojik bölgeleri ayırma fikirleri ortaya çıkarak geliştirilmektedir. Kazakistan bölgesini fiziksel ve coğrafi imar sorunları ile Ribin (1948); Sobolev (1950); Çupahin (1968, 1982); Fedoroviç (1969); Gvozdetskiy ve Nikolayev (1971) çalışmaktadır.

1950 yıllardan başlayarak özellikle mikro İklim araştırmalara dikkat edilmektedir.

Bunun gibi araştırmalar, orman alanları planlama ile ilgili Hazar denizi ovasında, ham ve nadas topraklar gelişim döneminde Kuzey Kazakistan ve Saryarka'da çok sayıda çalışma yapılmaktadır.

1954-1955 yılları ham ve bakır toprakları gelişimi ile ilgili Kazakistan'ın kuzeyinde Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği Bilimler Akademisinin yanında üretim güçleri araştırma hakkındaki Sovyet'in (Üretici Güçler Konseyi) araştırma ekibi çalışmıştır. Araştırmacılar Doskaç, Guşev, Fedoroviç çalışmalarından toplanan bilgi kapsamında Kuzey Kazakistan'ın jeomorfolojik haritasını yaptı ve jeomorfolojik açıklamasını verilmiştir. Ünlü bilim adamı Fedoroviç'in danışmanlığıyla yürütölen fiziksel ve coğrafi araştırmalar ilk kez Kazakistan'ın en büyük alanları, Akmola bölgesinin kuzeyi, Kostanay, Kuzey Kazakistan ve Pavlodar bölgelerini kapsamaktadır. Bu araştırılan alanlar doğal bölgelere ayrılarak 1:1.500.000 ölçekli bölge haritası yapılmıştır. Haritaya ek olarak "Kuzey Kazakistan'ın doğal bölgeleştirme" (1960) adlı monografi yayınlanmıştır.

1958 yıldan başlayarak özel bölgeler için argo İklim açıklamalar yapılmıştır. Özel alanların iklimi hakkında Kamenskiy (Batı Kazakistan), Dzerzeevskiy'in (Batı ve Kuzey Kazakistan), Gelmgolts'yın (Kazakistan'ın bozkırlı alanları), Feldman ve Şvare'ın (Kuzey Kazakistan, Altay), Trifonova'yın (Balkaş tarafı),

Puzirevay'ın (Güney Kazakistan), Litvinov'ın (Almatı şehri ve Almatı tarafı) araştırmaları vardır. Bu çalışmalarda özel iklim elementlerinin coğrafi dağılımı ve onların özelliklerini belirleyen faktörler vardır. Mevsimlerde hava durumu belirlenip, iklim imar durumu yürütölmektedir. Özellikle, İklima ziraat ekonomisi konusunda değerlendirme yapılmaktadır. Kazakistan'ın nehir ve gölleri hakkında elde edilen bilgiler Palgov'un, Tajibeyev'in, Posohov'ın, Berkaliyev'in çalışmalarında sonuç verilmektedir.

Muravlev, cumhuriyet alanlarındaki göllerin dağılımı ile ilgili doğal ve liman bölgelere ayırmaktadır. Ülkemizin özel alanlarında, özellikle Kuzey Kazakistan'ın su kaynakları iyice araştırılmaktadır. Ham ve nadas toprakları gelişimi konusunda yürütölen hidrolojik sonuçları Kostanay, Kuzey Kazakistan, Pavlodar, Kökşetau ve Akmola bölgeleri doğrutusunda özel cilt olarak yayınlanmaktadır.

Kuzey ve Merkez Kazakistan nehirlerinin hidroloji rejimi hakkında Kuzin'in, Berkaliyev'in çalışmaları ortaya çıkmaktadır. Cumhuriyetin kuzey tarafında ekonomi ve kültürel zenginlikleri yönetimin geliştirme amacıyla onun hisselerini uygulanması için Kazak Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti Yüksek Kurul Başkanlığı 26 Aralık 1960 yılı karar verilmektedir. Yani Akmola, Kökşetau, Kostanay, Pavlodar ve Kuzey Kazakistan bölgelerini biriktirerek ham topraklarını geliştirme alanları olarak yayınlamaktadır. Onun idari merkezi, Akmola şehridir. Akmola bölgesi ve alanları ham topraklar gelişim alanı olarak bilinmektedir.

20 Mart 1961 yılında Kazak Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti Yüksek Kurul Başkanlığı Kararnamesiyle Akmola ismi Tselinograd olarak değiştirilmiştir. 24 Nisan 1961 yıl Kararnamesi doğrultusunda 14 alanı vardır. Merkezi Tselinograd olarak, Tselinograd bölgesi adı verilmektedir. Eski Akmola bölgesi, Tselinograd olarak değiştirilmektedir. 20 Ekim 1962 yılı bölgenin ilk, yeni ve küçük evleri yapılmaya başlamıştır. Bu dönemde şehrin dinlenme parkı alanında Esil nehri ile yapılan 180 metre kapsayan köprünün inşaatı bitmektedir, 1962 yılı ilk Pedagoji enstitüsü (şimdiki L.Gumilev Avrasya Üniversitesi) açılmıştır. 10 Nisan 1963 yılı şehirdeki havalimanı ilk defa “İL 18” uçağı inip, “Moskova-Tselinograd” ve “Tselinograd-Almatı” yönündeki direk uçuşları açılmıştır. 10 Ekim 1965 yılı şehir tekrar yapıлып, Tselinograd bölgesinin merkezi olarak tanımlanmaktadır.

3.6.3 Bağımsızlık Aşamaları

Kazakistan siyasi haritasında 1991 yılı Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliğinin yıkılışından sonra ortaya çıkmaktadır. Aradan 6 yıl geçtikten sonra Nazarbayev’in kararnamesiyle ülkenin başkenti Almatı’dan Astana’ya taşınmıştır. Astana olarak değiştirilmesi, çok az zamanda gerçekleştirilmiştir. Ayrıca “doğuda hiçbir şey çabucak yapılmamaktadır” fikrin tam tersidir. Tarihten görüldüğü gibi Astana’nın taşınması fikri daha öncede sunulmuştu.

Örneğin, Alihan Bokeikhanov’un "Grigory Nikolayeviç Potanin" adlı makalesinde, «Kazak Özerkliği oluşursa, Karaotkel - Alaş'ın merkezi

olursa, orada üniversite inşa edilirse, kazakların kızları, oğlanları eğitim görürlerse, o an Kozy Korpeş – Bayanı yayınlayan, Şokan, Abai, Ahmet, Mirjakypları hayata getiren kazak ulusunun kimler olduğunu Avrupa bilirdi» dediği sözleri aklımıza gelir. Maalesef mevcut siyasi durum, Alaş'ın Karaotkel'e (şimdi Astana) taşınmasına izin vermedi. Sadece taşınma imkânı geçen yüzyılın sonunda kurtuluşla geldi ve Kazak tarihinin yeni sayfaları açıldı.

Bağımsız bir devlet yaratmanın ve yeni başkentini seçmenin mutluluğu, Devlet Başkanı Nursultan Abisoğlu Nazarbayev'e vermişlerdir. Kendisi yaratan Astana şehri hakkında ülke Başkanı Nursultan Nazarbayev şöyle dedi:

“Yeni başkente taşınma ve inşa etme fikri 1992’de doğdu, ancak o zaman ben yapmadım, çünkü Kazakistan ekonomisi bu fikrin gerçekleşmesine izin vermedi. 1992 yılında Kazakistan Cumhurbaşkanlığı görevine seçildim, Akmola’ya geldim. Eski köprüünün ortasında durdum ve nehre baktım. Şehrin ortasında akan bir nehri sahip çok severdim. Nehir şehre bir güzellik katıyordu. Örneğin, bizde Jayık nehrinin kıyısında Atrau, Sırdarya nehrinin kıyısında Kızılorda, Tobıl nehrinin kıyısında Kostanay, Ertis nehrinin kıyısında Semey ve Kereku yer alıyor Dünyada bazı başkentler nehir kıyısında yapılmış. Petersburg - Nevada, Moskova - aynı nehirde, Paris - Senda, Londra - Thames’de.”

1997 yılı hükümet kararından sonra Almatı’dan Astana’ya devlet işçiler getirilmiştir. Şehirde ciddi bir tören yaparak ulusal semboller, Bayrak ve Arma getirilmiştir. 1998 yılında ise Kazakistan Cumhuriyeti başkentinin resmi açılışı yapılmıştır. Başkentimizin

parlak geleceğini düşünen tarihi kişiler ve ünlü kişilerin isimlerini herkes bilmektedir. Onlar, başkent olan şehirler tarihinde imzası kalan mimar olarak tanımlanmıştır. Sümer kralı Şulgi, Mısır firavunu Akhenaton, Roma imparatoru Adrian, doğu asilzadesi olan Timur ile dünyaya ünlüdür. Cetvel Bidunun yedi rengiyle yedi şehir yapmak istemektedir. Ulu Moğollardan biri Akbar Hindistan'da Gökyüzü şehrin yapacağım diye hayal etti. Şehri büyük saray yapmak isteyenler de çoktur. İmparator Avgust, tuğla Roma'yı ünlü imparatorluğa yakışmıyor diye mermerden yapılmıştır.

Başkentler ve özel şehirler kendilerine özgü niteliklere sahip olmaktadır. Hemingway Paris'i "Seninle sonsuza dek birlikte bayram" diye saygı göstermektedir. Vena, tükenmeyen melodi olarak tanımlanmaktadır. New York şehri, günümüzde dünya mesleki şehri olarak bilinmektedir. Bunun gibi Astana şehri, sadece ülkenin başkenti değil dünyanın başkenti olarak amaçlanmaktadır. Bu amaçla, Astana'nın temel planlarına ulaşmakta çok çalışmalar yapılmıştır. En iyi temel plana iki deneme yapılmaktadır. İkincisinde, Rusya, İtalya, Japonya, Avustralya, Almanya, Türkiye, Polonya, Özbekistan, Beyaz Rusya vb. yabancı ülkelerdeki mimarlar ve takımlar katılmaktadır. Dünya mimari usta ve teroetik Japon mimarı Kelşo Kurokava kazanmaktadır. Astana'nın gelişmesi doğrultusunda simbiyoz, metabolizma ve soyut sembolizm fikrini önermektedir. Astana'nın temel parçası, Esil nehridir. Şehrin tarihi bakımından Astana şehir ve devlet arşiv belgesinde Akmola şehrinin gelişimi 3 döneme ayrılmaktadır. Onlar Kazakistan Cumhuriyetinin yüksek ve merkez

devlet kurumlarının Akmola şehrine taşınması ve Akmola şehrinin başkenti olarak gelişim programının yapılması diye açıklanmaktadır. İlk dönemde birçok çalışmalar yapılmıştır.

Son dönemde çok süreye planlanan etkinlikler son yıllarda yapılmaktadır. Birinci dönemde (1996-2000) yüksek devlet kurumlar, ekonomik, endüstriyel ve silahlı kuvvetler bakanlığı yerleştirilmiştir. İkinci dönemde (1998-2000) merkez ve devlet kurumları Akmola şehrine yerleştirme süreci bitmiştir. Üçüncü dönem (2001 yılından itibaren bugüne kadar). İlk dönemde yapılan binalar, kurumlar, merkez sokakları süsleme çalışmaları yapılmıştır. Binaların giriş kısmına güzel bir moral veren farklı, açık renkler kullanılmıştır.

İkinci dönemde Astana'nın sol tarafındaki yeni idari merkezin inşaatı başlamıştır. Astana'nın mimarı, farklı Kazak tarihi dönemini gösteren ve birbiriyle uygunluğu belirten görünümdür. Akorda'nın doğu stilindeki kubbesi Timur döneminde yaptırılan cami, çarşı ve sarayları hatırlatmaktadır. Ama günümüzde Kazakistan'da batı stili yaygındır.

İlk kuruluşundan beri sol tarafındaki idari merkez toprağında 442,6 milyar tenge yatırım 239,4 tengesi kullanılmaktadır.

Günümüzde sol tarafında 500 cumhuriyet çocuk ve anne-çocuk merkezi, 300 çocuk merkezi, 160 cumhuriyet sinir cerrahisi merkezinin inşaatı bittikten sonra bisiklet yolu yapılacaktır. 30 bin koltuklu stadyum, 3.500 bin koltuklu sinema ve konser salonu, evler vb. binalar yapmayı planlanmaktadır.

Bu dönemde Astana şehrinde aşağıdaki binalar yapılmaktadır: “Akorda” Cumhurbaşkanının ikametgâhı, Parlamento ve meclis Senatosu, Adalet Bakanlığı, Transpordtower, Kazakistan Cumhuriyetinin Dışişleri Bakanlığı, Ulusal Akademik kütüphane vb. 2007 yılı önemli Cumhuriyet idari kurum Bakanlıklar Evi çalışmaya verilmektedir. Kurumun toplam alanı 228 bin karedir. Bina 1,5 kilometredir. 20 bloktan oluşmaktadır ve 8 kattan 10 kata kadar merdiven şeklinde yapılmaktadır. “Astana şehri, sadece cumhuriyetin idari merkezi de değildir. Astana, öncelikle ülke gelişimini belirleyen ve çevreyi gelişim sürecine uygun jeopolitik şehirdir” diyen Nazarbayev “Avrasya kalbinde” adlı çalışmasında önemini böyle vermektedir. Bağımsız ülkenin ilk cumhurbaşkanı “Bu sonsuz ve bitmeyen yol, Kazakistan Cumhuriyetinin ilerleme ve gelişim yolundaki başlangıçtır” diye tespit etmektedir. Astana’da kabul edilen “endüstriyel-yenilik gelişim programı” ekonomiğin tüm alanı sadece şehri değil, tüm cumhuriyetin gelişmesine yol açmaktadır. “Astana’nın gelişimi Kazakistan’ın gelişimidir” Astana bağımsız ülkelerin başkentlerinden ilkidir. Yeni dünyadaki yeni Kazakistan bu dönemdeki ulusal simgedir. Astana şehri, her gün gelişmektedir. Şehrin inşaatı başladıktan beri yaklaşık 2 milyar dolar yabancı yatırım gelmiştir.

Günümüzde şehirde 432 inşaat yapılmıştır ve 240 küçük fabrika inşaata gerekli malzemeler üretmektedir. Bölgenin merkezinde, gelişim döneminde 130’dan fazla endüstriyel fabrikalar kurulmuştur. Günümüzde başkentimiz Astana’da 116333 milyon Tenge yatırımı

olan fabrikalar çalışmaktadır. Yatırımların toplam alanındaki inşaat çalışmalarının sayısı 346737 milyon Tenge'dir. Sadece ev inşaatı için yaklaşık 163963 milyon Tenge para harcanmıştır. Toplam alanı 1851 bin metre kareden oluşan 15877 ev kullanılmaya başlanmıştır (Smayıl, 2010: 150).

Başkent'in Kazakistan'ın eski gelenek-göreneklerin sembolü olma fikrini Cumhurbaşkanımız 1999 yılında önermiştir ve onun projesini yapmıştır. Yakın ve uzak ülkelerdeki mimari projelerin içinden yüksekliği 97 metre olan "Bayterek" fikri seçilmiştir. Başkent'i değiştirmenin birçok nedeni vardır. Sadece bir şey belliydi, hiçbir şey engel olmadan Kazakistan'ın yeni başkenti ortaya çıkmıştır.

Astana, ülkenin ekonomik, politik ve kültürel hayatının merkezine dönüştürülmektedir. Günümüzde Astana şehrinin nüfusunun sayısı 700000'dir. Kazakistan'daki yönetim ekonomik enstitüsünün araştırma ekibine göre 2030 yılı Astana'da 1 milyon 200 kişi olacaktır.

Yeni Astana'nın görünümü olarak şehri hem değiştiren hem güzelleştiren, yeni mimari eserlerdir. Astana'daki proje çalışmalarının gelişmesine 2000 yılında yapılan Devlet Güvenlik Komitesi Astana temel planı çok yardımda bulunmuştur. 2002 yılı ise Astana, yeni şehrin özel ekonomik alan oluşturması hakkında kararname çıkmış, o uygun yatırım iklimi sağlamış ve özel yatırımcılarla çalışmıştır.

Astana gelişmiş bir şehir olarak günümüzde sadece siyasetçilerin değil, aynı zamanda mimarların da ilgisini çekmektedir. İngiliz ustası

Norman Foster'in iki projesi "Barış Anlaşma Sarayı" ve "Hanşatır" Alış veriş ve eğlence merkezi Astana'da yapılmıştır. Günümüzdeki Akorda'nın yanında İtalyan ustası Nikolitti'in projesi doğrultusunda 3,5 bin koltuklu sinema ve konser salonu yapılmaktadır.

Yeni Astana sembolü olarak yüksek dereceli yer olarak tanınan, şehrin halkı ve misafirler için en ünlü eser, Bayterek'tir. Bayterek binasının en üst kısmı altıntop gibi ya da Bayterek (kavak) denilen ağacı gösteren Bayterek'in yüksekliği 97 metredir. Binanın üst kısmına yapılan yumurta mutluluk kuşu sumru hakkındaki efsaneyi anlatmaktadır. "Atamken Kazakistan" coğrafi sınırlık bakımından 9. sırada yer alan Kazakistan'ı sıkıntı çekmeden gezebilirsiniz. Astana'da her gün Turistlerin ziyareti artmaktadır. Onun ilk adımı olarak "Intercontinental" beş yıldızlı otel yapılmıştır. İki senede yapılan bu otel, 1998 yılı haziran ayında yeni Astana'nın resmi konferansına gelen çok kıymetli misafirleri karşılamıştır. Günümüzde Astana'nın, 20 şehir ve Rusya'nın altı bölgesiyle çok iyi ilişkisi vardır. Başkent Astana, başkentler ve büyük şehirlerin Uluslararası Derneğine üyedir. 1999 yılı Astana, "Dünya Şehri" olarak ödüllendirilmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ASTANA ŞEHİRİ MARKASININ OLUMLU VE EKONOMİK ETKİLERİNİN ÖLÇÜMÜ

4. ASTANA'NIN STRATEJİK ANALİZİ

4.1 "Marka Şehir" Kavramı ve Şehirlerin Markalaşması

Marka, herhangi bir ticari mal ya da ögenin benzerlerinden farklılaştırmasını sağlayan isimdir. Marka kavramı, hem üreticiye hem de tüketiciye çeşitli faydalar sunmaktadır.

"İngilizcede "Branding" olarak kullanılan "markalama" sözcüğünün kökeni, insanların, hayvanların farklılaşmasına ve tanınmasına yaramaktadır. Bu yüzden marka en sade tanımlamaya farklılaşmak demektir. Marka değeri, marka bilgesinden dolayı, müşterinin o markaya gösterdiği ilgi farklılığı olarak da tanımlanabilir. Marka bir ürüne, kuruluşu kimliğini veren ve onu rakiplerinden ayıran sembol sözcük, işaret ya da cümle olarak tanımlanabilir" (Ambroce:2010:159).

4.1.1. Marka Kentinin Tarihsel Süreci

1800'lü yılların başlarında dünya ilk kez Sanayileşme ile tanışıyor ve teknolojik gelişmelere paralel olarak en başta tarım makineleri, traktörler, dokuma makineleri olmak üzere 1900'lü yılların başlarına gelindiğinde ne üretilirse hemen satılıyordu. 1920' yıllar fabrikaların sayısı artmış, üretilen mallar atmış, ama alıcı azalmış, depolarda

stoklar birikmeye başlamış. Bu yıllarda “Bilimesel Pazarlama” dünyada gelişmeye, önem kazanmaya başlamışlar. 1970’ yıllarda medya daha fazla güç kazanmış, çünkü bu yıllarda dünyada daha fazla insan televizyon seyrediyor, radyo dinler hale gelmiş, gazete ve dergilerin tirajları daha yüksek rakamlara ulaşmış. 1970’li yıllar firma, markalar için, iyi mal üretme, iyi pazarlama, iyi reklam yapmanın yanında, iyi Halkla ilişkiler de yapmanın gerekli olduğu yıllar olmuş. 1990’li yıllara iyi üretecek, hem iyi pazarlayacak, hem iyi reklam yapacak, hem kendisini çok sevdireceksin, iyi yapabilmek için firma, markaların çok iyi eleman kadrolarına ihtiyaçları olduğu ve bu kadroları uzun yıllar ellerinde tutmaları gerektiği anlaşıyor. Bu yıllar “Hem iyi üretecek, hem iyi pazarlayacak, hem iyi reklam yapacak, hem iyi PR yapacak, iyi bir İKY sistemi uygulayacaksın” yıllar olmuş. 2000’ yıllar “Marka” bütün dünyada daha fazla konuşmaya başlandı (AK, 2011:19)

Marka olma kavramı bundan 200 yıl önce, Josiah Wedgwood’un, ürettiği porselenlere kendi ismini basmasıyla başlamıştır. Daha sonra İngiliz soylularının bu ürünlere rağbet göstermesi de onu markalaştırmıştır.

1914’te motor sporlarının ün kazandığı bir dönemde Lionel Martin and Robert Bamford Aston Clinton’da yarış modelleri üreten küçük bir şirket kurdular. Daha sonra Aston Martin adını alacak olan şirketin amacı hacmi küçük ama hızlı ve yüksek kaliteli ürünler üretmektir. Şirket asil ününü “James Bond” film serisi için tasarlanmış özel modellerle kazanmıştır 1930’da Amerikan firması Procter

Gamble's tanıtım bölümü yöneticisi Neil Mcelroy, rekabet markaları ile başa çıkmak için belirli pazarlama stratejileri içeren "P&G marka yönetim Sistemi"ni kurmuştur.

1940 yılında California San Bernardina ilk arabaya servis restoranını açan Dick ve Mac Mc Donalds kısa sürede hızlı servis restoran zincirini kurmuş ve marka haline gelmişlerdir. 1971 yılında üç arkadaşın Avrupa gezisi sırasında ortaya çıkan bir fikirle bugün Starbucks adı altında İşletilen kahve firması kurulmuştur.

Üç arkadaşın Avrupa'da en iyi kahveyi sunan yer olmak amacıyla açtıkları kafeterya 1987 yılında Howard Schultz şirketi devralarak Starbuck markasını ortaya çıkarmıştır. 1990'larda ise markalama sadece ürünlere değil, onu satan satıcıya da yansımaya başlamıştır. Günümüzde ise artık sadece ürünler ve satıcılar değil, kentler de markalanmaktadır» (Kotler, 2004:12).

“Marka, sadece işletmeler ve ürünleri değil çok daha geniş alanı kapsayan bir kavramdır. Ürün ve şirketlerin yanında ülkeler, şehirler ve insanlar da birer markadır. Aslında tüm insanlar da birer markadır”. AK (2011) çalışmasında marka kentinin içeriğini şu şekilde temsil etmiştir: (AK, 2011: 497)

- Toplam kalite
- İyi işletmeler, yönetimler
- Yönetimde vizyon
- Pazarlama ve işletmede kalite
- Ürün kalitesine uygun bir imaj

- İyi organizasyon, yüksek pazarlama gücüdür
- Hedeflenen kitlelerle iyi işletme
- Reklamdır
- Büyük kitlelerce tanınmadır
- Markaya bağımlılıktır, sadık tüketicidir, müşteri mutluluğudur
- Ticari başarıdır, iyi kazanıştır
- Kimliktir, imajdır, prestijdir
- Rekabettir

Araştırmacılar Hanna ve Rowley 2008 araştırmasında şehirler açısından markayı gereklilik haline getiren koşulları şu şekilde sıralamaktadır: (Hanna,2008:61)

- Uluslararası medyanın artan gücü
- Uluslararası seyahat maliyetinin düşmesi
- Tüketicilerin harcama gücünün artması
- Sunulan hizmetler açısından şehirlerarası benzerliklerin artması
- İnsanların farklı kültürlere olan ilgisinin artması.

Amerikan Pazarlama Birliğinin yapmış olduğu tanıma göre marka, bir satıcı veya satıcılar grubunun, mal ve hizmetlerini tanımlayan ve onları rakiplerinden ayırt etmeye yarayan isim, terim işaret sembol, şekil veya bunların tümüdür. “Marka, artık sadece ürün ve hizmetlerle sınırlı kalmayıp bunların dışında ülkeler, şehirler ve insanları da kapsayan bir kavram olmuştur. Zaman içerisinde şehirlerinde birer ürün gibi değerlendirilerek pazarlandığı ve markalaştığı görülmektedir” (Fırat, 2015: 287)

“Marka Şehir” kavramı ilk 1980’li yıllarda Hollanda’da yapılan çalışmalarda ilk defa kullanmıştır, sonrasında İngiltere ve Almanya gibi diğer Avrupa ülkelerinde de “Marka Şehir” kavramına yer vermiştir. Şehir markası, Hollanda kökenli bir kavramdır. Şehir markalama ile aynı anlama gelen mekân markalama, mekân pazarlama, mekân satışı gibi kavramlar da kullanılmaktadır” (Braun,2008:25). Markalama yöntem ve kapsamı, hedef kitlenin algısında şehri daha çok istenebilir niteliklerle birleştirmek için bir pazarlama aracı olarak öne çıkmıştır.

”Marka Şehir olmak için kentsel eksiklikler engel teşkil etmez, önemli olan kenti dışa açmak ve yabancı yatırımcıları, alıcıları, Turistleri artan oranlarla kente çekmektir. Coğrafi olarak avantaja sahip her şehir kendi kaynaklarıyla büyümeyi başarabilir, düzenli olarak nüfusu, kısa başına düşen geliri artabilir, kentsel dönüşümünü sağlayabilir, temiz sokakları, harika yapıları, düzenli çalışan kamu kuruluşları, şehrine âşık hemşerileri olabilir ama bu onu markalaştırmaz. Marka Şehir olmak için şehri merak uyandıran bir yer haline getirmek, keyifle yaşanacak bir şehir ortamı yaratılması, şehre gelenlere misafirperver davranılması, sanayi ve ticaretin kolaylaştırılması gerekmektedir”. Marka Şehir olmak süreci uzun ve zorlu bir süreçtir (Kavaratzis ve Ashworth, 2006:27).

Şehir markası ekonomik, siyasi ve toplumsal değişimlerden şehirlerin daha çok etkilenmesinden dolayı ürün – hizmet markalaşmasından daha zor inşa ediyor olsa da: marka şehirler, hem şehirde

yaşayanların refah düzeyinde hem de ülke ekonomisinin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır.

Şehrin, marka gücünü nasıl anlayabiliriz? Güçlü bir marka olmanın en önemli sonuçlarından biri, tatmin olmuş ziyaretçidir. Evine memnun olarak dönen her ziyaretçi, markayı daha da güçlendirmektedir. Eğer marka değerli kılınmak isteniyorsa ziyaretçi deneyimine, konfor ve güvenliğe önem vermek gerekmektedir.

Çünkü ziyaretçilere göre, maddi etkiler ikincil plandayken duygusal etkiler, maddi etkilere göre daha önemli ve kalıcıdır. Diğer yandan, bir şehrin ucuz olması, onun marka değeri üzerinde olumsuz etkiye sahiptir (Aksungur ve Kastal, 2007:123). Yaşadığı her anın, ziyaretçide olumlu bir etki bırakması için tüm paydaşların işbirliği gerekmektedir. Şehre ait unutulmaz seyahat anıları, ziyaretçi ile şehir arasında duygusal ilişkinin kurulmasını sağlar. Şehir markası, şehrin ziyaretçilere sağlayacağı tecrübelerin ve hedef kitleye sunulan mesajın birleşmesiyle oluşan prensipler bütünüdür. Diğer bir ifadeyle; şehir markası, “hizmet kalitesi ve tanıtım” faaliyetidir. Şehir markası, bir mekânı ayırt edici ve hatırlanabilir kılan öz karakterlerin bir karışımıdır (Tolpak,2015:48.)

Küreselleşen dünyada, marka şehirlerin oluşması ile “Dünya Şehirleri” kavramı karşımıza çıkmaktadır. Uluslararası alanda; inisiyatif kullanan, etkin politikalar üreten ve şehrini iyi tanıtan şehirler ön plana çıkarak ekonomik kazançlar sağlarken, rekabet edemeyen diğer şehirler geride kalmaktadır. Özellikleriyle

bütünleşerek diğer şehirlerden farklı, kendine özgü olarak uyguladığı bir imaj çalışmasıdır.

“Küreselleşen dünyada şehirler de bir ürün gibi ele alınmakta ve pazarlanmaktadır. Özellikle turizm sektörü, ekonomik, politik ve kültürel açıdan tüm dünyada büyük önem kazanmakta, ülkeler turizm gelirlerini artırmak üzere diğer ülkelerde marka ve imaj çalışmaları yapmakta, bunun için stratejik pazarlama planları geliştirmektedir. Benzer şekilde şehirlerin de öncelikli olarak turizm ağırlıklı yaptıkları çalışmalarla Turist sayısını artırmaya başladıkları süreç, şehrin tüm bileşenlerini tanıtmak, pazarlamak, şehir insanları açısından ekonomik fayda yaratmak, özetle şehir markası oluşturmak amacıyla çalışmalar yaptıkları görülmektedir. “Şehir markalaşması, öncelikle şehrin cazibesinin artırılması, tarihi ve Turistik mekânlarının tanıtılması, yöresel ürün ve hizmetlerin duyurulması hedeflerine yönelik çalışmaları kapsamaktadır. Bu çalışmalarla paralel olarak şehrin yaşam kalitesi de değiştirilmekte, kentsel planlamalar yapılmakta, tanıtım ve marka imajı oluşturma çalışmaları ile birlikte kentin çehresi de insanlar açısından olumlu olacak şekilde değişmeye başlamaktadır” (Akçı, 2016:315).

4.1.2 Şehir Markası

“Şehir markası, bir şehrin sahip olduğu özellikleri geliştirmesi ve ziyaretçilerine doğru şekilde sunması için bir araçtır. Şehirler markayla güçlenir ve olumlu anlamda değişim gösterirler. Ziyaretçi ve yatırımcı çekmeyen şehirler ne kadar büyük olsun, “Marka Şehir” olarak isimlendirilmez” (marka. blogpasport, 2019,agis).

Şehirler özgün hale gelerek marka olurlar. Şehir markasını güçlü olması sadece ziyaretçileri değil, bugünkü zamanda beyin göçünü ve yatırımcıları da ülkeye çeker.

Bir şehrin markasının güçlü bir marka şehir haline getirilmesi için o şehirde, şehrin marka olmasını destekleyecek değerlerin ve niteliklerin bulunması gerekir. Şehrin iyi bir markaya sahip olması için gerçekten ayrıca bir özelliğe sahip olması gerekmektedir. Şehir markası, şehrin görünüşü, şehir insanların deneyimi ve inançları ve davranışlarını da kapsamaktadır.

“Şehir markalaşması, markalaşmaya ilişkin düşünce, plan, strateji, yöntem ve tekniklerin şehirler için uygulanmasıdır”(Yaşar, 2013:3).

“Bir şehrin markasının güçlü bir marka haline getirilmesi için öncelikle o kentte marka olmayı destekleyecek değerlerin ve niteliklerin bulunması gerekir. Bu nedenle kentlerin marka olmasında önemli bazı noktaların dikkatle irdelenmesi gereklidir. Bir şehrin iyi bir markaya sahip olması için gerçekten var olmasa bile ayırıcı bir özelliğe sahip olması gerekmektedir. Şehir markası, şehrin görünüşü,

Şehir insanların deneyimi ve inançları ve davranışlarını da kapsamaktadır” (Özdemir,2009:114).

Küreselleşme olgusu günümüzde şehirlerin birbirlerine benzemesine yol açmıştır. Bu yüzden bir şehir diğer şehirlerin önüne geçmek, ürün ve değerlerini daha iyi pazarlamak için farklılaşmak zorundadır. Bunun da en etkili yolu olumlu bir imaj yaratmak markalaşmaktır. Şehirlerin kalkınması için gerekli olan kaynaklar yurt içi ve yurt dışı ziyaretçiler yabancı öğrencileri, İş adamları ve Alış veriş amaçlı gelen tüccarlar gibi dış kaynakları çekmeye çalışır.

Küreselleşen dünyada şehirlerin rekabet ve çekim gücünü arttırmak için şehirlerin marka olması önemlidir.

Marka şehir olmanın katkısı, “Marka Şehir” sayesinde şehir sakinlerinin gelir düzeyleri ve yaşam kalitesi, ulaşım, sağlık, haberleşme olanakları artar, yatırımcıları çeker. Marka Şehrin en önemli amaçlarından biri ekonomik getirilerin de arttırılmasıdır. Bölge ve şehir ekonomisinin canlandırılması için şehirlerin markalaşması gerekir.

“Stratejik şehir marka yönetimi, şehir sakinlerinin uzun dönemli refahını yükseltmeyi, dış turizm ve ziyaretçi sayısını artırmayı, yatırımcılarının karını maksimum seviyeye getirecek iş ortamını sunmayı, turizm ekonomisinin gelişim in artırmayı, sosyo-kültürel ve çevre maliyetleri arasında sürdürülebile bir denge sağlamayı amaçlar” (Torlak,2015:60).

“Marka şehir memleket için bir üründür. Kalitesiz bir ürünün markalaşamayacağı gibi, kalitesiz şehirlerin de markalaşması asla mümkün değil. Bir şehrin kalitesi, yolları, meydanları, tarihi, gezilecek görülecek Turistik yerleri, doğal güzellikleri, buralardaki estetik, temizlik, trafik, güvenlik gibi birçok önemli parametreye bağlı bir konudur” (Mehmet, 2011:19).

“Marka şehir” ülke kalkınmasın katkı sağlayan önemli bir konudur. Bir ülke sahip olduğu markalar kadar zengindir. Bu nedenle marka şehir konusu önemsenmeli devlet politikası haline getirilmeleridir. Ancak tüm kentlerin marka şehir olamayacağı göz önüne alınarak doğru stratejiler üretmek ve modern pazarlamanın tekniklerini kullanmak şehirlerin gelişimi için önemlidir.

“Marka şehrin en büyük amacı ekonomik getirilerdir. Marka şehirlerin ürün ve hizmetleri diğer şehirlere oranla daha çok talep görür. Ekonomiyi canlandırmak ve şehir sakinlerinin refah seviyesini arttırmak için şehirlerin marka olması gerektir” (Torlak, 2015:59)

Marka şehir konusunda en önemli hususlardan biri tüm kentlerin marka olamayacağıdır. Her şehrin kendine has bazı yönleri bulunabilmektedir. Ancak bu marka şehir olmak için yeterli değildir.

Örneğin ülkemizde birçok şehir tarihi mekânlara sahiptir kendine has bir mutfağı ve doğa güzelliği bulunmaktadır ancak bunlar marka şehir olmak için yeterli değildir. Marka şehir olmak daha uzun soluklu bir süreçtir.

“Şehrin marka olması daha fazla bilinir olmasına bu bilinirliğe bağlı olarak daha çok ziyaretçi ve yatırımcının gelmesine, şehirde yaşayan nüfusun sorucularının daha çabuk çözülüp gelir durumlarının artmasına bağlamaktadır” (Ruhan, 2011:81).

“Marka şehir olmak tek bir projeyle gerçekleştirilebilecek bir durum değildir. Ürün pazarlamasında olduğu gibi şehir pazarlamasında da öncelikli olarak pazarlamaya konu olacak nesnenin kaliteli ve yenilikçi olması gereklidir. Marka kent faaliyetinde pazarlama nesnesi şehir olduğundan şehri oluşturan tüm bileşenlerin nitelikli, farklı, yenilikçi ve ilgi çekici olması gereklidir. Altyapısı tamamlamayan, diğer şehirlerden farklarını ortaya koyamayan, iyi bir hizmet sektörüne sahip olmayan, ulaşımı yetersiz, dünya çapında güçlü bir tanıtımı yapılmamış bölgelerin marka olması zordur.

Bu nedenle Marka Şehri oluşturan tüm unsurların iyi tahlil edilmesi gerekmektedir” (AK, 2011: 513).

4.1.3 Marka Şehir Ölçütleri

Bir ürün veya şehrin adının devamlı marka olarak lanse edilmesi, isminin bolca her yerlerde duyurulup, bilinirliğinin artırılması da onu asla markalaştırmaz.

Bir şehrin marka olduğunu gösterir ortalama ölçütleri (AK, 2011: 511-512).

- Dizaynı (şehir estetiği), mimarisi (yol, köprü, meydan, park, bahçe ve yerleşim yerlerindeki tüm yapıların (evler dâhil) yaratıcılığı,
- O şehirde yaşam kalite ortalamasının (altyapı, yol, köprü, meydan, çarşı, Pazar, Turistik yerler vs) en az “B1” segmentinde (4 yıldız) olması,
- Şehrin mutlaka dünya standartlarında planlanması,
- Estetik ve kültürel değerleri,
- Tarihi yapısının en doğru ve orijinal biçimiyle ortaya çıkartılıp dünya standartlarında (kalitesinde) sunulması,
- Trafik dâhil her konuda düzeni ve yönetim, pazarlama, iletişim sistematiğindeki kalitesi,
- Şehirde gezilecek, görülecek yerlerin sayısı (Örneğin, 1 milyon nüfuslu bir şehirde, insanların yoğun olarak gezmeye, görmeye gittikleri, ortalama 10-15 önemli nokta /yerin olması, buralarda yoğun fotoğraf çekmiyor olması gerekmektedir. Bu sayı şehrin hacmi arttıkça artar.)
- Şehirde güvenlik, trafik, görünüş, ses ve çevre kirliliği gibi önemli sorunların sıfır düzeyinde olması,
- Markalaşmaya yönelik yatırımlar, 4 ve 5 yıldız (B1, A2 Sermetlerinde) önemli projeler,
- Tanıtım etkinliği ve etkisi,

- Şehrin ülke içindeki bilinirliği,
- Ülke içinde insanların gitmek, görmek istediği yerler arasında ilk akla gelen 5 şehir içinde sayılması,
- Buna bağlı olarak o şehre yerli Turist sayısı (ilk 5'e girmek gerekir)
- Turistlere şehirde kaldığı gün (o şehre amaçlı gelenlerin en az 3 gün, o şehirde kalmak işlemleri, başkalarına hararetle tavsiye edebilmeleri, hatta bir daha gelmek işlemleri gerekir. Bugün San Francisco'ya gelenlerin % 85'i birden fazla gelenlerdir.)
- Gelenlerin şehre bıraktıkları para,
- Şehir halkının gelir düzeyi (o şehirde yaşayan insanların gelir düzeylerinin, ülkenin gelir düzeyi en yüksek ilk 5 şehirden biri olması)
- Şehrin geneli konusunda, şehre gelen Turistler üzerinde yapılan "Müşteri Memnuniyeti Anketi" sonuçlarının "Pekiyi" derecede çıkması,
- Şehirde yaşayan insanlar üzerinde yapılan "Bu şehirde yaşamaktan ve belediye hizmetlerinden memnun musunuz?" anketi sonuçlarının genellikle pekiyi derecede olması,
- Belediyenin hiç borcunun bulunmaması (hatta fazla parası olması),
- Belediye başkanının şehir halkı tarafından sevilip, sayılması,

Bütün bunlar bir şehrin sadece ülke içinde marka olması, “marka oldu” denmesi için en belirleyici ana ölçütlerden sadece bazılarıdır.

Araştırmacı Deffner ve Liorius’ e (2005) göre bir şehrin marka olmasının altı tane sebebi bulunmaktadır (Uyar,2018:467):

- Şehre Turist çekmektir. Turizm potansiyelini arttırmak şehir markalaşmasının en önemli nedenlerindedir.
- Sebep kente yapılan yabancı yatırımların çoğalması böylece ekonomik kalkınmanın sağlanmasıdır.
- Mevcut yatırımların korunması ve devam ettirilmesidir.
- İşletmelerin Is hacminin büyümesidir.
- İhracatı arttırarak ülke dışına açılmayı sağlamaktır. Böylece şehir, uluslararası ticarete gelişme gösterecektir.

Son sebep ise kent nüfusunun artması ve şehrin nicelik olarak büyümesidir. Böylece büyük şehir statüsü oluşacaktır.

“Marka Şehir” markalaşma ve geliştirilmesine katkı sağlayan başarı faktörleri şu şekilde sıralanmaktadır (Tolpak, 2015: 63):

“Marka şehir olmak bölgede ticaretin gelişmesi, turizm aktivitelerin artması ve nüfus hareketleriyle ilişkilidir. Marka şehir olmak kentin potansiyelini dışarıya aktarmak ve bunu tanıtmakla ilgilidir. Kentin tanınması turizm hareketlerini geliştirecektir. Kuvvetli görünen bir marka, destinasyon imajını güçlendirecektir” (Morgan, 2011: 5).

“Kentlerin marka kent olmaya giden yolculuğundaki unsurlardan birisi, küreselleşme ile malların, sermayenin ve insanların hareketlerinin kolaylaşması; kentlerin bir suredir sadece Turistik birer destinasyon olmaktan çıkması, aynı zamanda işgücünü ve yatırımcıları çekmeye çalışan birer merkez olmasıdır” (Akturan, 2011:118).

Marka kalitedir, yani kalitesiz ürün nasıl ki markalaşamazsa, kalitesiz bir şehrin de markalaşmaz. Yani şehrimiz de kaliteli olacak ve onu siz değil, önce “satın alacaklar ” (gezip – görmeye, yatırım yapmaya gelenler) beğenecekler. Onlar “kaliteli, yaşanır, gezilir, görülür, kalınır, yatırım yapılır” diyecekler.

Bunu önce orada yaşayan halk, sonra gelen Turistler, sonra yatırımcılar söyleyecekler. “Markalaşmak için şehirlerin ürün olarak kalitesini arttırmamız, yeni- yabancı, tüm hedeflenen kitlelerin ihtiyaç, istek ve beklentilerini yerine getirmemiz şart: mecburuz. Bu arada “kalite”, “sadece modern, yeni olan bir şey” demek değildir. Yani “kaliteli şehir ”yeniden yapıları olduğu “modern şehir” demek değildir. Eski bir sokakları, evleri ile eski bir şehirde kalitelidir, kaliteli olarak algılabılır. Turistler gittikleri ülkelerde, şehirlerde, genellikle ve sadece kendilerinde olmayan eskileri arıyor” (Mehmet, 2011:507).

Üründe kalite, her şeyiyle bir bütündür. Aynen markada “Mark notu” gibi, müşteri her şeyi duyar, görür, inceler, kullanır, dener ve sonunda size, ürün veya markanıza bir not verir: ve malınızı bir daha ya alır ya da almaz. Şehirde aynen böyledir: her şey güzel olsa da, yollarımızda

kavşaklar görüyorsa güvenli kendi arabasıyla gezmiyor ve o şehir, hatta komple ülkeniz sınıfta kalabiliyor. Bir şehre ucuz olduğu için çok Turistin gelmesi de bir şehri markalaştırmaz. Marka, kârlılıktır, yüksek fiyata satabilmektir. Ucuzlukla marka olunmaz. Bu ölçütlerin çıtası dünya klasmanında bir şehir olmak için daha da yükseklerdir. Bu arada bilinmeliki, ülke içinde marka olunmadan, dünya çarpında marka olunmaz.

“Marka şehrin başarı sırlarından biri tüketiciye bazı yararlarını vaat etmesidir. Yani ürünün ya da şehrin bazı özelliklerine çok güveniyorsa onları reklamlarda çok iyi kullanılmalıdır. Mesela, dünyada marka olmuş şehirlerin bazı vaatleri vardır “(Mehmet, 2011: 498):

- Paris: Romantizm, aşk, Eiffel Kulesi
- San Francisco: Nostalji
- Venedik: Tarih, romantizm
- New York: Zenginlik, modern dünya, filmler, Hürriyet Anıtı
- Dubai: Finans, zenginlik, pahalı spor, mega projeler.

4.1.4. Şehir Markasının Oluşturması ve Tanıtılması

Şehir markası şehir sakinleri ve ziyaretçileri tarafından ortaya çıkan bir toplum imajıdır. Bileşenleri altyapı, Turistik yerler, sağlık kuruluşları, Sanayi, kültürel etkinlikleri, vatandaşların ulusal gelenekleri ve diğer birçok parametreden oluşmaktadır. Şehir markası: yatırımcıların dikkatini çekmek ve yatırımların akısını, kentin ülke

içindeki ve dışındaki etkilerini, turistlerin dikkatini çekerek hazine gelirini çoğaltmak, altyapı, ticaret ve sanayiye geliştirmek, nüfusun yaşam kalitesini yükseltmektedir.

Şehir markasının hedef kitleleri şunlardır: (Dubeikovski, 2012:32)

Turistler: Şehir ekonomisini canlandırarak katkı sunarlar. Örneğin, yalnızca BAE’de, turizm sektörü, ülke nüfusunun% 9’undan biraz fazlasına Is sağlarken, ülkeye GSYİH’nın % 8’ini sağlamaktadır. Turistleri şehre çekmek için şehrin marka özelliğini geliştirmek önemlidir. Turistlerin bir şehre getirebilmek için sadece o şehre özgü bir özelliğin bulunması gerekmektedir.

Yatırımcılar: Yatırımlar kentsel gelişim de çok büyük bir rol oynamaktadır. Örneğin, 2015 yılında Silikon Vadesine 50 milyar dolar yatırım yaptıktan sonra, ABD hızlı bir yenilik gelişimi gördü. Yatırımcıları şehre çekmek için onlara mevcut potansiyelleri göstermeniz ve bölgenin diğer bölgelerden ayrı edici özelliklerini tanıtmamız gerekir.

Sakinleri: Şehir sakinlerinin yaşam kalitesini arttırmak yeni sakinleri kendine çekecektir, bu da nüfusun satın alma gücünü arttırmak, işletmelere çalışanlar sağlamak ve kentin iç ve dış politik alan üzerindeki etkisini arttırmak anlamına gelir. Zamanla bu, turistleri ve yatırımları etkileyecektir.

Yetenekler: Yetenekler için markalaşmanın işareti, çeşitli alanlardaki profesyonellerin, başarılı liderlerin ve politikacıların, yaratıcı olarak gelişmiş kişilerin ve bilim doktorlarının dikkatini çekmeye olanak sağlayacaktır. Bu markalaşmanın ana yönü, ilgili insanların rahat yaşaması için gerekli tüm kaynakların yaratılmasıdır, bu nedenle bu markalaşma modeli, markanın sakinlerine yönelik uyumuna benzer. Örneğin, Sovyet zamanlarına geri döndüğünde, Sovyet uzmanları aktif olarak yabancı şehirlere gittikleri için sonucunda içlerindeki toplam yaşam kalitesi arttı. **Tüketiciler:** Tüketiciler, şehirde herhangi bir malın büyük ölçekli üretimi yapıldığında işe yarar. Mutlaka markalı değil - şehirde aynı ürünleri üreten birkaç şirket bile olabilir. Örneğin, Rusya'da şehirde iyi çalışan en ünlü kalitesiz eşarpların örüldüğü Orenburg örneğini hatırlayın. Alman şehri Bamberg bira ile ünlüdür. Bambergin şehir markası biradır.

Bir şehir markası oluşturmak, karmaşık, uzun ve yorucu bir süreçtir. Yalnızca bir ayırmaç geliştirmek ve arama motorlarında veya sosyal ağlarda reklam oluşturmak yeterli değildir. Şehir markalamasında, çoğunlukla, yerleşimin kendisini geliştirmeye başlamanız gerekir. Ayrıca, markanın geliştirilmesinde, kent sakinlerine fikrini öğrenmesi de önemlidir.

Geleneksel olarak, kentin markalaşma süreci birkaç aşamaya ayrılabilir.

Şehir kavramını analiz edildiğinde altyapısı, sakinlerin yaşam standardı, turistik ve dikkat çektiği yerleri, sanayinin ve ticaretin gelişimi önemlidir. Gelecek vaat eden gelişme alanlarını belirlemek örneğin, eğer şehrin şifalı kaynakları varsa, medikal turizmin yönünü geliştirebilmektir.

Analiz ve marka geliştirme hedeflerinize dayanarak marka hedefleme kitlenizi bu kaynakla belirleyebilirsiniz. Örneğin, değerli kaynakların çıkarılmasını geliştirmek istiyorsanız ve kentin elinde varsa, yatırımcılar hedef kitleniz olacaktır. Sadece turistlerin diğer şehirlerden ve ülkelerden geleceği güzel ve ilginç bir yerleşim bölgesi oluşturmak istiyorsanız turistler hedef kitleniz olacaktır. Herhangi bir marka şehir oluşturabilirsiniz- çevre dostu, yaratıcı, politik, ciddi, eğlenceli -ve herhangi bir konumlandırma için analiz amacını bulabilirsiniz.

Kentin analizine, içinde yaşama standardına ve diğer parametrelere dayanarak, ana fikir ve kavramı belirlemek gerekir. Seçilen konumlandırma ve tüm gruplar (yatırımcılar, yetenekler, turistler, yöneticiler, politikacılar, sakinler) hatırlanacaktır. Şehrin benzer yerleşimlerden nasıl farklılaştığını ve bu farkın hedef kitleyi nasıl çekebileceğini analiz etmek gerekir. Örneğin, büyük bir gölde rahatlama fikrini inşaa edilebilir ya da çeşitli yeniliklerle geleceğin şehri konseptini geliştirebilir.

Bazen marka gelişimi, bir fikir ve kavramın gelişimidir. Örneğin, sağlık hizmetlerinin gelişimi üzerine bahse girebilir ve diğer bölgelerden gelecek olan en büyük kliniğe, sağlık enstitüsüne veya yetkili doktorlara sahip bir sağlık kenti oluşturabilirsiniz.

Bunu yapmak için, beklentiler hakkında bir hikâye içeren bir video çekmeniz, bir sunum yapmanız veya bir konferans düzenlemeniz gerekecek ve ayırmaç genel fikirlere bir ek niteliğinde olacaktır. Marka geliştirme Marka kavramını, fikrini ve yönünü belirledikten sonra, markanın kendisini geliştirmeye başlayabilirsiniz. Ancak bir ayırmaç bir markaya eşit değildir.

Örneğin, Barselona'nın kendi logosu yoktur, ama İspanya'daki özerk bir bölgenin başkenti olduğu tüm dünyaya ünlüdür (Lapşin, 2014:79).

Markanın tanıtım süreci tamamen fikir ve hedef kitleye bağlıdır.

Örneğin:

- Yatırımcıları sektöre çekmek için yeni girişimler kurmak ya da eskilerini geliştirmek gerekir;
- Eğitimin gelişmesi için yeni kurumlar oluşturmak ve yabancı öğrencileri ve öğretmenleri çekmek gerekir;
- Turizmin gelişmesi için manzaraları yenileme yapmak, eğlendirilen alanları oluşturmak ve altyapı geliştirmek;

Sakinlerin yaşam kalitesini yükseltmek için yeni iş ödenekleri sağlık ve eğitim geliştirmek, yatırımcıları ve turistleri çekmek gerekir. Her şey markanın amaçlarına ve yönüne bağlıdır. Özel etkinlikler örneğin,

şehir çapında forumlar veya uluslararası konferanslar düzenleyebilirsiniz. Sosyal ağlarda veya diğer çevrimiçi kanallarda ortak bir fikri teşvik edebilir.

Yeni tesisler kurabilir veya gerekirse eskileri yıkabilirsiniz.

Marka performansını analiz etmek için ölçülebilecek bir hedef belirleyebilirsiniz bu Jose Torres tarafından da önerilir. Hesaplanabilir her şey bir amaç olarak hizmet edebilir ve marka performansını değerlendirmenize izin verir.

Markalaşma yatırımcılara yönelik olduğunda, şehirdeki yatırım miktarını göz önünde bulundurmanız ve son çeyrekte yıl veya birkaç yıl için göstergelerle karşılaştırabilirsiniz.

Sakinlerinin yaşam kalitesini arttırmaya odaklanan

- ortalama maaş, bütçeye verilen vergi gelirleri eğitimin geliştirilmesine odaklanan
- kurumlarda okuyan öğrenci sayısı veya bir yer için rekabet göstergeleri;
- Turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte, kente gelen turist sayısı.

Ölçülebilir göstergeleri analiz ettikten sonra, markanın etkili olup olmadığını anlayacaksınız.

- Maddi sonuçlar getirmezse - örneğin, yatırım miktarı sadece 51'ile 52 milyon arasında arttıysa, marka uygulama stratejisini değiştirmek daha iyi olacaktır.

Dünyanın en ünlü marka şehirlerden birkaçının markalaşması:

Berlin. Be Berlin kampanyası 2008'de başladı ve şehir sakinlerinin ve turistlerin gözünde şehir imajının bütünlüğünü yeniden sağlamanın yanı sıra Berlinlileri şehirleriyle gururlandırmayı amaçlıyordu. Aynı zamanda, kentin paralel olarak var olan iki markası vardır: biri sakinler, diğeri misafirler için. Şehir odaklı ayırmaç.

Loch Ness. Bu gölün yanındaki bölge 90 yıl boyunca İskoçya eyaletinden dünyada en çok ziyaret edilen yerlerden birine dönüştü. Marka, Turistleri hedef aldı: ünlü Loch Ness canavarı Nessie'yi kendi gözleriyle görmeye çalışmak için gittiler. İngiliz tarihçi Garrett Williams, Nessie'nin marka pazarlamacıları tarafından pazarlandığını iddia etmektedir.

Madrid. Flâmenko ve boğa güreşi ile ilişkilendirildi. Bugün, markası, Avrupa başkentinin modernliği ve dinamizmi ile birlikte, ülkenin eşsiz kültürel özellikleri ve kültürüdür. Markalaşma sayesinde, zaten 2006'da şehri, 2005'ten daha fazla sayıda Turist ziyaret etmiştir.

Innopolls (Rusya). Bilim kenti kavramına göre, şehir sıfırdan inşa edilmiştir. Şehir yenilikçi yüksek teknolojiye ve bilgi teknolojisini geliştirmektedir. Rusların kafasında, Innopolis zaten Moskova'nın

yakınında bulunan ve "bilgi bölgesi" olarak bilinen Skolkovo merkezine tamamen benzememektedir.

İstanbul (Türkiye). Tarihi ve kültürel mirası, mimari anıtlar markası. Şehrin markalaşma sayesinde, zaten her yıl 20 milyondan daha fazla sayıda turist ziyaret etmiştir.

Soçi "Kafkasya Rivierasi" sloganı olarak öne çıkan Soçi beldesi. Bu, tarihsel olarak kurulmuş bir slogandır, çünkü geçen yüzyılın başında "Kafkasya Rivierasi" adı verilen ilk modern sağlık tesisi, şehir toprakları üzerine inşa edilmiştir. O andan itibaren, Soçi Kafkasya'nın Karadeniz kıyısındaki en büyük tatil yeri marka olarak oluşmaya başladı.

Birleşik Arap Emirlikleri kendisini çöller, güzel plajlar ve "Palmiye Adaları" olarak konumlandırdı. Ayrıca, bu bölgeye "ticaret cenneti" adı verilir. Bir başka Orta Doğu devleti olan Katar, bir iş turizmi ülkesi marka imajını yaratıyor.

Almatı (Kazakistan) simge yapı, dağlık ve doğa dostu bir şehir markasıdır.

St. Moritz kayak merkezi, Fransız Rivierasi ve Seyşel Adaları - tanıtımları yapan turizm bölgeleri ve şirketlere önemli olarak coğrafi markaların en çarpıcı karlar getiriyor.

Venedik, Floransa, Napoli (İtalya) - tarihi mirası ve anıtları ünlü turizm merkezleri ve dünya seviyedeki güçlü markalardır.

Bursa (Türkiye) Tarihsel sembolü olan Yeşil Türbe, İpek Han ve tescilli sivil mimari örnekleriyle öne çıkan ilin termal turizmi, kış sporları ve eko turizme müsait olması açısından yüksek potansiyel olduğu bilinmektedir.

Konya (Türkiye) Özellikle Mevlana'dan dolayı Anadolu'nun bölgesel ve uluslararası ölçekte en önemli inanç merkezlerinden biri olan il, Çatalhöyük, Kilistray gibi önemli mağaraları ve yemek kültürüyle ünlüdür.

Gaziantep (Türkiye) İl, kültür, gastronomi, kongre ve fuarcılık, sağlık turizmi, folklorlük el sanatları gibi alanlarda ciddi anlamda gelişmiştir.

4.2. Astana'nın Stratejik Yönetim Süreci

Kazakistan'ın bölgesel politikası, ulusal ekonominin en önemli ekonomik büyüme noktaları ve ekonomik ve demografik potansiyeli olan perspektifli bölgelerin geliştirilmesi ve desteklenmesi de dâhil olmak üzere rasyonel bir bölgesel örgütlenmenin oluşumu olan kentleşme ve aglomerasyon süreçlerini teşvik etmeyi ve geliştirmeyi hedeflemektedir. İstatistik Komitesi ve Dünya Bankası'na göre, Kazakistan'da kentleşme oranı yaklaşık % 54-55'tir, bu Orta Asya'da en yüksek oran olarak sayılmasına rağmen gelişmiş ülkelerin oranının çok artındadır. Avustralya, Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri gibi ülkenin kentleşme oranı % 70 ile % 80 arasındadır.

Bölgesel politika, ülkenin sürdürülebilir sosyo-ekonomik kalkınmasının stratejik amaç ve hedeflerine ulaşmak için yaşam ve yönetim faktörlerinin etkin kullanımını amaçlayan genel devlet politikasının ayrılmaz bir parçasıdır. Kazakistan Cumhuriyeti'nin bölgesel politikasının amacı, nüfusun yaşamı için nispeten eşit fırsatlar yaratmak ve rasyonel bir bölgesel iş bölümü ve bölgesel özerkliğin geliştirilmesi için ülkelerin oluşturulması temelinde her bölgenin kaynak ve üretim potansiyelini etkin bir şekilde kullanmaktır. Bölgesel politika, farklı bölge türlerini dikkate alarak farklılaşmayı sağlar. Cumhuriyetçi bölgesel öncelikleri belirlemek için, üç bölge grubunun yeni bir vergi ve bütçe politikası oluşturma açısından ayırt edildiği genel kabul görmüş bir tipoloji kullanılır:

I. Grup - kişi başına ulusal ortalama gelir seviyesini aşan bölgeler (Akmola, Aktyubinsk, Doğu Kazakistan, Karaganda, Mangıstau, Pavlodar bölgeleri ve Almatı). Bu bölgelerde en yüksek vergi oranları belirlenmelidir.

II. Grup - ortalama cumhuriyet geliri seviyesine yakın bölgeler (Atyrau, Zhezkazgan, Kustanai, Kuzey Kazakistan, Turgai bölgeleri), ortalama vergi oranları önerilir.

III. Grup - kişi başına düşen en düşük gelir düzeyi ile karakterize bölgeler (Almatı, Zhambyl, Batı Kazakistan, Kızıl-Orda, Kökşetau, Semipalatinsk, Taldykorgan ve Güney Kazakistan bölgeleri). Bunlar, tercihli sistemin potansiyel gruplarını temsil eden sübvansiyonlu alanlardır.

Birinci grup, cumhuriyetin ekonomisini dünya ekonomisine hızlı bir şekilde bütünleşmiş edebilen, ancak çoğunda köy ve köyün ekonomik ve sosyal geri kalmışlığı ile birlikte, ciddi bir stratejik ivme kaynağı olan ve yoğun bir bilimsel ve üretim potansiyeli geliştirmede yeterince yüksek bir momentum olan bölgelerden oluşmaktadır. Bu bölge grubu için öncelikli sorunlar şunlardır:

Hidrokarbon ve mineral hammaddelerinin ekstraksiyonu ve bütünleşmiş işlenmesi için en son teknolojilerin sunulmasına dayanan stratejik hammadde çeşitlerinin (hidrokarbon, kromit, potasyum tuzları, altın, gümüş, bakır, kurşun, çinko, fosfatlar, boratlar, nikel, kobalt, vb.) zengin birikimlerinin yoğun olarak geliştirilmesi;

Günümüzde Kazakistan'ın bölgesel gelişimi büyük şehirlerin ve aglomerasyonların büyümesiyle belirlenmektedir. Bu konuda, 15 Haziran 2020 yılına kadar Bölgesel Kalkınma Programı onaylanması hakkında, Kazakistan Cumhuriyeti Hükümeti'nin 28 Haziran 2014 tarihli 728 numaralı Kararında değişiklik Yapılmasına Dair Kazakistan Cumhuriyeti Hükümeti'nin 22 Ocak 2015 tarihinde 15 numaralı Kararı kabul edilerek Bölgesel Kalkınma 2020 Programının stratejik planları netleştirilmiştir (www.tdk.gov.tr:2018:1).

Programın amacı: Ülkenin elverişli bölgesel örgütlenmesini oluşturmak, ekonomik büyüme merkezlerinde nüfus ve sermaye yoğunlaşmasını teşvik ederek bölgelerin sosyo-ekonomik potansiyelinin geliştirilmesine yönelik koşullar yaratmak.

Hedefler: Programın 2020 yılına kadar önümüzdeki dönem için önceliklerini yerine getirmesi, aşağıdaki hedeflere değinilerek gerçekleştirilecektir:

- 1) Ülkenin bölgesel kalkınmasının iyileştirilmesi;
- 2) Çevrenin iyileştirilmesi, fayda ve ulaşım altyapısı dâhil olmak üzere nüfus için uygun koşulların sağlanması;
- 3) Nüfusun içme suyu ve su bertaraf hizmetleri ile etkili ve rasyonel bir şekilde sağlanması;
- 4) Konut inşaatı sorunlarının karmaşık çözümü, nüfus için konut satın alınabilirliğinin daha da artması.

Performans Göstergeleri: Programın uygulanması sonucunda, bölgesel büyümeyi ve potansiyel büyümeyi teşvik etmek için bölgesel girişimlerin teşvik edilmesine yönelik finansal desteğin arttırılması planlanmaktadır. Program uygulama aşamaları. Program 2015-2020 döneminde uygulanacaktır.

Finansman mekanizmaları dâhil olmak üzere programda öngörülen görevlerin çözümlenmesine yönelik projelerin hayata geçirilmesi için projelerin yeniden finanse edilmesi, mevcut mevzuata göre Anonim Şirket "Konut ve Fayda Geliştirme Fonu" aracılığıyla uygulanacaktır. "Birinci seviye" şehirler Astana, Almatı, Çimken ve Aktobe'de aglomerasyonların gelişimi.

Şehir aglomerasyonlarının geliştirilmesinde görevlerin gerçekleştirilmesi:

- 1) Kentsel aglomerasyonların ulusal ve bölgesel pazarlarda ekonomik olarak konumlandırılması;
- 2) Yenilikçi teknolojiler kullanılarak kentsel kümelenme altyapısının koordinasyonu;
- 3) Şehir aglomerasyonlarının geliştirilmesi için bölgesel, şehir planlama ve kurumsal politikaların iyileştirilmesi.

Kentsel yığılmaların ulusal ve bölgesel pazarlarda ekonomik yönelimi. Bu doğrultuda küresel ticarete cazip gelmelerini sağlamak için iş ortamını iyileştirmek ve Astana imajını iyileştirmek için hedefli bir politika uygulanacaktır. Yeni bölgesel politikaya göre, ekonomik bölgeler - "kademe 1" (aglomerasyonlar), "ikinci kademe" şehirleri (bölgesel merkezler, Semey ve Türkistan kentleri), "üçüncü kademe" şehirleri (küçük ve tek Sanayi kentleri) şehirleri kategori ölçümler.

Astana, ülkenin başkenti olarak "birinci seviyeli kent" (aglomerasyonlar) kategorisindedir. Kentsel aglomerasyonlar nesnel olarak dünyanın birçok ülkesinde çağdaş yerleşimin ana nesnelidir. Oluşumları yeni bir kentleşme anlamına gelir. Amerika Birleşik Devletleri'nde nüfusun% 76'sından fazlası New York'taki en büyük (11,3 bin metrekare, 23,3 milyon kişi) ve Los Angeles'te (5,8 bin metrekare, 18,6) bulunan aglomerasyonlarda yaşamaktadır. Avrupa'daki dünya standartlarındaki aglomerasyonlar, Londra (11.000 m² km, 13,4 milyon kişi) ve Paris (12.000 m² km, 12 milyon kişi fazla) topluluğudur. Çin'de, Şanghai (7,1 bin kilometre kare, 18,6 milyon kişi), Brezilya - Rio de Janeiro (4,6 bin kilometre kare,

12,1 milyon kısa), Arjantin - Buenos Aires (2, 7 bin kilometre kare, 14,6 milyon kısa), Hindistan - Kalküta (1,8 bin kilometre km, 15,6 milyon kısa) ve diğer gelişmekte olan ülkelerde, kentsel alanlarda hızla büyümektedir. Kazakistan'da topraklaşmaların gelişimi benzersizdir. Şehirler artan nüfus yoğunluğu ve ekonominin tüm sektörleri ile karakterize edilir. Nüfusun ve kırsal alanların artışı hızlanmaktadır.

Kırsal alanlardan kontrolsüz göç, konut ve toplumsal altyapı üzerinde aşırı yüke yol açabilir ve çevresel kentsel alanlarda sosyo- ekonomik marjinalleşme bölgelerinin ortaya çıkmasına neden olabilir ve kentin gelişimi stratejik bir plan olmadan "bağımsız olarak" gerçekleştirilirse ekonomik çeşitliliği engelleyebilir. Çin Halk Cumhuriyeti Coğrafi Bilimler ve Doğal Kaynaklar Enstitüsü tarafından sunulan "Çin'in kentsel aglomerasyonlarının geliştirilmesi - 2010" raporuna göre, Çin şehri 23 kentsel aglomerasyondan oluşmaktadır. Şehir aglomerasyonları, Çin'in ekonomik kalkınmasının gelecekteki yapısında en umut verici alanlardır. 10-20 yıl sonra, Çin, en az 20 milyon nüfusa sahip, dünya standartlarının en rekabetçi ve yenilikçi topraklarını oluşturmaktadır. Halen Kazakistan'da birinci sınıf bir yığılma olan Astana, Almatı ve Çimkent şehirlerinde merkezler vardır ve Almatı ve Çimkent nüfus yoğunluğu açısından hızla gelişmektedir. Yeni sermayenin rolünü güçlendirmeyi amaçlayan modern devlet politikasına dayanan Astana, henüz gelişmiş bir banliyö bölgesi oluşturmamıştır. Bu bağlamda, Astana aglomerasyonu, tek tip bir aglomerasyon yapısı oluşturabilen Karaganda ve banliyölerinden

(ortak şehirler, yerleşimler) oluşmaktadır. Kazakistan'da aglomerasyonlar, kentsel aglomerasyonların oluşumu ve gelişimi için ana ölçütler ile tanımlanmaktadır:

- 1) Demografik kapasite, yüksek nüfus yoğunluğu, göç akısı, kaynak tabanı (toprak, su, besin kaynakları).
- 2) Uygun coğrafi konum, uluslararası taşımacılık koridorlarının transit edilmesi, ulaştırma ağının varlığı ve altyapının anlamı olan lojistik potansiyel
- 3) Ekonomik potansiyel, yani merkez kentin gelişimi (Sanayi, hizmet, emek, finansal, bilimsel potansiyel).

Astana, ülkenin sosyo-ekonomik kalkınmasında liderlerden biri olan Kazakistan in başkentidir. Başkent in taşınması kararının kentin, bölgelerin ve ülkenin bir bütün olarak mekânsal yapısının dinamik gelişimi üzerinde doğrudan etmiş i olmuştur. Etkili ekonomik - coğrafi konum ve büyük ölçekli malzemelerin aglomeratif potansiyeli, finansal kaynaklar ve emek kaynakları, henüz uygulanmamış bir aglomerasyon merkezi olarak Astana'nın oluşması için önemlidir. Astana aglomerasyonunun 1,5 saatlik nakliye aglomerasyonu, Akmola bölgesindeki Arshaly, Tselinograd ve Shortandy bölgelerini içerir.

Gayri Safi bölgesel ürünün ulusal ölçekte payı % 8,5'tir (2012 yılı verileri). Şehir ekonomisinin temeli, diğer hizmetler (%26,9), toptan ve perakende ticaret (% 22,7), ulaştırma ve haberleşme (%14,7) ve inşaat (%12,3) tarafından temsil edilmektedir. Astana nüfusunun yaşam standartlarının analizi, tüm dikkate alınan parametreler

üzerinde olumlu dinamikler göstermiştir. 2012 yılında ekonomik olarak aktif olan Astana nüfusunun sayısı 417,6 bin kişidir ve 2000-2012 döneminde 2,3'ten 2,3'e yükselmiştir.

Kazakistan Cumhuriyeti'nin yığılma yapılarının farklı idari ve bölgesel düzenlemeleri nedeniyle, devlet aktörleri arasında farklı bir ilişki modeli gerektirir. Aynı zamanda, yığılma yönetim modellerinin oluşturulması önemlidir. Bu bağlantıda Astana ve Almatı aglomerasyonlarına bağlı Astana, Almatı şehirleri, Akmola ve Almatı eyaletleri idari bölümlerinin arasındaki zorunlulukları ilişkilerine dayalı, ayrıca Hükümet temelinde aglomerasyonların geliştirilmesinden sorumlu olan komisyon oluşturarak yönetimin uygulanmıştır. Aglomerasyonun gelişimi için:

- Kazakistan Cumhuriyeti'nin bölgesel ve bölgesel gelişim planları, üç bölgesel merkezde (orta, güney, batı) kavramsal ve metodolojik temellerin geliştirilmesiyle;
- Aglomerasyonların geliştirilmesinde bölgeler arası ve sektörler arası çıkarların koordinasyonu;
- Şehir bölgesinin işlevsel bölgelerini belirtilmesi:
- Arazi envanteri, aglomerasyonların geliştirilmesi amacıyla özel kentsel dönüşüm bölgelerinin (konut inşaatı, Sanayi siteleri, gövde altyapısı, rekreasyon bölgeleri, yeşil bölgeler vb.) kurulması;

- Merkez - şehir, banliyö alanları altyapı gelişim inin koordinasyonunu sağlamak;
- Kazakistan Cumhuriyeti devlet şehir planlama kadastrosunun birleşik sistemi;
- Hükümet Kararnamesi (Astana ve Almatı aglomerasyonları) tarafından onaylanan aglomerasyonların geliştirilmesi için uzun vadeli eylem planlarının geliştirilmesi.

Küçük kasabalardaki durumun niteliğini ve özelliklerini dikkate alarak Kazakistan, ABD, İsveç ve Avrupa Birliği (AB) deneyimini adapte edebilir ve uygulayabilir. Örneğin, düşük karbon üretimi ve tekstil endüstrisi üretiminin bir sonucu olarak, Big SyntoGap (ABD) zor bir sosyo-ekonomik durumla karşı karşıya kalmıştır. Kent ekonomisinin yeniden yapılanması ve doğaya ve rekreasyon alanlarına yakın olmasının yararları nedeniyle, işsizlik oranını sabitlemek ve şehir nüfusu sayısını arttırmak amaçlanmıştır. Başka bir örnek: Farmville tabanlı tütün bağımlılığı, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'ler) aktif olarak desteklenmesi, şehir ekonomisinin çeşitlendirilmesi ve işin büyük şehirden "çekilmesi" ile ortadan kaldırılmıştır. Ayrıcalıkların dezavantajlarını yapmanın başarılı örneklerinden biri Kiruna şehridir (İsveç). Şehir, azalan demir üretimi ve azalan istihdam sonucunda iflasla karşı karşıya kalmıştır.

Şehir odaklı İşletme, şehir ekonomisini çeşitlendirmek için araştırma ve geliştirme (ARGE) yeniliklerinin havacılık endüstrisi ve turizm endüstrisinin geliştirilmesine yatırım yapılmıştır. Teknolojik yapıların

dönüşümü, geleneksel Sanayilerde (tekstil endüstrisi - yarından fazlası, metal işleme - üçte biri) ve Helmand'da (Hollanda) işsizlikte% 27'lik bir düşüşe neden olmuştur.

Yetkili makamlar tarafından alınan önlemler neticesinde "havuz", uluslararası pazarda yaygın olarak kullanılan ve girişimcilik odaklı teknolojik ilerlemelerle karakterize edilen en yaygın kullanılan 12 teknolojinin birçoğunda yaygın olarak kullanılmaktadır.

Şehir sayısı 48'den 70 bine kadar yükselmiş ve işsizlik oranı % 27'den % 6,8'e kadar düşmüştür. Polonya'da küçük kasabaların kalkınma politikası, nüfusun okuma yazmasını ve insan sermayesini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda ulaştırma altyapısının geliştirilmesi, alternatif enerji kaynakları, bilgi toplumu gelişim i, çevre iyileştirme ve eğitim iyileştirme projeleri hayata geçirilmiştir. Farklı ülkeler, tek Sanayi kentlerini ele almak için farklı yollar seçmiştir.

Almanya, Avustralya, Japonya ve ABD gibi ülkelerde tek Sanayi şehirlerinin sorunları Kazakistan'ın sorunlarına çok yakındır. Örneğin, Almanya'da devlet, kömür endüstrisindeki Rur Havzası'ndaki düşüşle ilgili sorunları çözmek için kömür endüstrisi için bir "kömür havası" vergi sübvansiyonu başlattı. Tek Sanayi kentlerinin dünya pratiğinde, Tennant Creek (Avustralya) deneyimi özel bir kurumdur. Şehirdeki kömür madenlerinin tükenmesinden sonra istihdam seviyesini korumak için, eyalet ve kasaba oluşturucu

işletmeler, uzmanların ve madencilerin diğer alanlara taşınmasını organize etmiş ve bu da iş ve insan kaynaklarını korumayı sağlamıştır.

Japonya’da, tek sanayi kentlerinin sorunlarının çözümü, devlet ve kentsel kalkınma işletmesi tarafından ortaklaşa uygulanmıştır. Burada çalışanların bir kısmının şirketin üretim kapasitelerine devri organize edilmiştir. Aynı zamanda, kenti oluşturan işletme ekonominin farklı sektörlerinde yeni küçük işletmeler yaratılmıştır (elektronik ve bilgi sistemleri, tüketim malları ve gıda üretimi, teknoloji parkları oluşturulması). Birmingham City (ABD) deneyimi, tek sektörlü şehir ekonomisinin çeşitlendirilmesinin başarılı örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Şehir, yatırımları çekmek için devlet odaklı politikalar kullanarak (örneğin, küçük üreticiler için boş alan sağlanması, yükseköğretim altyapısının geliştirilmesi ve diğer önlemler gibi) kentin doğal avantajlarını ve metalürjik şehir oluşturucu işletmelerin kapatılmasını ele almıştır. Dünya pratiğinin gösterdiği gibi, hem devlete hem de şehir kurma girişimlerine büyük ilgi duyan şehirler sorunlarını çözmeye daha başarılı olmuşlardır.

Yeniden eğitim kursları, iş organizasyonu, şehir planlama girişiminin yeni yapılarının yaratılması, vergi indirimleri gibi girişimciliği teşvik etmeyi amaçlayan monoton alanlarda önemli ilerlemeler kaydedilmiştir.

Ekonomik bölgeler, sanayi parkları, inovasyon büyüme bölgeleri, sanayi bölgeleri, teknoloji ticaret merkezleri;

- 1) Turist, rekreasyon ve spor, eğlence ve boş zaman servisleri; gıda uzmanlığı (gıda kuşağı); Uluslararası maliye merkezinin çok işlevli bölgelerinin oluşturulması;
- 2) Kentsel aglomerasyonların ve diğer projelerin ekonomik uzmanlaşması çerçevesinde kamu-özel ortaklık mekanizması yoluyla "Nazarbayev Üniversitesi", G4 Şehri ortak şehirleri, "Batı Avrupa - Batı Çin" karayolu inşaatı dâhil olmak üzere büyük devlet projelerinin uygulanması;
- 3) Şehir aglomerasyon merkezlerinde uluslararası kuruluşların temsilciliklerinin ve ofislerinin ve en büyük uluslararası şirketlerin şubelerinin yerleştirilmesinin teşvik edilmesi;
- 4) Devlet ve sanayi programları İş Yol Haritası 2020, İş Yol Haritası 2030, turizm, ulaşım ve iletişim tarafından sağlanan araçların kullanılması.

Bu faaliyetlerin uygulanması, bir yandan kalkınmaları konusunda bir ivme kazanacak olan, bir yandan da yöneticinin (üst-bölgesel yöneticim) ve komşu bölgelerin ortak eylemlerinin (İşbirlikçi projeler) ortak hareketlerinin yapılacağı bir yığılma bölgesi içindeki idari alanları içermektedir. Yenilikçi teknolojiler kullanarak kentsel aglomerasyonların altyapısının geliştirilmesi. Gelişimlerinin temel mekanizmalarından biri, topraklaşma için altyapı önlemleri olacaktır. Uzun vadeli planlama yoluyla Astana, aglomerasyon altyapısını geliştirmektedir.

- 1) Yeni yüksek hızlı nakliye (yüksek hızlı demiryolu) tanıtımı; toplu taşımacılığın öncelikli gelişimi ile kümelenmelerde banliyö ve şehirlerarası iletişim sistemlerinin yeniden yapılandırılması yoluyla bütünleşmiş taşımacılık sistemi;
- 2) Endüstriyel, enerji, mühendislik-belediye, su bazlı ve ileri yenilikçi ve teknolojik çözümler kullanarak (dünyadaki eğilimleri dikkate alarak) sosyal altyapının geliştirilmesi yoluyla bütünleşik ulaşım sistemi;
- 3) Geniş bant (dijital denge) erişimine giriş seviyesi;
- 4) Ağların (kablosuz teknolojiler) dağıtım ve transfer imkânı sağlanarak bilgi iletişimi;
- 5) Enerji ve kaynak tasarrufu sağlamak;
- 6) "Yeşil şeritler" ve park bölgelerinin geliştirilmesi;
- 7) Ekolojik olarak temiz taşımacılığın kullanımı;
- 8) Üretimin şehir dışına çıkartılmasıyla "yeşil ekonomi" in yaratılması;
- 9) yangınla mücadele, çamur akışları, toprak kaymaları, deprem altyapısı ve topaklanma yangın önleme korumasının geliştirilmesi.

4.3. Astana'nın Stratejik Analizi

Bu bölümde Astana'ya ait stratejik analiz yapılması amacıyla SWOT analizi ve Pestile analizi yer almaktadır.

4.3.1 Astana'nın GZET (SWOT) Analizi

Astana şehrinin markalaşmasına stratejik bir süreç olarak bakmakta yarar vardır. Marka olmak uzun ve yorucu, tüm paydaşların katılımıyla gerçekleşecek bütüncül bir faaliyettir.

“Kotler’e (2002) göre şehir markası olabilmek için şehrin SWOT analizi yapılmalıdır. Kentin konumlandırılması saptanarak hangi faktörlerin üzerinde durulacağı belirlenmelidir. Şehrin avantajları tespit edilerek geçmesinde yer alan önemli olaylar, efsaneler ve tarihi kişiler markaya bir hikâye oluşturacak şekilde kurgulanmalıdır. Bunun yanında oluşturulacak marka stratejisinin yerel halka anlatılması ve benimsetilmesi önemlidir” (Uyar, 2018: 479)

Şehir markalaşmasında stratejik analiz adımları şunlardır: (Ülgen ve Mirze, 2006:116).

- 1.Şehrin kaynaklarının ve yeteneklerinin saptanması
2. Bu yeteneklerin eşsiz olup olmadıklarının belirlenmesi
- 3.Diğer şehirlerle karşılaştırma yaparak kentin avantaj ve dezavantajlarının saptanması
- 4.Şehrin gelişim e açık potansiyelinin rakipleriyle karşılaştırılması
5. Başarılı olunabilecek kritik faktörlerin belirlenmesi

Astana “Marka şehir” olmak uzun bir uğraş gerektiren, profesyonel bir anlayışla ele alınması gereken, kentin sakinlerince paylaşılan değerlerden oluşan ve tüm paydaşlar tarafından sahiplenilip

geliştirilen bir süreç olarak ele alınmalıdır. Ayrıca dünyadaki örneklerine bakılmalı daha önce yapılmış çalınmalardan yararlanılmalıdır. Yeni modern başkent olarak Astana, zengin tarihsel-kültürel mirası, doğal özellikler sayesinde özgün mimari, tarihi ve kültürel yapıları içinde barındırmaktadır. Böylece, sürdürülebilir bir marka yönetim süreci ile birlikte Astana dünyanın önde gelen yeni modern başkenti ve tarihi kültürel turizm merkezlerinden biri olarak konumlandırabilir.

Astana'nın SWOT analizinin yapılmasının amacı, Astana'nın sahip olduğu özgün öğeleri ortaya çıkarmak ve gelecekteki fırsat ve tehditleri şimdiden öngörüp ona göre stratejik bir planlama yapılmasıdır.

Tablo 4.1 Astana'nın SWOT analizi

GÜÇLÜ YÖNLER	FIRSATLAR
Astana'nın Kazakistan Cumhuriyeti'nin başkenti ilan edilmesi	Astana'nın Büyük Bozkır merkezinde bulunması
1998'de, UNESCO Deklarasyonunda Astana'nın "Barış Şehri" olarak tanıtılması ve madalya kazanması. Brezilya'daki Dünya Kupası'nda Astana'nın dünyadaki genç 12 şehir arasında en yüksek unvanı alınması.	Astana, eski uygarlıkların ve önemli siyasi olayların tarihi merkezidir
Birçok uluslararası uzmanların Astana'ya Orta Asya fonu olması	Tarihi yerleşim olarak, başkent stratejik öneme sahiptir
Kuzey bölgesindeki nüfusun sosyal statüsünün iyileşmesine olanak sağlanması	Kazak devletinin ilk anayasası, "Zhety Zhargy" ye altı Alash'a getiren ve Üç Cüz'ın yöneticiliği elinde olan Az Tauke Han'ın yazlık ikametgâhı altı Alaş'ın merkezi Astana'da

	bulunmasıdır
Astana hızlı gelişmiş bir şehir olarak, dünya politikacıları, sivil toplum ve mimarlarının ilgisini çekmesi.	Astana'nın jeopolitik oluşumu, toplumu küresel trendlere göre yapılandırmaya izin verilmesi
İngiliz ustası Norman Foster'in iki projesi Astana'da uygulanmış olması	Kuzey Kazakistan bölgesindeki en büyük kara topraklı alanı olması
Astana, uluslararası Başkentler ve Büyük Şehirler Meclisi üyesi olması. 1999 yılında "Dünya Şehri" unvan alması	Nüfusu bir buçuk milyonu aştığı Almatı şehrinin bağımsız bir ülke başkentinin şartlarını yerine getirememesi
Astana'da uluslararası sempozyumları ve kongrelerin düzenlenmesi	Kuzey bölgesinde nüfusun artması ve yeni yerleşme için uygun coğrafyaya sahip olması
Astana'da turizm iyi bir şekilde gelişmesi	Astana'nın güvenlik probleminin gelişimi
1998'de Astana, WEPSA uluslararası Serbest Ekonomik Bölgeler Birliği'ne üye olması	İşgücü kaynakların kolay kullanma mümkün olması
Esil nehrinin kıyısında yer alınması	Tarihi mimar eserlerinin varlığı
Başkent, ünlü Japon mimarı Kisho Kurokawa'nın "Yaşam Prensibi" projesiyle inşa edilmesi	Başkent in güvenliğinin sağlanmasıdır.
Astana'nın yerleşmiş bölgesinde Serbest Ekonomik Bölgesi'nin oluşturulması	Kuzey Bölgesi'nin gelişmeye uygun olması
Çağdaş mimar uygulamalarının varlığı	Tengiz-Korgaljin gölünün turizmin varlığı
Astana'nın geleceği ile ilgili olumsuz ve ters görüşlere açık bir şekilde cevaplar verilmesi	Astana'nın merkezi yerleşim konumunda bulunması
Akmola eyaletinde, bölgeleri Kazaklaştırma politikası geliştirilmesi	İnşaat sektörünün daha da geliştirilmesi için gerekli altyapının mevcudiyeti.
Astana'da zamaneyi binalar ve mimarların yapılması	Ulaştırma ağının yeri ayrıca gerekli ulaştırma ve telekomünikasyon altyapısının mevcudiyeti
Astana'nın jeopolitik konumu	Yüksek nitelikli personel potansiyelinin olması

Astana'nın önemli Sanayi potansiyelinin artması	Özel sektör ve girişimcilik gelişimi için potansiyel fırsatların mevcudiyeti
Bölgede politik ve sosyal İstikrarın varlığı	Astana şehrinin gelişim i için boş alanların çok olması
Astana inşaatında doğrudan yabancı yatırımcılar çekilmesi	Enerjiyi üreterek enerji tasarrufu için çağdaş teknolojilerin varlığı
Dünya standartlarında eğlence tesisleri ve tesislerinin varlığı	Şehri, çağdaş dünyada uluslararası standartlarına göre telekomünikasyon cihazlarıyla sağlanması
Yabancı Turist sayısı artması	Almatı-Astana karayolunun inşaatının çalışması
Turizm için doğal özelliklerin bulunması	Dolambaçlı yol ve Esil nehrinde birkaç köprü inşaatının yapılması
Kazakistan ekonomisinin daha da gelişmesi bağlamında etkili olması	Kuzey Bölgesi'nde Kazaklaştırma Politikasının Gelişmesi
Cumhuriyet bölgesinde tek taraflı nüfus ve üretici güçlerin konuşlandırılması	İnşaat endüstrisinin gelişme trendi
Geniş bir yabancı tarım ürünleri ağını yoğunlaştırması, kuzey ve merkez bölgelerinde yabancı yenilikler ve bilimsel üretim yapılması, gelişmiş tarım makineleri yapmak neredeyse mümkünlüğü	İş merkezleri, uluslararası oteller, Alışveriş merkezleri inşaatının yapılmasının güçlülüğü
Kuzey bölgesinde turizm endüstrisini geliştirilmesi	Uluslararası havaalanı inşaatının yapılması
Yüksek düzeyde eğitim, sağlık, kültür ve eğlence hizmetleri (ülkenin diğer bölgelerine göre) gelişmesi	Konut evler inşaatının yapılması
Doğal ve göç yoluyla nüfus artışının olumlu özellikleri	-
Şehrin potansiyel markalarının pazarlanabilme imkânı	-
Üretim ve ulaştırma altyapısının mevcudiyeti	-
Küçük ve orta ölçekli İşletme gelişim i için uygun koşullarının olması	-
Veri tabanının kullanılabilirliği	-
Ekonominin tam olarak yeniden	-

düzenlenmesi (Sanayi sonrası gelişme)	
Çok yönlü ve çeşitlendirilmiş İşgücü piyasasının oluşumu	-
Mal hizmetler için rekabetçi bir piyasanın çekiciliğinin artırılması	-
Yeni üretim tesisleri için boş alanların bulunması	-
ZAYIF YÖNLER	TEHDİTLER
Soğuk İklim etkisinden dolayı inşaat seviyesinin düşmesi	Akmola şehrinde başkent olana kadar Kazak nüfusun oranı % 17' olması
Şehri yeşillendirme faaliyetlerinde Tuzlu solonetz toprağın etmiş	İklim çok karasal, kış uzun, soğuk, yazlar ılık geçmesi.
Nüfusun yerleşim yoğunluğu düşük, nüfusu 2 milyondan fazla olan bir şehir olmaması	Soğuk rüzgârların çok olması
Astana şehri ve komşu bölgelerin ortak sistem altyapısının olmaması (yerleşim sistemleri)	Astana'nın 300-400 metre yükseklikte yerleşimi
Şehir içinde etkin olmayan ulaşım altyapısı (trafik sıkışıklığı)	Akmola bölgesinin kabartmasının farklı olması
Astana'daki olumsuz çevresel durum (gazlaştırma, "yeşil ekonomi" akıllı teknolojilerinin kullanılmaması, toplu taşımacılığın yetersiz olması, şehirlerde çevre dostu olmayan ve enerji yoğun sektörlerin varlığı)	Bitkilerin nadir büyümesi (yetiştirilmesi) Konut açığı, İşsizlik
Astana'da eğlendirilen ve yeşil alanların eksikliği	Bölgede doğalgaz eksikliği
Astana'da çekici markaların eksikliği (popüler uluslararası imaj)	Astana'nın kuzeyde bulunması. Kentsel sosyal ve mühendislik altyapısına aşırı tahmin etmek
Astana şehrinde küresel ve bölgesel pazarlarda rekabet edebilirliğinin düşük olması	Astana-dünyanın en soğuk başkentlerinden biri olması. Sivrisineklerin bölgedeki
Astana yakınlarındaki yerleşimler için modern şehir planlama belgelerinin bulunmaması	Yeraltı suyunun yakın yerleşmesi

Tablo 4.1 Astana'nın SWOT analizi

Tablo 4.1 Astana'nın SWOT analizi sonuçlarına göre:

Astana'nın "Barış Şehri" olarak tanıtılması ve madalya kazanması,
Brezilya'daki Dünya Kupası'nda Astana'nın dünyadaki genç 12 şehir arasında en yüksek unvanı alınması,
Kuzey bölgesindeki nüfusun sosyal statüsünün iyileşmesine olanak sağlanması,
Astana hızlı gelişmiş bir şehir olarak, dünya politikacıları, sivil toplum ve mimarlarının ilgisini çekmesi,
Astana, uluslararası Başkentler ve Büyük Şehirler Meclisi üyesi olması.
1999 yılında "Dünya Şehri" unvan alması,
Başkent, ünlü Japon mimarı Kisho Kurokawa'nın "Yaşam Prensipleri" projesiyle inşa edilmesi,
Akmola eyaletinde, bölgeleri Kazaklaştırma politikası geliştirilmesi,
Ekonominin tam olarak yeniden düzenlenmesi (sanayi sonrası gelişme) güçlü yönleri ve Astana'nın Büyük Bozkır merkezinde bulunması,
Astana, eski uygarlıkların ve önemli siyasi olayların tarihi merkezi olması ve tarihi yerleşim olarak, başkent stratejik öneme sahipliği,
Kuzey Kazakistan bölgesinin en büyük kara topraklı alanı olması,

Güvenlik probleminin gelişimi,

Şehri, çağdaş dünyada uluslararası standartlarına göre telekomünikasyon cihazlarıyla sağlanması fırsatlara üye olması ve soğuk iklim etkisinden dolayı inşaat seviyesinin düşmesi,

Şehri yeşillendirme faaliyetlerinde tuzlu solonetz toprağın etkisi,

Astana şehri ve komşu bölgelerin ortak sistem altyapısının olmaması (yerleşim sistemleri),

Astana'da yeşil alanların eksikliği gibi zayıf yönler,

İklim çok karasal, kış uzun, soğuk, yazlar ılık geçmesi,

Akmola bölgesinin kabartmasının farklı olması,

Soğuk rüzgârların çok olması,

Astana'nın kuzeyde bulunması.

Kentsel sosyal ve mühendislik altyapısına aşırı tahmin etmek, Astana - dünyanın en soğuk başkentlerinden biri olması,

Sivrisineklerin böldüğü, yeraltı suyunun yakın yerleşmesi olarak tehditler açıklanmış ve tespit edilmiştir.

4.3.2 Pestile Analizi

Astana şehrinin başkent olarak planlaması, şehrin "Marka Şehir" olarak pazarlama stratejisi ve ekonomik geliştirmesi için Pestile analizini kullanarak açıklanmaktadır.

Politik Analizi

Astana'nın başkent olarak ülkenin coğrafi merkezine aktarılması, ülkemizin güvenliği ve bütünlüğü açısından jeopolitik açıdan önemlidir. Almatı'ya ülkenin diğer bölgelerinden ulaşmak avantajlıdır, ama Astana'nın Avrasya bölgesinin merkezindeki yerleşimi uluslararası devletlerle bağlantı kurulmasında ve Kazakistan'ın kuzeyinde Kazak nüfusunu artırması politikasının uygulanması için etkili olmuştur. Astana Avrupa ve Asya, ekonomik bağların temel taşı olma potansiyeline sahiptir. Astana'nın Orta Asya'daki en büyük yol ağının konumu jeopolitik açıdan ve nüfus yoğunluğu artırılmış problemini çözmek için önemlidir.

Ekonomik Analizi

Ekonomik anlamda ise Astana şehrinin Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölgesinin gelişmesinde önemli bir etkisi vardı. Ülke ekonomisinin dinamik gelişimi için önemli bir ivme, doğrudan Astana şehri ile ilgilidir. Astana'nın ülkedeki ulusal yatırım hacmindeki payı % 10, gayri safi bölgesel ürünün ülke ekonomisindeki payı % 10,2'dir. Şehirdeki küçük ve orta ölçekli İşletmelerin sayısı 102.015'e ulaşmıştır. Geçen 2018 yıl, küçük ve orta ölçekli işletmelerin gayri safi yurtiçi hâsıla içindeki payı % 57,4'ü geçmiştir. Son 20 yılda, Astana'nın üretimi % 8 artarak 300 milyar KZT' ye ulaştı. Ekonomiye 545 milyar tenge yatırım yapıldı. Kentte, küçük ve orta ölçekli İşletmeler ivme kazanıyor.

Kısa bir süre boyunca yeni sermayemiz bağımsız Kazakistan'ın sadece politik, ekonomik ve kültürel merkezi değil aynı zamanda diplomasi, barışı koruma ve uluslararası kalkınmanın ana merkezi oldu. Astana'da düzenlenen uluslararası Dünya ve Geleneksel Dini Liderler Kongresi, AGİT, İİT, SCO ve Astana'daki Astana Ekonomik Forumu süreci kapsamında uluslararası toplantılar kapsamında geniş çaplı zirveler.

Astana'nın taşınması, ülkenin demografik değişimini de olumlu yönde etkiledi. 2000'den 2013'e kadar Astana nüfusu 300.000'den 800.000'e yükseldi ve 2016'da başkentimiz Kazakistan'da ikinci milyoner şehir oldu. Astana'nın uluslararası Finans Merkezine Dönüşümü, Orta Asya bölgesinin potansiyel bir finans merkezi haline getiriyor. Dünyanın en entelektüel, modern şehirlerinden biri olan Astana, Avrasya'nın kültürel, bilimsel bir merkez olma kapasitesini arttırıyor. 1999'da UNESCO "Dünya Şehri" unvanını kazandı ve 2000'den beri Kazakistan'ın başkenti uluslararası Başkentler ve Büyük Şehirler Meclisinin bir üyesidir. Astana'daki proje çalışmalarının gelişmesine 2000 yılı yapılan Devlet Güvenlik Komitesi Astana temel planı çok yardımda bulunmaktadır. 2002 yılı ise Astana, yeni şehrin özel ekonomik alan oluşturması hakkında karar çıkmış, uygun yatırım iklimi sağlamış ve özel yatırımcılarla çalışmıştır. Astana'nın gelişimi 2000'li yılların başında özel olarak oluşturulmuş ekonomik bölgeye verilmiştir. Ayırt edici özelliği, her iki yönde de çalışması gerekiyordu.

Birincisi, Esilin sol yakasındaki idari ve iş merkezinin inşaatıdır. Bu kusursuz yerine getirme amacıyla, halkın yararına 300'den fazla idari bina ve konut ve eğlence merkezi inşa edilmiştir. İkinci yönde ise başkentteki iki sanayi bölgesi iyileşmektedir.

Birinci Sanayi bölgesinde 150 milyar Tenge değerinde 55 proje uygulanmaktadır. Bunlardan 21 tanesi devreye girecek ve geri kalan 34 proje 2017 yılında devreye alınacak. Astana'daki Sanayi parkında 2.500 kişi çalışıyor. Bu yıl altı proje daha başlatılacak ve bu yıl 1,5 bin kişi istihdam edilecek. 20 yıl boyunca şehirdeki sıradan işçilerin aylık ortalama maaşı 14 kat arttı.

Sosyolojik Analizi

Astana ülkenin ekonomik, politik ve kültürel hayatın merkezine dönüştürülmektedir. Günümüzde Astana şehrinin nüfusunun sayısı 1 milyondur. Kazakistan'daki yönetim ekonomik enstitüsünün araştırma ekibine göre 2030 yılı Astana'da 1 milyon 200 kişi olacaktır. Yeni Astana'nın görünümü olarak şehri hem değiştiren hem güzelleştiren, yeni mimar eserleridir. Yeni Astana sembolü olarak yüksek dereceli yer olarak tanılan, şehrin halkı ve misafirler için en ünlü olan Bayterek'tir. Bayterek binasının en üst kısmı altıntop gibi ya da Bayterek denilen ağacı gösteren Bayterek'in yüksekliği 97 metredir. Büyük Bayterek'in üst kısmına yumurta yapılan mutluluk kuşu samruk hakkında efsaneyi anlatmaktadır. "Atamken Kazakistan Haritası" doğrultusunda dünyada yüz ölçümünden 9. sırada yer alan Kazakistan'ı sıkıntı çekmeden gezebilirsiniz. Astana'da her gün

turistlerin ziyareti artmaktadır. Onun ilk adımı ise “Intercontinental” beş yıldızlı otel yapılmasıdır. İki senede yapılan bu otel, 1998 yılı haziran ayında yeni Astana’nın resmi konferansına gelen çok kıymetli misafirleri karşılamaktadır. Günümüzde Astana’nın 20 şehri ve Rusya’nın altı bölgesinin çok iyi ilişkisi vardır. Başkentimiz Astana, başkentler ve büyük şehirlerin uluslararası derneğine üyedir. 1999 yılı Astana, “Dünya Şehri” olarak ödüllendirilmektedir.

Teknolojik Analizi

Astana fabrikalarının modern teknolojilerle gelişmesiyle birlikte fabrikaların önemi daha da artmaktadır. Astana’daki makarna fabrikasının çalışmaları ilerliyor. Eylül 2006’da başlayan fabrika saatte iki ton, günde 40-45 ton makarna üretiyor. Fabrikada 16 çeşit makarna bulunmaktadır. Et, erişte de ayda 60-65 ton üretir. Bu ürünler Kazakistan’ın tüm bölgelerine ve İran, Moğolistan, Özbekistan, Tacikistan ve Türkmenistan’a gönderilir. Astana’da modern teknolojiyle donatılmış tam donanımlı bir tavuk çiftliğinin ardından, yılda 20.000 ton kümes hayvanı üretiyor. "Astana Elektroteknik Tesisi" Nisan 2012’de açıldı. İşletme, 2008’den beri Kazakistan’da faaliyet gösteren Enner Stroy Tex Kroup şirketler grubunun bir parçasıdır. Şirket, bir elektrik kalkanı üreticisi olarak JSC "Samruk-Kazyna" siciline dâhil edildi. Şimdiye kadar işletme 608 adet ürün üretti ve 2014’te - 1 milyar 200 milyon Tenge. Elektroteknik ürünlerden üretilmiştir. Ürünler Kazakistan’ın tüm bölgelerine ve ekonominin tüm sektörlerine ulaştırılmaktadır.

"Astana Solar" LLP tesisi hazır ürünler üretiyor - "KAZ PV" projesinin son teknolojik bileşeni olarak Güneş Modülleri. İki yıl boyunca, tam bir hammadde ekstraksiyonu ve bitmiş ürünler döngüsünü içeren bir üretim tesisi devreye alınmıştır. Başkent'in Sanayi parkında, ülkenin bilmediği bir başka yeni tesis daha var. Bir rafineri tesisidir. Devlet Başkanının doğrudan emri altındaki girişim, uluslararası saf altın standartlarına uygun 99,99 döküm üretmektedir.

Astana'nın marka şehir olması için en önemli olan şehrin güvenliği ve turizm özellikleridir. Bu güvenlilik ve özellikler yabancı sermaye ve ziyaretçilerin Astana'da yoğun olarak yer almasına katkı sağlıyor.

4.4. Misyon ve Vizyon Bildirimleri ile Strateji Geliştirme Süreci

Astana'nın "Marka Şehir" stratejik yönetim süreci dört sorunun cevaplandırılmasıyla oluşturulmuştur.

- Neredeyiz?
- Nereye ulaşmak istiyoruz?
- Gitmek istediğimiz yere nasıl ulaşabiliriz?
- Başarımızı nasıl takip eder ve değerlendiririz?

"Neredeyiz" sorusu Astana şehrinin (GZFT- Güçlü, Zayıf, Fırsat, Tehdit analizi) kapsamlı durum analizi ile cevaplandırılır.

"Nereye ulaşmak istiyoruz?" – misyon ve vizyon (ilkeler, amaçlar, hedefler) ile cevaplandırılır.

“Gitmek istediğimiz yere nasıl ulaşabiliriz?” – hedefler çevresinde, projelerin biçimlendirilmesi ve stratejik planının değerlendirilmesidir.

“Başarımızı nasıl takip eder ve değerlendiririz?” Astana şehri ile ilgili bilgilerin toplanması, araştırmalar yapılması ve performansın raporlanarak takip edilmesidir ve çıkan sonuçlarla stratejik planların stratejik planların daha yapılmasıdır.

Çalışmanın bu bölümünde, Astana şehrinin nerede olduğunu (misyon) belirlenmesinden sonraki nereye ulaşmak istediği (vizyon) sorusuna cevap aranacaktır. Bu bağlamda Astana şehrinin yönetim felsefesinin ortaya konulması, vizyon – misyon bildirimleri ve stratejik amaçların belirlenmesi amaçlanmaktadır. Buna göre stratejilerin belirlenmesi ve uygulamalarına ilksin önerler sıralanmıştır. Misyon, tüm paydaşların ortak bir yolda ilerlemesi için marka şehir olmanın var oluş gerekçesinin ifade edilmesidir.

4.4.1 Astana şehrinin Yönetim Felsefesi ve Misyon Bildirici

Astana şehrinin markalaşması ifadesinden: şehrin sadece kültürel, tarihi ve turistik yönlerinin pazarlanması yoluyla gelişmesi anlamının çıkarılması doğru değildir. Şehrin bilinirlik ve tercih edilebilirlik seviyesini arttırırken, Astana şehrindeki yaşanabilirlik seviyesinin arttırılması ana hedef olmaktadır.

Bu bağlamda Astana şehrindeki stratejik yönetim organizasyonuna göre, şehirde sunulan hizmet kalitesinin sürekli iyileştirilmesi, şehirdeki bütün sakinlerin memnuniyet, isteklendirme ve bağlılık duygularının arttırılması yoluyla kaynaklarının daha etkin kullanılması

ve şehrin marka değerinin artırılması için Stratejik Şehir Yönetimini anlayışı, yönetim felsefesi olarak görülmelidir. Astana Stratejik yönetim faaliyetlerinin de bu anlayışla devam ettirilmesi gerekmektedir. Bu anlayışla misyon bildiriminin aşağıdaki şekilde olması öngörülmektedir:

“Astana’nu ekonomik, sosyal, kültürel, tarihi ve turistik alanlarda markalaşmış şehirler seviyesinin üzerine çıkarmaktadır”

4.4.2 Vizyon Bildirimi ve Temel İlkeler

Astana şehrinin vizyonu aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

“Astana’nu ekonomik, sosyal, kültürel, tarihi ve turistik gelişmiş ligiyle, dünyadaki bütün insanların hayranlığını kazanmış bir marka şehir haline dönüştürmektir”.

Yukarıdaki vizyon bildiriminden hareketle, organizasyonun temel ilkeleri aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

1. Kentsel rekabette üstünlük elde etmek üzere, amaç ve faaliyetlerin planlanması suretiyle şehir yönetimine yön tayin etmek,
2. Kentteki yönetim birimleri arasında çıkabilecek muhtemel yetki ve görev karışıklıklarını önlemek,
3. Çevre sorunlarını azaltma sorumluluğunu göz önünde alarak: ekonomik, sosyal ve kültürel yönlerden şehri yaşanabilir haline getirmek,

4. Şehrin sosyal ve kültürel yapısını dikkate alarak, ulusal ve uluslararası alanda bilinirliğini üst seviyelere taşımak,
5. Tüm faaliyetlerde şeffaflık, katılım ve hesap verebilirlik sorumluluğunu sürekli kılmak,
6. Bireysel ve kurumsal otorite taassubundan uzak, gönüllülük esasına dayalı, esnek ve dinamik yapılı, değişime ayak uydurabilen ve devamlılık arz eden bir yönetim yapısı oluşturmaktır.

4.4.3 Stratejik Amaçlar Belirlenmesi

Astana şehrinin markalaşması paydasına kentsel gelişim ve bilinirlik seviyesinin artırılmasına yönelik stratejik amaçlar ve bunlara yönelik hedefler, yapılan GZET (SWOT) analizi neticesinde belirlenmiş ve aşağıdaki çizelgede gösterilmiştir.

Stratejik amaç 1. “Astana’nın Kazakistan Cumhuriyetinin jeopolitik, yeni, modern başkenti olmak”

Hedef 1,1. Astana’nın jeopolitik konumu, küresel trendlere göre yapısının güncellenmesi sağlanacaktır.

Hedef 1,2. Astana “Dünya şehri” olarak uluslararası değerlere sahip ekonomik gelişmeler ve projelerin güncellenmesi sağlanacaktır.

Hedef 1,3. Astana’nın önemli sanayi potansiyelinin artması ve yabancı yatırımcıların çekilmesi, uluslararası Başkentler ve Büyük Şehirler arasında önemli şehirlerinden biri olması sağlanacaktır.

Hedef 1,4. Astana'yı Kazak Dili'nin başkenti olduğunun herkesçe bilinmesi için çalışmalar yapılacaktır.

Hedef 1,5. Astana şehrinin gelişmesi için çalışan önemli kişilerin Astana'ya ilişkilerinin arttırıcı çalışmalar yapılacaktır.

Stratejik amaç 2. “Astnadaki tarihi değerlerin korunması ve tanıtılması suretiyle Kazakistan'ın dil, tarih, turizm ve kültür başkenti olmak”

Hedef 2,1. Astana'nın tarihi değerlerinin tespiti amacıyla kültür envanterinin güncellenmesi sağlanacaktır.

Hedef 2,2. Tarihi ve kültürel değerlere sahip tesislerin korunması ve geliştirilmesi sağlanacaktır.

Hedef 2,3. Tarihi, doğal ve kültürel değerlerin tanıtımı ve turizme açılması suretiyle, tarih, doğa ve kültür turizminde Kazakistan'ın önemli şehirlerinden biri olması sağlanacaktır.

Hedef 2,4. Astana'yı Kazak Dili'nin başkenti olduğunun herkesçe bilinmesi için çalışmalar yapılacaktır.

Hedef 2,5. Astana şehrinin gelişmesi için ve Astanalı olan önemli kişilerin Astana'ya ilişkilerinin bilinirlik seviyelerini arttırıcı çalışmalar yapılacaktır.

Hedef 2,6. Astana, yerel geleneklere ve zengin mutfak kültürüne, tarihi ve mimari anıtlara, kültürel ve milli sanatlara sahip bir şehir olarak ön plana çıkacaktır.

Stratejik amaç 3. ““Kazakistan’ın sağlıklı ve temiz bir kentsel çevre oluşturmak, dil, tarih, turizm ve kültür başkenti olmak””

Hedef 3,1. Çevrenin korunması ve çevre kirliliğinin asgari düzeye indirilmesine yönelik olarak uygun bir “çevre koruma planı” hazırlanacak ve uygulanması sağlanacaktır.

Hedef 3,3. Çevre kirliliğine sebep olan tüm faktörler tespit edilerek; (hava, su, gürültü, endüstriyel atık vb) bunların yol açtığı kirliliğin, belediye tarafından yapılacak etkin yöntem ve denetimlerle her yıl azaltılması sağlanacaktır.

Hedef 3,4. Geri dönüşüm projelerinin hayata geçirilmesi ve mevcut projelerin desteklenmesi suretiyle kıt kaynaklarını etkin kullanımında örnek kent konumuna gelebilmek için çalışmalar yapılacaktır.

Hedef 3,5. Kentteki üretim tesislerinin tamamında etkin denetim ve kontrol yapılacaktır.

Hedef 3,6. Kentteki yeşil alan potansiyeli ilk 5 yıl içerisinde Kazakistan ortalamasına ve ikinci 5 yıl içerisinde ortalamanın üzerine çıkarılacak, fonksiyonel ve çağdaş alanlar oluşturulacaktır.

Hedef 3,7. Yangınların ve olası doğal afetlerin etkilerini azaltmaya yönelik önlemler alınacaktır.

Stratejik amaç 4. “Kenti, dezavantajlı gruplar için yaşanılabilir hale getirmek.”

Hedef 4,1. Engellilere ve diğer kırılgan gruplara uygun çevre şartlarını ve diğer olanakları sağlamak suretiyle “Engelsiz Kent” imajı oluşturulacaktır.

Stratejik amaç 5. *“Astana şehrini ekonomik, politik, projelerini hayata geçirerek yaşam kalitesini arttırmak”.*

Hedef 5,1. Daha çağdaş ve sağlıklı mekânlarda yaşanılmasını sağlamak için, planlı ve sürdürülebilir kentsel gelişim ilkelerinin uygulanması sağlanacaktır.

Hedef 5,2. Astana’da alt yapı, üst yapı, bina bakım onarım işlerinin kaliteli ve verimli bir şekilde yapılması sağlanacaktır.

Hedef 5,3. Astana şehrindeki tüm planlar, modern kentsel dönüşüme uygun olarak revize edilecektir.

Stratejik amaç 6. *“Astana’nın altyapı seviyesini uluslararası standart, ihtiyaçları eksiksiz karşılayacak duruma getirmek.”*

Hedef 6,1. Etkin, verimli ve alternatif çözümleri bulunan su ve kanalizasyon sistemleri oluşturulacaktır.

Hedef 6,2. Astana şehiriçi sağlıklı işleyen bir ulaşım sisteminin hayata geçirilmesi sağlanacaktır.

Hedef 6,3. Astana’nın ulaşım ihtiyacının (karayolu, demiryolu ve havayolu) giderilmesi sağlanacaktır.

Stratejik amaç 7. *“Akıllı Şehir” yönteminin, kentin gelişimi ve şehre hizmet edilmesinde etkin kullanımı”.*

Hedef 7,1. Kentin tanıtımında kullanılmak üzere; en az iki adet, birbiriyle bağlantılı ve Web 2,0 teknolojisine uyumlu profesyonel web sitesi kurulacaktır.

Hedef 7,2. Sosyal ve ekonomik kalkınmayı, istihdamı, altyapı iyileştirmelerini ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmek için daha fazla fırsat oluşturacak.

Hedef 7,3. Kent sakinlerinin çoğu iş ve işlemlerini yapabileceği, şikâyet ve önerilerini aktarabileceği, sağlıklı çalışan bilgi sistemleri oluşturulacaktır.

Stratejik amaç 8 *“Astana’daki yönetim birimlerinin kurumsal kapasitelerini artırmak.”*

Hedef 8,1. Kentteki kuruluşlara verilecek proje eğitim destekleri ve hizmetiçi eğitimlerle kurumsal kapasitenin gelişimini sağlamaya yönelik çalışmalar yapılacaktır.

Hedef 8,2. Motivasyon artırıcı faaliyetlerle kent markalaşmasının çalışanlar tarafından benimsenmesi sağlanacaktır.

Hedef 8,3. İlde kamu hizmeti gören kuruluşların tamamının toplam kalite belgesi alınması sağlanacaktır.

Stratejik amaç 9. *“Astana örnek ve önder kent olmak.”*

Hedef 9,1. Astana şehrinde verilen sağlık hizmetleriyle “örnek marka şehir” olunması sağlanacaktır.

Hedef 9,2. Astanadaki eğitim düzeyini ve kalitesini yükseltecek projelerin hayata geçirilmesiyle “örnek şehir” olunması sağlanacaktır.

Hedef 9,3. Astanadaki sportif alanların artırılması, alternatif branşların özendirilmesi, amatör ve bireysel spor faaliyetlerinin desteklenmesi suretiyle sporda ve sağlıklı yaşamda “örnek şehir” olunması sağlanacaktır.

Hedef 9,4. Astanada yeni kültür sahaları kazandırılarak; kültürel, sosyal ve sanatsal etkinlikler desteklenecektir.

Hedef 9,5. Astanadaki bütün üretim tesislerinin marka tescillerini gerçekleştirmeleri sağlanacaktır.

Hedef 9.10. Konforlu ve güvenli Şehir oluşturulacaktır.

Stratejik amaç 10. *“Astana’nın tarıma, hayvancılığa ve sanayiye yönelik potansiyelini sürekli arttırmak ve dünya ölçeğinde tanıtımını yapmak.”*

Hedef 10,1. Astana da tarımsal üretimde ön plana çıkmış olan ürünlerin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımı ve pazarlaması yapılacaktır.

Hedef. 10.2. Kentin sanayi potansiyeli, yeni yatırımları özendirecek şekilde tanıtılacak ve yeni yatırımların teşviki sağlanacaktır.

Yukarıdaki çizelgede görüldüğü gibi GZFT (SWOT) analiziyle belirlenen stratejik amaçlar GZFT (SWOT) Matrisi’ ne yerleştirilmiş ve buradan çeşitli hedeflere ulaşılmıştır. Bu bağlamda Astana için oluşturulan stratejik amaçlardan 4 tanesi (1.2.3.8.9) Üstünlük- Fırsat

Stratejileri, 4 tanesi (2.4.6.7) Zayıflık- Fırsat Stratejileri ve 1 tanesi de (4) Zayıflık – Tehdit Stratejileri kapsamında değerlendirilebilir.

4.5 Astana'nın Marka Şehir ve İmajına Yönelik Alan Araştırması

Astana'nın "Marka Şehir" modeli ve imaj özelliğini kazanması için marka bileşenlerin ortaya çıkarılması ve imaj değerlerinin belirlenmesi amacıyla yapılan anket çalışmaları sonuçları belge verilecektir. Araştırma kapsamında toplanan veriler önce demografik özellikleri göstermesi bakımından frekans analizi sonuçları gösterilmektedir ve Astana şehrinin cazibe merkezlerinin gücü yine oranlar dikate alınarak verilmektedir ve şehrin algılanan imajı ve Kazakistan'ın beş ekonomik bölgesi halkının algılanması ortalamalar yoluyla tespit edilmeye çalışılmaktadır.

4.5.1 Yöntemi ve Teknikleri

Bu araştırmada alan araştırması ve anket yönetimi kullanılmıştır. Anket yönetimine dayalı olarak da Frekans analizi ve ortalama tekniklerinden faydalanılmıştır.

4.5.2 Amacı ve Kapsamı

Kazakistan ekonomisinin işleyişi yüksek rekabet karşısında bazı sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu nedenle, günümüzde, bölgesel kalkınmanın yönetilmesi ve bölgenin dinamik kalkınmasının uygulamaya geçirilmesine yönelik yöntemlerin tanıtılması konularına daha fazla dikkat edilmektedir. Ekonomik bölgeler sadece

Kazakistan'ının yüzü değil aynı zamanda uzun dönemdeki varlığının ve refahının garantisidir. Ekonomik bölge yönetiminin amacı her bir bölgenin lider konumunu sürdürmesini ve bölgenin ekonomik büyümesi için ön koşullar yaratmasını ve sınırlı kaynakları yoğunlaştırmanın koşullarını sağlamaktır.

Bu çalışmanın amacı: Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinin mevcut durumun incelemek ve analiz etmek ile Kazakistan'ın yeni başkenti Astana şehrinin rekabetçi bir marka modeli olarak bölgenin ekonomik kalkınmasına etkilin oluşturmaktır. Astana şehrini tarihsel, kültürel, ekonomik, sosyal ve siyasi açılardan değerlendirerek uygulanabilir ve sürdürülebilir bir şehir markası modelini sunmaktır. Astana'nın özgün bir imajla konumlandırması ve dünyanın önde gelen kültürel ve tarihi turizm merkezlerinden biri haline getirilmesi için sürdürülebilir bir marka yönetim sürecine katkı sağlamaktır.

4.5.3 Kısıtları

Araştırmada örneklem olarak iki farklı denek kitlesi kullanmıştır. Bunlardan birincisi Astana'nın dışında beş Ekonomik Bölgelerde yaşayan kişiler, ikincisi genel olarak Kazakistan da ve Astana şehrinde yaşayan yerel sakinlerdir. Araştırma sadece Astana şehri açısından geçerlidir. Şehir imajı ve markası, bireylerin algılamalarıyla ilgili olduğu kadar zamana karşı da duyarlı bir konudur. Bu nedenle konunun subjektiflik arz ettiği hesaba katılmalıdır.

4.5.4 Evren ve Örneklem

Araştırma 2017 yılının Haziran ve Aralık aylarında Kazakistan'ın yeni başkenti Astanada ve Kazakistanın beş Kuzey, Orta, Doğu, Batı ve Güney ekonomik bölgelerinde 20 yaş ve 60 yaş arası örneklem sayısına göre (500 kişi) örneklem yöntemi ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada 1000 adet anket hazırlanmış ve ilgili örneklem üzerinde yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak uygulanmıştır. Anket formunun yanlış doldurulması, sorularda yer alan önermelerin dikkatli okunmaması, bazı deneklerin anket formu içerisindeki soruların çoğunluğuna cevap vermek istememesi gibi nedenlerle uygulama dönemi sonunda kullanılabilir 2000 adet ankete ulaşılmıştır.

Bu çalışmada iki ayrı analiz araştırması yapılmıştır. "Astana şehri dışında ve Astana da yaşayan sakinlerin Astana algılaması" isimli çalışmanın evreni Kazakistan sınırı içinde ve Astana şehri sınırları dışında yaşayan bireylerdir." "Kazakistan'ın Ekonomik Bölgelerinde yaşayan Bireylerin Astana Markası algılaması" isimli çalışmanın evreni ise Astana'yla olarak belirlenmiştir. "Kazakistan'ın Ekonomik Bölgelerinde yaşayan kişilerin Astana Markası Algılaması" isimli çalışmanın evreni ise Astana ile olarak belirlenmiştir.

4.5.5 Hipotezler

H1: Ankete katılanların demografik özellikleri ile Astana şehri ile ilgili düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H1a: Ankete katılanların cinsiyetiyle, Astana şehri ile ilgili düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H1b: Ankete katılanların Astana şehri ziyaretinin amacı ile ilgili düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H1a: Ankete katılanların hanedeki kısa sayısıylayla, Astana ile ilgili düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H1b: Ankete katılanların yaşıyla, Astana şehri ile ilgili düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H1c: Ankete katılanların eğitim durumuyla, Astana şehri ile ilgili düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H1d: Ankete katılanların bölgesiyle, Astana şehri ile ilgili düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H1e: Ankete katılanların gelir düzeyiyle, Astana şehri ile ilgili düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

4.5.6. Anketin Hazırlanması İle İlgili Aşamalar

Astana şehrin markalaşması, temel ve ağırlıklı olarak, önce o şehrin halkı, hemen ondan sonra turist, daha sonra yatırımcıların mutlu edilebilmesine yönelik çalışmalardır. Yani aslında, önemli bir “Müşteri Memnuniyeti” sağlanması işidir. Bu memnuniyetin derecesi arttıkça, markalaşmanın alt yapısı da kendiliğinden oluşur. Şimdi şehirlerimizin öncelikle ürün olarak imajlarının düzeltilmesi için neler

yapılması gerektiğini, ülkemizi gezen, gören turistlerin şikâyet ve görüşleri doğrultusunda incelemeye çalışalım.

Araştırmada kullanılan anket formu dört ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özellikleri, Astana şehrine seyahat amacıyla kullanılan bilgi kaynaklarına ilişkin çoktan seçmeli sorular yer almaktadır. Demografik özellikler ve seyahat amacıyla ilişkili toplam 5 soru anket formundaki soruyu oluşturmaktadır.

Sorular literatür taraması sonucunda belirlenmiştir. Bu sorulardan Astana'da kalış süresi, ilk ziyaret değilse kaç kez ziyaret edildi ve sürekli yaşanan ülke/şehir soruları açık uçlu olup seyahat amacı, cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve bölge olarak ilişkili sorular seçilmiştir.

Demografik özellikler:

1. Astana'ya ziyaretinizin amacı nedir?

- A) Yeni bir yeri görmek için/çeşitli yerler
- B) Farklı kültürler/yaşam tarzı
- C) Dinlenmek ve stres atmak için
- D) Eğlenceli ve keyifli zaman geçirmek için
- E) İş için
- F) Diğer

2.Doğum yeriniz ve genelde yaşadığınız şehir?

3.Yaşınız: . . .

4.Cinsiyet : Bay Bayan

5. Eğitim: Ortaokul Lise Üniversite Yüksek lisans
Doktora

İkinci bölüm Astana şehrinin ekonomik durumu ve kalkınması Astana şehrinin ekonomik durumu ve kalkınmasıyla ilişkili toplam 10 soru anket formundaki soruyu oluşturmaktadır. Sorular literatür taraması sonucunda belirlenmiştir. Bu sorulardan Astana'nın ekonomik özellikleri ve durumu, avantajları ve dezavantajları, hizmet sektörü, Astana'nın diğer şehirlerle farkı ve Astana'nın altyapısı ilişkin sorular seçilmiştir. Bilimsel ilişkili tam bir liste oluşturabilmek için literatür taraması yapılmıştır. Araştırmanın uygulama kısmında ise veri toplama tekniği olarak nicel yaklaşımlardan anket tekniği kullanılarak veriler elde edilmiştir.

Tablo 4.2 Astana Şehrinin Ekonomik Durumu ve Kalkınması

	1	2	3	4	5	6
	Astana şehir konumunun avantajları	Memleket merkezindeki konumu	Büyük yol sahalarındaki Konumu	Arazi olarak düz olması	Tarihsel özellikleri	Jeopolitik durum
	Astana şehri konumunun dezavantajları	Çöl ve yarı çöl bölgede yerleşmesi	Sert İklimine sahip olması	Rüzgârın çok olması	Susuzluk	Fazla sivrisineğin olması
	Astana'nın altyapısı nasıl	İyi	Orta	Çok Düşük	Tatmin edici	Çok iyi
	Astana'da hizmet sektörü nasıl gelişmiştir	İyi	Orta	Çok iyi	Düşük	Tatmin edici
	Astana halkının ekonomik durumu	İyi	Orta	Çok iyi	Düşük	Tatmin edici
	Astana nasıl bir şehir	Turistik şehir	Sanayi şehri	Kültür Merkezi	Bilim ve Eğitim Merkezi	İş merkezi
	Astana'nın kültürel mirası	Tarihi anıtlar	Doğal özellikler	Yerel mutfak	Yerli halkın davranışları?	Güvenliği
	Astana halkı "marka şehir" olmaya hazır mı	Hazır	Hazır değil	Orta seviyede	Tatmin edici düzeyde hazır	Yüksek düzeyde hazır
	Astana'nın diğer şehirlerle farkı ve özellikleri	Ülkenin başkenti	Barış ve anlaşma merkezi	Yeni modern şehir	İş ve finans merkezi	Sanayi şehri
	Şehrın başlıca Turistik merkezi	Bayterek	Hanşatır	Barış ve anlaşma sarayı	EXPO merkezi	Esil nehri

Üçüncü bölüm Astana şehrinin turistik yerlerinin bazı özelliklerinin kalitesini değerlendirmek amacıyla geliştirilmiştir. Toplam 27 soru

anket formundaki soruyu oluşturmaktadır. Sorular literatür taraması sonucunda belirlenmiştir. Bu sorulardan Astana'nın turizmi ve doğal özellik durumu, turizm hizmet sektörü, araç kuralları, otellerin kalitesi, Astana'nın diğer şehirlerle farklı temizlik ve sağlık bilgisi standartları, kişisel güvenlik ve güvenlik olarak ilişkin sorular seçilmiştir. Bilimsel ilişkin tam bir liste oluşturabilmek için literatür taraması yapılmıştır.

Tablo 4.3 Astana Şehrinin Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerinin Kalitesi

	1	2	3	4	5
	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Katılıyorum/katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum

		1	2	3	4	5
1	Şehre kolay erişim					
2	Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar					
3	Uygun fiyatlarla Otel ve restoranlar bulunur					
4	Doğa özellikleri (dağlar, ormanlar, deniz, su altı vb.) bulunur					
5	Şehir halkı yardım etmeye hazırdır					
6	Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerleri bulunur					
7	Tarihi eserler müzeler vardır					
8	Yerel yemek kültürü restoranlar keferler bulunur					
9	Turistik Bilgi Bürosu bulunur					
1	İklim koşulları deniz, nehir özellikleri uygundur					
1	Kültürel etkinlikler festivaller bulunur					
1	Alışveriş merkezleri fırsatları bulunur					
1	Çevresel kalite temizlik kullanılmayan alanlar temiz ve ferahtr					
1	Altyapı iletişim ulaşım kalitesi gelişmiştir					
1	Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir					
1	Toplu taşıma taksi kuralları uygundur					
1	Plaj kalitesi temizlik teknik hizmet vardır					
1	Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları bulunur					

2	Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur						
2	Tatil dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur						
2	Gece eğlence yerleri vardır						
2	Su spor tesisleri rüzgâr ve su sporları bulunur						
2	Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır						
2	Niteliksel konut tesisleri bulunur						
2	Otellerin kalitesi yüksektir						
2	Yerel turlar ve seyahat imkanı bulunur						

Katılımcıların yazdığı yorum ve öneriler ayrıca içerik analizine tabi tutularak yapılandırılmış kısımdan elde edilen araştırma sonuçlarıyla birlikte değerlendirilmiştir. Son aşamada Kazak Türkçesinde düzenlenen anket formu içerik ve şekilsel olarak gözden geçirilerek tasarım ve sözel ifade açısından nihai şekli verilmiştir. Araştırmada kullanılan Kazak Türkçesi anket formları EK/1’de verilmektedir.

4.6. İstatistiksel Analizler ve Bulgular

Bu bölümde hipotez testlerinin sonuçları sunulmuştur. Astana şehri ile ilgili algılarını belirlemek amacıyla oluşturulan ölçeklerden faydalanılarak elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 18,0 for Windows adlı istatistik paket programıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde sırasıyla, anketi cevaplayanların demografik özelliklerine ait frekans tabloları, faktör analizi, güvenilirlik testleri, değişkenlerin ortalamaları ve standart sapmalarını da içeren ilişki analizi ve araştırma hipotezlerinin test edilmesine yönelik T ve Anova analizlerinden yararlanmıştır. Anket katılımcılarına ilişkin demografik bilgiler, seyahat davranışına ilişkin bilgiler ve seyahat planlamasında kullanılan bilgi kaynakları bu bölümde açıklanmaktadır.

4.6.1. Demografik Analizler

Astana şehrinin “Marka şehir” imajının ölçütlerini açıklamak amacıyla ankete katılanların demografik özelliklerine ait bilgiler, frekans tabloları aracılığıyla aşağıda gösterilmiştir. Kazakistan da yaşayan nüfusun yaş, cinsiyet, eğitim durumu, bölge yerleşimi gibi demografik özellikleri ile ilgili genel belgilere yer verilmektedir.

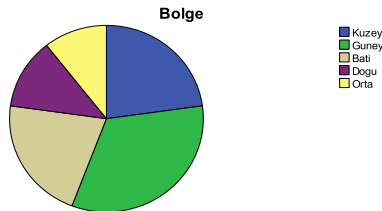
4.6.1.1. Kazakistan’da Yaşayan Bireylerin Demografik Analizleri

Ankete katılanların bölgelere dağılımına baktığımızda en yüksek payı Güney Kazakistan tutmaktadır. Daha sonra Kuzey Kazakistan gelmektedir. Nihayetinde en düşük pay ise Orta Kazakistan’a aittir.

Tablo 4.4 Kazakistan’ın Ekonomik Bölgeleri

Bölgeler	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Kuzey	114	22,8	22,8	22,8
Güney	165	33,0	33,0	55,8
Bati	107	21,4	21,4	77,2
Doğu	61	12,2	12,2	89,4
Orta	53	10,6	10,6	100,0
Toplam	500	100,0	100,0	100,0

Grafik 4.1



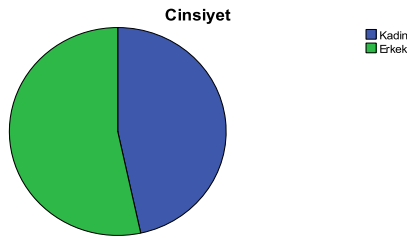
Bölge olarak katılımcıların 114 tanesi, yüzdeler olarak da % 22,8'lik kısmı Kuzey Kazakistan. 165'i, yüzdeler olarak da %33,0'lık kısmı Güney Kazakistan, 107'si, yüzdeler olarak da % 21,4 ' lük kısmı Batı Kazakistan, 61i, yüzdeler olarak da % 12,2'lik Doğu Kazakistan, 53 tanesi, yüzdeler olarak da %10,6'lık Orta Kazakistan bölgesi anketimize katkıda bulunmuşlardır dilimi kapsamaktadır.

Tablo 4.5 Cinsiyet

	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Kadın	233	46,6	46,6	46,6
Erkek	267	53,4	53,4	53,4
Toplam	500	100,0	100,0	100,0

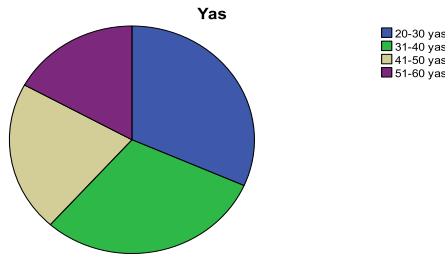
Tablo 4.5.1 de görüldüğü üzere araştırmaya katılan 267'si erkek ve 233'u ise kadınlardan oluşmaktadır. Bunların toplam içerisindeki yüzdeler dağılımları sırasıyla % 46,6 ve % 53,4'dür. Bu durum cinsiyetler arasında eşite yakın bir rakamı göstermektedir.

Grafik 4.2



Tablo 4.6 Yaşınız

	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
20-30 yaş	158	31,6	31,6	31,6
31-40 yaş	150	30,0	30,0	61,6
41-50 yaş	107	21,4	21,4	83,0
51-60 yaş	85	17,0	17,0	100,0
Toplam	500	100,0	100,0	100,0

Grafik 4.3

Ankete katılanların yaş olarak kategorize edilmesi sonucu yukarıdaki veriler elde edilmiştir. Kısaca, en fazla işaretlenen yaş Aralığı 20-30 olan sınırlar olup, bu sınırları işaretleyen kişi sayısı 158 kişi olup yüzdeler diliminde % 31,6 ile en yüksek yüzdeye sahiptirler. Daha sonra gelen yaş aralığı ise 30 - 40 olup, bu seçeneği işaretleyen kişiler anketimizde 150 kişi ile % 30,0 bir dilimi doldurmaktadır. Bu iki sınırdan sonra gelen ve en fazla işaretlenen 3. Yaş aralığı olan 41-50 yaş aralığıdır. Bu yaş aralığında 107 kişi bulunmaktadır ve bu kişilerin yüzdeliği ise % 21,4'dür. Bunlardan sonra gelen 50-60 yaş aralığı ise 85 kişiyle %17,0'lık bir dilimi kapsamaktadır.

Tablo 4.7 Eğitim Düzeyiniz

	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Lise mezunu	135	27,0	27,0	27,0
Üniversite mezunu	262	52,4	52,4	79,4
Yüksek lisans ve doktora mezunu	103	20,6	20,6	100,0
Toplam	500	100,0	100,0	100,0

Eğitim düzeyi ile ilgili olarak katılımcıların 135 tanesi, yüzdeler olarak da %27,0'lık kısmı Lise mezunu düzeyindedir. En büyük paya sahip olan kesim ise 262 kişi ile üniversite düzeyindedir. Bunun yüzdeler olarak ise %52,4'dür. Yüksek lisans ve doktora düzeyinde ise 103 kişi anket sorularımızı cevaplandırmıştır. Bunların yüzdesi ise % 20,6'dır.

Tablo 4.8 Ziyaret amacı

Ziyaretinizin amacı nedir	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Yeni bir yeri görmek için/çeşitli yerler	184	36,8	36,8	36,8
Farklı kültürler/yaşam tarzı	98	19,6	19,6	56,4
Dinlenmek ve stres atmak için	80	16,0	16,0	72,4
Eğlenceli ve keyifli zaman geçirmek için	76	15,2	15,2	87,6
İş için	62	12,4	12,4	100,0
Toplam	500	100,0	100,0	

Grafik 4.4



Astana şehri ile herhangi bir bağlantısı olmayan insanların Astana'ya ziyaret edenler üzerinde yaptığı ankete araştırmada katılanların 184'ü yüzdeleri olarak da % 36,8'lik «Yeni bir yeri görmek için çeşitli yerler», 98'i yüzdeleri olarak da % 19,6'lık «Farklı kültürler /yaşam tarzı », 80'i yüzdeleri olarak da % 16,0'lık «Dinlenmek ve stres atmak için» 76'sı yüzdeleri olarak da % 15,2'lik «Eğlenceli ve keyifli zaman geçirmek için» 62'si yüzdeleri olarak da % 12,4'lük «İş için» amacıyla ziyaret edilmesi açıklandı.

4.6.1.2 Kazakistan'ın Ekonomik Bölgelerinde Yaşayan Bireylerin Bölge Demografik Analizi

Kazakistan ekonomik durumu, coğrafi özelliklerine göre Kuzey, Doğu, Güney, Batı ve Orta Kazakistan olarak beş ekonomik bölgelere ayırmıştır. Beş ekonomik bölgede yaşayan nüfusun Astana'ya ziyaretinizin amacı ve demografik özelliklerine bağlı analizler için anket soruları yapıldı.

4.6.1.2.1 Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölgesi

Tablo 4.9 Kuzey Kazakistan Bölgesi

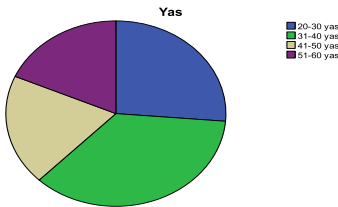
	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Kuzey Kazakistan	114	100,0	100,0	100,0

Bölge olarak katılımcıların 114 si, yüzdelik olarak da % 100,0 ' lük kısmı Batı Kazakistan ekonomik bölgesi anketimize katkıda bulunmuşlardır.

Tablo 4.10 Yaş

	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
20-30 yaş	30	26,3	26,3	26,3
31-40 yaş	41	36,0	36,0	62,3
41-50 yaş	22	19,3	19,3	81,6
51-60 yaş	21	18,4	18,4	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Grafik 4.5



Ankete katılanların yaş olarak kategorize edilmesi sonucu yukarıdaki veriler elde edilmiştir. Kısaca, En fazla işaretlenen yaş aralığı 31-40

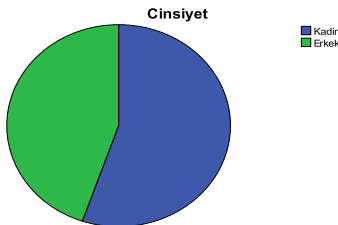
olan sınırlar olup, bu sınırları işaretleyen kısa sayısı 41 kısa olup yüzdelerinde % 36,0 ile en yüksek yüzdeye sahiptirler. Daha sonra gelen yaş aralığı ise -20-30 olup, bu seçeneği işaretleyen kişiler anketimizde 30 kısa ile % 26,3 bir dilimi doldurmaktadır. Bu iki sınırdan sonra gelen ve en fazla işaretlenen 4. yaş aralığı olan 41-50 yaş aralığıdır. Bu yaş aralığında 22 kısa bulunmaktadır ve bu kişilerin yüzdeliği ise % 19,3'dür. Bunlardan sonra gelen 51-60 yaş aralığı ise 21 kişiyle % 18,4'lük bir dilimi kapsamaktadır.

Tablo 4.11 Cinsiyet

	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Kadın	63	55,3	55,3	55,3
Erkek	51	44,7	44,7	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Ankete katılanların 51'si erkek, 63'i bayandır. Ortalama % 44,7 erkek, % 55,3 ise bayandır. Bu durum cinsiyetler arasında eşite yakın bir rakamı göstermektedir.

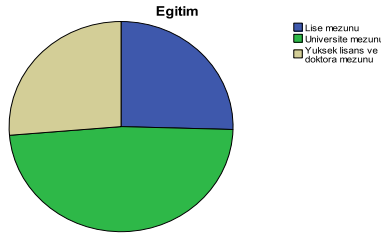
Grafik 4.2.1



Tablo 4.12 Eğitim

	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Lise mezunu	29	25,4	25,4	25,4
Üniversite mezunu	55	48,2	48,2	73,7
Yüksek lisans ve doktora mezunu	30	26,3	26,3	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Grafik 4.7



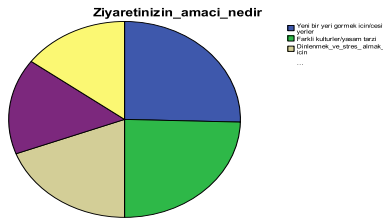
Eğitim düzeyi ile ilgili olarak katılımcıların 29'u, yüzdelik olarak da % 25,4'lük kısmı Lise mezunu düzeyindedir. En büyük paya sahip olan kesim ise 55 kişi ile Üniversite düzeyidir. Bunun yüzdelik payı ise %, 48,2' dir. Yüksek lisans ve doktora düzeyinde ise 30 kişi anket sorularımızı cevaplandırmıştır. Bunların yüzdeliği ise % 26,3'dür.

Tablo 4.13 Ziyaretin amacı

	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Yeni bir yeri görmek için/çeşitli yerler	29	25,4	25,4	25,4
Farklı kültürler/yaşam tarzı	28	24,6	24,6	50,0
Dinlenmek ve stres atmak için	22	19,3	19,3	69,3
Eğlenceli ve keyifli zaman geçirmek için	18	15,8	15,8	85,1
İş için	17	14,9	14,9	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	

Astana şehri ile herhangi bir bağlantısı olmayan insanların Astana'ya ziyaret edenler üzerinde yaptığı ankete araştırmada katılanların 29'u yüzdeler olarak da % 25,4'lük «Yeni bir yeri görmek için / çeşitli yerler», 28'si yüzdeler olarak da % 24,6'luk «Farklı kültürler /yaşam tarzı », 22'si yüzdeler olarak da % 19,3' lük «Dinlenmek ve stres atmak için» 18'si yüzdeler olarak da % 15,8' lük «Eğlenceli ve keyifli zaman geçirmek için» 17'si yüzdeler olarak da % 14,9'luk «İş için» amacıyla ziyaret edilmesi açıklandı.

Grafik 4.8



4.6.1.2.2. Güney Kazakistan Ekonomik Bölgesi

Tablo 4.14 Güney Kazakistan Ekonomik Bölgesi

	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Güney Kazakistan	162	98,2	100,0	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

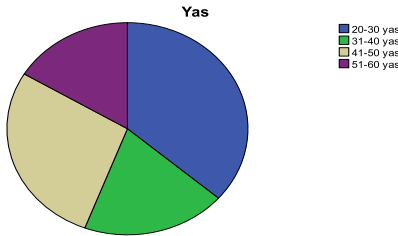
Bölge olarak katılımcıların 162'si, yüzdeler olarak da % 98,2'lik kısmı Güney Kazakistan ekonomik bölgesi anketimize katkıda bulunmuşlardır.

Tablo 4.15 Yaş

	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
20-30 yaş	60	36,4	36,4	36,4
31-40 yaş	32	19,4	19,4	55,8
41-50 yaş	46	27,9	27,9	83,6
51-60 yaş	27	16,4	16,4	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Ankete katılanların yaş olarak kategorize edilmesi sonucu yukarıdaki veriler elde edilmiştir. Kısaca, en fazla işaretlenen yaş aralığı 20-30 olan sınırlar olup, bu sınırları işaretleyen kişi sayısı 60 kişi olup yüzdelik dilimde % 36,4 ile en yüksek yüzdeye sahiptirler. Daha sonra gelen yaş aralığı ise 41-50 olup, bu seçeneği işaretleyen kişiler anketimizde 46 kişi ile % 27,9 bir dilimi doldurmaktadır. Bu iki sınırdan sonra gelen ve en fazla işaretlenen 2. yaş aralığı olan 31- 40 yaş aralığıdır. Bu yaş aralığında 32 kişi bulunmaktadır ve bu kişilerin yüzdeliği ise % 19,4'dür. Bunlardan sonra gelen 51-60 yaş aralığı ise 27 kişiyle % 16,4'lük bir dilimi kapsamaktadır.

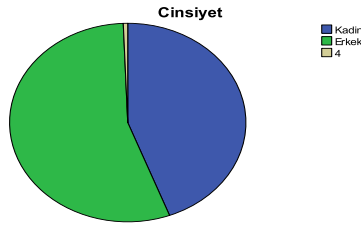
Grafik 4.9



Tablo 4.16 Cinsiyet

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Kadın	73	44,2	44,2	44,2
Erkek	92	55,8	55,8	55,8
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Ankete katılanların 91'i erkek 73'ü bayandır. Ortalama % 55,2'si erkek, % 44,2 ise bayandır. Bu durum cinsiyetler arasında eşite yakın bir rakamı göstermektedir

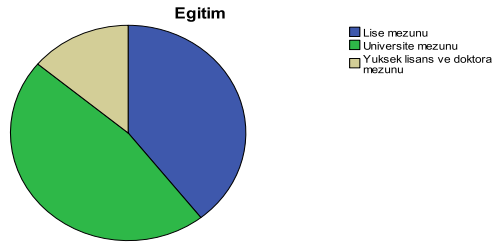
Grafik 4.10**Tablo 4.17** Eğitim düzeyi

Eğitim	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Lise mezunu	65	39,4	39,4	39,4
Üniversite mezunu	77	46,7	46,7	86,1
Yüksek lisans ve doktora mezunu	23	13,9	13,9	40,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Eğitim düzeyi ile ilgili olarak katılımcıların 65 i, yüzdelik olarak da % 39,4'lük kısmı Lise mezunu düzeyindedir. En büyük paya sahip olan kesim ise 77 kişi ile üniversite düzeyidir. Bunun yüzdelik payı ise %,

46,7' dir. Yüksek lisans ve doktora düzeyinde ise 23 kişi anket sorularımızı cevaplandırmıştır. Bunların yüzdeliği ise % 13,9'dur.

Grafik 4.11



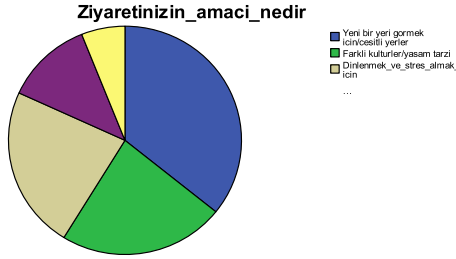
Tablo 4.18 Ziyaretin amacı

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Yeni bir yeri görmek için/çeşitli yerler	59	35,8	35,8	35,8
Farklı kültürler/yaşam tarzı	38	23,0	23,0	58,8
Dinlenmek ve stres atmak için	38	23,0	23,0	81,8
Eğlenceli ve keyifli zaman geçirmek için	20	12,1	12,1	93,9
İş için	10	6,1	6,1	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana şehri ile herhangi bir bağlantısı olmayan insanların Astana'ya ziyaret edenler üzerinde yaptığı ankete araştırmada katılanların 59'si yüzdelik olarak da % 35,8'lik «Yeni bir yeri görmek için çeşitli yerler», 38'i yüzdelik olarak da % 23,0'lık «Farklı kültürler /yaşam tarzı », 38'i yüzdelik olarak da % 23,0'lık «Dinlenmek ve stres atmak için» 20'si yüzdelik olarak da % 12,1'lik «Eğlenceli ve

keyifli zaman geçirmek için» 10'u yüzdeler olarak da % 6,1'lik «İş için» amacıyla ziyaret edilmesi açıklandı.

Grafik 4.12



4.6.1.2.3 Batı Kazakistan Ekonomik Bölgesi

Tablo 4.19 Batı Kazakistan Ekonomik Bölgesi

Bölge	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Batı Kazakistan	107	100,0	100,0	100,0

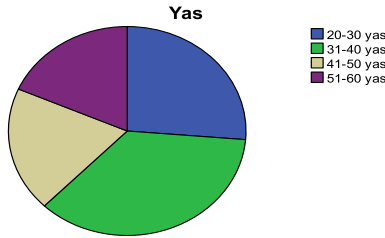
Bölge olarak katılımcıların 107'si, yüzdeler olarak da % 21,4'lük kısmı Batı Kazakistan ekonomik bölgesi anketimize katkıda bulunmuşlardır.

Tablo 4.20 Yaş

Yaş	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
20-30 yaş	40	37,4	37,4	37,4
31-40 yaş	34	31,8	31,8	29,2
41-50 yaş	12	11,2	11,2	20,4
51-60 yaş	21	19,6	19,6	13,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Ankete katılanların yaş olarak kategorize edilmesi sonucu yukarıdaki veriler elde edilmiştir. Kısaca, en fazla işaretlenen yaş aralığı 20-30 olan sınırlar olup, bu sınırları işaretleyen kısa sayısı 40 kişi olup yüzdelik dilimde % 37,4 ile en yüksek yüzdeye sahiptirler. Daha sonra gelen yaş aralığı ise 30-40 olup, bu seçeneği işaretleyen kişiler anketimizde 34 kişi ile % 31,8 bir dilimi doldurmaktadır. Bu iki sınırdan sonra gelen ve en fazla işaretlenen 4. yaş aralığı olan 50-60 yaş aralığıdır. Bu yaş aralığında 12 kişi bulunmaktadır ve bu kişilerin yüzdeliği ise % 11,2'dür. Bunlardan sonra gelen 41-50 yaş aralığı ise 12 kişiyle % 11,2'lik bir dilimi kapsamaktadır.

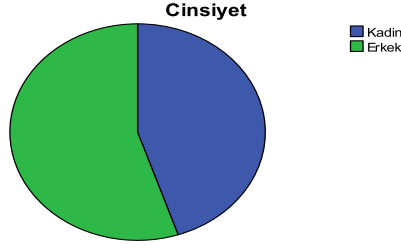
Grafik 4.13



Tablo 4.21 Cinsiyet

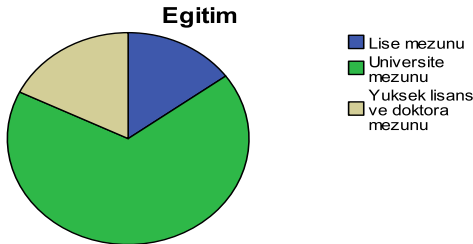
	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Kadın	48	44,9	44,9	44,9
Erkek	59	55,1	55,1	55,1
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Ankete katılanların 59'u erkek 48'i bayandır. Ortalama %55,1'i erkek, % 44,9'u ise bayandır. Bu durum cinsiyetler arasında eşite yakın bir rakamı göstermektedir.

Grafik 4.13**Tablo 4.22** Eğitim

	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Lise mezunu	16	5,0	15,0	15,0
Üniversite mezunu	72	67,3	67,3	82,2
Yüksek lisans ve doktora mezunu	19	17,8	17,8	03,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Eğitim düzeyi ile ilgili olarak katılımcıların 16'sı, yüzdeler olarak da % 15, 0'lık kısmı Lise mezunu düzeyindedir. En büyük paya sahip olan kesim ise 72 kişi ile Üniversite düzeyidir. Bunun yüzdeler paya ise %,67,3' dır. Yüksek lisans ve doktora düzeyinde ise 19 kişi anket sorularımızı cevaplandırmıştır. Bunların yüzdeleri ise % 17,8'dir.

Grafik 4.14

Tablo 4.29 Ziyaretin amacı

	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Yeni bir yeri görmek için/çeşitli yerler	49	45,8	45,8	45,8
Farklı kültürler/yaşam tarzı	16	15,0	15,0	60,7
Dinlenmek ve stres atmak için	8	7,5	7,5	68,2
Eğlenceli ve keyifli zaman geçirmek için	17	15,9	15,9	84,1
İş için	17	15,9	15,9	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana şehri ile herhangi bir bağlantısı olmayan insanların Astana'ya ziyaret edenler üzerinde yaptığı ankete araştırmada katılanların 49'ü yüzdeler olarak da % 45,8'lik «Yeni bir yeri görmek için/çeşitli yerler», 16'sı yüzdeler olarak da % 15,0'lık «Farklı kültürler /yaşam tarzı », 8'i yüzdeler olarak da % 7,5'lik «Dinlenmek ve stres atmak için» 17'si yüzdeler olarak da % 15,9' lük «Eğlenceli ve keyifli zaman geçirmek için» 17'si yüzdeler olarak da % 15,9'ü «İş için» amacıyla ziyaret edilmesi açıklandı.

Grafik 4.15



4.6.1.2.4. Doğu Kazakistan Ekonomik Bölgesi

Tablo 4.30 Doğu Kazakistan Ekonomik Bölgesi

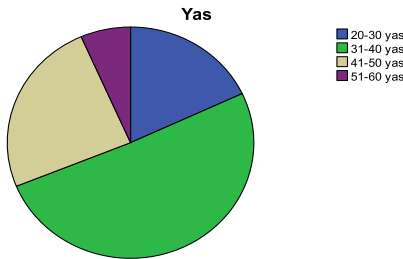
Bölge	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Doğu Kazakistan	61	100,0	100,0	100,0

Bölge olarak katılımcıların 61'i, yüzdeler olarak da % 100,0' lık kısmı Doğu Kazakistan ekonomik bölgesi anketimize katkıda bulunmuşlardır.

Tablo 4.31 Yaş

	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
20-30 yaş	11	18,0	18,0	18,0
31-40 yaş	31	50,8	50,8	68,9
41-50 yaş	15	24,6	24,6	93,4
51-60 yaş	4	6,6	6,6	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Grafik 4.16



Ankete katılanların yaş olarak kategorize edilmesi sonucu yukarıdaki veriler elde edilmiştir. Kısaca, en fazla işaretlenen yaş aralığı 31-40 olan sınırlar olup, bu sınırları işaretleyen kişi sayısı 31 kişi yüzdeler

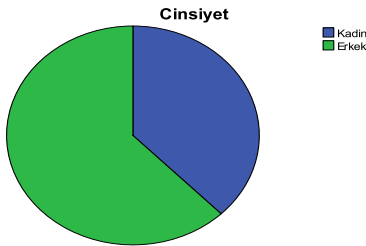
dilimde % 50,8'ile en yüksek yüzdeye sahiptirler. Daha sonra gelen yaş aralığı ise - 41-50 olup, bu seçeneği işaretleyen kişiler anketimizde 15 kişi ile % 24,6 bir dilimi doldurmaktadır. Bu iki sınırdan sonra gelen ve en fazla işaretlenen yaş aralığı olan 20-30 yaş aralığıdır. Bu yaş aralığında 11 kişi bulunmaktadır ve bu kişilerin yüzdeliği ise % 18,0'dır. Bunlardan sonra gelen 51-60 yaş aralığı ise 4 kişiyle % 6,6'lık bir dilimi kapsamaktadır.

Tablo 4.32 Cinsiyet

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Kadın	23	37,7	37,7	37,7
Erkek	38	62,3	62,3	62,3
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Ankete katılanların 38'i erkek 23'ü bayandır. Ortalama % 62,3 erkek, % 37,7 ise bayandır. Bu durum cinsiyetler arasında eşite yakın bir rakamı göstermektedir.

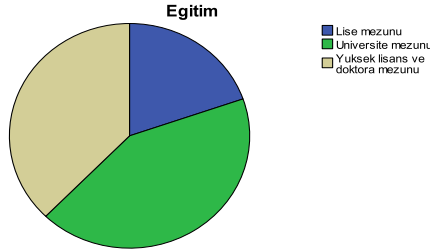
Grafik 4.17



Tablo 4.33 Eğitim

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Lise mezunu	12	19,7	19,7	19,7
Üniversite mezunu	26	42,6	42,6	62,3
Yüksek lisans ve doktora mezunu	23	37,7	37,7	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Eğitim düzeyi ile ilgili olarak katılımcıların 12'si, yüzdelik olarak da % 19,7' lik kısmı Lise mezunu düzeyindedir. En büyük paya sahip olan kesim ise 26 kişi ile Üniversite düzeyidir. Bunun yüzdelik payı ise %, 42,6' dır. Yüksek lisans ve doktora düzeyinde ise 23 kişi anket sorularımızı cevaplandırmıştır. Bunların yüzdeliği ise % 37,7'dir.

Grafik 4.18**Tablo 4.34** Ziyaretinizin amacı

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Yeni bir yeri görmek için/çeşitli yerler	28	45,9	45,9	45,9
Farklı kültürler/yaşam tarzı	7	11,5	11,5	57,4
Dinlenmek ve stres almak için	5	8,2	8,2	65,6
Eğlenceli ve keyifli zaman geçirmek için	12	19,7	19,7	85,2
İş için	9	14,8	14,8	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana şehri ile herhangi bir bağlantısı olmayan insanların Astana'ya ziyaret edenler üzerinde yaptığım ankete araştırmada katılanların 28'i yüzdeler olarak da % 45,9'lük «Yeni bir yeri görmek için / çeşitli yerler», 7'si yüzdeler olarak da % 11,5'lik «Farklı kültürler /yaşam tarzı », 5'i yüzdeler olarak da % 8,2'lik «Dinlenmek ve stres atmak için» 12'si yüzdeler olarak da % 19,7'lik «Eğlenceli ve keyifli zaman geçirmek için» 9'si yüzdeler olarak da % 14,8'lik «İş için» amacıyla ziyaret edilmesi açıklandı.

4.6.1.2.5. Orta Kazakistan Ekonomik Bölgesi

Tablo 4.35 Orta Kazakistan Ekonomik Bölgesi

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Orta	53	96,4	100,0	100,0
Toplam	53	100,0		

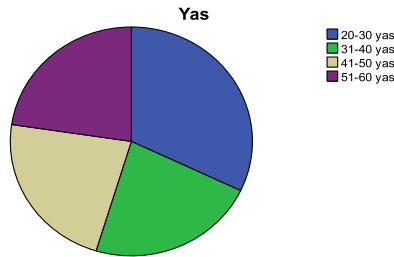
Bölge olarak katılımcıların 53'ü, yüzdeler olarak da % 96,4'lük kısmı Orta Kazakistan ekonomik bölgesi anketimize katkıda bulunmuşlardır.

Tablo 4.36 Yaş

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
20-30 yaş	17	30,9	32,1	32,1
31-40 yaş	12	21,8	22,6	54,7
41-50 yaş	12	21,8	22,6	77,4
51-60 yaş	12	21,8	22,6	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Ankete katılanların yaş olarak kategorize edilmesi sonucu yukarıdaki veriler elde edilmiştir. Kısaca, En fazla işaretlenen yaş Aralığı 20-30 olan sınırlar olup, bu sınırları işaretleyen kişi sayısı 17 kişi olup yüzdelerinde % 30,9 ile en yüksek yüzdeye sahiptirler. Daha sonra gelen yaş aralığı ise 31-50 olup, bu seçeneği işaretleyen kişiler anketimizde 12 kişi ile % 21,8 bir dilimi doldurmaktadır. Bu iki sınırdan sonra gelen ve en fazla işaretlenen 3. yaş aralığı olan 41-50 yaş aralığıdır. Bu yaş aralığında 12 kişi bulunmaktadır ve bu kişilerin yüzdeliği ise % 21,8'dir. Bunlardan sonra gelen 51-60 yaş aralığı ise 12 kişiyle % 21,8'lük bir dilimi kapsamaktadır.

Grafik 4.19

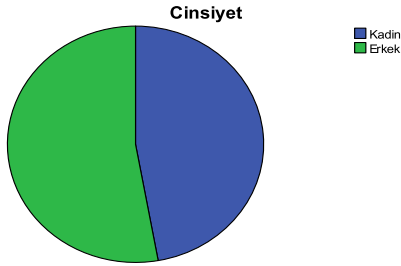


Tablo 4.37 Cinsiyet

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Kadın	25	45,5	47,2	47,2
Erkek	28	50,9	52,8	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Ankete katılanların 28'i erkek 25'i bayandır. Ortalama % 50,9'u erkek, % 45,5 ise bayandır. Bu durum cinsiyetler arasında eşite yakın bir rakamı göstermektedir.

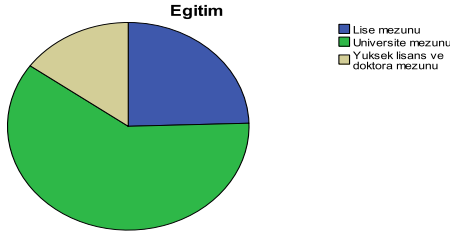
Grafik 4.20



Tablo 4.38 Eğitim

	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Lise mezunu	13	23,6	24,5	24,5
Üniversite mezunu	32	58,2	60,4	84,9
Yüksek lisans ve doktora mezunu	8	14,5	15,1	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

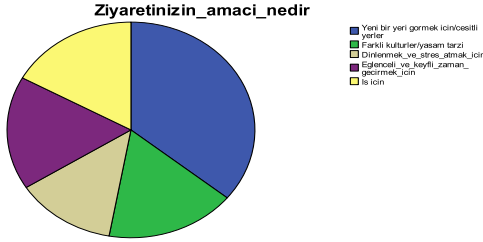
Eğitim düzeyi ile ilgili olarak katılımcıların 13'ü, yüzdelerinde % 23,6'lık kısmı Lise mezunu düzeyindedir. En büyük paya sahip olan kesim ise 32 kişi ile Üniversite düzeyidir. Bunun yüzdelerinde % 58,2' si dir. Yüksek lisans ve doktora düzeyinde ise 8 kişi anket sorularımızı cevaplandırmıştır.

Grafik 4.21**Tablo 4.39** Ziyaretin amacı

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Yeni bir yeri görmek için/çeşitli yerler	19	34,5	35,8	35,8
Farklı kültürler/yaşam tarzı	9	16,4	17,0	52,8
Dinlenmek ve stres almak için	7	12,7	13,2	66,0
Eğlenceli ve keyifli zaman geçirmek için	9	16,4	17,0	83,0
İş için	9	16,4	17,0	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana şehri ile herhangi bir bağlantısı olmayan insanların Astana ya ziyaret edenler üzerinde yaptığım ankete araştırmada katılanların 19'ü yüzdeler olarak da % 34,5'lik «Yeni bir yeri görmek için / çeşitli yerler», 9'ü yüzdeler olarak da % 16,4'lük «Farklı kültürler /yaşam tarzı », 7'i yüzdeler olarak da % 12,7' lik «Dinlenmek ve stres almak için» 9'si yüzdeler olarak da % 16,4'lük «Eğlenceli ve keyifli zaman geçirmek için» 9'ü yüzdeler olarak da % 16,4'lük «İş için» amacıyla ziyaret edilmesi açıklandı.

Grafik 4.22



4.7 Astana'nın İmaj Analizi

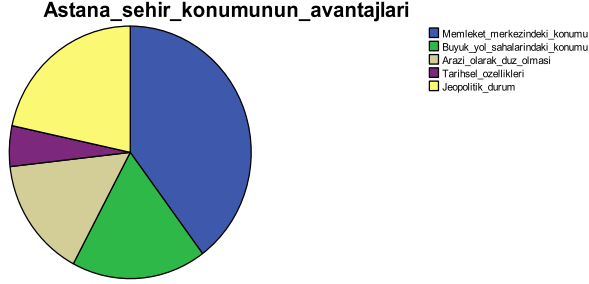
4.7.1. Kazakistan'da Yaşayan Bireylerin İmaj Analizi

Tablo 4.40 Astana Şehri Konumunun Avantajları

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Memleket merkezindeki konumu	199	39,8	39,8	39,8
Büyük yol sahalarındaki konumu	90	18,0	18,0	57,8
Arazi olarak düz olması	77	15,4	15,4	73,2
Tarihsel özellikleri	26	5,2	5,2	78,4
Jeopolitik durum	108	21,6	21,6	100
Toplam	500	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin başka şehirlerle kıyaslanabilecek özelliklerin açıklamak amacıyla yapılmış ankete göre katılanların 199'ü yüzdeler olacakta %39,8'lik «Memleket merkezindeki konumu», 108'si yüzdeler olacakta % 21,6'lık «Jeopolitik durum», 90'si yüzdeler olacakta % 18,0' lık «Büyük yol sahalarındaki konumu», 77'si yüzdeler olacakta % 15,4'lük «Arazi olarak düz olması», 26'sı yüzdeler olacakta % 5,2'lik «Tarihsel özellikleri» avantajları olduğunu gösterir

Grafik 4.23



Tablo 4.41 Astana şehri konumunun dezavantajları

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Çöl ve yarı çöl bölgede yerleşmesi	58	11,6	11,6	11,6
Sert İklima sahip olması	282	56,4	56,4	68,0
Rüzgârın çok olması	134	26,8	26,8	94,8
Susuzluk	16	3,2	3,2	98,0
Fazla sivrisineğin olması	10	2,0	2,0	100,0
Toplam	500	100,0	100,0	100,0

Grafik 4.24



Astana şehrinin başka şehirlerle kıyaslanabilecek dezavantajların açıklamak amacıyla yapılmış ankete göre katılanların 282'si yüzdelik olarak da % 56,4'lük «Sert İklima sahip olması», 134'ü yüzdelik

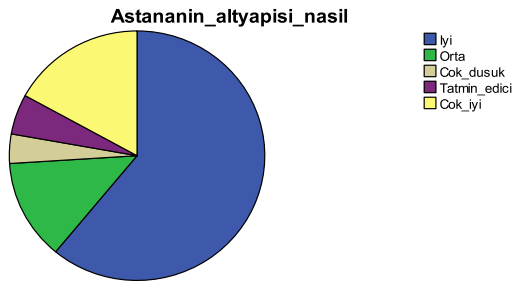
olarak da % 26,8'lik «Rüzgârın çok olması», 58'i yüzdeler olarak ta % 11,6'lık «Çöl ve yarı çöl bölgede yerleşmesi», 16'si yüzdeler olarak da % 3,2'lik «Susuzluk», 10'ü yüzdeler olarak da % 2,0'luk «Fazla sivrisineğin olması» olduğunu gösterdi.

Tablo 4.42 Astana'nın altyapısı

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	305	61,0	61,0	61,0
Orta	65	13,0	13,0	74,0
Çok düşük	19	3,8	3,8	77,8
Tatmin edici	26	5,2	5,2	83,0
Çok iyi	85	17,0	17,0	100
Toplam	500	100	100	100,0

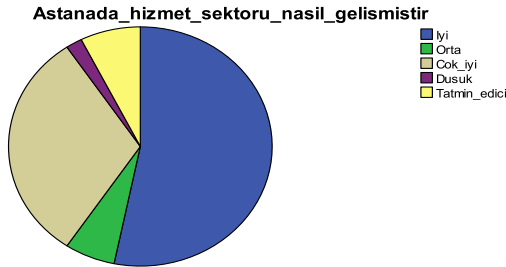
Astana şehrinin altyapısı üzerine yapılan anketlere göre katılımcıların 305'i, yüzdeler olarak % 61,0'lık kısmı «iyi», 85 i, yüzdeler olarak da % 17,0'lık kısmı «çok iyi», 65'si yüzdeler olarak da % 13'lik,«orta», 26'si yüzdeler olarak da %5,2'lik ,« Tatmin edici», 19'ü yüzdeler olarak da % 3,8'lik «çok düşük» olarak tarif edilmiştir.

Grafik 4.25



Tablo 4.43 Astana da hizmet sektörü nasıl gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	266	53,2	53,2	53,2
Orta	31	6,2	6,2	59,4
Çok iyi	156	31,2	31,2	90,6
Düşük	10	2,0	2,0	92,6
Tatmin edici	37	7,4	7,4	100
Toplam	500	100	100	100

Grafik 4.26

Astana şehrinin hizmet sektörüne yönelik anketlere göre katılımcılardan aşağıdaki cevap alınmıştır 266 katılımcı, yüzdeler olarak da % 53,2'lik kısmı «İyi», 156 katılımcı, yüzdeler olarak da % 31,2'lik «Çok iyi», 37 katılımcı, yüzdeler olarak da % 7,4'lük «Tatmin edici», 31 katılımcı, yüzdeler olarak da % 6,2'lik «Orta», 10 katılımcı, yüzdeler olarak da % 2,0'lik «Düşük».

Tablo 4.43 Astana halkının ekonomik durumu

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	294	58,8	58,8	58,8
Orta	62	12,4	12,4	71,2
Çok iyi	123	24,6	24,6	95,8
Tatmin edici	21	4,2	4,2	100
Toplam	500	100,0	100,0	100,0

Grafik 4.27



Astana şehrinin halkı da Astana'nın imajını belirleyen unsurlardan biridir. Bu bağlamda, Astana halkının ekonomik ve sosyal duruma karşı bakış tutumlarını anlamak amacıyla yapılmış ankete dayalı 294 katılımcı, yüzdeler olarak da % 58,8'lik kısmı «iyi», 123 katılımcı, yüzdeler olarak da % 24,6'lık «Çok iyi», 62 katılımcı, yüzdeler olarak da % 12,4'lük «Orta», 21 katılımcı, yüzdeler olarak da % 4,2'lik «Tatmin edici» cevap verdiği açıklandı.

Tablo 4.44 Astana nasıl bir şehirdir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Turistik şehir	200	40,0	40,0	40,0
Sanayi şehri	70	14,0	14,0	54,0
Kültür merkezi	112	22,4	22,4	76,4
Bilim ve Eğitim merkezi	81	16,2	16,2	92,6
İş merkezi	37	7,4	7,4	100,0
Toplam	500	100,0	100,0	100,0

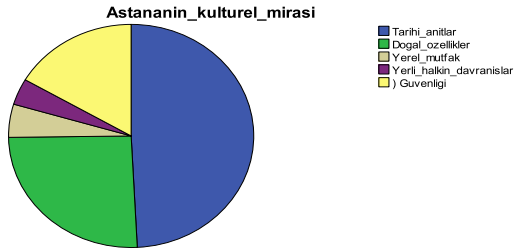
Grafik 4.27

Astana'nın diğer şehirlerden özelliklerini belirlemek amacıyla yapılan bir ankete göre 200 katılımcı, yüzdeler olarak da % 40,0'lık kısmı «Turistik şehir», 112 katılımcı, yüzdeler olarak da % 22,4'lük kısmı «Kültür merkezi», 81 katılımcı, yüzdeler olarak da % 16,2'lik kısmı «Bilim ve Eğitim merkezi», 70 katılımcı, yüzdeler olarak da % 14,0'lık kısmı «Sanayi şehri», 37 katılımcı, yüzdeler olarak da % 7,4'lük kısmı «İş merkezi» hakkında bilgi verdi.

Tablo 4.45 Astana'nın önemli kültürel mirası

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Tarihi anıtlar	246	49,2	49,2	49,2
Doğal özellikler	128	25,6	25,6	74,8
Yerel mutfak	24	4,8	4,8	79,6
Yerli halkın davranışları	19	3,8	3,8	83,4
Güvenliği	83	16,6	16,6	100,0
Toplam	500	100,0	100,0	100,0

Grafik 4.28



Astana'nın en önemli kültürel mirası üzerine yapılan anketlere göre 246 katılımcı, yüzdeler olarak da % 49,2'lik kısmı «Tarihi anıtlar», 128 katılımcı, yüzdeler olarak da % 25,6'lık kısmı «Doğal özellikler», 83 katılımcı, yüzdeler olarak da % 16,6'lık kısmı «Güvenliği», 24 katılımcı, yüzdeler olarak da % 4,8'lik kısmı «Yerel mutfak», 19 katılımcı, yüzdeler olarak da % 3,8'lik kısmı «Yerli halkın davranışları» hakkında cevaplar verdi.

Tablo 4.46 Astana halkı marka şehir olmaya hazır mıdır?

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Hazır	298	59,6	59,6	59,6
Hazır değil	40	8,0	80,6	67,6
Orta seviyede	80	16,0	16,0	83,6
Tatmin edici düzeyde hazır	11	2,2	2,2	85,8
Yüksek düzeyde hazır	71	14,2	14,2	100
Toplam	500	100,0	100,0	100,0

Grafik 4.29

Astana bir marka şehir olmaya hazır mı sorusuyla aşağıdaki cevaplar bulundu. 298 katılımcı, yüzdelik olarak da % 59,6'lık kısmı «Hazır», 80 katılımcı, yüzdelik olarak da % 16,0'lık kısmı «Orta seviyede», 71 katılımcı, yüzdelik olarak da % 14,2'lik kısmı «Yüksek düzeyde hazır», 40 katılımcı, yüzdelik olarak da % 8,0'lık kısmı «Hazır değil», 11 katılımcı, yüzdelik olarak da % 2,2'lik kısmı «Tatmin edici düzeyde hazır» hakkında cevaplar verdi.

Tablo 4.47 Astana'nın diğer şehirlerle önemli özellikleri

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Ülkenin başkenti	217	43,4	43,4	43,4
Barış ve anlaşma merkezi	84	16,8	16,8	60,2
Yeni modern şehir	129	25,8	25,8	86,0
İş ve finans merkezi	44	8,8	8,8	94,8
Sanayi şehri	26	5,2	5,2	100
Toplam	500	100,0	100,0	100,0

Grafik 4.30



Astana'yı diğer şehirlerden ayırmak için önemli olan nedir anketimize ilgili sorulara 217 katılımcı, yüzdelik olarak da % 43,4'lük kısmı «Ülkenin başkenti», 129 katılımcı, yüzdelik olarak da % 25,8'lik kısmı «Yeni modern şehir», 84 katılımcı, yüzdelik olarak da % 16,8'lik kısmı «Barış ve anlaşma merkezi», 44 katılımcı, yüzdelik olarak da % 8,8'lik kısmı «İş ve finans merkezi», 26 katılımcı,

yüzdeler olarak da % 5,2'lik kısmı «Sanayi şehri» hakkında cevapladıkları açıklandı.

Tablo 4.48 Astana'nın önemli turistik merkezi

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Bayterek	231	46,2	46,2	46,2
Hanşatır	71	14,2	14,2	60,4
Barış ve anlaşma sarayı	25	5,0	5,0	65,4
EXPO merkezi	45	29,0	29,0	94,4
Esil nehri	28	5,6	5,6	100
Toplam	500	100,0	100,0	100,0

Grafik 4.31



Astana'nın en önemli turizm merkezini belirlemek amacıyla vermiştir. Anketlere göre 231 katılımcı, yüzdeler olarak da % 46,2'lik kısmı «Bayterek», 71 katılımcı, yüzdeler olarak da % 14,2'lik kısmı «Hanşatır», 45 katılımcı, yüzdeler olarak da % 29,0' lık kısmı «EXPO merkezi», 28 katılımcı, yüzdeler olarak da % 5,6'lık kısmı «Esil nehri», 25 katılımcı, yüzdeler olarak da % 5,0'lık kısmı «Barış ve anlaşma sarayı» hakkında cevapladıkları olduğunu açıkladı.

4.7.2. Kazakistan'ın Ekonomik Bölgesinde Yaşayan Bireylerin İmaj Analizi

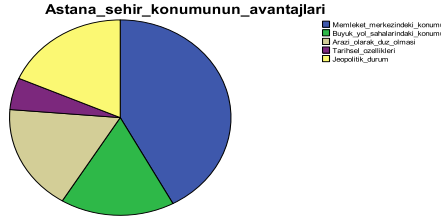
4.7.2.1 Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölgesi

Tablo 4.49 Astana şehir konumunun avantajları

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Memleket merkezindeki konumu	48	42,1	42,1	42,1
Büyük yol sahalarındaki konumu	19	16,7	16,7	58,8
Arazi olarak düz olması	20	17,5	17,5	76,3
Tarihsel özellikleri	6	5,3	5,3	81,6
Jeopolitik durum	21	18,4	18,4	100
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin başka şehirlerle kıyaslanabilecek özelliklerin açıklamak amacıyla yapılmış ankete göre katılanların 48'si yüzdeler olarak da % 42,1'lik «Memleket merkezindeki konumu», 21'si yüzdeler olarak da % 18,4'lük «Jeopolitik durum», 19'si yüzdeler olarak da % 16,7'lik «Büyük yol sahalardaki konumu», 20'si yüzdeler olarak da % 17,5'lik «Arazi olarak düz olması», 6'si yüzdeler olarak da % 5,3'lük «Tarihsel özellikleri » avantajları olduğunu gösterdi.

Grafik 4.32



Tablo 4.50 Astana şehri konumunun dezavantajları

	Frekans	Oran %	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Çöl ve yarı çöl bölgede yerleşmesi	11	9,6	9,6	9,6
Sert İklima sahip olması	67	58,8	58,8	68,4
Rüzgârın çok olması	29	25,4	25,4	93,9
Susuzluk	2	1,8	1,8	95,6
Fazla sivrisineğin olması	5	4,4	4,4	100
Toplam	114	100,0	100,0	100

Astana şehrinin başka şehirlerle kıyaslanabilecek dezavantajların açıklamak amacıyla yapılmış ankete göre katılanların 67'si yüzdeler olarak da % 58,8'lik «Sert İklima sahip olması», 29'u yüzdeler olarak da % 25,4'lik «Rüzgârın çok olması», 11'i yüzdeler olarak da % 9,6'lık «Çöl ve yarı çöl bölgede yerleşmesi», 2'si yüzdeler olarak da % 1,8'lik «Susuzluk», 5'si yüzdeler olarak da % 4,4'lük «Fazla sivrisineğin olması» olduğunu gösterdi.

Grafik 4.33

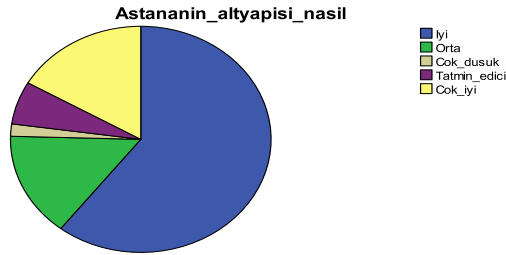


Tablo 4.51 Astana'nın altyapısı

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	69	60,5	60,5	60,5
Orta	17	14,9	14,9	75,4
Çok düşük	2	1,8	1,8	77,2
Tatmin edici	7	6,1	6,1	83,3
Çok iyi	19	16,7	16,7	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin altyapısı üzerine yapılan anketlere göre katılımcıların 69' u, yüzdeler olarak da % 60,5'lik kısmı «İyi», 19'u, yüzdeler olarak da % 16,7' lik kısmı «çok iyi», 17'si yüzdeler olarak da % 14,9'luk, «orta», 7'si yüzdeler olarak da % 6,1'lik,« Tatmin edici», 2'si yüzdeler olarak da % 1,8'lik «çok düşük» olarak tarif edilmişti.

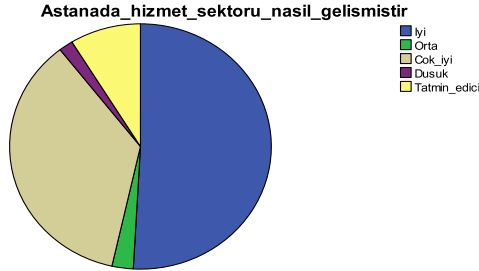
Grafik 4.34



Tablo 4.52 Astana da hizmet sektörü nasıl gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	58	50,9	50,9	50,9
Orta	3	2,6	2,6	53,5
Çok iyi	41	36,0	36,0	89,5
Düşük	2	1,8	1,8	91,2
Tatmin edici	10	8,8	8,8	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin hizmet sektörüne yönelik anketlere göre katılımcılardan aşağıdaki cevap alınmıştır 58 katılımcı, yüzdeler olarak da % 50,9' lük kısmı «iyi», 41 katılımcı, yüzdeler olarak da % 36,0'lık «Çok iyi», 10 katılımcı, yüzdeler olarak da % 8,8'lik «Tatmin edici», 3 katılımcı, yüzdeler olarak da % 2,6'lık «Orta», 2'si yüzdeler olarak da % 1,8'lik «çok düşük» olarak tarif edilmiştir.

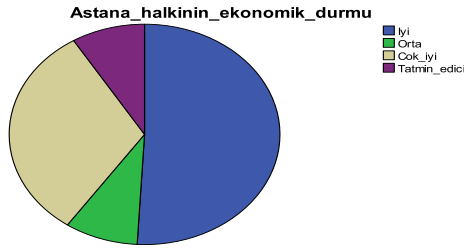
Grafik 4.35

Tablo 4.53 Astana halkının ekonomik durumu

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	58	50,9	50,9	50,9
Orta	10	8,8	8,8	59,6
Çok iyi	36	31,6	31,6	91,2
Tatmin edici	10	8,8	8,8	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin halkı da Astana'nın imajını belirleyen unsurlardan biridir. Bu bağlamda, Astana halkının ekonomik ve sosyal duruma karşı bakış tutumlarını anlamak amacıyla yapılmış ankete dayalı 58 katılımcı, yüzdeler olarak da % 50,9' lük kısmı «İyi», 36 katılımcı, yüzdeler olarak da % 31,6'lık «Çok iyi», 10 katılımcı, yüzdeler olarak da % 8,8'lik «Orta», 10 katılımcı, yüzdeler olarak da % 8,8'lik «Tatmin edici» cevap verdiği açıklandı.

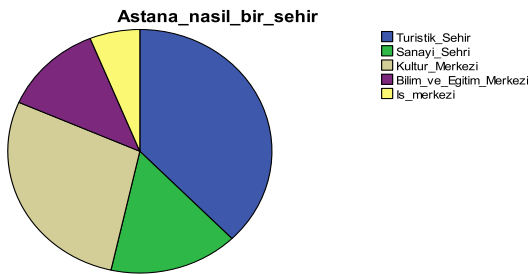
Grafik 4.36



Tablo 4.54 Astana nasıl bir şehir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Turistik şehir	43	37,7	37,7	37,7
Sanayi şehri	18	15,8	15,8	53,5
Kültür Merkezi	32	28,1	28,1	81,6
Bilim ve Eğitim Merkezi	14	12,3	12,3	93,9
İş merkezi	7	6,1	6,1	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'nın diğer şehirlerden özelliklerini belirlemek amacıyla yapılan bir ankete göre 43 katılımcı, yüzdeler olarak da % 37,7' lik kısmı «Turistik şehir», 32 katılımcı, yüzdeler olarak da % 28,1' lik kısmı «Kültür merkezi», 14 katılımcı, yüzdeler olarak da % 12,3' lük kısmı «Bilim ve Eğitim merkezi», 18 katılımcı, yüzdeler olarak da % 15,8'lik kısmı «Sanayi şehri», 7 katılımcı, yüzdeler olarak da % 6,1' lik kısmı «İş merkezi» hakkında bilgi verdi.

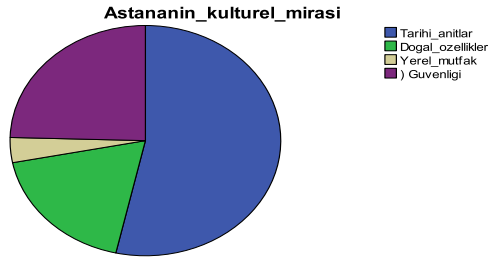
Grafik 4.37

Tablo 4.55 Astana'nın kültürel mirası

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Tarihi anıtlar	61	53,5	53,5	53,5
Doğal özellikler	21	18,4	18,4	71,9
Yerel mutfak	4	3,5	3,5	75,4
Güvenliği	28	24,6	24,6	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'nın en önemli kültürel mirası üzerine yapılan anketlere göre 61 katılımcı, yüzdeler olarak da % 53,5'lik kısmı «Tarihi anıtlar», 21 katılımcı, yüzdeler olarak da % 18,4'lik kısmı «Doğal özellikler», 28 katılımcı, yüzdeler olarak da % 24,6'lık kısmı «Güvenliği», 4 katılımcı, yüzdeler olarak da % 3,5'lik kısmı «Yerel mutfak» hakkında cevaplar verdi.

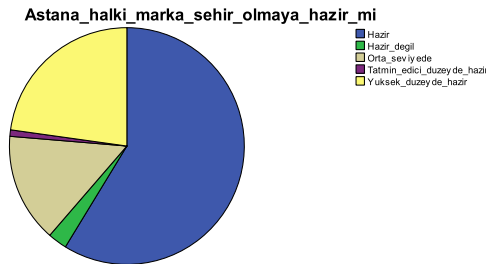
Grafik 4.38



Tablo 4.56 Astana halkı marka şehir olmaya hazır mı?

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Hazır	67	58,8	58,8	58,8
Hazır değil	3	2,6	2,6	61,4
Orta seviyede	17	14,9	14,9	76,3
Tatmin edici düzeyde hazır	1	0,9	0,9	77,2
Yüksek düzeyde hazır	26	22,8	22,8	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana bir marka şehir olmaya hazır mı sorusuyla aşağıdaki cevaplar bulundu. 67 katılımcı, yüzdeler olarak da % 58,8'lik kısmı «Hazır», 17 katılımcı, yüzdeler olarak da % 14,9'luk kısmı «Orta seviyede», 26 katılımcı, yüzdeler olarak da % 22,8'lik kısmı «Yüksek düzeyde hazır», 3 katılımcı, yüzdeler olarak da % 2,6'lık kısmı «Hazır değil», 1 katılımcı, yüzdeler olarak da % 0,9' lük kısmı «Tatmin edici düzeyde hazır» hakkında cevaplar verdi.

Grafik 4.39

Tablo 4.57 Astana'nın diğer şehirlerle farkı ve özellikleri nelerdir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Ülkenin başkenti	49	43,0	43,0	43,0
Barış ve anlaşma merkezi	14	12,3	12,3	55,3
Yeni modern şehir	38	33,3	33,3	88,6
İş ve finans merkezi	6	5,3	5,3	93,9
Sanayi şehri	7	6,1	6,1	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'yı diğer şehirlerden ayırmak için önemli olan nedir anketimize ilgili sorulara 49 katılımcı, yüzdeler olarak da % 43,0'lık kısmı «Ülkenin başkenti», 38 katılımcı, yüzdeler olarak da % 33,3'lük kısmı «Yeni modern şehir», 14 katılımcı, yüzdeler olarak da % 12,3'lük kısmı «Barış ve anlaşma merkezi», 6 katılımcı, yüzdeler olarak da % 5,3'lük kısmı «İş ve finans merkezi», 7 katılımcı, yüzdeler olarak da % 6,1'lik kısmı «Sanayi şehri» hakkında cevapladıkları açıklandı.

Grafik 4.40



Tablo 4.58 Şehrin başlıca turistik merkezi

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Bayterek	50	43,9	43,9	43,9
Hanşatır	19	16,7	16,7	60,5
Barış ve anlaşma sarayı	5	4,4	4,4	64,9
EXPO merkezi	32	28,1	28,1	93,0
Esil nehri	8	7,0	7,0	100,0
Toplam	114			100,0

Astana'nın en önemli turizm merkezini belirlemek amacıyla verilmiş anketlere göre 50 katılımcı, yüzdeler olarak da % 43,9' lük kısmı «Bayterek», 19 katılımcı, yüzdeler olarak da % 16,7' lik kısmı «Hanşatır», 32 katılımcı, yüzdeler olarak da % 28,1' lik kısmı «EXPO merkezi», 8 katılımcı, yüzdeler olarak da % 7,0'lık kısmı «Esil nehri», 5 katılımcı, yüzdeler olarak da % 4,4'lük kısmı «Barış ve anlaşma sarayı» hakkında cevapladıkları olduğunu açıklandı.

Grafik 4.41

4.7.2.2 Güney Kazakistan Bölgesi

Tablo 4.59 Astana şehir konumunun avantajları

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Memleket Merkezindeki konumu	63	38,2	38,2	38,2
Büyük yol sahalarının Konumu	30	18,2	18,2	56,4
Arazi olarak düz olması	22	13,3	13,3	69,7
Tarihsel özellikleri	4	2,4	2,4	72,1
Jeopolitik durum	46	27,9	27,9	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Grafik 4.42



Astana şehrinin başka şehirlerle kıyaslanabilecek özelliklerin açıklamak amacıyla yapılmış ankete göre katılanların 63'ü yüzdelik olarak da % 38,2'lik «Memleket merkezindeki konumu», 46'sı yüzdelik olarak da % 27,9' lük «Jeopolitik durum»,30'si yüzdelik olarak da % 18,2'lik «Büyük yol sahalarındaki konumu», 22'si

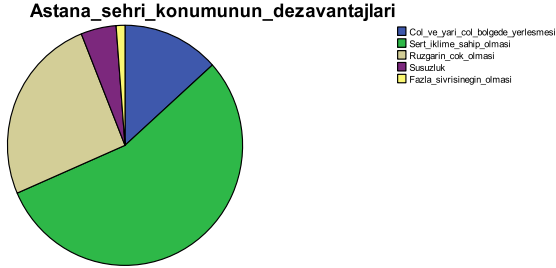
yüzdeler olarak da % 13,3'lük «Arazi olarak düz olması»,4'u yüzdeler olarak da % 2,4' lik «Tarihsel özellikleri» avantajları olduğunu gösterdi.

Tablo 4.60 Astana şehri konumunun dezavantajları

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Çöl ve yarı çöl bölgede yerleşmesi	22	13,3	13,3	13,3
Sert İklimे sahip olması	91	55,2	55,2	68,5
Rüzgârın çok olması	42	25,5	25,5	93,9
Susuzluk	8	4,8	4,8	98,8
Fazla sivrisineğin olması	2	1,2	1,2	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin başka şehirlerle kıyaslanabilecek dezavantajların açıklamak amacıyla yapılmış ankete göre katılanların 91'si yüzdeler olarak da % 55,2'lik «Sert İklimе sahip olması», 42'si yüzdeler olarak da % 25,5'lik «Rüzgârın çok olması», 22'si yüzdeler olarak da % 13,3'lük «Çöl ve yarı çöl bölgede yerleşmesi », 8'si yüzdeler olarak da % 4,8'lik «Susuzluk», 2'si yüzdeler olarak da % 1,2' lük «Fazla sivrisineğin olması» olduğunu gösterdi.

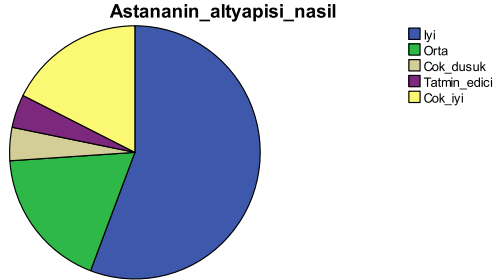
Grafik 4.43



Tablo 4.61 Astana'nın altyapısı nasıl

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	92	55,8	55,8	55,8
Orta	30	18,2	18,2	73,9
Çok düşük	7	4,2	4,2	78,2
Tatmin edici	7	4,2	4,2	82,4
Çok iyi	29	17,6	17,6	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

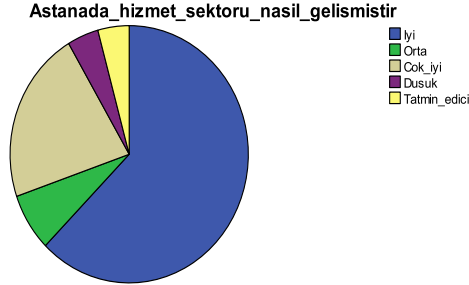
Astana şehrinin altyapısı üzerine yapılan anketlere göre katılımcıların 92'si, yüzdelik olarak da % 55,8'lik kısmı «İyi», 29'u, yüzdelik olarak da % 17,6'lık kısmı «çok iyi», 30'si yüzdelik olarak da % 18,2 'lik , «orta», 7'si yüzdelik olarak da % 4,2'lik, « Tatmin edici», 2'si yüzdelik olarak da % 1,8'lik «çok düşük» olarak tarif edilmiştir.

Grafik 4.44**Tablo 4.62** Astana da hizmet sektörü nasıl gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	103	62,4	62,4	62,4
Orta	12	7,3	7,3	69,7
Çok iyi	36	21,8	21,8	91,5
Düşük	7	4,2	4,2	95,8
Tatmin edici	7	4,2	4,2	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin hizmet sektörüne yönelik anketlere göre katılımcılardan aşağıdaki cevap alınmıştır 103 katılımcı, yüzdeler olarak da % 62,4' lik kısmı «iyi», 36 katılımcı, yüzdeler olarak da % 21,8'lik «Çok iyi», 7 katılımcı, yüzdeler olarak da % 4,2'lik «Tatmin edici», 12 katılımcı, yüzdeler olarak da % 7,3'lük «Orta», 7'si yüzdeler olarak da % 4,2'lik «çok düşük» olarak tarif edilmişti.

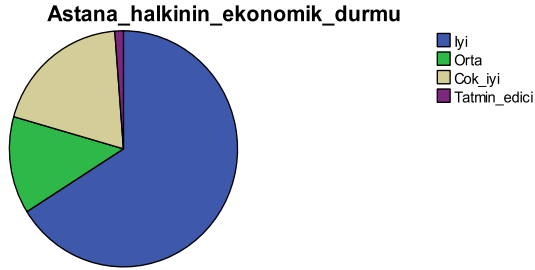
Grafik 4.45



Tablo 4.63 Astana halkının ekonomik durumu

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	109	66,1	66,1	66,1
Orta	22	13,3	13,3	79,4
Çok iyi	32	19,4	19,4	98,8
Tatmin edici	2	1,2	1,2	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin halkı da Astana'nın imajını belirleyen unsurlardan biridir. Bu bağlamda, Astana halkının ekonomik ve sosyal duruma karşı bakış tutumlarını anlamak amacıyla yapılmış ankete dayalı 109 katılımcı, yüzdeler olarak da % 66,1' lik kısmı «iyi», 32 katılımcı, yüzdeler olarak da % 19,4'lük «Çok iyi», 22 katılımcı, yüzdeler olarak da % 13,3'lük «Orta», 2 katılımcı, yüzdeler olarak da % 1,2'lik «Tatmin edici» cevap verdiği açıklandı.

Grafik 4. 46**Tablo 4.64** Astana nasıl bir şehir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Turistik Şehir	86	52,1	52,1	52,1
Sanayi şehri	19	11,5	11,5	63,6
Kültür Merkezi	29	17,6	17,6	81,2
Bilim ve Eğitim Merkezi	18	10,9	10,9	92,1
İş merkezi	13	7,9	7,9	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'nın diğer şehirlerden özelliklerini belirlemek amacıyla yapılan bir ankete göre 86 katılımcı, yüzdeler olarak da % 52,1' lik kısmı «Turistik şehir», 29 katılımcı, yüzdeler olarak da % 17,6'lık kısmı «Kültür merkezi», 18 katılımcı, yüzdeler olarak da % 10,9' lük kısmı «Bilim ve Eğitim merkezi», 19 katılımcı, yüzdeler olarak da % 11,5'lik kısmı «Sanayi şehri», 13 katılımcı, yüzdeler olarak da % 7,9' lük kısmı «İş merkezi» hakkında bilgi verdi.

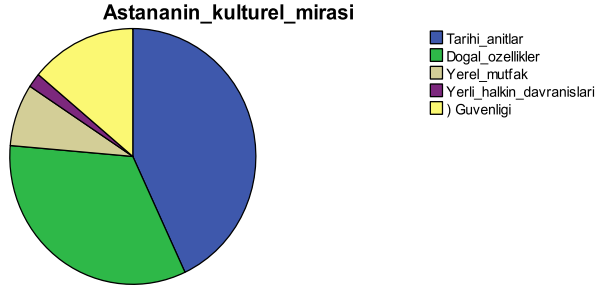
Grafik 4.47



Tablo 4.65 Astana'nın kültürel mirası

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Tarihi anıtlar	71	43,0	43,0	43,0
Doğal özellikler	55	33,3	33,3	76,4
Yerel mutfak	13	7,9	7,9	84,2
Yerli halkın davranışları	3	1,8	1,8	86,1
Güvenliği	23	13,9	13,9	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'nın en önemli kültürel mirası üzerine yapılan anketlere göre 71 katılımcı, yüzdelik olarak da % 43,0' lık kısmı «Tarihi anıtlar», 55 katılımcı, yüzdelik olarak da % 33,3'lük kısmı «Doğal özellikler», 23 katılımcı, yüzdelik olarak da % 13,9' lük kısmı «Güvenliği», 13 katılımcı, yüzdelik olarak da % 7,9' lük kısmı «Yerel mutfak» hakkında cevaplar verdi.

Grafik 4.48**Tablo 4.66** Astana halkı marka şehir olmaya hazır mı?

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Hazır	98	59,4	59,4	59,4
Hazır değil	13	7,9	7,9	67,3
Orta seviyede	23	13,9	13,9	81,2
Tatmin edici düzeyde hazır	4	2,4	2,4	83,6
Yüksek düzeyde hazır	27	16,4	16,4	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana bir marka şehir olmaya hazır mı sorusuyla aşağıdaki cevaplar bulundu. 98 katılımcı, yüzdeler olarak da % 59,4'lük kısmı «Hazır», 23 katılımcı, yüzdeler olarak da % 13,9' lük kısmı «Orta seviyede», 27 katılımcı, yüzdeler olarak da % 16,4'lük kısmı «Yüksek düzeyde hazır», 13 katılımcı, yüzdeler olarak da % 7,9' lük kısmı «Hazır değil», 4 katılımcı, yüzdeler olarak da % 2,4'lük kısmı «Tatmin edici düzeyde hazır» hakkında cevaplar verdi.

Grafik 4.49



Tablo 4.67 Astana'nın diğer şehirlerle farkı ve özellikleri nelerdir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Ülkenin başkenti	66	40,0	40,0	40,0
Barış ve anlaşma merkezi	31	18,8	18,8	58,8
Yeni modern şehir	39	23,6	23,6	82,4
İş ve finans merkezi	23	13,9	13,9	96,4
Sanayi şehri	6	3,6	3,6	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'yı diğer şehirlerden ayırmak için önemli olan nedir anketimize ilgili sorulara 66 katılımcı, yüzdeler olarak da % 40,0'lık kısmı «Ülkenin başkenti», 39 katılımcı, yüzdeler olarak da % 23,6'lık kısmı «Yeni modern şehir», 31 katılımcı, yüzdeler olarak da % 18,8'lik kısmı «Barış ve anlaşma merkezi», 23 katılımcı, yüzdeler olarak da % 13,9' lük kısmı «İş ve finans merkezi», 6 katılımcı, yüzdeler olarak da % 3,6'lık kısmı «Sanayi şehri» hakkında cevapladıkları açıklandı.

Grafik 4.50**Tablo 4.68** Şehrin başlıca turistik merkezi

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Bayterek	80	48,5	48,5	48,5
Hanşatır	22	13,3	13,3	61,8
Barış ve anlaşma sarayı	8	4,8	4,8	66,7
EXPO merkezi	49	29,7	29,7	96,4
Esil nehri	6	3,6	3,6	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'nın en önemli turizm merkezini belirlemek amacıyla verilmiş anketlere göre 80 katılımcı, yüzdeler olarak da % 48,5'lik kısmı «Bayterek», 22 katılımcı, yüzdeler olarak da % 13,3'lük kısmı «Hanşatır», 49 katılımcı, yüzdeler olarak da % 29,7' lik kısmı «EXPO merkezi», 6 katılımcı, yüzdeler olarak da % 3,6' lik kısmı «Esil nehri», 8 katılımcı, yüzdeler olarak da % 4,8'lik kısmı «Barış ve anlaşma sarayı» hakkında cevapladıkları olduğunu açıklandı.

Grafik 4.51

4.7.2.3. Batı Kazakistan Bölgesi

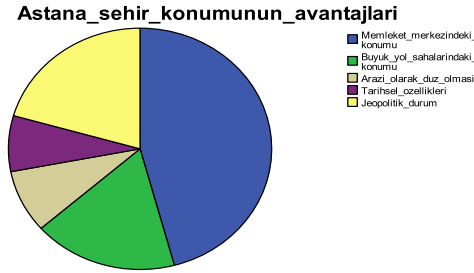
Tablo 4.69 Astana şehir konumunun avantajları

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Memleket merkezindeki konumu	49	45,8	45,8	45,8
Büyük sahalardaki konumu yol	19	17,8	17,8	63,6
Arazi olarak düz olması	9	8,4	8,4	72,0
Tarihsel özellikleri	8	7,5	7,5	79,4
Jeopolitik durum	22	20,6	20,6	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin başka şehirlerle kıyaslanabilecek özelliklerin açıklamak amacıyla yapılmış ankete göre katılanların 49'ü yüzdelik olarak da % 45,8'lik «Memleket merkezindeki konumu», 22'si yüzdelik olarak da % 20,6'lık «Jeopolitik durum», 19'u yüzdelik

olarak da % 17,8'lik «Büyük yol sahalarındaki konumu», 9'ü yüzdelik olarak da % 8,4'lük «Arazi olarak düz olması», 8'si yüzdelik olarak da % 7,5'lik « Tarihsel özellikleri » avantajları olduğunu gösterdi.

Grafik 4.52



Tablo 4.70 Astana şehri konumunun dezavantajları

	Frekans	Oran	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Çöl ve yarı çöl bölgede yerleşmesi	19	17,8	17,8	17,8
Sert İklima sahip olması	62	57,9	57,9	75,7
Rüzgârın çok olması	22	20,6	20,6	96,3
Susuzluk	2	1,9	1,9	98,1
Fazla sivrisineğin olması	2	1,9	1,9	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Grafik 4.53

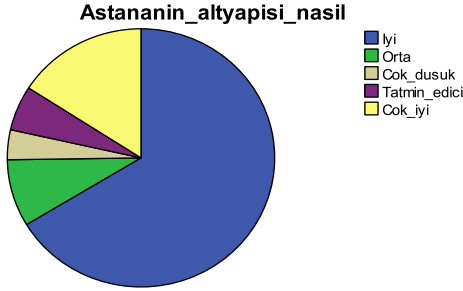


Astana şehrinin başka şehirlerle kıyaslanabilecek dezavantajların açıklamak amacıyla yapılmış ankete göre katılanların 62'si yüzdelik olarak da % 57,9' lük «Sert İklima sahip olması», 22'si yüzdelik olarak da % 20,6'lık «Rüzgârın çok olması», 19'u yüzdelik olarak da % 17,8'lik «Çöl ve yarı çöl bölgede yerleşmesi », 2'si yüzdelik olarak da % 1,9' lük «Susuzluk», 2'si yüzdelik olarak da % 1,9' lük «Fazla sivrisineğin olması» olduğunu gösterdi.

Tablo 4.71 Astana'nın altyapısı

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	71	66,4	66,4	66,4
Orta	9	8,4	8,4	74,8
Çok düşük	4	3,7	3,7	78,5
Tatmin edici	6	5,6	5,6	84,1
Çok iyi	17	15,9	15,9	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

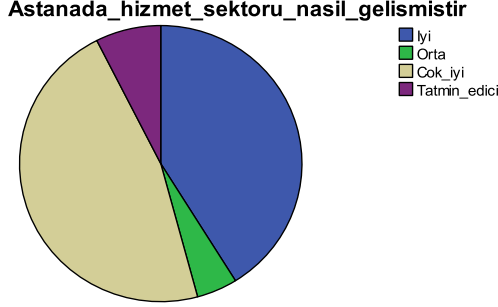
Astana şehrinin altyapısı üzerine yapılan anketlere göre katılımcıların 71'i, yüzdelik olarak da % 66,4'lük kısmı «iyi», 17'si, yüzdelik olarak da % 15,9' lük kısmı «çok iyi», 9'u yüzdelik olarak da % 8,4'lük «orta», 6'sı yüzdelik olarak da % 5,6 'lık, «Tatmin edici», 4'ü yüzdelik olarak da % 3,7'lik «çok düşük» olarak tarif edilmiştir.

Grafik 4.54**Tablo 4.72** Astana’da hizmet sektörü nasıl gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	44	41,1	41,1	41,1
Orta	5	4,7	4,7	45,8
Çok iyi	50	46,7	46,7	92,5
Tatmin edici	8	7,5	7,5	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin hizmet sektörüne yönelik anketlere göre katılımcılardan aşağıdaki cevap alınmıştır 44 katılımcı, yüzdeler olarak da % 41,1’ lik kısmı «iyi», 50 katılımcı, yüzdeler olarak da % 46,7’ lik «Çok iyi», 8 katılımcı, yüzdeler olarak da % 7,5’lik «Tatmin edici», 5 katılımcı, yüzdeler olarak da % 4,7’ lik «Orta».

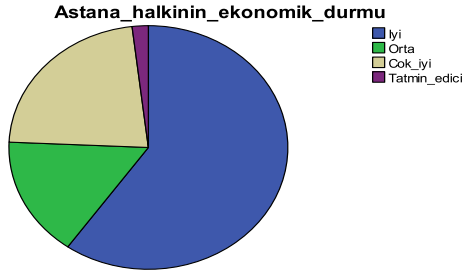
Grafik 4.55



Tablo 4.73 Astana halkının ekonomik durumu

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	64	59,8	59,8	59,8
Orta	17	15,9	15,9	75,7
Çok iyi	24	22,4	22,4	98,1
Tatmin edici	2	1,9	1,9	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin halkı da Astana'nın imajını belirleyen unsurlardan biridir. Bu bağlamda, Astana halkının ekonomik ve sosyal duruma karşı bakış tutumlarını anlamak amacıyla yapılmış ankete dayalı 64 katılımcı, yüzdeler olarak da % 59,8'lik kısmı «iyi», 24 katılımcı, yüzdeler olarak da % 22,4'lük «Çok iyi», 17 katılımcı, yüzdeler olarak da % 15,9' lük «Orta», 2 katılımcı, yüzdeler olarak da % 1,9' lük «Tatmin edici» olarak cevap verdi.

Grafik 4.56**Tablo 4.74** Astana nasıl bir şehir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Turistik şehir	44	41,1	41,1	41,1
Sanayi şehri	17	15,9	15,9	57,0
Kültür Merkezi	17	15,9	15,9	72,9
Bilim ve Eğitim Merkezi	21	19,6	19,6	92,5
İş merkezi	8	7,5	7,5	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'nın diğer şehirlerden özelliklerini belirlemek amacıyla yapılan bir ankete göre 44 katılımcı, yüzdeler olarak da % 41,1' lik kısmı «Turistik şehir», 17 katılımcı, yüzdeler olarak da % 15,9'luk kısmı «Kültür merkezi», 21 katılımcı, yüzdeler olarak da % 19,6' lük kısmı «Bilim ve Eğitim merkezi», 17 katılımcı, yüzdeler olarak da % 15,9' lük kısmı «Sanayi şehri», 8 katılımcı, yüzdeler olarak da % 7,5'lik kısmı «İş merkezi» hakkında bilgi verdi.

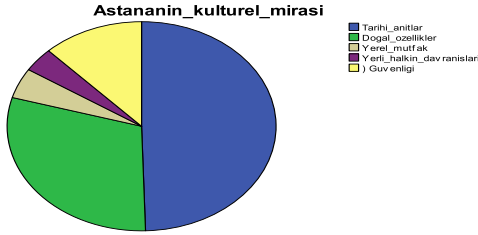
Grafik 4.57



Tablo 4.78 Astana'nın kültürel mirası

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Tarihi anıtlar	53	49,5	49,5	49,5
Doğal özellikler	32	29,9	29,9	79,4
Yerel mutfak	5	4,7	4,7	84,1
Yerli halkın davranışları	4	3,7	3,7	87,9
Güvenliği	13	12,1	12,1	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

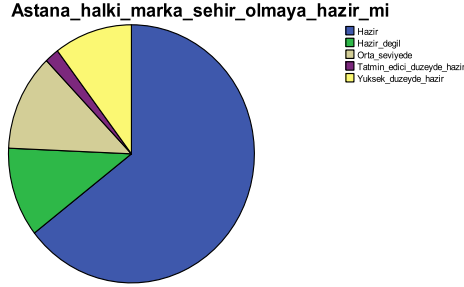
Astana'nın en önemli kültürel mirası üzerine yapılan anketlere göre 53 katılımcı, yüzdeler olarak da % 49,5'lik kısmı «Tarihi anıtlar», 128 katılımcı, yüzdeler olarak da % 25,6'lık kısmı «Doğal özellikler», 83 katılımcı, yüzdeler olarak da % 16,6'lık kısmı «Güvenliği», 24 katılımcı, yüzdeler olarak da % 4,8'lik kısmı «Yerel mutfak», 19 katılımcı, yüzdeler olarak da % 3,8'lik kısmı «Yerli halkın davranışları» hakkında cevaplar verdi.

Grafik 4.58**Tablo 4.79** Astana halkı marka şehir olmaya hazır mı?

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Hazır	69	64,5	64,5	64,5
Hazır değil	12	11,2	11,2	75,7
Orta seviyede	13	12,1	12,1	87,9
Tatmin edici düzeyde hazır	2	1,9	1,9	89,7
Yüksek düzeyde hazır	11	10,3	10,3	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana bir marka şehir olmaya hazır mı sorusuyla aşağıdaki cevaplar bulundu. 69 katılımcı, yüzdeler olarak da % 64,5'lik kısmı «Hazır», 13 katılımcı, yüzdeler olarak da % 12,1' lik kısmı «Orta seviyede», 11 katılımcı, yüzdeler olarak da % 10,3' lük kısmı «Yüksek düzeyde hazır», 12 katılımcı, yüzdeler olarak da % 11,2'lik kısmı «Hazır değil», 2 katılımcı, yüzdeler olarak da % 1,9' lük kısmı «Tatmin edici düzeyde hazır» hakkında cevaplar verdi.

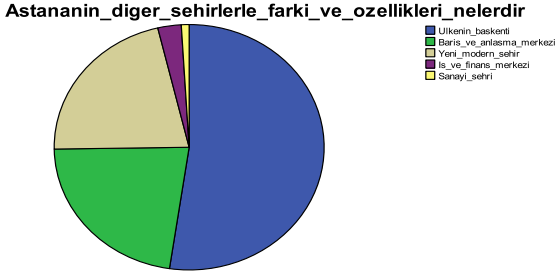
Grafik 4.59



Tablo 4.80 Astana'nın diğer şehirlerle farkı ve özellikleri nelerdir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Ülkenin başkenti	56	52,3	52,3	52,3
Barış ve anlaşma merkezi	24	22,4	22,4	74,8
Yeni modern nehir	23	21,5	21,5	96,3
İş ve finans merkezi	3	2,8	2,8	99,1
Sanayi şehri	1	0,9	0,9	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'yı diğer şehirlerden ayırmak için önemli olan nedir anketimize ilgili sorulara 56 katılımcı, yüzdeler olarak % 52,3' lük kısmı «Ülkenin başkenti», 23 katılımcı, yüzdeler olarak % 21,5'lik kısmı «Yeni modern şehir», 24 katılımcı, yüzdeler olarak da % 22,4'lük kısmı «Barış ve anlaşma merkezi», 3 katılımcı, yüzdeler olarak da % 2,8'lik kısmı «İş ve finans merkezi», 1 katılımcı, yüzdeler olarak da % 0,9'lük kısmı «Sanayi şehri» hakkında cevapladıkları açıklandı.

Grafik 4.60**Tablo 4.81** Şehrin başlıca turistik merkezi

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Bayterek	55	51,4	51,4	51,4
Hanşatır	11	10,3	10,3	61,7
Barış ve anlaşma sarayı	3	2,8	2,8	64,5
EXPO merkezi	35	32,7	32,7	97,2
Esil nehri	3	2,8	2,8	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'nın en önemli turizm merkezini belirlemek amacıyla verilmiş anketlere göre 55 katılımcı, yüzdeler olarak da % 51,4'lük kısmı «Bayterek», 11 katılımcı, yüzdeler olarak da % 10,3' lük kısmı «Hanşatır», 35 katılımcı, yüzdeler olarak da % 32,7' lik kısmı «EXPO merkezi», 3 katılımcı, yüzdeler olarak da % 2,8'lik kısmı «Esil nehri», 3 katılımcı, yüzdeler olarak da % 2,8'lik kısmı «Barış ve anlaşma sarayı» hakkında cevapladıkları olduğunu açıklandı.

Grafik 4.61

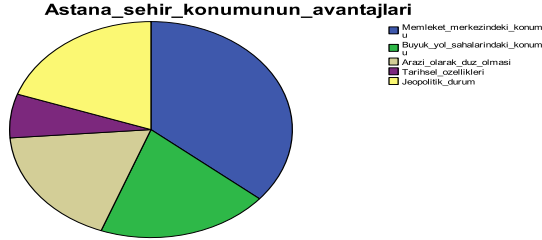


4.7.2.4. Doğu Kazakistan Bölgesi

Tablo 4.82 Astana şehir konumunun avantajları

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Memleket merkezindeki konumu	22	36,1	36,1	36,1
Büyük yol sahalarındaki konumu	12	19,7	19,7	55,7
Arazi olarak düz olması	11	18,0	18,0	73,8
Tarihsel özellikleri	4	6,6	6,6	80,3
Jeopolitik durum	12	19,7	19,7	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

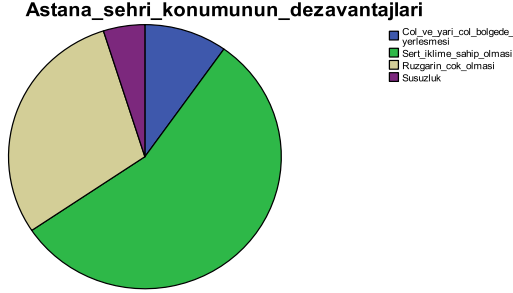
Astana şehrinin başka şehirlerle kıyaslanabilecek özelliklerin açıklamak amacıyla yapılmış ankete göre katılanların 22'si yüzdeler olarak da % 36,1' lik «Memleket merkezindeki konumu», 12'si yüzdeler olarak da % 19,7' lik «Jeopolitik durum», 12'si yüzdeler olarak da % 19,7'lik «Büyük yol sahalarındaki konumu», 11'i yüzdeler olarak da % 18,0'lik «Arazi olarak düz olması», 4'si yüzdeler olarak da % 6.6'lık «Tarihsel özellikleri» avantajları olduğunu gösterdi.

Grafik 4.62**Tablo 4.83** Astana şehri konumunun dezavantajları

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Çöl ve yarı çöl bölgede yerleşmesi	6	9,8	9,8	9,8
Sert İklimе sahip olması	34	55,7	55,7	65,6
Rüzgârın çok olması	18	29,5	29,5	95,1
Susuzluk	3	4,9	4,9	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin başka şehirlerle kıyaslanabilecek dezavantajların açıklamak amacıyla yapılmış ankete göre katılanların 34'ü yüzdelik olarak da % 55,7' lik «Sert İklimе sahip olması», 18'si yüzdelik olarak da % 29,5'lik «Rüzgârın çok olması», 6'si yüzdelik olarak da % 9,8'lik «Çöl ve yarı çöl bölgede yerleşmesi», 3'ü yüzdelik olarak da % 4,9'luk «Susuzluk» olduğunu gösterdi.

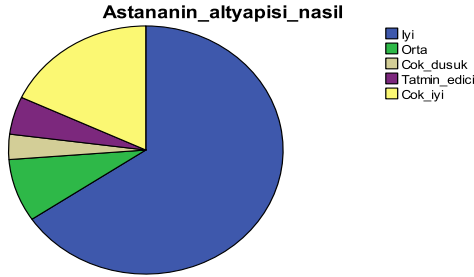
Grafik 4.63



Tablo 4.84 Astana'nın altyapısı nasıl

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	40	65,6	65,6	65,6
Orta	5	8,2	8,2	73,8
Çok düşük	2	3,3	3,3	77,0
Tatmin edici	3	4,9	4,9	82,0
Çok iyi	11	18,0	18,0	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin altyapısı üzerine yapılan anketlere göre katılımcıların 40'ı, yüzdelik olarak da % 65,6'lık kısmı «İyi», 11'i, yüzdelik olarak da % 18,0'lık kısmı «çok iyi», 5'i yüzdelik olarak da % 8,2'lik, «orta», 3'ü yüzdelik olarak da % 4,9'ü «Tatmin edici», 2'si yüzdelik olarak da % 3,3'lik «çok düşük» olarak tarif edilmiştir.

Grafik 4.64**Tablo 4.85** Astana’da hizmet sektörü nasıl gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	29	47,5	47,5	47,5
Orta	8	13,1	13,1	60,7
Çok iyi	17	27,9	27,9	88,5
Düşük	1	1,6	1,6	90,2
Tatmin edici	6	9,8	9,8	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin hizmet sektörüne yönelik anketlere göre katılımcılardan aşağıdaki cevap alınmıştır 29 katılımcı, yüzdeler olarak da % 47,5’lik kısmı «İyi», 17 katılımcı, yüzdeler olarak da % 27,9’luk «Çok iyi», 6 katılımcı, yüzdeler olarak da % 9,8’lik «Tatmin edici», 8 katılımcı, yüzdeler olarak da % 13,1’ lik «Orta», 1’si yüzdeler olarak da % 1,6’lik «düşük» olarak tarif edilmiştir.

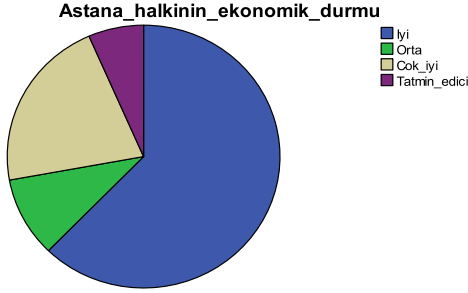
Grafik 4.65



Tablo 4.86 Astana halkının ekonomik durumu

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	38	62,3	62,3	62,3
Orta	6	9,8	9,8	72,1
Çok iyi	13	21,3	21,3	93,4
Tatmin edici	4	6,6	6,6	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

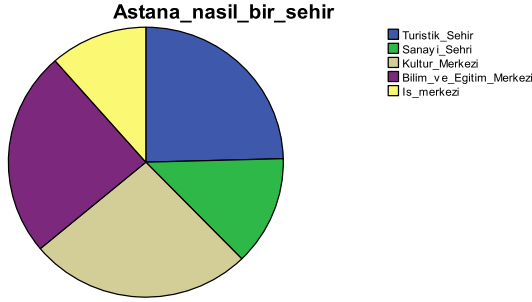
Astana şehrinin halkı da Astana'nın imajını belirleyen unsurlardan biridir. Bu bağlamda, Astana halkının ekonomik ve sosyal duruma karşı bakış tutumlarını anlamak amacıyla yapılmış ankete dayalı 38 katılımcı, yüzdelik olarak da % 62,3'lük kısmı «iyi», 13 katılımcı, yüzdelik olarak da % 21,3'lük «Çok iyi», 6 katılımcı, yüzdelik olarak da % 9,8'lik «Orta», 4 katılımcı, yüzdelik olarak da % 6.6'lık «Tatmin edici» cevap verdiği açıklandı.

Grafik 4.66**Tablo 4.87** Astana nasıl bir şehir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Turistik şehir	15	24,6	24,6	24,6
Sanayi şehri	8	13,1	13,1	37,7
Kültür Merkezi	16	26,2	26,2	63,9
Bilim ve Eğitim Merkezi	15	24,6	24,6	88,5
İş merkezi	7	11,5	11,5	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'nın diğer şehirlerden özelliklerini belirlemek amacıyla yapılan bir ankete göre 15 katılımcı, yüzdeler olarak da % 24,6'lık kısmı «Turistik şehir», 16 katılımcı, yüzdeler olarak da % 26,2'lik kısmı «Kültür merkezi», 15 katılımcı, yüzdeler olarak da % 24,6'lık kısmı «Bilim ve Eğitim merkezi», 8 katılımcı, yüzdeler olarak da % 13,1'lik kısmı «Sanayi şehri», 7 katılımcı, yüzdeler olarak da % 11,5'lik kısmı «İş merkezi» hakkında bilgi verdi.

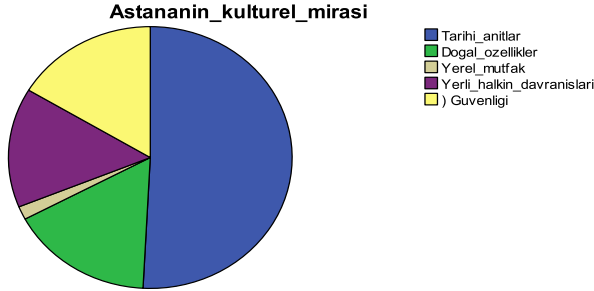
Grafik 4.67



Tablo 4.88 Astana'nın kültürel mirası

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Tarihi anıtlar	31	50,8	50,8	50,8
Doğal özellikler	10	16,4	16,4	67,2
Yerel mutfak	1	1,6	1,6	68,9
Yerli halkın davranışları	9	14,8	14,8	83,6
Güvenliği	10	16,4	16,4	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'nın en önemli kültürel mirası üzerine yapılan anketlere göre 31 katılımcı, yüzdeler olarak da % 50,8'lik kısmı «Tarihi anıtlar», 10 katılımcı, yüzdeler olarak da % 16,4' lik kısmı «Doğal özellikler», 10 katılımcı, yüzdeler olarak da % 16,4' lik kısmı «Güvenliği», 1 katılımcı, yüzdeler olarak da % 1,6' lik kısmı «Yerel mutfak» hakkında cevaplar verdi.

Grafik 4.68**Tablo 4.89** Astana halkı marka şehir olmaya hazır mı?

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Hazır	35	57,4	57,4	57,4
Hazır değil	10	16,4	16,4	73,8
Orta seviyede	9	14,8	14,8	88,5
Tatmin edici düzeyde hazır	1	1,6	1,6	90,2
Yüksek düzeyde hazır	6	9,8	9,8	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana bir marka şehir olmaya hazır mı sorusuyla aşağıdaki cevaplar verilmiştir. 35 katılımcı, yüzdeler olarak da % 57,4'lük kısmı «Hazır», 9 katılımcı, yüzdeler olarak da % 14,8'lik kısmı «Orta seviyede», 6 katılımcı, yüzdeler olarak da % 9,8'lik kısmı «Yüksek düzeyde hazır», 10 katılımcı, yüzdeler olarak da % 16,4' lik kısmı «Hazır değil», 1 katılımcı, yüzdeler olarak da % 1,6'lık kısmı «Tatmin edici düzeyde hazır» hakkında cevaplar verdi.

Grafik 4.69



Tablo 4.90 Astana'nın Diğer Şehirlerle Farkı ve Özellikleri Nelerdir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Ülkenin başkenti	24	39,3	39,3	39,3
Barış ve anlaşma merkezi	10	16,4	16,4	55,7
Yeni modern şehir	18	29,5	29,5	85,2
İş ve finans merkezi	7	11,5	11,5	96,7
Sanayi şehri	2	3,3	3,3	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

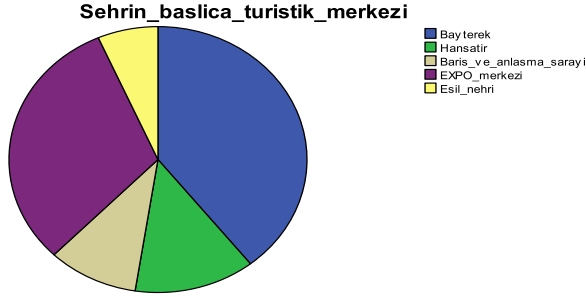
Astana'yı diğer şehirlerden ayırmak için önemli olan nedir anketimize ilgili sorulara 24 katılımcı, yüzdeler olarak da % 39,3'lük kısmı «Ülkenin başkenti», 18 katılımcı, yüzdeler olarak da % 29,5'lik kısmı «Yeni modern şehir», 10 katılımcı, yüzdeler olarak da % 16,4'lük kısmı «Barış ve anlaşma merkezi», 7 katılımcı, yüzdeler olarak da % 11,5'lik kısmı «İş ve finans merkezi», 2 katılımcı, yüzdeler olarak da % 3,3'lük kısmı «Sanayi şehri» şeklinde cevap vermiştir.

Grafik 4.70**Tablo 4.91** Şehrin başlıca turistik merkezi

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Bayterek	24	39,3	39,3	39,3
Hanşatır	8	13,1	13,1	52,5
Barış ve anlaşma sarayı	6	9,8	9,8	62,3
EXPO merkezi	19	31,1	31,1	93,4
Esil nehri	4	6,6	6,6	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'nın en önemli turizm merkezini belirlemek amacıyla vermiştir. Anketlere göre 24 katılımcı, yüzdeler olarak da % 39,3' lük kısmı «Bayterek», 8 katılımcı, yüzdeler olarak da % 13,1' lik kısmı «Hanşatır», 19 katılımcı, yüzdeler olarak da % 31,1' lik kısmı «EXPO merkezi», 4 katılımcı, yüzdeler olarak da % 6,6'lık kısmı «Esil nehri», 6 katılımcı, yüzdeler olarak da % 9,8'lik kısmı «Barış ve anlaşma sarayı» şeklinde cevap vermiştir.

Grafik 4.71



4.7.2.5 Orta Kazakistan Bölgesi

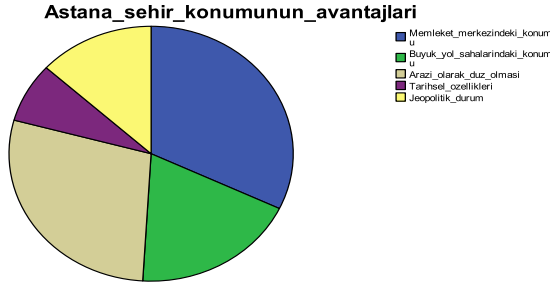
Tablo 4.92 Astana şehir konumunun avantajları

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Memleket merkezindeki konumu	17	30,9	32,1	32,1
Büyük yol sahalarındaki konumu	10	18,2	18,9	50,9
Arazi olarak düz olması	15	27,3	28,3	79,2
Tarihsel özellikleri	4	7,3	7,5	86,8
Jeopolitik durum	7	12,7	13,2	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana şehrinin başka şehirlerle kıyaslanabilecek özelliklerin açıklamak amacıyla yapılmış ankete göre katılanların 17'si yüzdeler olarak da % 30,9' lük «Memleket merkezindeki konumu», 7'si yüzdeler olarak da % 12,7' lik «Jeopolitik durum», 10'ü yüzdeler olarak da % 18,2'lik «Büyük yol sahalarındaki konumu», 15'si yüzdeler olarak da % 27,3' lük «Arazi olarak düz olması», 4'u

yüzdeler olarak da % 7,3'lük «Tarihsel özellikleri» avantajları olduğunu göstermiştir.

Grafik 4.72

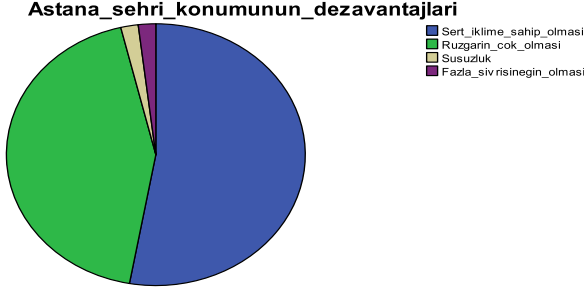


Tablo 4.93 Astana şehri konumunun dezavantajları

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Sert İklim'e sahip olması	28	50,9	52,8	52,8
Rüzgârın çok olması	23	41,8	43,4	96,2
Susuzluk	1	1,8	1,9	98,1
Fazla sivrisineğin olması	1	1,8	1,9	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana şehrinin başka şehirlerle kıyaslanabilecek dezavantajların açıklamak amacıyla yapılmış ankete göre katılanların 28'si yüzdeler olarak da % 50,9'lük «Sert İklim'e sahip olması», 23'ü yüzdeler olarak da % 41,8'lik «Rüzgârın çok olması», 1'i yüzdeler olarak da % 1,8'lik «Susuzluk», 1'i yüzdeler olarak da % 1,8'lik «Fazla sivrisineğin olması» olduğunu gösterdi.

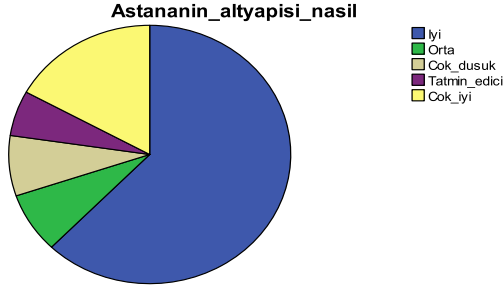
Grafik 4.73



Tablo 4.94 Astana'nın altyapısı nasıl

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	33	60,0	62,3	62,3
Orta	4	7,3	7,5	69,8
Çok düşük	4	7,3	7,5	77,4
Tatmin edici	3	5,5	5,7	83,0
Çok iyi	9	16,4	17,0	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

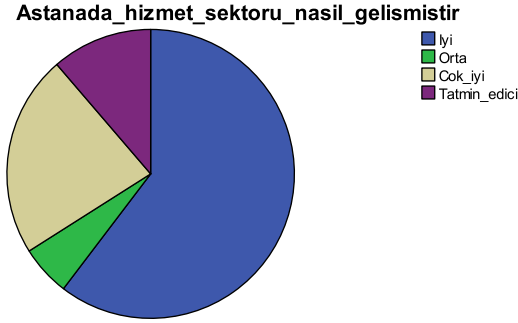
Astana şehrinin altyapısı üzerine yapılan anketlere göre katılımcıların 33'ü, yüzdeler olarak da % 60,0'lık kısmı «İyi», 9'u, yüzdeler olarak da % 16,4' lik kısmı «çok iyi», 4'ü yüzdeler olarak da % 7,3 'lik «Orta», 3'si yüzdeler olarak da % 5,5'lik « Tatmin edici», 4'si yüzdeler olarak da % 7,3'lik «Çok düşük» olarak tarif edilmiştir.

Grafik 4.74**Tablo 4.95** Astanada hizmet sektörü nasıl gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	32	58,2	60,4	60,4
Orta	3	5,5	5,7	66,0
Çok iyi	12	21,8	22,6	88,7
Tatmin edici	6	10,9	11,3	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana şehrinin hizmet sektörüne yönelik anketlere göre katılımcılardan aşağıdaki cevap alınmıştır 32 katılımcı, yüzdeler olarak da % 58,2'lik kısmı «İyi», 12 katılımcı, yüzdeler olarak da % 21,8'lik «Çok iyi», 6 katılımcı, yüzdeler olarak da % 10,9' lük «Tatmin edici», 3 katılımcı, yüzdeler olarak da % 5,5'lik «Orta» olarak tarif edilmiştir.

Grafik 4.75



Tablo 4.96 Astana halkının ekonomik durumu

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
İyi	25	45,5	47,2	47,2
Orta	7	12,7	13,2	60,4
Çok iyi	18	32,7	34,0	94,3
Tatmin edici	3	5,5	5,7	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

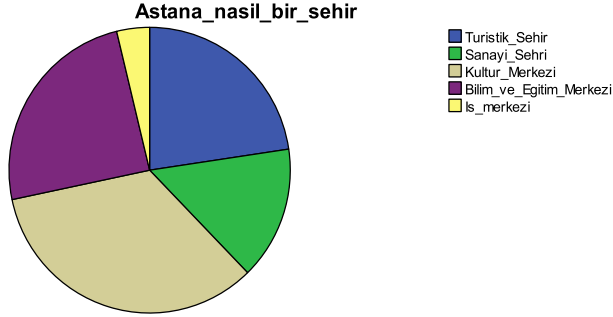
Astana şehrinin halkı da Astana'nın imajını belirleyen unsurlardan biridir. Bu bağlamda, Astana halkının ekonomik ve sosyal duruma karşı bakış tutumlarını anlamak amacıyla yapılmış ankete dayalı 25 katılımcı, yüzdeler olarak da % 45,5'lik kısmı «İyi», 18 katılımcı, yüzdeler olarak da % 32,7' lik «Çok iyi», 7 katılımcı, yüzdeler olarak da % 12,7' lik «Orta», 3 katılımcı, yüzdeler olarak da % 5,5'lik «Tatmin edici» şeklinde cevap vermiştir.

Grafik 4.76**Tablo 4.97** Astana nasıl bir şehir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Turistik şehir	12	21,8	22,6	22,6
Sanayi şehri	8	14,5	15,1	37,7
Kültür Merkezi	18	32,7	34,0	71,7
Bilim ve Eğitim Merkezi	13	23,6	24,5	96,2
İş merkezi	2	3,6	3,8	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'nın diğer şehirlerden özelliklerini belirlemek amacıyla yapılan bir ankete göre 12 katılımcı, yüzdelik olarak da % 21,8'lik kısmı «Turistik şehir», 18 katılımcı, yüzdelik olarak da % 32,7' lik kısmı «Kültür merkezi», 13 katılımcı, yüzdelik olarak da % 23,6' lik kısmı «Bilim ve Eğitim merkezi», 8 katılımcı, yüzdelik olarak da % 14,5'lik kısmı «Sanayi şehri», 2 katılımcı, yüzdelik olarak da % 3,6'lık kısmı «İş merkezi» şeklinde cevap vermiştir.

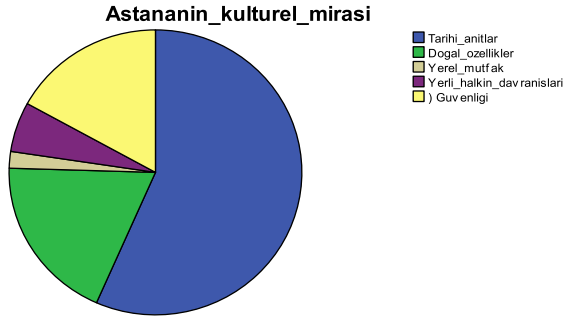
Grafik 4.77



Tablo 4.98 Astana'nın kültürel mirası

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Tarihi anıtlar	30	54,5	56,6	56,6
Doğal özellikler	10	18,2	18,9	75,5
Yerel mutfak	1	1,8	1,9	77,4
Yerli halkın davranışları	3	5,5	5,7	83,0
Güvenliği	9	16,4	17,0	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

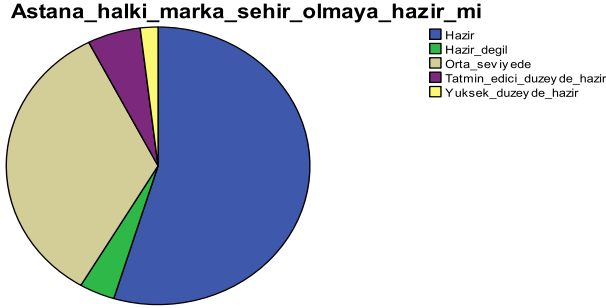
Astana'nın en önemli kültürel mirası üzerine yapılan anketlere göre 30 katılımcı, yüzdeler olarak da % 54,5'lik kısmı «Tarihi anıtlar», 10 katılımcı, yüzdeler olarak da % 18,2'lik kısmı «Doğal özellikler», 9 katılımcı, yüzdeler olarak da % 16,4'lük kısmı «Güvenliği», 1 katılımcı, yüzdeler olarak da % 1,8'lik kısmı «Yerel mutfak» şeklinde cevap vermiştir.

Grafik 4.78**Tablo 4.99** Astana halkı marka şehir olmaya hazır mı?

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Hazır	29	52,7	54,7	54,7
Hazır değil	2	3,6	3,8	58,5
Orta seviyede	18	32,7	34,0	92,5
Tatmin edici düzeyde hazır	3	5,5	5,7	98,1
Yüksek düzeyde hazır	1	1,8	1,9	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana bir marka şehir olmaya hazır mı sorusuyla aşağıdaki cevaplar bulundu. 29 katılımcı, yüzdeler olarak da % 52,7' lik kısmı «Hazır», 18 katılımcı, yüzdeler olarak da % 32,7' lik kısmı «Orta seviyede», 1 katılımcı, yüzdeler olarak da % 1,8'lik kısmı «Yüksek düzeyde hazır», 2 katılımcı, yüzdeler olarak da % 3,6' lük kısmı «Hazır değil», 3 katılımcı, yüzdeler olarak da % 5,5'lik kısmı «Tatmin edici düzeyde hazır» şeklinde cevap vermiştir.

Grafik 4.79



Tablo 4.100 Astana'nın diğer şehirlerle farkı ve özellikleri nelerdir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Ülkenin başkenti	22	40,0	41,5	41,5
Bariş ve anlaşma merkezi	5	9,1	9,4	50,9
Yeni modern şehir	11	20,0	20,8	71,7
İş ve finans merkezi	5	9,1	9,4	81,1
Sanayi şehri	10	18,2	18,9	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

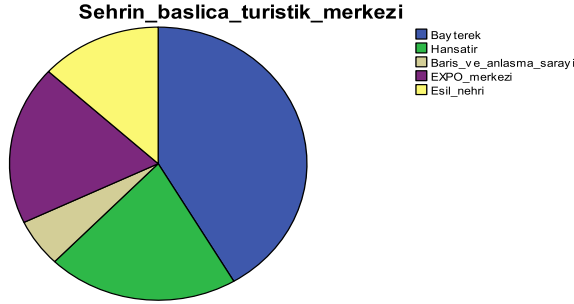
Astana'yı diğer şehirlerden ayırmak için önemli olan nedir anketimize ilgili sorulara 22 katılımcı, yüzdelik olarak da % 40,0'lık kısmı «Ülkenin başkenti», 11 katılımcı, yüzdelik olarak da % 20,0'lık kısmı «Yeni modern şehir», 5 katılımcı, yüzdelik olarak da % 9,1' lik kısmı «Bariş ve anlaşma merkezi», 5 katılımcı, yüzdelik olarak da % 9,1' lik kısmı «İş ve finans merkezi», 10 katılımcı, yüzdelik olarak da % 18,2'lik kısmı «Sanayi şehri» şeklinde cevap vermiştir.

Grafik 4.80**Tablo 4.101** Şehrin başlıca turistik merkezi

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Bayterek	22	40,0	41,5	41,5
Hanşatır	11	20,0	20,8	62,3
Bariş ve anlaşma sarayı	3	5,5	5,7	67,9
EXPO merkezi	10	18,2	18,9	86,8
Esil nehri	7	12,7	13,2	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'nın en önemli turizm merkezini belirlemek amacıyla vermiştir. anketlere göre 22 katılımcı, yüzdeler olarak da % 40,0'lık kısmı «Bayterek», 11 katılımcı, yüzdeler olarak da % 20,0'lık kısmı «Hanşatır», 10 katılımcı, yüzdeler olarak da % 18,2'lik kısmı «EXPO merkezi», 7 katılımcı, yüzdeler olarak da % 12,7' lik kısmı «Esil nehri», 3 katılımcı, yüzdeler olarak da % 5,5'lik kısmı «Bariş ve anlaşma sarayı» şeklinde cevap vermiştir.

Grafik 4.81



Astana'nın en önemli turizm merkezini belirlemek amacıyla vermiştir. anketlere göre 231 katılımcı, yüzdeleri olarak da % 46,2'lik kısmı «Bayterek», 71 katılımcı, yüzdeleri olarak da % 14,2'lik kısmı «Hanşatır», 45 katılımcı, yüzdeleri olarak da % 29,0'lık kısmı «EXPO merkezi», 28 katılımcı, yüzdeleri olarak da % 5,6'lık kısmı «Esil nehri», 25 katılımcı, yüzdeleri olarak da % 5,0'lık kısmı «Barış ve anlaşma sarayı» şeklinde cevap vermiştir..

4.8. Astana'nın Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerini Kalitesi Analizi

Astana'nın marka şehir olması şehirde ticaretin gelişmesi, turizm aktivitelerinin artması ve nüfus hareketleriyle ilişkilidir. Astana'nın marka şehir olması şehrin potansiyelini dışarıya aktarmak ve bunu tanıtmakla ilgilidir. Astana şehrinin tanınması turizm hareketlerini geliştirecektir. Kuvvetli görünen bir marka, destinasyon imajını güçlendirecektir. Astana'nın markalaşması, önce şehir halkı, sonar turist, daha sonra yatırımcıların mutlu edilebilmesidir. Yani şehir için önemli bir "Müşteri Memnuniyeti" sağlanması işidir. Bu

memnuniyetin derecesi arttıkça şehir markalaşmasının alt yapısı da kendiliğinden oluşur. Onun için Astana'nın ürün olarak imajlarının düzeltilmesi için neler yapılması gerektiğini ülkemizi gezen, gören turistlerin şikâyet ve görüşleri doğrultusunda Kazakistan'ın beş ekonomik bölgelerinde araştırma çalışmalar incelendi.

4.8.1 Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölgesi

Tablo 4.102 Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	7	6,1	6,1	6,1
Kesinlikle katılmıyorum	6	5,3	5,3	11,4
Katılıyorum/ katılmıyorum	17	14,9	14,9	26,3
Katılıyorum	51	44,7	44,7	71,1
Kesinlikle katılıyorum	33	28,9	28,9	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'ya ziyarete gelen ve yaşayan insanlar için dinlenmek ve rahat ortam amacıyla gerçekleştirilen anketlere göre Kuzey Kazakistan Ekonomik bölgeden katılımcılar aşağıdaki cevap verdi. Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölge olarak katılımcıların 51'i, yüzdeler olarak da % 44,7' lik kısmı "Katılıyorum" 33'ü, yüzdeler olarak da % 28,9'luk kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 17'si, yüzdeler olarak da % 14,9'luk kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 7'si, yüzdeler olarak da % 6,1' lik "Katılmıyorum", 6'sı, yüzdeler olarak da % 5,3 lük "kesinlikle katılmıyorum" cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.103 Uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Kesinlikle katılmıyorum	4	3,5	3,5	3,5
Katılıyorum/ katılmıyorum	12	10,5	10,5	14,0
Katılıyorum	67	58,8	58,8	72,8
Kesinlikle Katılıyorum	31	27,2	27,2	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'ya gelen konuklar için, otel ve restoranın uygun bir fiyata ne ölçüde temin edileceği amacıyla gerçekleştirilen anketlere göre Kuzey Kazakistan Ekonomik bölgeden katılımcılar aşağıdaki gibi cevap verdi. Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölge olarak katılımcıların 67'si, yüzdelik olarak da % 58,8'lik kısmı "Katılıyorum" 31'i, yüzdelik olarak da % 27,2'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 12'si, yüzdelik olarak da % 10,0'lık kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 4 si, yüzdelik olarak da % 3,5' "kesinlikle katılmıyorum cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.104 Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz, su vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	4	3,5	3,5	3,5
Kesinlikle katılmıyorum	10	8,8	8,8	12,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	32	28,1	28,1	40,4
Katılıyorum	37	32,5	32,5	72,8
Kesinlikle Katılıyorum	31	27,2	27,2	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Turizmdeki en önemli turizm merkezlerinden biri, bölgenin doğal özellikleridir. Astana şehrinin Doğa özellikleri dağlar, ormanlar,

deniz, su ne kadar düzeyini belirlemek için elde edilmiş ankete göre katılımcıların 37'si, yüzdeler olarak da % 32,5'lik kısmı "Katılıyorum" 31'i, yüzdeler olarak da % 27,2'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 32'si, yüzdeler olarak da % 28,1' lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 4'ü, yüzdeler olarak da % 3,5'lik "Katılmıyorum", 10'ı, yüzdeler olarak da % 8,8 lik "kesinlikle katılmıyorum" cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.105 Şehir halkı yardım etmeye hazırdır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	19	16,7	16,7	16,7
Kesinlikle Katılmıyorum	10	8,8	8,8	25,4
Katılıyorum/ katılmıyorum	28	24,6	24,6	50,0
Katılıyorum	55	48,2	48,2	98,2
Kesinlikle katılıyorum	2	1,8	1,8	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Şehri ziyaret eden her turist için çok önemli bir konu olduğu" Şehir halkı yardım etmeye hazır mı" Bu konuyla bağlantılı olarak alınan anketlere göre katılımcıların 55 tanesi, yüzdeler olarak da % 48,2'lik kısmı "Katılıyorum" 2'si, yüzdeler olarak da % 1,8'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum",28'i, yüzdeler olarak da % 24,6 'lık kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum», 19 si, yüzdeler olarak da % 16,7' lik "Katılmıyorum", 10 tanesi, yüzdeler olarak da % 8,8 lik "kesinlikle katılmıyorum" cevapları verilmiştir.

Tablo 4.106 Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerleri bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	10	8,8	8,8	8,8
Kesinlikle katılmıyorum	12	10,5	10,5	19,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	32	28,1	28,1	47,4
Katılıyorum	55	48,2	48,2	95,6
Kesinlikle katılıyorum	5	4,4	4,4	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Yeşil şehir rekreasyon alanları, konuklar ve kent sakinleri için önemli bir yer. Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerler, sandığa şehrin peyzaj bağlı yapılmış anketlere göre katılımcıların 55si, yüzdeler olarak da % 48,2'lik kısmı "Katılıyorum" 5 i, yüzdeler olarak da % 4,4'lük kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 32'si, yüzdeler olarak da % 28,1'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum)", 10'ı, yüzdeler olarak da % 8,8'lik "Katılmıyorum", 12'si, yüzdeler olarak da % 10,5 lik "kesinlikle katılmıyorum" cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.107 Tarihi eserler, müzeler bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	16	14,0	14,0	14,0
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,8	1,8	15,8
Katılıyorum	70	61,4	61,4	77,2
Kesinlikle Katılıyorum	25	21,9	21,9	99,1
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'daki Turistik yerlerden biri tarihi müzelerdir. Tarihi müzelerin hizmet kalitesini belirlemek anketlere göre katılımcıların 70 ı, yüzdelik olarak da % 61,4'lük kısmı “Katılıyorum” 25 i, yüzdelik olarak da % 21,9' lük kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 16'sı, yüzdelik olarak da % 14,0'lık “Katılmıyorum”, 2'si, yüzdelik olarak da % 1,8 lik “kesinlikle katılmıyorum” cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.108 Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	8	7,0	7,0	7,0
Katılıyorum/ katılmıyorum	4	3,5	3,5	10,5
Katılıyorum	75	65,8	65,8	76,3
Kesinlikle katılıyorum	27	23,7	23,7	100,0
Toplam	14	100,0	100,0	100,0

Turizmde turistlere kaliteli hizmet göstermek ekonominin bu sektörünün gelişmesinde en önemli konulardan biridir. Turistler bir otel kompleksi, bir restoran, belirli bir ülkenin bulvarı olan hizmetlerinden memnunsalrsa, o ülkenin aktif bir savunucusu olacaklar. Birçok kez geri gelirler, diğer Turistleri cezp eder, sevdikleri turizm bölgesinin prestijini yükseltirler. Astana'ya gelen konuklar için yerel yemek merkezlerinin kalitesini öğrenmek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 75'i, yüzdelik olarak da % 65,8'lik kısmı “Katılıyorum” 27'si, yüzdelik olarak da % 23.7' lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 4'ü,yüzdelik olarak da % 3,5'lik kısmı “katılıyorum/ katılmıyorum»”,

8'i, yüzdeler olarak da % 7,0' lık "Katılmıyorum" olarak cevapları verilmiştir.

Tablo 4.109 Turistik bilgi bürosu bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	5	4,4	4,4	4,4
Kesinlikle katılmıyorum	5	4,4	4,4	8,8
Katılıyorum	81	71,1	71,1	79,8
Kesinlikle Katılıyorum	23	20,2	20,2	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'ya gelen konuklar turistik tesisler hakkında gerekli bilgileri almak kolay mı, yok mu, dil konusunda yardım alınabilir mi amacıyla yapılmış anketlere göre katılımcıların 81'i, yüzdeler olarak da % 71,1' lik kısmı "Katılıyorum" 23'ü, yüzdeler olarak da % 20,2'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 5'i, yüzdeler olarak da % 4,4'lük "Katılmıyorum", 5i, yüzdeler olarak da % 4,4 lük "kesinlikle katılmıyorum" olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.110 İklim koşulları, hava durumu, deniz, nehir özellikleri uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	32	28,1	28,1	28,1
Kesinlikle katılmıyorum	17	14,9	14,9	43,0
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	1,8	1,8	44,7
Katılıyorum	55	48,2	48,2	93,0
Kesinlikle Katılıyorum	8	7,0	7,0	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Turizmin gelişmesi için en önemli rekreasyon kaynakları iklim koşulları, hava durumu, deniz ve nehirlerdir. Astana şehir turizmi için en önemli doğal özelliklerin belirlemek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 55'i, yüzdeler olarak da % 48,2'lik kısmı "Katılıyorum" 8'i, yüzdeler olarak da % 7,0'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 1,8'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 32 i, yüzdeler olarak da % 14,9'luk "Katılmıyorum", 17'si, yüzdeler olarak da % 14,9'luk "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.111 Kültürel etkinlikler, festivaller bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	2	1,8	1,8	1,8
Kesinlikle katılmıyorum	1	9	9	2,6
Katılıyorum/ katılmıyorum	12	10,5	10,5	13,2
Katılıyorum	71	62,3	62,3	75,4
Kesinlikle Katılıyorum	28	24,6	24,6	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Turizm için en önemli eğlence etkinlikleri kültürel etkinlikleri ve festivalleri organizasyonu. Astana'daki kültürel etkinliklerin çekiciliği belirlemek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 71'i, yüzdelik olarak da % 62,3'lük kısmı "Katılıyorum" 28'i, yüzdelik olarak da % 24,6' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 12'si, yüzdelik olarak da % 10,5'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum»", 2si, yüzdelik olarak da % 1,8'lik "Katılmıyorum", 1'i, yüzdelik olarak da % 9'luk "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.112 Alışveriş merkezleri, fırsatlar bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	7	6,1	6,1	6,1
Kesinlikle katılmıyorum	6	5,3	5,3	11,4
Katılıyorum/ katılmıyorum	12	10,5	10,5	21,9
Katılıyorum	70	61,4	61,4	83,3
Kesinlikle Katılıyorum	19	16,7	16,7	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'daki turistik yerlerden biri de alışveriş merkezleridir. Alışveriş merkezlerinin hizmet kalitesini belirleme yönünde için yapılmış anketlere göre katılımcıların 70 tanesi, yüzdeler olarak da % 61,4' lik kısmı “Katılıyorum” 19 si, yüzdeler olarak da % 16,7' lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 12'si, yüzdeler olarak da % 10,5'lik kısmı “katılıyorum/ katılmıyorum», 7si, yüzdeler olarak da %6,1' lik “Katılmıyorum”, 6si, yüzdeler olarak da % 5,3 'lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.113 Çevresel kalite, temizlik kullanılmayan alanlar temiz ve ferahtır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	6	5,3	5,3	5,3
Kesinlikle katılmıyorum	4	3,5	3,5	8,8
Katılıyorum	80	70,2	70,2	78,9
Kesinlikle Katılıyorum	24	21,1	21,1	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana şehir turizminin ihtiyaçlarından biri kentin temizliğidir. Çevresel kalite, temizlik kullanılmayan alanlar için yapılmış anketlere göre katılımcıların 80 tanesi, yüzdeler olarak da % 70,2'lik kısmı “Katılıyorum” 24'ü, yüzdeler olarak da % 21,1' lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 6'sı, yüzdeler olarak da % 5,3'lük “Katılmıyorum”, 4 si, yüzdeler olarak da % 3,5'lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.114 Altyapı, iletişim, ulaşım kalitesi gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	11	9,6	9,6	9,6
Kesinlikle katılmıyorum	4	3,5	3,5	13,2
Katılıyorum/ katılmıyorum	11	9,6	9,6	22,8
Katılıyorum	74	64,9	64,9	87,7
Kesinlikle Katılıyorum	14	12,3	12,3	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana şehir turizmi altyapısı için en önemlisi ulaşım kalitesidir. Onun için kentin altyapısının ve ulaşım kalitesinin makul düzeyde olması önemlidir. Şehrinin altyapısının ve ulaşım hizmet kalitesini belirleme yönünde için yapılmış anketlere göre katılımcıların 74'ü, yüzdelik olarak da % 64,9'luk kısmı "Katılıyorum" 14'ü, yüzdelik olarak da % 12,3'lük kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 14 u, yüzdelik olarak da % 9,6 'lük kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum», 11'i, yüzdelik olarak da % 9,6' lik "Katılmıyorum", 14 u, yüzdelik olarak da % 9,6 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.115 Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	7	6,1	6,1	6,1
Kesinlikle katılmıyorum	6	5,3	5,3	11,4
Katılıyorum/ katılmıyorum	18	15,8	15,8	27,2
Katılıyorum	65	57,0	57,0	84,2
Kesinlikle Katılıyorum	18	15,8	15,8	100,0

Astana'da turizm gelişimi için turist güvenliği çok önemlidir. kişisel güvenlik ve güvenlik önlemleri ne kadar olduklarını belirlemek için yapılan anketlere dayanarak belli oldu. Katılımcılarının 65 i, yüzdelik olarak da % 57,0'lık kısmı “Katılıyorum” 18'i, yüzdelik olarak da % 15,8'lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 18'i, yüzdelik olarak da % 15,8'lik kısmı “katılıyorum/ katılmıyorum», 7'si, yüzdelik olarak da % 6,1' lik “Katılmıyorum”, 6'sı, yüzdelik olarak da % 5,3 'lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.116 Toplu taşıma taksi kullanma uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	1	0,9	9	9
Kesinlikle katılmıyorum	4	3,5	3,5	4,4
Katılıyorum/ katılmıyorum	16	14,0	14,0	18,4
Katılıyorum	76	66,7	66,7	85,1
Kesinlikle Katılıyorum	17	14,9	14,9	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Toplu taşıma araçlarının kullanımı turizm için çok önemlidir. Astana kentinde araçların kullanılması durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 76 tanesi, yüzdelik olarak da % 66,7' lik kısmı “Katılıyorum” 17'si, yüzdelik olarak da % 14,9' lük kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 16'sı, yüzdelik olarak da % 14,0 'lik kısmı “katılıyorum/katılmıyorum», 1'i, yüzdelik olarak da % 0,9' lük

“Katılmıyorum”, 4’ü, yüzdelerik olarak da % 3,5’lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.117 Plaj kalitesi, temizlik, teknik hizmet vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	15	13,2	13,2	13,2
Kesinlikle katılmıyorum	18	15,8	15,8	28,9
Katılıyorum/ katılmıyorum	21	18,4	18,4	47,4
Katılıyorum	51	44,7	44,7	92,1
Kesinlikle Katılıyorum	8	7,0	7,0	99,1
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Turizm için plaj kalitesi temel amaçlardan biridir. Astana'da plaj ve teknik temizlik hizmetlerinin kalitesini belirlemek için yapılan anketler aşağıdaki sonuçları göstermiştir. Katılımcılarının 51’i, yüzdelerik olarak da % 44,7’ lik kısmı “Katılıyorum” 8’i, yüzdelerik olarak da % 7.0’lık kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 21’i, yüzdelerik olarak da % 18,4’lük kısmı “katılıyorum/ katılmıyorum», 15’i, yüzdelerik olarak da % 13,2’lik “Katılmıyorum”, 18’i, yüzdelerik olarak da % 15,8’lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.118 Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	7	6,1	6,1	6,1
Kesinlikle katılmıyorum	5	4,4	4,4	10,5
Katılıyorum/ katılmıyorum	25	21,9	21,9	32,5
Katılıyorum	70	61,4	61,4	93,9
Kesinlikle Katılıyorum	7	6,1	6,1	100,0
Toplam	14	100,0	100,0	100,0

Turizm için temizlik ve sağlığa uygunluk standartları çok önemlidir. Astana şehrinde temizlik ve hijyen standartları araçların kullanılması durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 70'ı, yüzdelik olarak da % 61,4'lük kısmı "Katılıyorum", 7'si, yüzdelik olarak da % 6,1'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 25'i, yüzdelik olarak da % 21,9 'lük kısmı "katılıyorum/katılmıyorum", 7'si, yüzdelik olarak da % 6,1' lik "Katılmıyorum", 5'i, yüzdelik olarak da % 4,4'lük "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.119 Trafik dekorasyonu ve altyapısı uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	3	2,6	2,6	2,6
Kesinlikle katılmıyorum	8	7,0	7,0	9,6
Katılıyorum/ katılmıyorum	18	15,8	15,8	25,4
Katılıyorum	66	57,9	57,9	83,3
Kesinlikle Katılıyorum	19	16,7	16,7	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'nın güzelliği için trafik dekorasyonu ve altyapısı önemlidir. Astana'nın trafik dekorasyonu ve altyapısı durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 66'sı, yüzdelik olarak da % 57,9'luk kısmı "Katılıyorum", 19'u, yüzdelik olarak da % 16,7' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 18'i, yüzdelik olarak da % 15,8'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 3'ü, yüzdelik olarak da % 2,6'lık "Katılmıyorum", 8'i, yüzdelik olarak da % 7,0 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.120 Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	9	7,9	7,9	7,9
Kesinlikle katılmıyorum	5	4,4	4,4	12,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	9	7,9	7,9	20,2
Katılıyorum	60	52,6	52,6	72,8
Kesinlikle Katılıyorum	31	27,2	27,2	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'nın güzelliği için kentsel yerleşmeler ve düzeni önemlidir. Astana'nın için kentsel yerleşmeler ve düzeni durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 60'ı, yüzdelik olarak da % 52,6'lık kısmı "Katılıyorum", 31'i, yüzdelik olarak da % 27,2'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 9 si, yüzdelik olarak da % 7,9'luk kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 9'u, yüzdelik olarak da % 7,9'luk "Katılmıyorum", 5'i, yüzdelik olarak da % 4,4'lük "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.121 Tatil dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	4	3,5	3,5	3,5
Kesinlikle katılmıyorum	7	6,1	6,1	9,6
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	1,8	1,8	11,4
Katılıyorum	65	57,0	57,0	68,4
Kesinlikle Katılıyorum	36	31,6	31,6	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm amaçlı tatil dinlenme tesislerinin çeşitli ilgili tesislerinin büyük çoğunluğu da önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 65'i, yüzdeler olarak da % 57,0'lık kısmı "Katılıyorum",36'sı, yüzdeler olarak da % 31,6'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 1,8'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 4'ü, yüzdeler olarak da % 3,5'lik "Katılmıyorum", 7'si, yüzdeler olarak da % 6,1'lik kısmı "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevapları vermiştir.

Tablo 4.122 Gece eğlence yerleri vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	13	11,4	11,4	11,4
Kesinlikle katılmıyorum	4	3,5	3,5	14,9
Katılıyorum/ katılmıyorum	7	6,1	6,1	21,1
Katılıyorum	66	57,9	57,9	78,9
Kesinlikle Katılıyorum	24	21,1	21,1	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'nın güzelliği için gece eğlence mekânları önemlidir. Astana'nın trafik dekorasyonu ve altyapısı durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 66'sı, yüzdelik olarak da % 57,9'luk kısmı "Katılıyorum", 19 si, yüzdelik olarak da % 16,7' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 18'i, yüzdelik olarak da % 15,8'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 3'ü, yüzdelik olarak da % 2,6'lık "Katılmıyorum", 8'i, yüzdelik olarak da % 7,0 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.123 Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	7	6,1	6,1	6,1
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,8	1,8	7,9
Katılıyorum katılmıyorum	4	3,5	3,5	11,4
Katılıyorum	65	57,0	57,0	68,4
Kesinlikle Katılıyorum	36	31,6	31,6	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için su spor tesisleri rüzgâr ve su sporları önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 63'ü, yüzdelik olarak da % 58,9'luk kısmı "Katılıyorum", 31'i, yüzdelik olarak da % 29,0'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 4'ü, yüzdelik olarak da % 3,7'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 8'i, yüzdelik olarak da % 7,5'lik "Katılmıyorum", 1'i, yüzdelik olarak da % 0,9'luk "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.124 Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	24	21,1	21,1	21,1
Kesinlikle katılmıyorum	6	5,3	5,3	26,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	10	8,8	8,8	35,1
Katılıyorum	60	52,6	52,6	87,7
Kesinlikle Katılıyorum	14	12,3	12,3	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için açık havada çeşitli aktiviteler en önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 60'ı, yüzdelik olarak da % 52,6'lık kısmı "Katılıyorum", 14'ü, yüzdelik olarak da % 12,3'lük kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 10'ı, yüzdelik olarak da % 8,8'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 24'ü, yüzdelik olarak da % 21,1'lik "Katılmıyorum", 6sı, yüzdelik olarak da % 5,3'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir

Tablo 4.125 Niteliksel konut tesisleri bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	22	19,3	19,3	19,3
Kesinlikle katılmıyorum	5	4,4	4,4	23,7
Katılıyorum/ katılmıyorum	7	6,1	6,1	29,8
Katılıyorum	72	63,2	63,2	93,0
Kesinlikle Katılıyorum	8	7,0	7,0	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için niteliksel konut tesisleri en önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 53'ü, yüzdeler olarak da %49,5'lik kısmı "Katılıyorum", 29'u, yüzdeler olarak da % 27,1' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 7'si, yüzdeler olarak da % 6,5'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 12'si, yüzdeler olarak da % 11,2'lik "Katılmıyorum", 6'sı, yüzdeler olarak da % 5,6 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.126 Otellerin kalitesi yüksektir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	6	5,3	5,3	5,3
Kesinlikle katılmıyorum	7	6,1	6,1	11,4
Katılıyorum/ katılmıyorum	10	8,8	8,8	20,2
Katılıyorum	74	64,9	64,9	85,1
Kesinlikle Katılıyorum	16	14,0	14,0	99,1
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan otellerin kalitesi. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 58'i, yüzdeler olarak da % 54,2'lik kısmı "Katılıyorum", 29'u, yüzdeler olarak da % 27,1' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da %1,9'luk kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 11'i, yüzdeler olarak da % 10,3'lük "Katılmıyorum", 7'si, yüzdeler olarak da % 6,5'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.127 Yerel turlar ve seyahat imkanı bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	10	8,8	8,8	8,8
Kesinlikle katılmıyorum	3	2,6	2,6	11,4
Katılıyorum/ katılmıyorum	6	5,3	5,3	16,7
Katılıyorum	79	69,3	69,3	86,0
Kesinlikle Katılıyorum	16	14,0	14,0	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan turlar ve seyahat kalitesidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 79'u, yüzdeler olarak da % 69,3'lük kısmı "Katılıyorum", 16'sı, yüzdeler olarak da % 14,0'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 6'sı, yüzdeler olarak da % 5,3 'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 10'ı, yüzdeler olarak da % 8,8'lik "Katılmıyorum", 3'ü, yüzdeler olarak da % 2,6 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.128 Şehre kolay erişim

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılıyorum/ katılmıyorum	19	16,7	16,7	16,7
Katılıyorum	52	45,6	45,6	62,3
Kesinlikle Katılıyorum	43	37,7	37,7	100,0
Toplam	114	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan şehre kolay erişim kalitesidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 52'si, yüzdeler olarak da % 45,6'lık kısmı "Katılıyorum", 43ü, yüzdeler olarak da % 37,7' lik

kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 19’u, yüzdelerik olarak da % 16,7’lik kısmı “Katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

4.8.2. Güney Kazakistan Bölgesi

Tablo 4.129 dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	8	4,8	4,8	4,8
Kesinlikle katılmıyorum	3	1,8	1,8	6,7
Katılıyorum/ katılmıyorum	11	6,7	6,7	13,3
Katılıyorum	103	62,4	62,4	75,8
Kesinlikle Katılıyorum	40	24,2	24,2	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'ya ziyarete gelen ve yaşayan insanlar için dinlenmek ve rahat ortam ne tür bir uygundur amacıyla gerçekleştirilen anketlere göre Güney Kazakistan Ekonomik bölgeden katılımcılar aşağıdaki gibi cevap verdi. Güney Kazakistan Ekonomik Bölge olarak katılımcıların 103’ü, yüzdelerik olarak da % 62,4’lük kısmı “Katılıyorum” 40’ı, yüzdelerik olarak da % 24,2’lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 11’i, yüzdelerik olarak da % 6,7’lik kısmı “katılıyorum/ katılmıyorum”, 8’i, yüzdelerik olarak da % 4,8’lik “Katılmıyorum”, 3 tanesi, yüzdelerik olarak da % 1,8’lik “kesinlikle katılmıyorum” cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.130 uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Kesinlikle katılmıyorum	4	2,4	2,4	2,4
Katılıyorum/ katılmıyorum	29	17,6	17,6	20,0
Katılıyorum	108	65,5	65,5	85,5
Kesinlikle Katılıyorum	24	14,5	14,5	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'ya gelen konuklar için, otel ve restoranın uygun bir fiyata ne ölçüde temin edileceği amacıyla gerçekleştirilen anketlere göre Güney Kazakistan Ekonomik bölgeden katılımcılar aşağıdaki gibi cevap verdi. Güney Kazakistan Ekonomik Bölge olarak katılımcıların 108'i, yüzdeler olarak da % 65,5'lik kısmı "Katılıyorum" 24'ü, yüzdeler olarak da % 14,5'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 29'u, yüzdeler olarak da % 17,6 ' lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 4'ü, yüzdeler olarak da % 2,4'ü "kesinlikle katılmıyorum.

Tablo 4.131 Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz, su vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	6	3,6	3,6	3,6
Kesinlikle katılmıyorum	6	3,6	3,6	7,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	10	6,1	6,1	13,3
Katılıyorum	108	65,5	65,5	78,8
Kesinlikle Katılıyorum	35	21,2	21,2	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin doğa özellikleri dağlar, ormanlar, deniz, su ne kadar düzeyini belirlemek için elde edilmiş ankete göre katılımcıların 108'i, yüzdelik olarak da % 65,5'lik kısmı "Katılıyorum" 35'i, yüzdelik olarak da % 21.2'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 10'ı, yüzdelik olarak da % 6.1 ' lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 6'sı, yüzdelik olarak da % 3,6'lık "Katılmıyorum", 6'sı, yüzdelik olarak da % 3,6 lık "kesinlikle katılmıyorum" cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.132 Şehir halkı yardım etmeye hazırdır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	10	6,1	6,1	6,1
Kesinlikle katılmıyorum	6	3,6	3,6	9,7
Katılıyorum/ katılmıyorum	6	3,6	3,6	13,3
Katılıyorum	128	77,6	77,6	90,9
Kesinlikle Katılıyorum	14	8,5	8,5	99,4
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

"Şehir halkı yardım etmeye hazır mı" konuyla bağlantılı olarak alınan anketlere göre katılımcıların 128 tanesi, yüzdelik olarak da % 77,6'lık kısmı "Katılıyorum" 6'sı, yüzdelik olarak da % 3.6'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 6'sı, yüzdelik olarak da % 3.6 'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum», 10'ı, yüzdelik olarak da % 6,1' lik "Katılmıyorum", 6'sı, yüzdelik olarak da % 3,6 lık "kesinlikle katılmıyorum" cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.133 Şehirdeki yeşil alanlar milli parklar dinlenme yerler bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	18	10,9	10,9	10,9
Kesinlikle katılmıyorum	21	12,7	12,7	23,6
Katılıyorum/ katılmıyorum	13	7,9	7,9	31,5
Katılıyorum	110	66,7	66,7	98,2
Kesinlikle Katılıyorum	3	1,8	1,8	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Yeşil şehir rekreasyon alanları, konuklar ve kent sakinleri için önemli bir yer. Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerler, sandığa şehrin peyzaj bağlı yapılmış anketlere göre katılımcıların 110'ı yüzdeler olarak da % 66,7' si "Katılıyorum" 3'ü, yüzdeler olarak da % 1,8'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 13'ü, yüzdeler olarak da % 7,9 'luk kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 18'i, yüzdeler olarak da % 10,9' u "Katılmıyorum", 21'i, yüzdeler olarak da % 12,7 lik "kesinlikle katılmıyorum" cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.134 Tarihi eserler müzeler bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	16	9,7	9,7	9,7
Kesinlikle katılmıyorum	16	9,7	9,7	19,4
Katılıyorum/ katılmıyorum	18	10,9	10,9	30,3
Katılıyorum	74	44,8	44,8	75,2
Kesinlikle Katılıyorum	41	24,8	24,8	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Tarihi müzelerin hizmet kalitesini belirlemek anketlere göre katılımcıların 74'ü, yüzdeler olarak da % 44,8'lik kısmı "Katılıyorum" 16'sı, yüzdeler olarak da % 9,7' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 16'sı, yüzdeler olarak da % 9,7' lik "Katılmıyorum", 16'sı, yüzdeler olarak da % 9,7 lik "kesinlikle katılmıyorum" cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.135 Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	19	11,5	11,5	11,5
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,2	1,2	12,7
Katılıyorum/ katılmıyorum	26	15,8	15,8	28,5
Katılıyorum	73	44,2	44,2	72,7
Kesinlikle Katılıyorum	45	27,3	27,3	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Turistler bir otel kompleksi, bir restoran, belirli bir ülkenin bulvarı olan hizmetlerinden memnunsalrsa, o ülkenin aktif bir savunucusu olacaklar. Birçok kez geri gelirler, diğer turistleri cezbeder, sevdikleri turizm bölgesinin prestijini yükseltirler. Astana'ya gelen konuklar için yerel yemek merkezlerinin kalitesini öğrenmek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 73'ü, yüzdeler olarak da % 44,2'lik kısmı "Katılıyorum" 45 i, yüzdeler olarak da % 27.3' lük kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 26'sı, yüzdeler olarak da % 15.8'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum»", 19'u, yüzdeler olarak da % 11,5'i "Katılmıyorum" olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.136 Turistik bilgi bürosu bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	6	3,6	3,6	3,6
Kesinlikle katılmıyorum	4	2,4	2,4	6,1
Katılıyorum/ katılmıyorum	13	7,9	7,9	13,9
Katılıyorum	76	46,1	46,1	60,0
Kesinlikle Katılıyorum	65	39,4	39,4	99,4
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'ya gelen konuklar turistik tesisler hakkında gerekli bilgileri almak kolay mı, yok mu, dil konusunda yardım alabilir mi amacıyla yapılmış anketlere göre katılımcıların 76'sı, yüzdeler olarak da % 46,1' lik kısmı "Katılıyorum" 65'i, yüzdeler olarak da % 39,4' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 6'sı, yüzdeler olarak da % 3,6'lık "Katılmıyorum", 4ü, yüzdeler olarak da % 2,4 lük "kesinlikle katılmıyorum" olarak cevapları verildi

Tablo 4.137 İklim koşulları, hava durumu, deniz, nehir özellikleri uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	25	15,2	15,2	15,2
Kesinlikle katılmıyorum	5	3,0	3,0	18,2
Katılıyorum/ katılmıyorum	26	15,8	15,8	33,9
Katılıyorum	77	46,7	46,7	80,6
Kesinlikle Katılıyorum	32	19,4	19,4	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana şehir turizmi için en önemli doğal özelliklerin belirlemek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 77'si, yüzdeler olarak da % 46,7'si "Katılıyorum" 32'si, yüzdeler olarak da % 19,4'ü "Kesinlikle Katılıyorum", 26'sı, yüzdeler olarak da % 15,8'i "katılıyorum/katılmıyorum", 25'i, yüzdeler olarak da % 15,2'lik "Katılmıyorum", 5'i, yüzdeler olarak da % 3,0'lık "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.138 Kültürel etkinlikler, festivaller bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	15	9,1	9,1	9,1
Kesinlikle katılmıyorum	11	6,7	6,7	15,8
Katılıyorum	114	69,1	69,1	84,8
Kesinlikle Katılıyorum	25	15,2	15,2	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Turizm için en önemli eğlence etkinlikleri kültürel etkinlikleri ve festivalleri organizasyonlardır. Astana'daki kültürel etkinliklerin çekiciliği belirlemek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 114'ü, yüzdeler olarak da % 69,1'lik kısmı "Katılıyorum" 25'i, yüzdeler olarak da % 15,2'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 15 i, yüzdeler olarak da % 9,1'lik "Katılmıyorum", 11 ü, yüzdeler olarak da % 6,7'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.139 Alışveriş merkezleri fırsatları bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	15	9,1	9,1	9,1
Kesinlikle katılmıyorum	6	3,6	3,6	12,7
Katılıyorum/ katılmıyorum	7	4,2	4,2	17,0
Katılıyorum	89	53,9	53,9	70,9
Kesinlikle Katılıyorum	48	29,1	29,1	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'daki turistik yerlerden biri de alışveriş merkezleridir. Alışveriş merkezlerinin hizmet kalitesini belirleme yönünde için yapılmış anketlere göre katılımcıların 89'u, yüzdeler olarak da % 53,9' lük kısmı "Katılıyorum" 48'i, yüzdeler olarak da % 29,1' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum",7'si, yüzdeler olarak da % 4,2 'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum», 15'i, yüzdeler olarak da % 9,1' lik "Katılmıyorum", 6'sı, yüzdeler olarak da % 3,6 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.140 Çevresel kalite temizlik kullanılmayan alanlar temiz ve ferahtır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	11	6,7	6,7	6,7
Kesinlikle katılmıyorum	12	7,3	7,3	13,9
Katılıyorum/ katılmıyorum	7	4,2	4,2	18,2
Katılıyorum	130	78,8	78,8	97,0
Kesinlikle Katılıyorum	5	3,0	3,0	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Çevresel kalite, temizlik kullanılmayan alanlar için yapılmış anketlere göre katılımcıların 130 ü, yüzdeler olarak da % 78,8’lik kısmı “Katılıyorum” 5’i, yüzdeler olarak da % 3,0’lık kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 11 u, yüzdeler olarak da % 6,7’ lik “Katılmıyorum”, 12’si, yüzdeler olarak da % 7,3 ’lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.141 Altyapı, iletişim, ulaşım kalitesi gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	32	19,4	19,4	19,4
Kesinlikle katılmıyorum	4	2,4	2,4	21,8
Katılıyorum/ katılmıyorum	6	3,6	3,6	25,5
Katılıyorum	87	52,7	52,7	78,2
Kesinlikle Katılıyorum	36	21,8	21,8	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Şehrinin altyapısının ve ulaşım hizmet kalitesini belirleme yönünde için yapılmış anketlere göre katılımcıların 87’si, yüzdeler olarak da % 52,7’ lik kısmı “Katılıyorum” 36’sı, yüzdeler olarak da % 21,8’lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 6’sı, yüzdeler olarak da % 3,6 ’lik kısmı “katılıyorum/ katılmıyorum», 32’si, yüzdeler olarak da % 19,4’ lik “Katılmıyorum”, 4’ü, yüzdeler olarak da % 2,4’lük “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.142 Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	35	21,2	21,2	21,2
Kesinlikle katılmıyorum	11	6,7	6,7	27,9
Katılıyorum/ katılmıyorum	20	12,1	12,1	40,0
Katılıyorum	83	50,3	50,3	90,3
Kesinlikle Katılıyorum	16	9,7	9,7	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Kişisel güvenlik ve güvenlik önlemleri ne kadar olduklarını belirlemek için yapılan anketlere dayanarak belli oldu. Katılımcılarının 83 tanesi, yüzdeler olarak da % 50,3'lük kısmı "Katılıyorum" 16'sı, yüzdeler olarak da % 9,7'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 20'i, yüzdeler olarak da % 12,1'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 35'i, yüzdeler olarak da % 21,2'lik "Katılmıyorum", 11'i, yüzdeler olarak da % 6,7'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.143 Toplu taşıma taksi kuralları uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	7	4,2	4,2	4,2
Kesinlikle katılmıyorum	6	3,6	3,6	7,9
Katılıyorum/ katılmıyorum	19	11,5	11,5	19,4
Katılıyorum	99	60,0	60,0	79,4
Kesinlikle Katılıyorum	34	20,6	20,6	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana kentinde araçların kullanılması durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 99'u, yüzdelik olarak da % 60,0'lık kısmı "Katılıyorum" 34 si, yüzdelik olarak da % 20.6'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 19'u, yüzdelik olarak da % 11,5'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 7'si, yüzdelik olarak da % 4,2'lik "Katılmıyorum", 6'sı, yüzdelik olarak da % 3,6 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.144 Plaj kalitesi, temizlik, teknik hizmet vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	31	18,8	18,8	18,8
Kesinlikle katılmıyorum	5	3,0	3,0	21,8
Katılıyorum/ katılmıyorum	21	12,7	12,7	34,5
Katılıyorum	96	58,2	58,2	92,7
Kesinlikle Katılıyorum	12	7,3	7,3	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'da plaj ve teknik temizlik hizmetlerinin kalitesini belirlemek için yapılan anketler aşağıdaki sonuçları göstermiştir. Katılımcılarının 96'sı, yüzdelik olarak da % 58,2'lik kısmı "Katılıyorum" 12'si, yüzdelik olarak da % 7.3'lük kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 21'i, yüzdelik olarak da % 12,7'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum», 31'i, yüzdelik olarak da % 18,8'lik "Katılmıyorum", 5'i, yüzdelik olarak da % 3,0 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.145 Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	11	6,7	6,7	6,7
Kesinlikle katılmıyorum	7	4,2	4,2	10,9
Katılıyorum/ katılmıyorum	28	17,0	17,0	27,9
Katılıyorum	76	46,1	46,1	73,9
Kesinlikle Katılıyorum	42	25,5	25,5	99,4
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinde temizlik ve hijyen standartları araçların kullanılması durumunu belirlemek için yürütölen anketlere göre katılımcılarının 76'sı, yüzdelerik olarak da % 46,1' lik kısmı "Katılıyorum", 42'si, yüzdelerik olarak da % 25.5'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 28'i, yüzdelerik olarak da % 17,0 'lik kısmı "Katılıyorum/katılmıyorum»", 11'i, yüzdelerik olarak da % 6,7' lik "Katılmıyorum", 7'si, yüzdelerik olarak da % 4,2 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.146 Trafik dekorasyonu ve altyapısı uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	11	6,7	6,7	6,7
Kesinlikle katılmıyorum	3	1,8	1,8	8,5
Katılıyorum/ katılmıyorum	13	7,9	7,9	16,4
Katılıyorum	108	65,5	65,5	81,8
Kesinlikle Katılıyorum	30	18,2	18,2	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'nın güzelliği için trafik dekorasyonu ve altyapısı önemlidir. Astana'nın trafik dekorasyonu ve altyapısı durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 108'i, yüzdelik olarak da % 65,5'lik kısmı "Katılıyorum",30'ı, yüzdelik olarak da % 16,7' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 18'i, yüzdelik olarak da % 18,2 'lik kısmı "Katılıyorum/Katılmıyorum», 11'i, yüzdelik olarak da % 6,7' lik "Katılmıyorum", 3'ü, yüzdelik olarak da % 1,8'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.147 Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	9	5,5	5,5	5,5
Kesinlikle katılmıyorum	1	0,6	0,6	6,1
Katılıyorum/ katılmıyorum	21	12,7	12,7	18,8
Katılıyorum	92	55,8	55,8	74,5
Kesinlikle Katılıyorum	42	25,5	25,5	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'nın güzelliği için kentsel yerleşmeler ve düzeni önemlidir. Astana'nın için kentsel yerleşmeler ve düzeni durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 92'si, yüzdelik olarak da % 52,8'lik kısmı "Katılıyorum", 42'si, yüzdelik olarak da % 25,5'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 21'i, yüzdelik olarak da % 12,7'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 9'u, yüzdelik olarak da % 5,5'lik "Katılmıyorum", 1'i, yüzdelik olarak da % 0,6 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.148 Tatil dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	18	10,9	10,9	10,9
Kesinlikle katılmıyorum	5	3,0	3,0	13,9
Katılıyorum/ katılmıyorum	6	3,6	3,6	17,6
Katılıyorum	89	53,9	53,9	71,5
Kesinlikle Katılıyorum	47	28,5	28,5	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm amaçlı Tatil dinlenme tesislerinin çeşitli ilgili tesislerinin büyük çoğunluğu da önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 89'u, yüzdeler olarak da % 53,9'luk kısmı "Katılıyorum",47'si, yüzdeler olarak da % 28,5'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum",6'sı, yüzdeler olarak da % 3,6 'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 18'i, yüzdeler olarak da % 10,9'luk "Katılmıyorum", 5'i, yüzdeler olarak da % 3,0 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", kısmı olarak cevapları verildi

Tablo 4.149 Gece eğlence yerleri vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	26	15,8	15,8	15,8
Kesinlikle katılmıyorum	9	5,5	5,5	21,2
Katılıyorum/ katılmıyorum	4	2,4	2,4	23,6
Katılıyorum	72	43,6	43,6	67,3
Kesinlikle Katılıyorum	54	32,7	32,7	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'nın trafik dekorasyonu ve altyapısı durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 72'si, yüzdelik olarak da % 43,6'lık kısmı "Katılıyorum",54 si, yüzdelik olarak da % 32,7' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 4 si, yüzdelik olarak da % 2,4 'lik kısmı "Katılıyorum/katılmıyorum»", 26'sı, yüzdelik olarak da % 15,8'lik "Katılmıyorum", 9'u, yüzdelik olarak da % 5,5'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.150 Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	6	3,6	3,6	3,6
Kesinlikle katılmıyorum	5	3,0	3,0	6,7
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	1,2	1,2	7,9
Katılıyorum	127	77,0	77,0	84,8
Kesinlikle Katılıyorum	25	15,2	15,2	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 127'si, yüzdelik olarak da % 77,0'lık kısmı "Katılıyorum", 25'i, yüzdelik olarak da % 15,2'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdelik olarak da % 1,2 'lik kısmı "Katılıyorum/katılmıyorum»", 6'sı, yüzdelik olarak da % 3,6' lik "Katılmıyorum", 5'i, yüzdelik olarak da % 3,0'lık "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.151 Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	5	3,0	3,0	3,0
Kesinlikle katılmıyorum	12	7,3	7,3	10,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	9	5,5	5,5	15,8
Katılıyorum	83	50,3	50,3	66,1
Kesinlikle Katılıyorum	56	33,9	33,9	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için açık havada çeşitli aktiviteler en önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 83'ü, yüzdelik olarak da % 50,3'lük kısmı "Katılıyorum", 56'sı, yüzdelik olarak da %33,9' lük kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 9'u, yüzdelik olarak da %5,5'lik kısmı "Katılıyorum/katılmıyorum», 5'i, yüzdelik olarak da % 3,0'lık "Katılmıyorum", 12'si, yüzdelik olarak da % 7,3 'lük "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.152 Niteliksel konut tesisleri bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	5	3,0	3,0	3,0
Kesinlikle katılmıyorum	8	4,8	4,8	7,9
Katılıyorum/ katılmıyorum	3	1,8	1,8	9,7
Katılıyorum	110	66,7	66,7	76,4
Kesinlikle Katılıyorum	39	23,6	23,6	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için Niteliksel konut tesisleri en önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 110'ı, yüzdelik olarak da % 66,7' lik

kısmı “Katılıyorum”, 39’u, yüzdelerik olarak da % 23,6’lık kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 3’ü, yüzdelerik olarak da % 1,8’lik kısmı “katılıyorum/katılmıyorum», 5’i, yüzdelerik olarak da % 3,0’lık “Katılmıyorum”, 8’i, yüzdelerik olarak da % 4,8’lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir. katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.153 Otellerin kalitesi yüksektir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	5	3,0	3,0	3,0
Kesinlikle katılmıyorum	17	10,3	10,3	13,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	22	13,3	13,3	26,7
Katılıyorum	87	52,7	52,7	79,4
Kesinlikle Katılıyorum	34	20,6	20,6	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan otellerin kalitesi. Yürütölen anketlere göre katılımcılarının 87’si, yüzdelerik olarak da % 52,7’ lik kısmı “Katılıyorum”, 34 u, yüzdelerik olarak da % 20,6’lık kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 22’si, yüzdelerik olarak da % 13,3 ’lik kısmı “Katılıyorum/katılmıyorum», 5’i, yüzdelerik olarak da % 3,0’lık “Katılmıyorum”, 34’ü, yüzdelerik olarak da % 20,6 ’lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.154 Yerel turlar ve seyahat imkanı bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	18	10,9	10,9	10,9
Kesinlikle katılmıyorum	14	8,5	8,5	19,4
Katılıyorum/ katılmıyorum	19	11,5	11,5	30,9
Katılıyorum	79	47,9	47,9	78,8
Kesinlikle Katılıyorum	34	20,6	20,6	99,4
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan yerel turlar ve seyahat kalitesi. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 79'u, yüzdeler olarak da % 47,9' lük kısmı "Katılıyorum", 34'ü, yüzdeler olarak da % 20,6'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 19'u, yüzdeler olarak da % 11,5'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 18'i, yüzdeler olarak da % 10,9' lük "Katılmıyorum", 14'ü, yüzdeler olarak da % 8,5'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.155 Şehre kolay erişim

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılıyorum/ katılmıyorum	39	23,6	23,6	23,6
Katılıyorum	100	60,6	60,6	84,2
Kesinlikle Katılıyorum	26	15,8	15,8	100,0
Toplam	165	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan Şehre kolay erişim kalitesi. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 100 ü, yüzdeler olarak da %

60,6'lık kısmı "Katılıyorum", 26'sı, yüzdeler olarak da % 15,8'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 39'u, yüzdeler olarak da % 23,6 'lik kısmı "Katılıyorum/ katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

4.8.3. Batı Kazakistan Ekonomik Bölgesi

Tablo 4.156 Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	2	1,9	1,9	1,9
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,9	1,9	3,7
Katılıyorum/ katılmıyorum	19	17,8	17,8	21,5
Katılıyorum	81	75,7	75,7	97,2
Kesinlikle Katılıyorum	3	2,8	2,8	100,0

Batı Kazakistan Ekonomik Bölge olarak katılımcıların 81'i, yüzdeler olarak da % 75,7' lik kısmı "Katılıyorum" 3'ü, yüzdeler olarak da % 2,8'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 19ü, yüzdeler olarak da % 17,8'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 1,9' lük "Katılmıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da ü % 1,9 lük "kesinlikle katılmıyorum" olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.157 Uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	11	10,3	10,3	10,3
Kesinlikle katılmıyorum	1	0,9	0,9	11,2
Katılıyorum/ katılmıyorum	8	7,5	7,5	18,7
Katılıyorum	48	44,9	44,9	63,6
Kesinlikle Katılıyorum	39	36,4	36,4	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'ya gelen konuklar için, otel ve restoranın uygun bir fiyata ne ölçüde temin edileceği amacıyla gerçekleştirilen anketlere göre Batı Kazakistan Ekonomik bölgeden katılımcılar aşağıdaki gibi cevap verdi. Batı Kazakistan Ekonomik Bölge olarak katılımcıların 48'i, yüzdelik olarak da % 44,9'luk kısmı "Katılıyorum" 39'u, yüzdelik olarak da % 36.4'lük kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 8'i, yüzdelik olarak da % 7.5 ' lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 1'i, yüzdelik olarak da % 0,9' "kesinlikle katılmıyorum.

Tablo 4.158 Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz, su vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	4	3,7	3,7	3,7
Kesinlikle katılmıyorum	1	0,9	0,9	4,7
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	1,9	1,9	6,5
Katılıyorum	61	57,0	57,0	63,6
Kesinlikle Katılıyorum	39	36,4	36,4	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinin Doğa özellikleri dağlar, ormanlar, deniz, su ne kadar düzeyini belirlemek için elde edilmiş ankete göre katılımcıların 61'i, yüzdelik olarak da % 57,0'lık kısmı "Katılıyorum" 39'u, yüzdelik olarak da % 36.4' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdelik olarak da % 1,9 ' lük kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 4 si, yüzdelik olarak da % 3,7' lik "Katılmıyorum", 1 tanesi, yüzdelik olarak da % 0,9 lük "kesinlikle katılmıyorum" cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.159 Şehir halkı yardım etmeye hazırdır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	1	0,9	0,9	0,9
Katılıyorum/Katılmıyorum	18	16,8	16,8	17,8
Katılıyorum	57	53,3	53,3	71,0
Kesinlikle Katılıyorum	31	29,0	29,0	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Şehri ziyaret eden her Turist için çok önemli bir konu olduğu “Şehir halkı yardım etmeye hazır mı ”Bu konuyla bağlantılı olarak alınan anketlere göre katılımcıların 57’si, yüzdelik olarak da % 53,3’lük kısmı “Katılıyorum” 31’i, yüzdelik olarak da % 29.0’lık kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 18’i, yüzdelik olarak da % 16.8’lik kısmı “katılıyorum/ katılmıyorum»”, 1’i, yüzdelik olarak da % 0,9’luk “Katılmıyorum” cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.160 Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerleri bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	5	4,7	4,7	4,7
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,9	1,9	6,5
Katılıyorum/ katılmıyorum	15	14,0	14,0	20,6
Katılıyorum	64	59,8	59,8	80,4
Kesinlikle Katılıyorum	21	19,6	19,6	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerler, sandığa şehrin peyzaj bağlı yapılmış anketlere göre katılımcıların 64'ü, yüzdeler olarak da % 59,8'lik kısmı “Katılıyorum” 5 i, yüzdeler olarak da % 4.4'lük kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 32'si, yüzdeler olarak da % 28.1'lik kısmı “Katılıyorum/ katılmıyorum», 10'ı, yüzdeler olarak da % 8,8'lik “Katılmıyorum”, 12'si, yüzdeler olarak da % 10,5 lik “kesinlikle katılmıyorum” cevapları verildi

Tablo 4.161 Tarihi eserler, müzeler vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	3	2,8	2,8	2,8
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,9	1,9	4,7
Katılıyorum	64	59,8	59,8	64,5
Kesinlikle Katılıyorum	38	35,5	35,5	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'daki Turistik yerlerden biri tarihi müzelerdir. Tarihi müzelerin hizmet kalitesini belirlemek anketlere göre katılımcıların 64'ü, yüzdeler olarak da % 59,8'lik kısmı “Katılıyorum” 38'i, yüzdeler olarak da % 35.5'lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 3'ü, yüzdeler olarak da % 2,8'lik “Katılmıyorum”, 2'si, yüzdeler olarak da % 1,9 lük “kesinlikle katılmıyorum” cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.162 Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	4	3,7	3,7	3,7
Katılıyorum/ katılmıyorum	8	7,5	7,5	11,2
Katılıyorum	55	51,4	51,4	62,6
Kesinlikle Katılıyorum	40	37,4	37,4	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Birçok kez geri gelirler, diğer Turistleri cezbeder, sevdikleri turizm bölgesinin prestijini yükseltirler. Astana'ya gelen konuklar için yerel yemek merkezlerinin kalitesini öğrenmek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 55 i, yüzdeler olarak da % 51,4'lük kısmı "Katılıyorum" 40 ı, yüzdeler olarak da % 37,4'lük kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 8'i, yüzdeler olarak da % 7,5'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum»", 4'ü, yüzdeler olarak da % 3,7' lik "Katılmıyorum" olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.163 Turistik Bilgi Bürosu bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	3	2,8	2,8	2,8
Kesinlikle katılmıyorum	8	7,5	7,5	10,3
Katılıyorum	58	54,2	54,2	64,5
Kesinlikle Katılıyorum	38	35,5	35,5	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'ya gelen konuklar Turistik tesisler hakkında gerekli bilgileri almak kolay mı, yok mu, dil konusunda yardım alabilir mi amacıyla

yapılmış anketlere göre katılımcıların 58'i, yüzdelik olarak da % 54,2'lik kısmı "Katılıyorum" 38'i, yüzdelik olarak da % 35,5'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 3'ü, yüzdelik olarak da % 2,8'lik "Katılmıyorum", 8 tanesi, yüzdelik olarak da % 7,5 lik "kesinlikle katılmıyorum" olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.164 İklim koşulları, hava durumu, deniz, nehir özellikleri uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	5	4,7	4,7	4,7
Katılıyorum/ katılmıyorum	18	6,8	16,8	21,5
Katılıyorum	56	2,3	52,3	73,8
Kesinlikle Katılıyorum	28	6,2	26,2	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Turizmin gelişmesi için en önemli eğlendirilen kaynakları İklim koşulları, hava durumu, deniz ve nehirlerdir. Astana şehir turizmi için en önemli doğal özelliklerin belirlemek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 56'sı, yüzdelik olarak da % 52,3' lük kısmı "Katılıyorum" 28'i, yüzdelik olarak da % 26,2'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 18'i, yüzdelik olarak da % 16,8'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 5 i, yüzdelik olarak da % 4,7' lik "Katılmıyorum" olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.165 Kültürel etkinlikler, festivaller bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	10	9,3	9,3	9,3
Katılıyorum	60	56,1	56,1	65,4
Kesinlikle Katılıyorum	37	34,6	34,6	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Turizm için en önemli eğlence etkinlikleri kültürel etkinlikleri ve festivalleri organizasyonu. Astana'daki kültürel etkinliklerin çekiciliği belirlemek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 60 ı, yüzdelik olarak da % 56,1' lik kısmı "Katılıyorum" 37'si, yüzdelik olarak da % 34,6'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 10'ı, yüzdelik olarak da % 9,3' lük "Katılmıyorum" olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.166 Alışveriş merkezleri, fırsatları bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	1	0,9	0,9	0,9
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,9	1,9	2,8
Katılıyorum/ katılmıyorum	4	3,7	3,7	6,5
Katılıyorum	56	52,3	52,3	58,9
Kesinlikle Katılıyorum	44	41,1	41,1	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'daki Turistik yerlerden biri de Alışveriş merkezleridir. Alışveriş merkezlerinin hizmet kalitesini belirleme yönünde için yapılmış anketlere göre katılımcıların 56'sı, yüzdelik olarak da % 52,3' lük kısmı "Katılıyorum" 44'ü, yüzdelik olarak da % 41,1' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 4'ü, yüzdelik olarak da % 3,7'lik kısmı

“katılıyorum/ katılmıyorum»”, 1’i, yüzdeler olarak da % 0,9’ lük “Katılmıyorum”, 2’si, yüzdeler olarak da % 1,9 ’lük “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.167 Çevresel kalite, temizlik, kullanılmayan alanlar temiz ve ferahdır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	14	13,1	13,1	13,1
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,9	1,9	15,0
Katılıyorum/ katılmıyorum	18	16,8	16,8	31,8
Katılıyorum	53	49,5	49,5	81,3
Kesinlikle Katılıyorum	20	18,7	18,7	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Çevresel kalite, temizlik kullanılmayan alanlar için yapılmış anketlere göre katılımcıların 53 tanesi, yüzdeler olarak da % 49,5’lik kısmı “Katılıyorum” 20’i, yüzdeler olarak da % 18,7’ lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 14’ü, yüzdeler olarak da % 13,1’ lik “Katılmıyorum”, 2’si, yüzdeler olarak da % 1,9’luk “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.168 Altyapı, iletişim, ulaşım kalitesi gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	11	10,3	10,3	10,3
Kesinlikle katılmıyorum	5	4,7	4,7	15,0
Katılıyorum/ katılmıyorum	9	8,4	8,4	23,4
Katılıyorum	63	58,9	58,9	82,2
Kesinlikle Katılıyorum	19	17,8	17,8	100,0

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	11	10,3	10,3	10,3
Kesinlikle katılmıyorum	5	4,7	4,7	15,0
Katılıyorum/ katılmıyorum	9	8,4	8,4	23,4
Katılıyorum	63	58,9	58,9	82,2
Kesinlikle Katılıyorum	19	17,8	17,8	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana şehir turizmi altyapısı için ulaşım kalitesi en önemlisi. Onun için kentin altyapısının ve ulaşım kalitesinin makul düzeyde olması önemlidir. Şehircin altyapısının ve ulaşım hizmet kalitesini belirleme yönünde için yapılmış anketlere göre katılımcıların 63'ü, yüzdelik olarak da % 58,9' lük kısmı "Katılıyorum" 19'u, yüzdelik olarak da % 17,8'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 9'u, yüzdelik olarak da % 8,4'lük kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum», 11'i, yüzdelik olarak da % 10,3' ü "Katılmıyorum", 11'i, yüzdelik olarak da % 10,3 'lük "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.169 Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	8	7,5	7,5	7,5
Kesinlikle katılmıyorum	5	4,7	4,7	12,1
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	1,9	1,9	14,0
Katılıyorum	60	56,1	56,1	70,1
Kesinlikle Katılıyorum	32	29,9	29,9	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Kişisel güvenlik ve güvenlik önlemleri ne kadar olduklarını belirlemek için yapılan anketlere dayanarak belli oldu. Katılımcılarının 60'ı, yüzdeler olarak da % 56,1' lik kısmı "Katılıyorum" 32'si, yüzdeler olarak da % 29,9'luk kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 1,9'luk kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum», 5'i, yüzdeler olarak da % 4,7' lik "Katılmıyorum", 5'i, yüzdeler olarak da % 4,7'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.170 Toplu taşıma taksi kuralları uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	4	3,7	3,7	3,7
Kesinlikle katılmıyorum	3	2,8	2,8	6,5
Katılıyorum/ katılmıyorum	10	9,3	9,3	15,9
Katılıyorum	59	55,1	55,1	71,0
Kesinlikle Katılıyorum	31	29,0	29,0	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana kentinde araçların kullanılması durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 59'u, yüzdeler olarak da % 55,1' lik kısmı "Katılıyorum" 31'i, yüzdeler olarak da % 29,0'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 10'ı, yüzdeler olarak da % 9,3 'lük kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 4'ü, yüzdeler olarak da % 3,7' lik "Katılmıyorum", 4'ü, yüzdeler olarak da % 3,7'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4. 171 Plaj kalitesi, temizlik, teknik hizmet vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	4	3,7	3,7	3,7
Kesinlikle katılmıyorum	3	2,8	2,8	6,5
Katılıyorum/ katılmıyorum	1	0,9	0,9	7,5
Katılıyorum	69	64,5	64,5	72,0
Kesinlikle Katılıyorum	30	28,0	28,0	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'da plaj ve teknik temizlik hizmetlerinin kalitesini belirlemek için yapılan anketler aşağıdaki sonuçları göstermiştir. Katılımcılarının 69'u, yüzdeler olarak da % 64,5'lik kısmı "Katılıyorum" 30'ı, yüzdeler olarak da % 28,0'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 0,9 'lük kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum»", 4'ü, yüzdeler olarak da % 3,7' lik "Katılmıyorum", 3'ü, yüzdeler olarak da % 2,8'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.172 Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	5	4,7	4,7	4,7
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,9	1,9	6,5
Katılıyorum/ katılmıyorum	6	5,6	5,6	12,1
Katılıyorum	74	69,2	69,2	81,3
Kesinlikle Katılıyorum	20	18,7	18,7	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Turizm için temizlik ve sağlığa uygunluk standartları çok önemlidir. Astana şehrinde temizlik ve sağlığa uygunluk standartları araçların kullanılması durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 74'ü, yüzdeler olarak da % 69,2'lik kısmı "Katılıyorum", 20'si, yüzdeler olarak da % 18,7' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 6'sı, yüzdeler olarak da %5,6'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 5'i, yüzdeler olarak da % 4,7' lik "Katılmıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 1,9 'lük "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.173 Trafik dekorasyonu ve altyapı uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	9	8,4	8,4	8,4
Kesinlikle katılmıyorum	8	7,5	7,5	15,9
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	1,9	1,9	17,8
Katılıyorum	65	60,7	60,7	78,5
Kesinlikle Katılıyorum	23	21,5	21,5	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'nın güzelliği için trafik dekorasyonu ve altyapısı önemlidir. Astana'nın trafik dekorasyonu ve altyapısı durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 65'i, yüzdeler olarak da % 60,7' lik kısmı "Katılıyorum",23'ü, yüzdeler olarak da % 21,5'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 1,9 'lük kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 9'u, yüzdeler olarak da % 8,4'lük "Katılmıyorum", 8'i, yüzdeler olarak da % 7,5'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.174 Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	7	6,5	6,5	6,5
Kesinlikle katılmıyorum	8	7,5	7,5	14,0
Katılıyorum/ katılmıyorum	13	12,1	12,1	26,2
Katılıyorum	50	46,7	46,7	72,2
Kesinlikle Katılıyorum	29	27,1	27,1	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'nın güzelliği için kentsel yerleşmeler ve düzeni önemlidir. Astana'nın için kentsel yerleşmeler ve düzeni durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 50'ı, yüzdelik olarak da % 46,7' lik kısmı "Katılıyorum", 29'u, yüzdelik olarak da % 27,1' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 13'ü, yüzdelik olarak da % 12,1'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 7'si yüzdelik olarak da % 6,5'lik "Katılmıyorum", 8'i, yüzdelik olarak da % 7,5'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.175 Tatil, dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	5	4,7	4,7	4,7
Kesinlikle katılmıyorum	4	3,7	3,7	8,4
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	1,9	1,9	10,3
Katılıyorum	64	59,8	59,8	70,1
Kesinlikle Katılıyorum	32	29,9	29,9	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm amaçlı Tatil dinlenme tesislerinin çeşitli ilgili tesislerinin büyük çoğunluğu da önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 64 u, yüzdeler olarak da % 59,8'lik kısmı “Katılıyorum”, 32'si, yüzdeler olarak da % 29,9' lük kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 2'si, yüzdeler olarak da % 1,9 'lük kısmı “katılıyorum/katılmıyorum», 5'i, yüzdeler olarak da % 4,7' lik “Katılmıyorum”, 4'ü, yüzdeler olarak da % 3,7'lik “Kesinlikle katılmıyorum”, kısmı olarak cevapları verilmiştir.

Tablo 4. 176 Gece eğlence yerleri vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	12	11,2	11,2	11,2
Kesinlikle katılmıyorum	1	0,9	0,9	12,1
Katılıyorum/ katılmıyorum	8	7,5	7,5	19,6
Katılıyorum	63	58,9	58,9	78,5
Kesinlikle Katılıyorum	22	20,6	20,6	99,1
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'nın trafik dekorasyonu ve altyapısı durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 63'ü, yüzdeler olarak da % 58,9' lük kısmı “Katılıyorum”, 22'si, yüzdeler olarak da % 20,6'lık kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 8'i, yüzdeler olarak da % 7,5'lik kısmı “katılıyorum/katılmıyorum», 12'si, yüzdeler olarak da % 11,2'lik “Katılmıyorum”, 1'i, yüzdeler olarak da % 0,9 'lük “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevapları verilmiştir.

Tablo 4.177 Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	8	7,5	7,5	7,5
Kesinlikle katılmıyorum	1	0,9	0,9	8,4
Katılıyorum/ katılmıyorum	4	3,7	3,7	12,1
Katılıyorum	63	58,9	58,9	71,0
Kesinlikle Katılıyorum	31	29,0	29,0	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için Su spor tesisleri rüzgâr ve su sporları önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 63'ü, yüzdelik olarak da % 58,9'luk kısmı "Katılıyorum", 31'i, yüzdelik olarak da % 29,0'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 4'ü, yüzdelik olarak da % 3,7'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 8'i, yüzdelik olarak da % 7,5'lik "Katılmıyorum", 1'i, yüzdelik olarak da % 0,9 'lük "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevapları verilmiştir.

Tablo 4.178 Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	9	8,4	8,4	8,4
Kesinlikle katılmıyorum	8	7,5	7,5	15,9
Katılıyorum/ katılmıyorum	14	13,1	13,1	29,0
Katılıyorum	54	50,5	50,5	79,4
Kesinlikle Katılıyorum	22	20,6	20,6	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için açık havada çeşitli aktiviteler en önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 54 si, yüzdelik olarak da %

50,5'lik kısmı “Katılıyorum”, 22’si, yüzdeler olarak da % 20,6’lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 14 si, yüzdeler olarak da %13,1’lik kısmı “katılıyorum/katılmıyorum», 9’u, yüzdeler olarak da % 8,4’ lik “Katılmıyorum”, 8’i, yüzdeler olarak da % 7,5’lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevapları verilmiştir.

Tablo 4.179 Niteliksel konut tesisleri bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	12	11,2	11,2	11,2
Kesinlikle katılmıyorum	6	5,6	5,6	16,8
Katılıyorum/ katılmıyorum	7	6,5	6,5	23,4
Katılıyorum	53	49,5	49,5	72,9
Kesinlikle Katılıyorum	29	27,1	27,1	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için Niteliksel konut tesisleri en önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 53’ü, yüzdeler olarak da % 49,5’lik kısmı “Katılıyorum”, 29ü, yüzdeler olarak da % 27,1’ lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 7si, yüzdeler olarak da %6,5’lik kısmı “katılıyorum/katılmıyorum», 12’si, yüzdeler olarak da %11,2’lik “Katılmıyorum”, 6’sı, yüzdeler olarak da % 5,6 ’lik “Kesinlikle katılmıyorum”, kısmı olarak cevapları verilmiştir.

Tablo 4.180 Otellerin kalitesi yüksektir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	11	10,3	10,3	10,3
Kesinlikle katılmıyorum	7	6,5	6,5	16,8
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	1,9	1,9	18,7
Katılıyorum	58	54,2	54,2	72,9
Kesinlikle Katılıyorum	29	27,1	27,1	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan otellerin kalitesi. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 58'i, yüzdelik olarak da % 54,2'lik kısmı "Katılıyorum", 29'u, yüzdelik olarak da % 27,1' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdelik olarak da % 1,9'luk kısmı "katılıyorum/katılmıyorum", 11'i, yüzdelik olarak da % 10,3'lük "Katılmıyorum", 7'si, yüzdelik olarak da % 6,5'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermiştir.

Tablo 4. 181 Yerel turlar ve seyahat imkanı bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	12	11,2	11,2	11,2
Kesinlikle katılmıyorum	4	3,7	3,7	15,0
Katılıyorum/ katılmıyorum	9	8,4	8,4	23,4
Katılıyorum	59	55,1	55,1	78,5
Kesinlikle Katılıyorum	23	21,5	21,5	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan yerel turlar ve seyahat kalitesi. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 59'u, yüzdelik olarak da % 55,1' lik kısmı "Katılıyorum", 23'ü, yüzdelik olarak da % 21,5'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 9'u, yüzdelik olarak da % 8,4'lük kısmı "katılıyorum/katılmıyorum", 12'si, yüzdelik olarak da % 11,2'lik "Katılmıyorum", 4'ü, yüzdelik olarak da % 3,7'lik "Kesinlikle katılmıyorum", kısmı olarak cevaplar verilmiştir.

Tablo 4.182 Şehre kolay erişim

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	16	15,0	15,0	15,0
Katılıyorum	47	43,9	43,9	58,9
Kesinlikle Katılıyorum	44	41,1	41,1	100,0
Toplam	107	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan Şehre kolay erişim kalitesi. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 47'si, yüzdelik olarak da % 43,9' lük kısmı "Katılıyorum", 44'ü, yüzdelik olarak da % 41,1' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 16'sı, yüzdelik olarak da % 15,0 'lik kısmı "Katılmıyorum", kısmı olarak cevapları verilmiştir.

4.8.4. Doğu Kazakistan Bölgesi

Tablo 4. 183 Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	1	1,6	1,6	1,6
Kesinlikle katılmıyorum	1	1,6	1,6	3,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	3,3	3,3	6,6
Katılıyorum	43	70,5	70,5	77,0
Kesinlikle Katılıyorum	14	23,0	23,0	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'ya ziyarete gelen ve yaşayan insanlar için Dinlenmek ve rahat ortam ne tür bir uygundur amacıyla gerçekleştirilen anketlere göre Doğu Kazakistan Ekonomik bölgeden katılımcılar aşağıdaki gibi cevap verdi. Doğu Kazakistan Ekonomik Bölge olarak katılımcıların 43'ü, yüzdeler olarak da % 70,5'lik kısmı "Katılıyorum" 14'ü, yüzdeler olarak da % 23,0'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 3,3 ' lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1,6'lık "Katılmıyorum", 1 tanesi, yüzdeler olarak da % 1,6 lık "kesinlikle katılmıyorum" olarak cevap verilmiştir.

Tablo 4.184 Uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılıyorum	44	72,1	72,1	72,1
Kesinlikle Katılıyorum	17	27,9	27,9	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'ya gelen konuklar için, otel ve restoranın uygun bir fiyata ne ölçüde temin edileceği amacıyla gerçekleştirilen anketlere göre Doğu Kazakistan Ekonomik bölgeden katılımcılar aşağıdaki gibi cevap verdi. Doğu Kazakistan Ekonomik Bölge olarak katılımcıların 67'si, yüzdeler olarak da % 58,8'lik kısmı "Katılıyorum" 31'i, yüzdeler olarak da % 27,2'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 12'si, yüzdeler olarak da % 10,0 ' lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 4'ü, yüzdeler olarak da % 3,5' "kesinlikle katılmıyorum".

Tablo 4.185 Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz, su vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Kesinlikle katılmıyorum	1	1,6	1,6	1,6
Katılıyorum/ katılmıyorum	1	1,6	1,6	3,3
Katılıyorum	57	93,4	93,4	96,7
Kesinlikle Katılıyorum	2	3,3	3,3	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Turizmdeki en önemli turizm merkezlerinden biri, bölgenin doğal özellikleridir. Astana şehrinin Doğa özellikleri dağlar, ormanlar, deniz, su ne kadar düzeyini belirlemek için elde edilmiş ankete göre katılımcıların 57'si, yüzdeler olarak da % 93,4'lük kısmı "Katılıyorum" 2'si, yüzdeler olarak da % 3.3' lük kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1.6 ' lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1,6 lik "kesinlikle katılmıyorum" cevapları verilmiştir.

Tablo 4.186 Şehir halkı yardım etmeye hazırdır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılıyorum/ katılmıyorum	4	6,6	6,6	6,6
Katılıyorum	49	80,3	80,3	86,9
Kesinlikle Katılıyorum	8	13,1	13,1	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Şehri ziyaret eden her Turist için çok önemli bir konu olduğu "Şehir halkı yardım etmeye hazır mı" "Bu konuyla bağlantılı olarak alınan anketlere göre katılımcıların 49'u, yüzdeler olarak da % 80,3'lük

kısmı “Katılıyorum” 8’i, yüzdeler olarak da % 13.1’ lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 4’ü, yüzdeler olarak da % 6.6 ’lik kısmı “katılıyorum/ katılmıyorum”, cevapları verildi

Tablo 4.187 Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerleri bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	1	1,6	1,6	1,6
Katılıyorum/ katılmıyorum	1	1,6	1,6	3,3
Katılıyorum	42	68,9	68,9	72,1
Kesinlikle Katılıyorum	17	27,9	27,9	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerler, sandığa şehrin peyzaj bağlı yapılmış anketlere göre katılımcıların 42’si, yüzdeler olarak da % 68,9’ lük kısmı “Katılıyorum” 17’si, yüzdeler olarak da % 27,9’luk kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 1’i, yüzdeler olarak da % 1.6 ’lık kısmı “katılıyorum/ katılmıyorum», 1’i, yüzdeler olarak da % 1,6’lık “cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.188 Tarihi eserler müzeler vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	1	1,6	1,6	1,6
Katılıyorum	41	67,2	67,2	68,9
Kesinlikle Katılıyorum	19	31,1	31,1	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'daki Turistik yerlerden biri tarihi müzelerdir. Tarihi müzelerin hizmet kalitesini belirlemek anketlere göre katılımcıların 41'i, yüzdelik olarak da % 67,2'lik kısmı "Katılıyorum" 19'u, yüzdelik olarak da % 31.1' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 1'i, yüzdelik olarak da % 1,6' lik "Katılmıyorum", cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.189 Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	4	6,6	6,6	6,6
Kesinlikle katılmıyorum	1	1,6	1,6	8,2
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	3,3	3,3	11,5
Katılıyorum	44	72,1	72,1	83,6
Kesinlikle Katılıyorum	10	16,4	16,4	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'ya gelen konuklar için yerel yemek merkezlerinin kalitesini öğrenmek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 44'ü, yüzdelik olarak da % 72,1' lik kısmı "Katılıyorum" 10'ı, yüzdelik olarak da % 16.4'lük kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdelik olarak da % 3.3 'lük kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum»", 4 si, yüzdelik olarak da % 6.6'lık "Katılmıyorum" olarak cevapları verildi.

Tablo 4.190 Turistik Bilgi Bürosu bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılıyorum	58	95,1	95,1	95,1
Kesinlikle Katılıyorum	3	4,9	4,9	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'ya gelen konuklar Turistik tesisler hakkında gerekli bilgileri almak kolay mı, yok mu, dil konusunda yardım alabilir mi amacıyla yapılmış anketlere göre katılımcıların 58'i, yüzdelik olarak da % 95,1' lik kısmı "Katılıyorum" 3'ü, yüzdelik olarak da % 4,9' lük kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", olarak cevaplar vermişlerdir.

Tablo 4.191 İklim koşulları, hava durumu, deniz, nehir özellikleri uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	2	3,3	3,3	3,3
Kesinlikle katılmıyorum	1	1,6	1,6	4,9
Katılıyorum/ katılmıyorum	1	1,6	1,6	6,6
Katılıyorum	51	83,6	83,6	90,2
Kesinlikle Katılıyorum	6	9,8	9,8	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana şehir turizmi için en önemli doğal özelliklerin belirlemek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 51i, yüzdelik olarak da % 83,6'lık kısmı "Katılıyorum" 6'sı, yüzdelik olarak da % 9,8'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 1'i, yüzdelik olarak da % 1,6 'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum», 2'si, yüzdelik olarak da % 3,3'lük "Katılmıyorum", 1'i, yüzdelik olarak da % 1,6 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.192 Kültürel etkinlikler festivaller bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılıyorum/ katılmıyorum	7	11,5	11,5	11,5
Katılıyorum	49	80,3	80,3	91,8
Kesinlikle Katılıyorum	5	8,2	8,2	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'daki kültürel etkinliklerin çekiciliği belirlemek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 49'u, yüzdelik olarak da % 80,3' lük kısmı "Katılıyorum" 5'i, yüzdelik olarak da % 8.2'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 7'si, yüzdelik olarak da % 11,5'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum»", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.193 Alışveriş merkezleri fırsatları bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	8	13,1	13,1	13,1
Kesinlikle katılmıyorum	6	9,8	9,8	23,0
Katılıyorum/ katılmıyorum	1	1,6	1,6	24,6
Katılıyorum	45	73,8	73,8	98,4
Kesinlikle Katılıyorum	1	1,6	1,6	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'daki Turistik yerlerden biri de Alışveriş merkezleridir. Alışveriş merkezlerinin hizmet kalitesini belirleme yönünde için yapılmış anketlere göre katılımcıların 45'i, yüzdelik olarak da % 73,8'lik kısmı "Katılıyorum" 1'i, yüzdelik olarak da % 1,6'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 1'i, yüzdelik olarak da % 1,6 'lık kısmı "katılıyorum/

katılmıyorum»”,8si, yüzdelik olarak da % 13,1’ lik “Katılmıyorum”, 6’sı, yüzdelik olarak da % 9,8’lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.194 Çevresel kalite, temizlik kullanılmayan alanlar temiz ve ferahdır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	3	4,9	4,9	4,9
Katılıyorum	57	93,4	93,4	98,4
Kesinlikle Katılıyorum	1	1,6	1,6	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Çevresel kalite, temizlik kullanılmayan alanlar için yapılmış anketlere göre katılımcıların 57’si, yüzdelik olarak da % 93,4’lük kısmı “Katılıyorum” 1’i, yüzdelik olarak da % 1,6’lık kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 3’ü, yüzdelik olarak da % 4,9’luk “Katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.195 Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	6	9,8	9,8	9,8
Kesinlikle katılmıyorum	1	1,6	1,6	11,5
Katılıyorum/ katılmıyorum	1	1,6	1,6	13,1
Katılıyorum	30	49,2	49,2	62,3
Kesinlikle Katılıyorum	23	37,7	37,7	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm gelişimi için Turist güvenliği çok önemlidir. Kişisel güvenlik ve güvenlik önlemleri ne kadar olduklarını belirlemek için yapılan anketlere dayanarak belli oldu. Katılımcılarının 30 ü, yüzdelik olarak da % 49,2'lik kısmı “Katılıyorum” 23’ü, yüzdelik olarak da % 37,7’ lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 1’i, yüzdelik olarak da % 1,6 ’lik kısmı “katılıyorum/ katılmıyorum», 6’sı, yüzdelik olarak da % 9,8’lik “Katılmıyorum”, 1’i, yüzdelik olarak da % 1,6 ’lik “Kesinlikle katılmıyorum”, kısmı olarak cevapları verilmiştir.

Tablo 4.196 Altyapı, iletişim, ulaşım kalitesi gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	4	6,6	6,6	6,6
Kesinlikle katılmıyorum	4	6,6	6,6	13,1
Katılıyorum/ katılmıyorum	1	1,6	1,6	14,8
Katılıyorum	24	39,3	39,3	54,1
Kesinlikle Katılıyorum	28	45,9	45,9	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Toplu taşıma araçlarının kullanımı turizm için çok önemlidir. Astana kentinde araçların kullanılması durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 24’ü, yüzdelik olarak da % 39,3’ lük kısmı “Katılıyorum” 28’i, yüzdelik olarak da % 45,9’ lük kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 1’i, yüzdelik olarak da % 1,6 ’lik kısmı “katılıyorum/katılmıyorum», 4’ü, yüzdelik olarak da % 6,6’lık “Katılmıyorum”, 4’ü, yüzdelik olarak da % 6,6’lık “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.197 Toplu taşıma taksi kuralları uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	2	3,3	3,3	3,3
Kesinlikle katılmıyorum	3	4,9	4,9	8,2
Katılıyorum/ katılmıyorum	9	14,8	14,8	23,0
Katılıyorum	30	49,2	49,2	72,1
Kesinlikle Katılıyorum	17	27,9	27,9	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana kentinde araçların kullanılması durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 30'u, yüzdelik olarak da % 49,2'lik kısmı "Katılıyorum" 17'si, yüzdelik olarak da % 27,9'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 9'u, yüzdelik olarak da % 14,8'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 2'si, yüzdelik olarak da % 3,3'lük "Katılmıyorum", 3'ü, yüzdelik olarak da % 4,9'lük "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.198 Plaj kalitesi temizlik teknik hizmet vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	2	3,3	3,3	3,3
Kesinlikle katılmıyorum	3	4,9	4,9	8,2
Katılıyorum/ katılmıyorum	9	14,8	14,8	23,0
Katılıyorum	39	63,9	63,9	86,9
Kesinlikle Katılıyorum	8	13,1	13,1	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Turizm için plaj kalitesi temel amaçlardan biridir. Astana'da plaj ve teknik temizlik hizmetlerinin kalitesini belirlemek için yapılan

anketler aşağıdaki sonuçları göstermiştir. Katılımcılarının 39'u, yüzdeler olarak da % 63,9'luk kısmı "Katılıyorum" 8'i, yüzdeler olarak da % 13.1' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 9'u, yüzdeler olarak da % 14,8'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum», 2'si, yüzdeler olarak da % 3,3'lük "Katılmıyorum", 3'ü, yüzdeler olarak da % 4,9'luk "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.199 Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	10	16,4	16,4	16,4
Kesinlikle katılmıyorum	1	1,6	1,6	18,0
Katılıyorum/ katılmıyorum	1	1,6	1,6	19,7
Katılıyorum	37	60,7	60,7	80,3
Kesinlikle Katılıyorum	11	18,0	18,0	98,4
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana şehrinde temizlik ve hijyen standartları araçların kullanılması durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 37'si, yüzdeler olarak da % 60,7' lik kısmı "Katılıyorum", 11'i, yüzdeler olarak da % 18.0'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1,6 'lik kısmı "Katılıyorum/katılmıyorum», 10'ı, yüzdeler olarak da % 16,4'lük "Katılmıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1,6 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.200 Trafik dekorasyonu ve altyapı uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	8	13,1	13,1	13,1
Kesinlikle katılmıyorum	3	4,9	4,9	18,0
Katılıyorum/ katılmıyorum	1	1,6	1,6	19,7
Katılıyorum	43	70,5	70,5	90,2
Kesinlikle Katılıyorum	6	9,8	9,8	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'nın trafik dekorasyonu ve altyapısı durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 43'ü, yüzdeler olarak da % 70,5'lik kısmı "Katılıyorum", 3'ü, yüzdeler olarak da % 4,9'luk kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1,6 'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum", 8'i, yüzdeler olarak da % 13,1' lik "Katılmıyorum", 3'ü, yüzdeler olarak da % 4,9'luk "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.201 Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	5	8,2	8,2	8,2
Katılıyorum/ katılmıyorum	4	6,6	6,6	14,8
Katılıyorum	34	55,7	55,7	70,5
Kesinlikle Katılıyorum	18	29,5	29,5	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'nın güzelliği için kentsel yerleşmeler ve düzeni önemlidir. Astana'nın için kentsel yerleşmeler ve düzeni durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 34'ü, yüzdeler olarak da % 55,7' lik kısmı "Katılıyorum", 18'i, yüzdeler olarak da % 29,5'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 4'ü, yüzdeler olarak da % 6.6'lık kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 5'i, yüzdeler olarak da % 8,2'lik "Katılmıyorum", kısmı olarak cevapları verilmiştir.

Tablo 4.202 Tatil, dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	3	4,9	4,9	4,9
Kesinlikle katılmıyorum	1	1,6	1,6	6,6
Katılıyorum	37	60,7	60,7	67,2
Kesinlikle Katılıyorum	20	32,8	32,8	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm amaçlı Tatil dinlenme tesislerinin çeşitli ilgili tesislerinin büyük çoğunluğu da önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 37'si, yüzdeler olarak da % 60,7' lik kısmı "Katılıyorum",20'ı, yüzdeler olarak da % 32,8'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 3'ü, yüzdeler olarak da % 4,9'luk "Katılmıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1,6 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevaplar vermişlerdir.

Tablo 4.203 Gece eğlence yerleri vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	5	8,2	8,2	8,2
Kesinlikle katılmıyorum	4	6,6	6,6	14,8
Katılıyorum/ katılmıyorum	11	18,0	18,0	32,8
Katılıyorum	33	54,1	54,1	86,9
Kesinlikle Katılıyorum	8	13,1	13,1	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'nın güzelliği için gece eğlence yerler önemlidir. Astana'nın trafik dekorasyonu ve altyapısı durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 33'ü, yüzdelik olarak da % 54,1' lik kısmı "Katılıyorum", 8'i, yüzdelik olarak da % 13,1' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 11'i, yüzdelik olarak da % 18,0 'lik kısmı "Katılıyorum/katılmıyorum», 5'i, yüzdelik olarak da % 8,2'lik "Katılmıyorum", 4'ü, yüzdelik olarak da % 6.6'lık "Kesinlikle katılmıyorum", kısmı olarak cevaplar vermişlerdir.

Tablo 4.204 Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	15	24,6	24,6	24,6
Kesinlikle katılmıyorum	7	11,5	11,5	36,1
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	3,3	3,3	39,3
Katılıyorum	22	36,1	36,1	75,4
Kesinlikle Katılıyorum	15	24,6	24,6	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için Su spor tesisleri rüzgâr ve su sporları önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 22'si, yüzdeler olarak da % 36,1' lik kısmı “Katılıyorum”, 7'si, yüzdeler olarak da % 11,5'lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 2'si, yüzdeler olarak da % 3,3 'lik kısmı “katılıyorum/katılmıyorum»”, 15'i, yüzdeler olarak da % 24,6'lık “Katılmıyorum”, 7'si, yüzdeler olarak da % 11,5'lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.205 Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	12	19,7	19,7	19,7
Kesinlikle katılmıyorum	1	1,6	1,6	21,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	9	14,8	14,8	36,1
Katılıyorum	23	37,7	37,7	73,8
Kesinlikle Katılıyorum	16	26,2	26,2	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için açık havada çeşitli aktiviteler en önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 23'ü, yüzdeler olarak da % 37,7' lik kısmı “Katılıyorum”, 16'sı, yüzdeler olarak da % 26,2'lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 9'u, yüzdeler olarak da % 14,8'lik kısmı “katılıyorum/katılmıyorum»”, 12'si, yüzdeler olarak da % 19,7' lik “Katılmıyorum”, 1'i, yüzdeler olarak da % 1,6 'lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.206 Niteliksel konut tesisleri bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	7	11,5	11,5	11,5
Kesinlikle katılmıyorum	1	1,6	1,6	13,1
Katılıyorum/ katılmıyorum	12	19,7	19,7	32,8
Katılıyorum	18	29,5	29,5	62,3
Kesinlikle Katılıyorum	23	37,7	37,7	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan otellerin kalitesi. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 18'i, yüzdeler olarak da % 29,5'lik kısmı "Katılıyorum", 23'ü, yüzdeler olarak da % 37,7' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 12'si, yüzdeler olarak da % 19,7'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum", 7'si, yüzdeler olarak da % 11,5'lik "Katılmıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1,6 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.207 Otellerin kalitesi yüksektir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	2	3,3	3,3	3,3
Kesinlikle katılmıyorum	3	4,9	4,9	8,2
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	3,3	3,3	11,5
Katılıyorum	29	47,5	47,5	59,0
Kesinlikle Katılıyorum	25	41,0	41,0	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan otellerin kalitesi. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 29'u, yüzdeler olarak da % 47,5'lik kısmı "Katılıyorum", 25'i, yüzdeler olarak da % 41,0'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 3,3 'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 3,3'lük "Katılmıyorum", 3'ü, yüzdeler olarak da % 4,9'lük "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.208 Yerel turlar ve seyahat imkanı vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Kesinlikle katılmıyorum	2	3,3	3,3	3,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	3,3	3,3	6,6
Katılıyorum	35	57,4	57,4	63,9
Kesinlikle Katılıyorum	22	36,1	36,1	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan yerel turlar ve seyahat kalitesi. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 35'i, yüzdeler olarak da % 57,4'lük kısmı "Katılıyorum", 22'si, yüzdeler olarak da % 36,1' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 3,3 'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 3,3 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.209 Şehre kolay erişim

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	27	44,3	44,3	44,3
Kesinlikle katılmıyorum	28	45,9	45,9	90,2
Kesinlikle Katılıyorum	6	9,8	9,8	100,0
Toplam	61	100,0	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan Şehre kolay erişim kalitesi. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 6'sı, yüzdeli olarak da % 9,8'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 27'si, yüzdeli olarak da % 44,3 'lük kısmı "Katılmıyorum", 28'i, yüzdeli olarak da % 45,9 'lük kısmı "kesinlikle katılmıyorum" kısmı olarak cevapları vermişlerdir.

4.8.5. Orta Kazakistan Bölgesi

Tablo 4.210 Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	2	3,6	3,8	3,8
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	3,6	3,8	7,5
Katılıyorum	30	54,5	56,6	64,2
Kesinlikle Katılıyorum	19	34,5	35,8	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'ya ziyarete gelen ve yaşayan insanlar için Dinlenmek ve rahat ortam ne tür bir Uygundur amacıyla gerçekleştirilen anketlere göre Orta Kazakistan Ekonomik bölgeden katılımcılar aşağıdaki gibi cevap verdi. Orta Kazakistan Ekonomik Bölge olarak katılımcıların 30 ü, yüzdeli olarak da % 54,5'lik kısmı "Katılıyorum" 19'u, yüzdeli

olarak da % 34,5'lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 2'si, yüzdelik olarak da % 3,6'lik kısmı “katılıyorum/ katılmıyorum”, 2'si, yüzdelik olarak da % 3,6'lik olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.211 Uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	7	12,7	13,2	13,2
Kesinlikle katılmıyorum	4	7,3	7,5	20,8
Katılıyorum/ katılmıyorum	5	9,1	9,4	30,2
Katılıyorum	35	63,6	66,0	96,2
Kesinlikle Katılıyorum	2	3,6	3,8	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'ya gelen konuklar için, otel ve restoranın uygun bir fiyata ne ölçüde temin edileceği amacıyla gerçekleştirilen anketlere göre Orta Kazakistan Ekonomik bölgeden katılımcılar aşağıdaki gibi cevap verdi. Orta Kazakistan Ekonomik Bölge olarak katılımcıların 35 tanesi, yüzdelik olarak da % 63,6'lık kısmı “Katılıyorum” 2'si, yüzdelik olarak da % 3,6'lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 5'i, yüzdelik olarak da % 9,1'lik kısmı “katılıyorum/ katılmıyorum”, 4 si, yüzdelik olarak da % 7,3' “kesinlikle katılmıyorum”, 7'si, yüzdelik olarak da % 12,7' “ katılmıyorum” olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.212 Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz, su vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	1	1,8	1,9	1,9
Katılıyorum/ katılmıyorum	8	14,5	15,1	17,0
Katılıyorum	44	80,0	83,0	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana şehrinin Doğa özellikleri dağlar, ormanlar, deniz, su ne kadar düzeyini belirlemek için elde edilmiş ankete göre katılımcıların 44'ü, yüzdeler olarak da % 80,0'lık kısmı "Katılıyorum" 8'i, yüzdeler olarak da % 14.5'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1,8'lik "Katılmıyorum", cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.213 Şehir halkı yardım etmeye hazırdır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılıyorum/ katılmıyorum	7	12,7	13,2	13,2
Katılıyorum	33	60,0	62,3	75,5
Kesinlikle Katılıyorum	13	23,6	24,5	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Şehri ziyaret eden her Turist için çok önemli bir konu olduğu "Şehir halkı yardım etmeye hazır mı" Bu konuyla bağlantılı olarak alınan anketlere göre katılımcıların 33'ü, yüzdeler olarak da % 60,0'lık kısmı "Katılıyorum" 13'ü, yüzdeler olarak da % 23.6'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 7'si, yüzdeler olarak da % 12.7'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum", cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.214 Şehirdeki yeşil alanlar milli parklar dinlenme yerleri bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	3,6	3,8	3,8
Katılıyorum	29	52,7	54,7	58,5
Kesinlikle Katılıyorum	22	40,0	41,5	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Yeşil şehir rekreasyon alanları, konuklar ve kent sakinleri için önemli bir yer. Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerler, sandığa şehrin peyzaj bağlı yapılmış anketlere göre katılımcıların 29 si, yüzdelik olarak da % 52,7' lik kısmı “Katılıyorum” 22’si, yüzdelik olarak da % 40.0’lık kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 2’si, yüzdelik olarak da % 3.6 ’lik kısmı “katılıyorum/ katılmıyorum»”, cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.215 Tarihi eserler, müzeler bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılıyorum	45	81,8	84,9	84,9
Kesinlikle Katılıyorum	8	14,5	15,1	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'daki Turistik yerlerden biri tarihi müzelerdir. Tarihi müzelerin hizmet kalitesini belirlemek anketlere göre katılımcıların 45 i, yüzdelik olarak da % 81,8’lik kısmı “Katılıyorum” 8’i, yüzdelik olarak da % 14.5’lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.216 Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	3	5,5	5,7	5,7
Kesinlikle katılmıyorum	4	7,3	7,5	13,2
Katılıyorum	36	65,5	67,9	81,1
Kesinlikle Katılıyorum	10	18,2	18,9	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'ya gelen konuklar için yerel yemek merkezlerinin kalitesini öğrenmek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 36'sı, yüzdeler olarak da % 65,5'lik kısmı "Katılıyorum" 10'ı, yüzdeler olarak da % 18,2'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 3'ü, yüzdeler olarak da % 5,5'lik "Katılmıyorum", 4'ü, yüzdeler olarak da % 7,3' lük "Kesinlikle katılmıyorum" olarak cevapları vermişlerdir..

Tablo 4.217 Turistik bilgi bürosü bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	4	7,3	7,5	7,5
Kesinlikle katılmıyorum	4	7,3	7,5	15,1
Katılıyorum	39	70,9	73,6	88,7
Kesinlikle Katılıyorum	6	10,9	11,3	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'ya gelen konuklar Turistik tesisler hakkında gerekli bilgileri almak kolay mı?/yok mu? dil konusunda yardım alabilir mi amacıyla yapılmış anketlere göre katılımcıların 39 si, yüzdeler olarak da % 70,9'luk kısmı "Katılıyorum" 6'sı, yüzdeler olarak da % 10,9'luk kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 4ü, yüzdeler olarak da % 7,3'lük

“Katılmıyorum”, 4’ü, yüzdeler olarak da % 7,3 lük “kesinlikle katılmıyorum” olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.218 İklim koşulları, hava durumu, deniz, nehir özellikleri uygundur

	Frekans	Oran	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	6	10,9	11,3	11,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	8	14,5	15,1	26,4
Katılıyorum	37	67,3	69,8	96,2
Kesinlikle Katılıyorum	2	3,6	3,8	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana şehir turizmi için en önemli doğal özelliklerin belirlemek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 37’si, yüzdeler olarak da % 67,3’ lük kısmı “Katılıyorum” 2’si, yüzdeler olarak da % 3,6’lık kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 8’i, yüzdeler olarak da % 14,5’lik kısmı “katılıyorum/ katılmıyorum», 6’sı, yüzdeler olarak da % 10,9’ lük “Katılmıyorum”, kısmı olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.219 Kültürel etkinlikler festivaller bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılıyorum	43	78,2	81,1	81,1
Kesinlikle Katılıyorum	10	18,2	18,9	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Turizm için en önemli eğlence etkinlikleri kültürel etkinlikleri ve festivalleri organizasyonu. Astana'daki kültürel etkinliklerin çekiciliği belirlemek için yapılmış anketlere göre katılımcıların 43 u, yüzdeler

olarak da % 78,2'lik kısmı "Katılıyorum" 10'ı, yüzdeler olarak da % 18.2'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum" olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.220 Alışveriş merkezleri fırsatları bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	2	3,6	3,8	3,8
Katılıyorum/ katılmıyorum	3	5,5	5,7	9,4
Katılıyorum	47	85,5	88,7	98,1
Kesinlikle Katılıyorum	1	1,8	1,9	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'daki Turistik yerlerden biri de Alışveriş merkezleridir. Alışveriş merkezlerinin hizmet kalitesini belirleme yönünde için yapılmış anketlere göre katılımcıların 47 tanesi, yüzdeler olarak da % 85,5'lik kısmı "Katılıyorum" 1'i, yüzdeler olarak da % 1.8'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 3'ü, yüzdeler olarak da % 5,5'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum», 2'si, yüzdeler olarak da % 3,6' lik "Katılmıyorum", kısmı olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.221 Çevresel kalite temizlik kullanılmayan alanlar temiz ve ferahtır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	2	3,6	3,8	3,8
Katılıyorum/ katılmıyorum	4	7,3	7,5	11,3
Katılıyorum	29	52,7	54,7	66,0
Kesinlikle Katılıyorum	18	32,7	34,0	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana şehir turizminin ihtiyaçlarından biri kentin temizliğidir. Çevresel kalite, temizlik kullanılmayan alanlar için yapılmış anketlere göre katılımcıların 29'u, yüzdeler olarak da % 52,7' lik kısmı "Katılıyorum" 18'i, yüzdeler olarak da % 32,7' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 3,6' lik "Katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.222 Altyapı, iletişim, ulaşım kalitesi gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	8	14,5	15,1	15,1
Kesinlikle katılmıyorum	2	3,6	3,8	18,9
Katılıyorum/ katılmıyorum	8	14,5	15,1	34,0
Katılıyorum	31	56,4	58,5	92,5
Kesinlikle Katılıyorum	4	7,3	7,5	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Toplu taşıma araçlarının kullanımı turizm için çok önemlidir. Astana kentinde araçların kullanılması durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 31'i, yüzdeler olarak da % 56,4'lük kısmı "Katılıyorum" 4 u, yüzdeler olarak da % 7,3' lük kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 8'i, yüzdeler olarak da % 14,5 'lük kısmı "katılıyorum/katılmıyorum", 8'i, yüzdeler olarak da % 14,5'lik "Katılmıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 3,6 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.223 Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	2	3,6	3,8	3,8
Kesinlikle katılmıyorum	4	7,3	7,5	11,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	1	1,8	1,9	13,2
Katılıyorum	31	56,4	58,5	71,7
Kesinlikle Katılıyorum	15	27,3	28,3	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'da turizm gelişimi için Turist güvenliği çok önemlidir. Kişisel güvenlik ve güvenlik önlemleri ne kadar olduklarını belirlemek için yapılan anketlere dayanarak belli oldu. Katılımcılarının 31 ü, yüzdelik olarak da % 56,4'lük kısmı "Katılıyorum" 15'i, yüzdelik olarak da % 27,3' lük kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 1'i, yüzdelik olarak da % 1,8'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum», 2'si, yüzdelik olarak da % 3,6' lik "Katılmıyorum", 4'ü, yüzdelik olarak da % 7,3' lük "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.224 Toplu taşıma taksi kuralları uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	3	5,5	5,7	5,7
Kesinlikle katılmıyorum	1	1,8	1,9	7,5
Katılıyorum/ katılmıyorum	6	10,9	11,3	18,9
Katılıyorum	35	63,6	66,0	84,9
Kesinlikle Katılıyorum	8	14,5	15,1	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Toplu taşıma araçlarının kullanımı turizm için çok önemlidir. Astana kentinde araçların kullanılması durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 35'i, yüzdeler olarak da % 63,6'lık kısmı "Katılıyorum" 8 ü, yüzdeler olarak da % 14,5'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 6'sı, yüzdeler olarak da % 10,9'luk kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 3'ü, yüzdeler olarak da % 1,8'lik "Katılmıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1,8'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.225 Plaj kalitesi, temizlik, teknik hizmet vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	3	5,5	5,7	5,7
Kesinlikle katılmıyorum	3	5,5	5,7	11,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	10	18,2	18,9	30,2
Katılıyorum	25	45,5	47,2	77,4
Kesinlikle Katılıyorum	12	21,8	22,6	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Turizm için plaj kalitesi temel amaçlardan biridir. Astana'da plaj ve teknik temizlik hizmetlerinin kalitesini belirlemek için yapılan anketler aşağıdaki sonuçları göstermiştir. Katılımcılarının 25 tanesi, yüzdeler olarak da % 45,5' lük kısmı "Katılıyorum" 12'si, yüzdeler olarak da % 21,8'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 10'ı, yüzdeler olarak da % 18,2 'lik kısmı "katılıyorum/ katılmıyorum», 3'ü, yüzdeler olarak da % 5,5'lik "Katılmıyorum", 3'ü, yüzdeler olarak da % 5,5'lik "Kesinlikle katılmıyorum", kısmı olarak cevapları verilmiştir.

Tablo 4.226 Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	4	7,3	7,5	7,5
Kesinlikle katılmıyorum	1	1,8	1,9	9,4
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	3,6	3,8	13,2
Katılıyorum	45	81,8	84,9	98,1
Kesinlikle Katılıyorum	1	1,8	1,9	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Turizm için temizlik ve hijyen standartları çok önemlidir. Astana şehrinde temizlik ve hijyen standartları araçların kullanılması durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 45'i, yüzdeler olarak da % 81,8'lik kısmı "Katılıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1,8'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 3,6 'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 4ü, yüzdeler olarak da % 7,3'lük "Katılmıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1,8'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.227 Trafik dekorasyonu ve altyapı uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	3	5,5	5,7	5,7
Kesinlikle katılmıyorum	1	1,8	1,9	7,5
Katılıyorum/ katılmıyorum	1	1,8	1,9	9,4
Katılıyorum	35	63,6	66,0	75,5
Kesinlikle Katılıyorum	13	23,6	24,5	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'nın trafik dekorasyonu ve altyapısı durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 35'i, yüzdeler olarak da % 63,6'lık kısmı "Katılıyorum",13'ü, yüzdeler olarak da % 23,6'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1,8'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 3'ü, yüzdeler olarak da % 5,5'lik "Katılmıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1,8'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.228 Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	3	5,5	5,7	5,7
Kesinlikle katılmıyorum	3	5,5	5,7	11,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	1	1,8	1,9	13,2
Katılıyorum	39	70,9	73,6	86,8
Kesinlikle Katılıyorum	7	12,7	13,2	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'nın için kentsel yerleşmeler ve düzeni durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 39'u, yüzdeler olarak da % 70,9'luk kısmı "Katılıyorum", 7'si, yüzdeler olarak da % 12,7' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 1'i, yüzdeler olarak da % 1,8'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 3'ü, yüzdeler olarak da % 5,5'lik "Katılmıyorum", 3'ü, yüzdeler olarak da % 5,5'lik "Kesinlikle katılmıyorum", olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.229 Tatil dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	5	9,1	9,4	9,4
Kesinlikle katılmıyorum	2	3,6	3,8	13,2
Katılıyorum/ katılmıyorum	5	9,1	9,4	22,6
Katılıyorum	38	69,1	71,7	94,3
Kesinlikle Katılıyorum	3	5,5	5,7	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 38'i, yüzdelik olarak da % 69,1' lik kısmı "Katılıyorum",3'ü, yüzdelik olarak da % 5,5'lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 5 ü, yüzdelik olarak da % 9,1'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 2'si, yüzdelik olarak da % 3,6' lik "Katılmıyorum", 2'si, yüzdelik olarak da % 3,6 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", kısmı olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.230 Gece eğlence yerleri vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	4	7,3	7,5	7,5
Kesinlikle katılmıyorum	5	9,1	9,4	17,0
Katılıyorum/ katılmıyorum	6	10,9	11,3	28,3
Katılıyorum	28	50,9	52,8	81,1
Kesinlikle Katılıyorum	10	18,2	18,9	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'nın trafik dekorasyonu ve altyapısı durumunu belirlemek için yürütülen anketlere göre katılımcılarının 28'i, yüzdelik olarak da % 50,9'luk kısmı "Katılıyorum",10'ı, yüzdelik olarak da % 18,2'lik

kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 6’sı, yüzdeler olarak da % 10,9’luk kısmı “katılıyorum/katılmıyorum», 4 si, yüzdeler olarak da % 7,3’lük “Katılmıyorum”, 5’i, yüzdeler olarak da % 9,1’lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.231 Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	1	1,8	1,9	1,9
Kesinlikle katılmıyorum	2	3,6	3,8	5,7
Katılıyorum/ katılmıyorum	3	5,5	5,7	11,3
Katılıyorum	28	50,9	52,8	64,2
Kesinlikle Katılıyorum	19	34,5	35,8	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'da turizm için Su spor tesisleri rüzgâr ve su sporları önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 28’i, yüzdeler olarak da % 50,9’luk kısmı “Katılıyorum”, 19’u, yüzdeler olarak da % 34,5’lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 3’ü, yüzdeler olarak da % 5,5’lik kısmı “katılıyorum/katılmıyorum», 1’i, yüzdeler olarak da % 1,8’lik “Katılmıyorum”, 2’si, yüzdeler olarak da % 3,6 ’lik “Kesinlikle katılmıyorum”, kısmı olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.232 Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	2	3,6	3,8	3,8
Katılıyorum/ katılmıyorum	3	5,5	5,7	9,4
Katılıyorum	28	50,9	52,8	62,3
Kesinlikle Katılıyorum	20	36,4	37,7	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'da turizm için açık havada çeşitli aktiviteler en önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 28'i, yüzdelik olarak da % 50,9'luk kısmı "Katılıyorum", 20'1, yüzdelik olarak da % 36,4' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 3'ü, yüzdelik olarak da % 5,5'lik kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 2'si, yüzdelik olarak da % 3,6' lik "Katılmıyorum", kısmı olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.233 Niteliksel konut tesisleri bulunur

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	5	9,1	9,4	9,4
Kesinlikle katılmıyorum	1	1,8	1,9	11,3
Katılıyorum/ katılmıyorum	6	10,9	11,3	22,6
Katılıyorum	36	65,5	67,9	90,6
Kesinlikle Katılıyorum	5	9,1	9,4	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'da turizm için Niteliksel konut tesisleri en önemlidir. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 36'sı, yüzdelik olarak da % 65,5'lik kısmı "Katılıyorum", 5'i, yüzdelik olarak da % 9,1' lik kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 6'sı, yüzdelik olarak da % 10,9'luk kısmı

“katılıyorum/katılmıyorum»”, 5 i, yüzdelerik olarak da % 9,1’ lik “Katılmıyorum”, 1i, yüzdelerik olarak da % 1,8’lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.234 Otellerin kalitesi yüksektir

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Katılmıyorum	7	12,7	13,2	13,2
Kesinlikle katılmıyorum	2	3,6	3,8	17,0
Katılıyorum/ katılmıyorum	1	1,8	1,9	18,9
Katılıyorum	37	67,3	69,8	88,7
Kesinlikle Katılıyorum	5	9,1	9,4	98,1
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan otellerin kalitesi. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 37'si, yüzdelerik olarak da % 67,3'lük kısmı “Katılıyorum”, 5'i, yüzdelerik olarak da % 9,1' lik kısmı “Kesinlikle Katılıyorum”, 1'i, yüzdelerik olarak da % 1,8'lik kısmı “katılıyorum/katılmıyorum»”, 7'si, yüzdelerik olarak da % 12,7' lik “Katılmıyorum”, 2'si, yüzdelerik olarak da % 3,6 'lik “Kesinlikle katılmıyorum”, olarak cevap vermişlerdir.

Tablo 4.235 Yerel turlar ve seyahat imkanı vardır

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Kesinlikle katılmıyorum	4	7,3	7,5	7,5
Katılıyorum/ katılmıyorum	2	3,6	3,8	11,3
Katılıyorum	42	76,4	79,2	90,6
Kesinlikle Katılıyorum	4	7,3	7,5	98,1
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Astana'da turizm için en önemli olan yerel turlar ve seyahat kalitesi. Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 42'si, yüzdeler olarak da % 76,4'lük kısmı "Katılıyorum", 4'ü, yüzdeler olarak da % 7,3'lük kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 2'si, yüzdeler olarak da % 3,6 'lık kısmı "katılıyorum/katılmıyorum», 4'ü, yüzdeler olarak da % 7,3 'lik "Kesinlikle katılmıyorum", kısmı olarak cevapları vermişlerdir.

Tablo 4.236 Şehre kolay erişim

	Frekans	Oran%	Grup Oranları	Kümülatif Oran
Kesinlikle katılmıyorum	7	12,7	13,2	13,2
Katılıyorum	24	43,6	45,3	58,5
Kesinlikle Katılıyorum	22	40,0	41,5	100,0
Toplam	53	96,4	100,0	100,0

Yürütülen anketlere göre katılımcılarının 24'ü, yüzdeler olarak da % 43,6'lık kısmı "Katılıyorum", 22'si, yüzdeler olarak da % 40,0'lık kısmı "Kesinlikle Katılıyorum", 7'si, yüzdeler olarak da % 12,7'lik kısmı "Kesinlikle katılmıyorum", kısmı olarak cevapları verilmiştir.

4.8.6. Çalışma Sonuçlarına İlişkin Bulgular ve Değerlendirmeler

Ankete çalışmalarına 233 kadın (% 46,6) ve 237 erkek (% 53,4), 20-30 yaş 158, 31-40 yaş 150, 41-50 yaş 107, 51-60 yaş 85 kişi ve eğitim düzenine göre Lise mezunu – 135 (% 27,0), Üniversite mezunu- 262 (%52,4), Yüksek lisans ve doktora mezunu- 103 (%20,6) katılmıştır. Her gruptan yaş, eğitim sahibiyle görüşülmüş olması ve "Astana'ya ziyaretinin amacı nedir" soruna "Yeni bir yeri

görmek için/çeşitli yerler”- 184 (%36,8), “Farklı kültürler/yaşam tarzı”- 98 (%19,6), “Dinlenmek ve stres atmak için” – 80 (%16,0), “Eğlenceli ve keyifli zaman geçirmek için” – 76 (%15,2), “İş için” – 62 (%12,4) sayıda kişilerin cevapları her kesiminin fikirlerinin çalışmada yer bulması açısından dikkate değerdir.

Astana dışında yaşayan bireylerin Astana’ya ziyaret amacı çoğunlukla “Yeni bir yeri görmek için/çeşitli yerler” olması ilk bakışta Astana adını pazarlamasında yüksek sırada bulunduğu ve Astana’nın “yeni başkent” olarak Kazakistan halkı için önemi düşünülmektedir.

Aşağıdaki 4.8.6. 1. Tabloda Kazakistan’ın 5 Ekonomik bölgesinde yaşayan insanların yaş, cinsiyet, eğitim, Astana’ya ziyaret amacı durumu gibi demografik özellikleri ile ilgili genel bilgilere yer verilmektedir.

Tablo 4.237 Kazakistan’daki 5 Ekonomik Bölgelerde Yaşayan İnsanların Demografik Analizleri

Bölge		Kuzey		Güney		Batı		Orta		Doğu	
			%		%		%		%		%
Cinsiyet	Erkek	51	44,7	92	55,8	59	55,1	28	45,5	23	37,7
	Kadın	63	55,3	73	44,2	48	44,9	25	50,9	38	62,3
Yaş	20-30	30	26,3	60	36,4	40	37,4	17	30,9	11	18,0
	31-40	41	36,0	32	19,4	34	31,8	12	21,8	31	50,8
	41-50	22	19,3	46	27,9	12	11,2	12	21,8	15	24,6
	51-60	21	18,4	27	16,4	21	19,6	12	21,8	4	6,6

Eğitim	Lise mezunu	29	25,4	65	39,4	16	5,0	13	23,6	12	19,7
	Üniversite mezunu	55	48,2	77	46,7	72	73,6	32	58,2	26	42,6
	Yüksek lisans/doktora	30	26,3	23	13,9	19	17,8	8	14,5	23	37,7
Ziyaret amacı	Yeni bir yer görmek	29	25,4	59	35,8	49	45,8	19	34,5	28	45,9
	Farklı kültür/yaşam	28	24,6	38	23,0	16	15,0	9	16,4	7	11,5
	Dinlenmek ve stres almak için	22	19,3	38	23,0	8	7,5	7	12,7	5	8,2
	Eğlence ve keyifli zaman	18	15,8	20	12,1	17	15,9	9	16,4	12	19,7
	İş için		14,9	10	6,1	17	15,9	9	16,4	9	14,8
Toplam		114	100	165	100	107	100	53	96,4	61	100

4.8.6.1. Astana'nın İmaj Analizi

Marka olmak işletmelere avantajlar sağlamakla birlikte şehirlere de çok önemli kazanımlar getirmektedir. Kentler yabancı yatırımcı

kazanma, turist çekme, nitelikli iş gücü gibi alanlarda diğer kentlerle rekabet halindedir. Ekonominin gelişmesi için temel sayılan rekabet gücü bölgeler ve şehirler için de geçerlidir. Astana şehrinin markalaşması üzerine yaptıkları çalışmada marka imajının marka değeri üzerindeki etkisini incelenmiştir. Elde edilen veriler neticesinde Astana’da marka olmuş ürünlerin oluşturduğu sadakatin, şehrin markaya kattığı sadakatten daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kazakistan’ın 5 ekonomik bölgesinde yaşayan insanlara Astana şehrinin hangi değerlerini marka olarak gördükleri ankete sorularla soruldu ve sonucunda elde edilen veriler ışığında; şehrin bilinirliği ile turizm gelişimi arasında doğrudan bir ilişki olduğu anlaşılmıştır. Bu nedenle yapılacak imaj ve tanınma çalışmalarının şehrin gelirlerini arttıracığı sonucuna ulaşılmıştır.

Astana şehrinin diğer şehirlerden farklılaştıran, bilinen temel özelliklerinin tespit edilmesi amacıyla “Astana’nın imaj analizi” tarzında veri toplanmıştır. Araştırmaya katılanlar aşağıdaki 4.8.6.1. 1. Tabloda Astana’nın temel özellikleri ve imajı ile ilgili genel bilgilere yer verilmektedir.

Tablo 4.238 Astana'nın imaj analizi

Astana'nın önemli Turistik merkezi	Frekans	Oran
Bayterek	231	46,2
Hanşatır	71	14,2
Barış ve anlaşma sarayı	25	5,0
EXPO merkezi	45	29,0
Esil nehri	28	5,6
Toplam	500	100,0

Astana'nın diğer şehirlerle önemli özellikleri	Frekans	Oran
Ülkenin başkenti	217	43,4
Barış ve anlaşma merkezi	84	16,8
Yeni modern şehir	129	25,8
İş ve finans merkezi	44	8,8
Sanayi şehri	26	5,2
Toplam	500	100,0

Astana halkı marka şehir olmaya hazır mı?	Frekans	Oran
Hazır	298	59,6
Hazır değil	40	8,0
Orta seviyede	80	16,0
Tatmin edici düzeyde hazır	11	2,2
Yüksek düzeyde hazır	71	14,2
Toplam	500	100,0

Astana'nın önemli kültürel mirası	Frekans	Oran
Tarihi anıtlar	246	49,2
Doğal özellikler	128	25,6
Yerel mutfak	24	4,8
Yerli halkın davranışları	19	3,8
Güvenliği	83	16,6
Toplam	500	100,0

Astana nasıl bir şehir	Frekans	Oran
Turistik şehir	200	40,0
Sanayi şehri	70	14,0
Kültür merkezi	112	22,4
Bilim ve Eğitim merkezi	81	16,2
İş merkezi	37	7,4
Toplam	500	100,0

Astana şehri konumunun dezavantajları	Frekans	Oran
Çöl ve yarı çöl bölgede yerleşmesi	58	11,6
Sert İklim'e sahip olması	282	56,4
Rüzgârın çok olması	134	26,8
Susuzluk	16	3,2
Fazla sivrisineğin olması	10	2,0
Toplam	500	100,0

Astana şehri konumunun avantajları	Frekans	Oran
Memleket merkezindeki konumu	199	39,8
Büyük yol sahalarındaki konumu	90	18,0
Arazi olarak düz olması	77	15,4
Tarihsel özellikleri	26	5,2
Jeopolitik durum	108	21,6
Toplam	500	100,0

Astana'nın dışında yaşayan Kazakistan'ın ekonomik bölgesinin ankete katılan insanların Astana'nın imajı ve temel özellikleri ile ilgili algı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılıklar bulunmaktadır. "Memleket merkezindeki konumu", "Tarihsel özellikleri", "Jeopolitik durum", "Turistik şehir", "Kültür merkezi", "Yeni Modern şehir", "Bayterek", "EXPO merkezi", "Doğal özellikler", "Güvenliği", "Astana halkı marka şehir olmaya hazır", "Jeopolitik durum", "ölçeği temel özellikler olarak güçlü çıkmıştır. Astana şehri konumunun dezavantajları ise "Çöl ve yarı çöl bölgede yerleşmesi" ve "Sert İklimle sahip olması" göstermektedir.

4.8.6.2. Astana'nın Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerini Kalitesi Analizi

Marka şehir olmak bölgede ticaretin gelişmesi, turizm aktivitelerin artması ve nüfus hareketleriyle ilişkilidir. Marka şehir olmak kentin potansiyelini dışarıya aktarmak ve bunu tanıtmakla ilgilidir. Kentin tanınması turizm hareketlerini geliştirecektir. Kuvvetli görünen bir marka, destinasyon imajını güçlendirecektir (Morgan, 2011:5).

Bugün ülke içinde bir şehrin marka olabilmesi için o şehre yılda en az, ortalama 5-10 milyon turist gelmesi gerekirken, bu rakam dünya ölçeğinde bir şehrin markalaşması için (örneğin, Paris'e göre kıyasladığımızı) yılda en az 20-30 milyon kişidir. Bu da ülke içinde veya dünya çapında sadece şehrinizin isminin çok fazla bilinmesiyle, bir şehre sadece "Marka şehir" demek, tanıtım ve reklam yapmak asla

mümkün değildir. Astana'nın "Marka şehir" imajının gelişmesi ve turizm özelliklerinin kalitesi ile ilgili genel bilgiler için yapılan anketin ortalama cevapları aşağıdaki tablolarda yer verilmektedir.

Astana şehrinin başka şehirlere kıyaslanabilecek turizm özellikleri diğerleriyle kıyaslama yapılmadan 5'lilik ölçeği kullanarak ölçeklendirilmiştir. Bu şekilde Astana şehrinin hangi avantajlara sahip olduğunu netleştirmek mümkündür.

1,24- kesinlikle katılmıyorum

1,25-2,24 katılmıyorum

2,25-3,24 Katılıyorum/ katılmıyorum

3,25- 4,24 Katılıyorum

4,25- 5,0 kesinlikle Katılıyorum

Tablo 4. 239 Kuzey Kazakistan Ekonomik Bölgesindeki Sakinlerin Astana'nın Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerini Kalitesi Analizinin Ortalama Sonuçları

	Valid	Missing	Mean
Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar	114	0	3,8509
Uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur	114	0	4,0965
Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz su vardır	114	0	3,7105
Şehir halkı yardım etmeye hazırdır	114	0	3,0965
Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerleri bulunur	114	0	3,2895
Tarihi eserler, müzeler bulunur	114	0	4,1754
Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur	114	0	3,9912

Turistik Bilgi Bürosu bulunur	114	0	3,9825
İklim koşulları hava durumu, deniz, nehir özellikleri uygundur	114	0	2,9123
Kültürel etkinlikler, festivaller bulunur	114	0	4,0702
Alışveriş merkezleri, fırsatları bulunur	114	0	3,7719
Çevresel kalite, temizlik kullanılmayan alanlar temiz ve ferahdır	114	0	3,9825
Altyapı iletişim ulaşım kalitesi gelişmiştir	114	0	3,6667
Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir	114	0	3,7105
Toplu taşıma taksi kuralları uygundur	114	0	3,9123
Plaj kalitesi temizlik teknik hizmet vardır	114	0	3,5175
Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları bulunur	114	0	3,5702
Trafik dekorasyonu ve altyapı uygundur	114	0	3,7895
Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur	114	0	3,8684
Tatil dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur	114	0	4,0702
Gece eğlence yerleri vardır	114	0	3,7368
Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur	114	0	4,0614
Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır	114	0	3,2982
Niteliksel konut tesisleri bulunur	114	0	3,3421
Otellerin kalitesi yüksektir	114	0	4,1316
Yerel turlar ve seyahat imkanı vardır	114	0	3,7719
Şehre kolay erişim yüksektir	114	0	4,2105

Astana'nın dışında yaşayan Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinin ankete katılan insanların Astana'nın turizm özellikleri ile ilgili algı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılıklar bulunmaktadır. "Uygun fiyatlarla Otel ve restoranlar", "Tatil dinlenme tesislerinin çeşitliliği", "Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam", "Kültürel etkinlikler

festivaller”, “Kişisel güvenlik ve güvenlik”, “Su spor tesisleri rüzgâr ve su sporları”, “Açık havada çeşitli aktiviteler”, “Şehre kolay erişim”, “Yerel turlar ve seyahat”, “Çevresel kalite temizlik kullanılmayan alanlar”, “Tarihi eserler, müzeler”, “Şehir halkı yardım etmeye hazır mı” ölçeğın faktör yükleri oldukça güçlü çıkmıştır. “Astana şehrinin marka şehir olması için yeterli çabayı göstermektedir” şeklindeki ifadenin ortalama 4,1319 değeri ile en güçlü faktör yüküne sahip olduğu bulunmuştur. Buna karşın “Şehrin başlıca Turistik merkezi”, “İklim koşulları hava durumu, deniz, nehir özellikleri” şeklindeki ifade ise 2,9123 değeri ile en zayıf faktör yükü olarak belirlenmiştir. Bu bulgu, ilgili ölçeğın bir bütünlük arz ettiğini ve değişkenlere beklenildiğı gibi yüklenildiğini göstermektedir.

Tablo 4.240 Güney Kazakistan Ekonomik Bölgesindeki Sakinlerin Astana'nın Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerini Kalitesi Analizinin Ortalama Sonuçları

	Valid	Missing	Mean
Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar	165	0	3,9939
Uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur	165	0	3,9212
Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz su vardır	165	0	3,9697
Şehir halkı yardım etmeye hazırdır	165	0	4,0364
Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerleri bulunur	165	0	3,3576
Tarihi eserler, müzeler bulunur	165	0	3,6545
Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur	165	0	3,7455
Turistik Bilgi Bürosu bulunur	165	0	4,2788
İklim koşulları hava durumu, deniz, nehir	165	0	3,5212

özellikleri uygundur			
Kültürel etkinlikler, festivaller bulunur	165	0	3,7455
Alışveriş merkezleri, fırsatları bulunur	165	0	3,9030
Çevresel kalite, temizlik kullanılmayan alanlar temiz ve ferahdır	165	0	3,6424
Altyapı iletişim ulaşım kalitesi gelişmiştir	165	0	3,5515
Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir	165	0	3,2061
Toplu taşıma taksi kuralları uygundur	165	0	3,8909
Plaj kalitesi temizlik teknik hizmet vardır	165	0	3,3212
Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları bulunur	165	0	3,8424
Trafik dekorasyonu ve altyapı uygundur	165	0	3,8667
Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur	165	0	3,9515
Tatil dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur	165	0	3,8606
Gece eğlence yerleri vardır	165	0	3,7212
Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur	165	0	4,0485
Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır	165	0	4,0303
Niteliksel konut tesisleri bulunur	165	0	3,7758
Otellerin kalitesi yüksektir	165	0	3,7697
Yerel turlar ve seyahat imkanı vardır	165	0	3,9212
Şehre kolay erişim yüksektir	165	0	3,7697

Astana'nın dışında yaşayan Güney Kazakistan ekonomik bölgesinin ankete katılan insanların Astana'nın turizm özellikleri ile ilgili algı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılıklar bulunmaktadır. "Şehir halkı yardım etmeye hazır mı", "Turist Bilgi Bürosu bilgi dil yardım", "Doğa özellikleri dağlar, ormanlar, deniz, su", "Tarihi eserler müzeler", "Yerel yemek kültürü", "Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları", "Araç kurallar, toplu taşıma, taksi", "Tatil dinlenme

tesislerinin çeşitliliği”, “Niteliksel konut tesisleri”, “Gece eğlence yerleri”, “Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam”, “Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları” ölçeğın faktör yükleri oldukça güçlü çıkmıştır. “Astana şehrinin marka şehir olması için yeterli çabayı göstermektedir” şeklindeki ifadenin ortalama 4,0364 değeri ile en güçlü faktör yüküne sahip olduğu bulunmuştur. Buna karşın “Şehrin başlıca Turistik merkezi”, “İklim koşulları hava durumu, deniz, nehir özellikleri” “Astana’nın diğer şehirlerle farkı ve özellikleri nelerdir” şeklindeki ifade ise 2,2442 değeri ile en zayıf faktör yükü olarak belirlenmiştir. Turizm özellikleri için diğer ölçütler de değişmektedir ortalamadan daha yüksek gösterdi.

Tablo 4.241 Batı Kazakistan Ekonomik Bölgesindeki Sakınlerin Astana’nın Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerini Kalitesi Analizinin Ortalama Sonuçları

	Valid	Missing	Mean
Uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur	107	0	3,9626
Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz su vardır	107	0	4,2150
Şehir halkı yardım etmeye hazırdır	107	0	4,0935
Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerleri bulunur	107	0	3,8785
Tarihi eserler, müzeler bulunur	107	0	4,2336
Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur	107	0	4,1869
Turistik Bilgi Bürosu bulunur	107	0	4,1215

İklim koşulları hava durumu, deniz, nehir özellikleri uygundur	107	0	3,9533
Kültürel etkinlikler, festivaller bulunur	107	0	4,0654
Alış veriş merkezleri, fırsatları bulunur	107	0	4,3084
Çevresel kalite, temizlik kullanılan alanlar temiz ve ferahdır	107	0	3,5888
Altyapı iletişim ulaşım kalitesi gelişmiştir	107	0	3,6916
Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir	107	0	3,9626
Toplu taşıma taksi kuralları uygundur	107	0	4,0280
Plaj kalitesi temizlik teknik hizmet vardır	107	0	4,1028
Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları bulunur	107	0	3,9533
Trafik dekorasyonu ve altyapı uygundur	107	0	3,7944
Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur	107	0	3,8037
Tatil dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur	107	0	4,0654
Gece eğlence yerleri vardır	107	0	4,1402
Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur	107	0	4,0093
Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır	107	0	3,7570
Niteliksel konut tesisleri bulunur	107	0	3,7570
Otellerin kalitesi yüksektir	107	0	3,8131
Yerel turlar ve seyahat imkanı vardır	107	0	3,7196
Şehre kolay erişim yüksektir	107	0	3,9626

Astana'nın dışında yaşayan Batı Kazakistan ekonomik bölgesinin ankete katılan insanların Astana'nın turizm özellikleri ile ilgili algı

düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. “Doğa özellikleri dağlar, ormanlar, deniz, su”, “Tarihi eserler müzeler”, “Yerel yemek kültürü”, “Turizm Bilgi Bürosu bilgi dil yardım”, “Kültürel etkinlikler festivaller”, “Alışveriş merkezleri, fırsatlar”, “Tatil dinlenme tesislerinin çeşitliliği”, “Şehir halkı yardım etmeye hazır mı”, “Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları”, “Gece eğlence yerleri”, “Araç kuralları toplu taşıma taksi” ölçeğinin faktör yükleri oldukça güçlü çıkmıştır. “Astana şehrinin marka şehir olması için yeterli çabayı göstermektedir” şeklindeki ifadenin ortalama 4,1215 değeri ile en güçlü faktör yüküne sahip olduğu bulunmuştur. Buna karşın “Şehrin başlıca turistik merkezi”, “İklim koşulları hava durumu, deniz, nehir özellikleri” şeklindeki ifade ise 2,4151 değeri ile en zayıf faktör yükü olarak belirlenmiştir. Turizm özellikleri için diğer ölçütler de değerlendirilmiştir ortalamadan daha yüksek gösterdi.

Tablo 4.242 Doğu Kazakistan Ekonomik Bölgesindeki Sakinlerin Astana'nın Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerini Kalitesi Analizinin Ortalama Sonuçları

	Valid	Missing	Mean
Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar	61	0	4,2075
Uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur	61	0	3,3962
Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz su vardır	61	0	3,7925
Şehir halkı yardım etmeye hazırdır	61	0	4,1132
Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerleri bulunur	61	0	4,3774

Tarihi eserler, müzeler bulunur	61	0	4,1509
Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur	61	0	3,8679
Turistik Bilgi Bürosu bulunur	61	0	3,7358
İklim koşulları hava durumu, deniz, nehir özellikleri uygundur	61	0	3,5472
Kültürel etkinlikler, festivaller bulunur	61	0	4,1887
Alışveriş merkezleri, fırsatları bulunur	61	0	3,8491
Çevresel kalite, temizlik kullanılmayan alanlar temiz ve ferahdır	61	0	4,1509
Altyapı iletişim ulaşım kalitesi gelişmiştir	61	0	3,3962
Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir	61	0	4,0000
Toplu taşıma taksi kuralları uygundur	61	0	3,8302
Plaj kalitesi temizlik teknik hizmet vardır	61	0	3,7547
Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları bulunur	61	0	3,7170
Trafik dekorasyonu ve altyapı uygundur	61	0	4,0189
Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur	61	0	2,4151
Tatil dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur	61	0	3,8302
Gece eğlence yerleri vardır	61	0	3,6038
Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur	61	0	3,6604
Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır	61	0	4,1698
Niteliksel konut tesisleri bulunur	61	0	4,2075
Otellerin kalitesi yüksektir	61	0	3,6604
Yerel turlar ve seyahat imkanı vardır	61	0	4,3585
Şehre kolay erişim yüksektir	61	0	4,6415

Astana'nın dışında yaşayan Doğu Kazakistan ekonomik bölgesinin ankete katılan insanların Astana'nın turizm özellikleri ile ilgili algı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. "Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam", "Kültürel etkinlikler festivaller", "Kişisel güvenlik ve güvenlik", "Su spor tesisleri rüzgâr ve su sporları", "Açık havada çeşitli aktiviteler", "Şehre kolay erişim", "Yerel turlar ve seyahat", "Çevresel kalite temizlik kullanılmayan alanlar", "Tarihi eserler, müzeler", "Şehir halkı yardım etmeye hazır mı" ölçeğinin faktör yükleri oldukça güçlü çıkmıştır. "Astana şehrinin marka şehir olması için yeterli çabayı göstermektedir" şeklindeki ifadenin ortalama 4,1509 değeri ile en güçlü faktör yüküne sahip olduğu bulunmuştur. Buna karşın "Şehrin başlıca turistik merkezi", "İklim koşulları hava durumu, deniz, nehir özellikleri" şeklindeki ifade ise 2,4151 değeri ile en zayıf faktör yükü olarak belirlenmiştir. Bu bulgu, ilgili ölçeğin bir bütünlük arz ettiğini ve değişkenlere beklenildiği gibi yüklenildiğini göstermektedir.

Tablo 4.243 Orta Kazakistan Ekonomik Bölgesindeki Sakinlerin Astana'nın Turistik Yerlerinin Bazı Özelliklerini Kalitesi Analizinin Ortalama Sonuçları

	Valid	Missing	Mean
Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam sağlar	53	0	4,2075
Uygun fiyatlarla otel ve restoranlar bulunur	53	0	3,3962
Doğa özellikleri, dağlar, ormanlar, deniz su vardır	53	0	3,7925

Şehir halkı yardım etmeye hazırdır	53	0	4,1132
Şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerleri bulunur	53	0	4,3774
Tarihi eserler, müzeler bulunur	53	0	4,1509
Yerel yemek kültürü ve restoranlar, kafeler bulunur	53	0	3,8679
Turistik Bilgi Bürosu bulunur	53	0	3,7358
İklim koşulları hava durumu, deniz, nehir özellikleri uygundur	53	0	3,5472
Kültürel etkinlikler, festivaller bulunur	53	0	4,1887
Alışveriş merkezleri, fırsatları bulunur	53	0	3,8491
Çevresel kalite, temizlik kullanılmayan alanlar temiz ve ferahdır	53	0	4,1509
Altyapı iletişim ulaşım kalitesi gelişmiştir	53	0	3,3962
Kişisel güvenlik ve güvenlik gelişmiştir	53	0	4,0000
Toplu taşıma taksi kuralları uygundur	53	0	3,8302
Plaj kalitesi temizlik teknik hizmet vardır	53	0	3,7547
Temizlik ve sağlığa uygunluk standartları bulunur	53	0	3,7170
Trafik dekorasyonu ve altyapı uygundur	53	0	4,0189
Kentsel yerleşimler ve düzeni uygundur	53	0	2,4151
Tatil dinlenme tesislerinin çeşitliliği bulunur	53	0	3,8302
Gece eğlence yerleri vardır	53	0	3,6038
Su spor tesisleri, rüzgâr ve su sporları bulunur	53	0	3,6604
Açık havada çeşitli aktiviteler imkanı vardır	53	0	4,1698

Niteliksel konut tesisleri bulunur	53	0	4,2075
Otellerin kalitesi yüksektir	53	0	3,6604
Yerel turlar ve seyahat imkanı vardır	53	0	4,3585
Şehre kolay erişim yüksektir	53	0	4,6415

Astana'nın dışında yaşayan Orta Kazakistan ekonomik bölgesinin ankete katılan insanların Astana'nın turizm özellikleri ile ilgili algı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. "Dinlenmek ve insanlar için rahat ortam", "Kültürel etkinlikler festivaller", "Kişisel güvenlik ve güvenlik", "Su spor tesisleri rüzgâr ve su sporları", "Açık havada çeşitli aktiviteler", "Şehre kolay erişim", "Yerel turlar ve seyahat", "Çevresel kalite temizlik kullanılmayan alanlar", "Tarihi eserler, müzeler", "Şehir halkı yardım etmeye hazır mı" ölçeğinin faktör yükleri oldukça güçlü çıkmıştır. "Astana şehrinin marka şehir olması için yeterli çabayı göstermektedir" şeklindeki ifadenin ortalama 4,1509 değeri ile en güçlü faktör yüküne sahip olduğu bulunmuştur. Buna karşın "Şehrin başlıca turistik merkezi", "İklim koşulları hava durumu, deniz, nehir özellikleri" şeklindeki ifade ise 2,4151 değeri ile en zayıf faktör yükü olarak belirlenmiştir. Bu bulgu, ilgili ölçeğin bir bütünlük arzettiğini ve değişkenlere beklenildiği gibi yüklenildiğini göstermektedir.

Astana'nın turizm özellikleri ile ilgili soruda verilen sıfatlardan Astana'nın markalaşmasına ilişkin olumlu görüş alınmıştır. Araştırma

analizlerden çıkan sonuçlara göre Astana'nın turizm özelliklerini ortaya koydukları anlaşılmaktadır.

4.9. Astana'nın "Marka Şehir" Markası Oluşturmaya Yönelik Çalışmalar

Bu bölümde "Astana "Marka Şehir" oluşturması amacıyla, analiz sonuçları verilen çalışmalardan faydalanarak Astana şehrinin konumlandırması, imajı ve kimliğinin oluşturması faaliyetlere yer verilmektedir.

4.9.1 Astana Şehrinin Konumlandırması Çalışmaları

"Konumlandırma süreci: bir ürün, hizmet, şirket hatta bir kişi ile başlayabilir. Ancak esasında konumlandırma: ürünle yapılan bir şey değil: ürünün potansiyel müşterinin aklında nasıl konumlandırıldığı ile alakalıdır. Bir başka ifadeyle, marka neyi vaat ediyorsa konumlandırma da ona göre yapılmalıdır" (Tolpak,2015:54)

Astana şehri konumlandırılması markalaşması için en önemli etkenlerden biridir. Astana şehrin potansiyel ziyaretçileri için ifade ettiği anlam markalaşma sürecindeki seviyesini belirlemektedir. Astana'nın potansiyel ziyaretçiler nazarındaki marka konumunun ortaya konması gerekmektedir.

4.9.2.Kentin Avantajları

Astana şehrinin başka şehirlere kıyaslanabilecek özellikleri diğerleriyle kıyaslama yapılmadan 5'lik ölçeği kullanarak ölçeklendirilmiştir. Bu

şekilde Astana şehrinin hangi avantajlara sahip olduğunu netleştirmek mümkündür.

1,24- kesinlikle katılmıyorum

1,25-2,24 katılmıyorum

2,25-3,24 Katılıyorum/ katılmıyorum

3,25- 4,24 Katılıyorum

4,25- 5,0 kesinlikle Katılıyorum

Buna göre Astana şehrinin en önemli avantajları, doğal kaynakları, tarihsel zenginlik, şehire ulaşım kolaylığı, jeopolitik yerleşimi, eğitim ve konaklama, yerel yemek kültürü, yerel turlar ve seyahat, yeni modern şehir, çevresel kalite temizlik, imkânlarının iyi olması olarak değerlendirildiği görülmektedir. Kentsel yerleşimler ve düzeni, şehirdeki yeşil alanlar, milli parklar, dinlenme yerleri, gece eğlence yerleri, dinlenmek ve insanlar için rahat ortam, Altyapı iletişim, ulaşım kalitesi en üst düzeyde derecelendirilmiştir.

Tablo 4.244 Astana şehrinin avantajları

	Ortalama	Standart sapma
Doğal güzellikler	3,7962	4,24
Tarihsel özellikleri	4,1509	4,24
Jeopolitik yerleşimi	4,1509	4,24
Yerel yemek kültürü	3,8679	4,24
Tatil dinlenme tesisleri	4,0702	4,24
Coğrafi konumu	4,1132	4,24
Arazi olarak düz olması	4,0189	4,24
Turistik merkezi	4,3774	4,24
Çevresel kalite temizlik	3,9825	4,24

Yaşayan anketlerin sonuçlarına göre, Astana şehrinin en zayıf olduğu konular ise ikliminin sert ve çöl yerleşimi, arazi olarak düz olması.

Tablo 4.245 Astana şehrinin dezavantajları

	Ortalama	Standart sapma
Çöl ve yarı çöl bölgede yerleşmesi	2,0912	2,24
Sert İklimle sahip olması	2,1386	2,24

4.9.3. Astana Marka Şehir İmajının Oluşturmasına Yönelik Çalışmalar

“Bir şehrin imajı o şehirle ilgili tüm düşünce, fikir ve deneyimlerin bütünü olup kişiden kişiye değişen ve daha kişiye özel algılardır. İmajın kişiye göre algı olması ve her kişinin bir şehir hakkında farklı bir düşüncesi olması, çok boyutlu yani karmaşık bir yapıda olması ve hedef kitlelerinin farklı olması imaj üzerine yapılan çalışmalarda zorluklar yaratan unsurlar olmuştur. Bu unsurların yanında şehir imajı oluştururken tasvir ve takdir etme olmak üzere imajın iki temel boyutundan söz edilmektedir” (Fahri,2011:68)

Analiz çalışmaları ve araştırmalar Astana'nın eşsiz ve ayırt edici imaj öğelerine sahip olduğunu ortaya koymaktadır. “Astana'nın sahip olduğu imaj öğeleri, şehir markalaşması için yeterli midir?” sorusu, cevabı olması gereken en önemli hususlar arasındadır. Astana'nın imajının belirleneceği öğelere bakıldığında: şehir dışında yaşayanlarla yapılan anket çalışmasından anlaşılacağı üzere “Ülkenin tarihi, ekonomik, politik ve kültürel merkezi, modern şehir” sonucuna ulaşmaktadır. Kazakistan halkının verdiği cevaplardan Astana'nın

marka şehir olma yüksek bir potansiyele sahip olduğu anlatılmaktadır. Bu potansiyeli, politik, ticaret, sanayi, tarih, kültür, ekonomi ve turizmdir. Şehrin markalaşması için dışarıdaki ziyaretçiler ve yatırımcılar için de dikkat çekici özelliklerinin olması gerekmektedir. Bu bağlamda, önce potansiyeli yüksek olduğu düşünülen alanlar yatırımlar yapılarak, söz konusu alanın göstertilmesi ve bu alanların etkin şekilde tanıtımı ve son olarak geri dönütümün izlenmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir.

Astana şehrinin cazibe merkezleri kullanılarak oluşturulacak Astana şehir imajına, şehrin sahip olduğu yeni başkent statüsü ve modernliği, tarihsel zenginlikleri, ulaşım yerleşimi ve jeopolitik konumu, coğrafi konumu, turizmin gelişimi, Akmola-Karaotkel bölgesinin antik anıtları, Esil nehrinin kıyısında yerleşiminin olması gibi önemli avantajlar katkı sağlamıştır.

Günümüzde Astana bölgesi, VI-VII. Yüzyıllarda Karluk, Hun ve Kıpçakların yaşadığını Türk Kağanın bölgesiydi. Hunlar ve Kıpçak devletlerinin bölgenin askeri ve kültürel gelişim inde özel bir yeri vardır.

Tarihsel kanıtlara dayanarak Astana'nın kervan yolu boyunca stratejik olarak önemli olduğu, arkeolojik kazılar antik ülkenin zengin askeri-kişisel deneyimine dayanan ve Büyük Bozkır'da karşılıklı olarak uyumlaştırılmış bir yapı kültürünün bulunduğunu göstermektedir. Astana İpek Yolunda yerleşmiş Tangaysu (Don) - Volga - Orenburg -

Güney - Uralsk - Irgiz - Ustyurt - Tobol - Esil – Zaysan Akjol stratejik öneme sahip bir kenttir.

Astana'nın Sarıarka topraklarında Kanjıgalı dede Bögenbai yerinde ve geniş Kazak toprağının kutsal merkezinde ülkemizin yeni başkentinin oluşması, hem yeni kültürel ve bilimsel hem siyasi ve ekonomik geniş çevrenin, Kazakistan'ı güçleştiren ve güzelleştiren görkemli ve güçlü merkezin oluşması, tüm iyiliklerin ve parlak geleceğimizin görüntüsü tarihsel açıdan zengin bir kent haline getirmektedir. Kazakistan'ın bölgesel politikası, ulusal ekonominin en önemli ekonomik büyüme noktaları, ekonomik ve demografik potansiyeli olan perspektifli bölgelerin geliştirilmesi ve desteklenmesi dâhil olmak üzere rasyonel bir bölgesel örgütlenmenin oluşumu olan kentleşme ve aglomerasyon süreçlerini teşvik etmeyi ve geliştirmeyi hedeflemesi siyasi ve ekonomik açıdan perspektifli şehir haline getirmektedir.

4.9.4 Astana Şehrinin Soyut İmaj Unsurlar

Dünyadaki bütün önemli şehirlerin, fiziki unsurlarına ve sosyo-ekonomik ilişkilerin gelişmesine bağlı bir imajı söz konusudur (Karatepe,2001:177).

İmaj hedef kitlenin bir varlığa karşı algısını ifade etmektedir. Bireyin bir nesneye karşı tutumu, kurumlara ilgili geçmiş deneyimleri gibi birçok durum imaj algısını etkilemektedir. Herhangi bir varlığa karşı oluşmuş olumsuz imaj, bireysel düzeyde olsa bile bir grup tarafından

paylaşılabilir, yayılabilir nitelikte ögeleri içerir (Luque-Martinez vd. 2007: 338).

Kentler bu gibi olumsuz durumlarda algıyı olumlu yöne çekebilecek stratejileri, kendi gelişimleri ve rekabetçi yapılarını korumak için kullanmaktadır. Kent imajı çok çeşitli unsurlar tarafından şekillenmektedir (Derya Özilhan:2015:3).

Strateji uzmanı Simon Anholt: “Küçük köylerin bile, onlar hakkında biraz bilgiye sahip insanların gözünde marka imajları vardır. Hiçbir biçimde markaya sahip olmayan ülke, ancak hiç kimsenin adını bile duymadığı bir ülke olabilir’.

Bu hususta şehirlerin tanınmasını yani bilinirliğini sağlayan öğeler kentin imaj öğeleri olarak adlandırılmıştır.

Günümüzde Astana şehrinin nüfusunun sayısı yaklaşık bir milyondur. 2016'da Astana Kazakistan'ın nüfusu bir milyon geçen ikinci şehir oldu. Astana'nın Uluslararası finans merkezine dönüşümü, Orta Asya bölgesinin potansiyel bir finans merkezi haline getirmeye başlandı.

Dünyanın en entelektüel, modern şehirlerinden biri olan Astana, Avrasya'nın kültürel, bilimsel bir merkez olma kapasitesini gün geçtikçe arttırıyor.

1999'da UNESCO “Dünya Şehri” unvanını da kazanan Astana 2000'den beri Kazakistan'ın başkenti olmakla beraber Uluslararası Başkentler ve Büyük Şehirler Meclisinin bir üyesi olmuştur.

Astana şehrin markalaşması insan ve yönetim kalitesi, kültürel mirası, yatırım olanakları, turizm fırsatları ve dış ticaret kapasitesi gibi unsurlar çerçevesinde ele alınmaktadır. Verilere katılımcıların cevapların analiz edilirken şehrinin yedi tane İmajı Oluşumuna Etki Eden Unsurları öne çıkmaktadır.

Tablo 4.246 Astana şehrinin İmajı Oluşumuna Etki Eden Unsurlar

Doğal kaynakları	Esil Nehri, Tengiz - Korgalzhyn Orkestrası, Tengiz ve Korgalzhyn gölleri, İklim çok kıtasal, kışın uzun, soğuk, yaz orta derecede sıcak, siyah ve koyu kahverengi topraklar, Korgalzhyn Rezervi, Rezervde 331 tür yüksek katlı bitki, buğday, ıhlamur vb. yetişir. Doğa yaban hayatı açısından zengindir. 37 tür memeli var. 294 kuş, 3 sürüngen, 2 amfibi ve 10'dan fazla balık türü ve gölde pembe flamingo, doğanın en güzel kuşları var.
Genel Altyapı	Ulusal Tıp Holding, Tıp Merkezi Shipaly, Astana Tıp Merkezi, Shipager Sağlıklı Astana Merkezi, Medikal ve Sosyal Sağlık Merkezi, Aile Sağlığı Merkezi, Niet Kentsel Acil Tıp İstasyonu, Ulusal Anne ve Çocuk Sağlığı Araştırma Merkezi, Astana Uluslararası Havalimanı, Astana - Arkalyk - Turgai - Irgiz-Shalkar, Astana-Temirtau, Astana-Almati otoyolları, GPS İzleme Kazakistan, Omnicomm İttifakı KZ, TOO PRIME YAZILIMI, TOO DİNAMİK TEKNOLOJİLERİ iletişim hizmetleri.

Turizm Altyapısı	Modern parkı, Cumhurbaşkanlığı Kültür Merkezi Aquapark, Astana-Bayterek anıtı, Tulpar kulübü ve Kulager kulübü, Han Şatır, Barış ve anlaşma sarayı, Piramit, Akorda, Bağımsızlık Sarayı, Astana Tarih Müzesi, EXPO-2107.
Eğlence Yerleri	Sirk, sinemalar, spor merkezleri ve Kazakistan için yeni eğlence merkezleri - Tarihi ve etnografik karmaşık Kazakistan Haritası Atameken ve Duman oceanarium, kafe, restoran, sinema, spor salonu, tenis merkezi ve dükkân. Kazakistan Merkezi Konser Salonu, Oceanarium eğlence merkezi Duman, Atameken Etno-anıt kompleksi.
Kültür, Tarih ve Sanat	Altyn Zhurek (Altın Yürek) Anıtı, Astana Tarih Müzesi, Kazakistan Cumhuriyetinin İlk Cumhurbaşkanının Müzesi, . Hazreti Sultan Camii - Orta Asya'daki en büyük cami, Kazak devletinin ilk anayasası, "Zhety Zhargy" yi altı Alash'a getiren ve Üç yüzün yöneticiliği elinde olan Az Tauke Han'ın yazlık ikametgâhı altı Alaş'ın merkezi
Sosyal çevre	Yerel halkın misafirperverliği ve dostluğu, yaşam kalitesi, dil Kazakça ve Rusça.

Tablo 4. 247 Kentin Soyut İmaj Unsurları

	Ortalama	Standart sapma
Temiz	3,5702	3,25- 4,24
Güvenli	3,7105	3,25-4,24
Modern	3,8509	3,25-4,24
Gelişmiş	3,8895	3,25-4,24
Turistik	3,7719	3,25-4,24

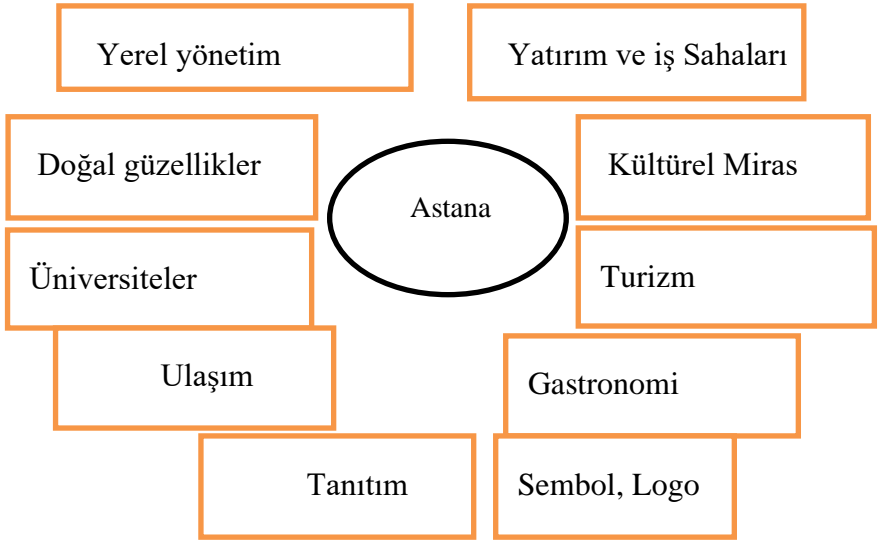
Astana şehri için 10 soyut imajdan en kuvvetli olanı şehrin “ Modern” ve “Gelişmiş yeni başkent” olarak algılanmasıdır. Sonra Astana şehrinin “Güvenli” ve “Temiz” imajlarına sahip olduğudur.

Astana'nın “özel imaj” faktörlerinden biri Sariarka topraklarında, geniş Kazak toprağının kutsal merkezinde ülkemizin yeni başkentinin oluşması, yeni kültürel ve bilimsel, siyasi ve ekonomik geniş çevrenin, vatanımızı güçleştiren ve güzelleştiren görkemli ve güçlü merkezinin “Modern başkent” oluşturmasıdır. Ekonomik ve demografik potansiyeli olan perspektifli şehrin turizme açılması sayesinde, çok yönlü üstünlükler ekle edilmesi muhtemeldir. Aslında Kazakistan halkının bu gerçeğin farkında olduğu bilinmektedir. 1998'de, UNESCO Deklarasyonunda Astana'nın “Barış Şehri” olarak tanıtılması ve madalya kazanması. Brezilya'daki Dünya Kupası'nda Astana'nın dünyadaki genç 12 şehir arasında en yüksek unvanı alınması. 1998'de Astana, WEPSA Uluslararası Serbest Ekonomik Bölgeler Birliği'ne üye olması, Astana'da uluslararası sempozyumları ve kongrelerin düzenlenmesi, Başkent, ünlü Japon mimarı Kisho Kurokawa'nın "Yaşam Prensibi" projesiyle inşa edilmesi, Yabancı Turist sayısı artması, Astana inşaatında doğrudan yabancı yatırımcılar çekilmesi, Astana'nın önemli Sanayi potansiyelinin artması, Dünya standartlarında eğlence tesisleri ve tesislerinin varlığı şehir imajının fark olarak gelişimidir.

4.9.5 Astana Model Önerisi

Astana şehir markası birçok unsur ve değişkenden oluşmaktadır. Astana şehri için oluşturulan modelde literatürde en çok adı geçen bileşenler yer almasına dikkat edilmiştir. Astana'nın markalaşması sürecinde üzerinde çalışılması gereken konular sınıflandırılarak oluşturulan model çerçevesinde ana hatlarıyla Şekil 4.1'de gösterilmiştir.

Şekil 4.1 Astananın Şehir Markası Modeli



Turizm: Astana şehri için önemli bir unsurdur. Şehrin sahip olduğu tüm değerler, turizm aracılığıyla markalaşma sürecine katkı sağlar. Astana şehri için turizm unsuru içerisine iş ve ticari, ekonomik ve siyasi aktivite kaynaklı etkinlikler de dahil edilebilir. Şehirde

gerçekleştirilen diğer aktiviteler de ayrıca şehir markasının inşası sürecinde ziyaretçileri şehre çekecektir.

Kültürel Tarihi Miras: Astana şehri için değerli bir unsurdur. Özellikle tarihi dokunun bozulmadığı sahalarda turizme, dolayısıyla şehre önemli katkılarda bulunan bir bileşendir.

Doğal Güzellikler; kendiliğinden oluşan bir unsur olduğu için bu alandaki çalışmalar, daha çok koruma ve tanıtma faaliyetleriyle sınırlı kalmaktadır. Astanadaki Esil nehri doğal bir güzelliğe sahip olduğu için markalaşma sürecinde ancak korunması ve çeşitli yollarla cazibe merkezi haline getirilmesi sağlanabilir.

Yatırım ve İş Sahaları; Astana'nın başkent olması ve coğrafi konum olarak Kazakistan'nın merkezinde bulunması doğrudan ve dolaylı olarak ticari faaliyetler unsuru üzerinde etkilidir. Astanaya ulaşım kolaylığı bakımından sahip olduğu avantajlar, sektörel yelpazeyi genişleterek mali hareketliliği artırmaktadır. Dolayısıyla, Astana'nın sahip olduğu avantajları sağlayarak elde edilen karı yatırıma dönüştürmeyi kolaylaştırmaktadır.

Üniversiteler: ülke ve uluslararası eğitim alınan kuruluşlardır. Bu nedenle ilgilendirdiği ve etkilediği insan sayısı da diğer eğitimin seviyelerine göre fazladır. Astana'da çok sayıda güçlü üniversitelerin bulunması markalaşma sürecine olumlu katkılar sağlayacaktır.

Yerel Yönetim; Astana şehri Belediyesi ve Astana Valiliği liderliğinde alt-üst yapı ve bürokratik konularda önem arz eden bir

unsurdur. Şehrin ulusal ve uluslararası iletişimini sağlayan yerel yönetime, markalaşma sürecinin karar ve uygulama noktalarında hayati görevler düşmektedir.

Gastronomi: Astana her yöreye has olan bir özelliği var yerli yemeklere sahiptir. Belli yöreye ait bir yemeği başka bir ülkede sunmak başarılı sonuçlanmayabilir. Astananın kuzeyde yerleşimi ve bazı  r lerin başka yörelerde üretmenin mümkün olmaması o ürünleri daha da değerli kılmaktadır.

Ulaşım: şehirde yaşayanların ve şehri ziyarete gelenlerin maruz kalmaktan kaçınamadığı bir unsurdur. Astana şehrindeki ulaşım toplu kuralları kolay ve hızlı hizmet sağlayan. Bu insanlar üzerinde olumsuz etki bırakmamış olur.

Sembol: şehirle özdeşleşen, şehrin adı söylendiğinde ilk akla gelen bir unsurdur. "Bayterek" Astana için bir önemli sembol konumundadır ve diğer bir algı ise sembolün şehre ait en değerli unsurların olduğu yönündedir.

Logo: Astana şehrin  zeti mahiyetindedir. Şehrin logosuna bakıldığında şehre ait değerlerin zihinlerde canlandırılması esas amaçtır. Astananın "Bayterek" logosu ve EXPO -2017 logosu örnek olarak gösterilebilir.

Tanıtım: şehir markalaşmasındaki tüm unsurları etkileyebilecek bir unsurdur. Eğer etkili biçimde uygulanırsa her alanda ilerleme sağlayabilir. Astana şehri ait değerlerini tanıtım vasıtasıyla gerçekleşir.

4.9.6. Astana Şehir Kimliğinin Oluşturması Çalışmaları

Astana Şehir kimliğinin oluşturması sürecinde: kente ait ayırmaç, amblem, sembol ve slogan gibi unsurlar yardımıyla hareket edilmesi gerekmektedir. Logo, iki ya da daha fazla karakterin sözcük halinde okunacak biçimde bir araya getirilmesiyle oluşturulan ve bir ürün, hizmet ya da işletmeyi tanıtan simgedir. Diğer bir ifade ile ayırmaç, işletmeyi temsil eden, özelliklerini yansıtan, anlam yüklü ve özel tasarlanmış biçimler olup, bir şehrinin markasının en önemli bileşenlerinden biridir.

Aslında, ayırmaç ve marka arasında belirgin bir ayrım vardır. Logo işletmeyi görsel olarak temsil eden bir unsurdur. Marka ise işletmenin veya ürünün adı niteliğinde olup, somut ve soyut her şeyi içerir. Logoların oluşumunda rol oynayan ve tasarımı dikkat edilmesi gereken bazı unsurlar söz konusudur. Marka, ayırmaç, simgeler basit, kısa, kolay söylenebilir ve kolay okunabilir olmalıdır. Marka isimlerinin etkili grafik ve logolar ile desteklenmesi de son derece önemlidir.

Astana Şehir markası oluşturmasında ve şehir markasının tanıtılmasında en çok kullanılacak olan sembol, ayırmaç ve slogan gibi araçlara bulunması gereken unsurlarla ilgili öngörüler yer almaktadır. Logo ve slogan bir vadin işareti olarak değerlendirilmektedir. Bir markanın bilinirliğinin oluşması ve farklı olabilmesi bir ölçüde logonun işlevini yerine getirmesine bağlıdır.

Marka isimleri özellikleri: (Taşkın,2018:38)

- Kısa ve sade olmalı

- Kolay hecelemeli ve okunmalı
- Kolay fark edilmeli ve hatırlanmalı
- Kolay telaffuz edilmeli
- Birden fazla telaffuzu olmamalı
- Ürünün faydalarını anımsatmalı
- Günceliğini korumalı
- Her türlü reklama uymalı
- Yasal olarak marka haklarına uygun olmalı.

4.9.7. Astana şehri için Logo ve Slogan Oluşturma Çalışmaları

Şehir markası oluşturulmasında büyük öneme sahip olan ayırmaç oluşumuna aittir. Bir ayırmaç “şirket, organizasyon veya marka için kalıcı bir sembol olarak kullanılan grafik tasarım” olarak tanımlanmaktadır. Yönetim sosyolojisi ve imgeleolojisi alanında uzman V.M. Shepel şu tanıımı yapar: Resim - medya, sosyal grup tarafından yaratılan bireysel görünüm veya bir bireyin kendine dikkat çekmek için kişisel çabaları Pazarlamacı F. Kotler imajı “şirketin veya ürünlerinin toplum tarafından algılanması” olarak tanımlamaktadır Logo üzerinde temsil edilebilir: ülkenin bayrağı, ülkenin adı, bu ülkenin doğasının nesnelere sembolik görüntüleri. Şekil 1’te Turistik ayırmaç örnekleri gösterilmektedir.

Resim 4.1 Turistik ayırmaç



Son dönemlerde, dünyadaki şehirler gibi Kazakistan'daki kentlerde logo ve slogan oluşturma anlamında önemli adımlar atılmıştır. Logonun tanımı, bir turist ürününün marka kavramı: açık avuçlardan (bir mavi, diğer parlak altın), Bayterek prototipi yükselir (Şekil 8).

Bayterek'in tepesinde altın renkli bir top var - dünyanın ve güneşin prototipi, güneşin ışınları dünyadan geliyor. Avuç içi altında yazıt aşağıdadır: Avrasya Kazakistan. Kazakistan, Avrupa ve Asya sınırlarının geçtiği, coğrafi olarak merkezi Avrasya ülkesidir. Jeopolitik konumunda Kazakistan, din, ekonomi ve politika alanındaki bir "komütatör" değerlerini taşımaktadır. Slogan: Kazakistan – misafirperverlik ülkesi (Kazakistan - misafirperverlik ülkesi). Logonun tanımı, bir Turist ürününün marka kavramı: uzanmış ellerde konmuş seli ulusal Kazak kabı.

Resim 4.2 Kazakistan logosu



Yukardaki örneklerde görüldüğü gibi şehirlerin logolarında genel olarak canlı renkler ve akılda kalacak ifadeler kullanılması dikkate çekmek açısından önemlidir.

Astana şehrinin logosunda Astana şehri ve Kazakistan için önemli olan Bayterek – bulunur. “Bayterek” kelimesinin anlamı, Kazak halkının hayatında yeni adımların sembolü olarak cumhurbaşkanının sağ elinin baskısıyla yapılan ve sanatsal bileşim anlamda “Ayalı alakan” (Şefkatli el), 1997 yılının sembolü, yani Cumhuriyetin yeni başkent olması nedeniyle 97 metre yükseklikte yapılmıştır. Anıtın merkezinde tüm dinlerin birliğini simgeleyen dünyanın 17 dininin temsilcileri tarafından imzalanan ahşap küre yerleşmektedir. “Bayterek” konumu ve bileşim yapısı efsanelere göre, dünyanın birleştiği yerde aktığı Dünya nehrinde eski göçebelerin kozmogonik fikirlerini ifade etmektedir. Onun kıyısında Hayat Ağacı, kökleriyle yeri tutan ve gökyüzüne ilerleyen Bayterek yerleştirmiştir.

Resim 4.3 Astana şehrinin logosu



Astana şehri markalaşması amacıyla oluşturulan slogan, logolar her zaman sonuçlar vermeyebilir. Bu yüzden şehir kimliğinin oluşturma çalışmalarında başarı sağlanması için etkili, verimli, sistemli ve uzun soluklu tanıtım faaliyetlerin yapılması gerekmektedir. Logo ve slogan markalaşma için değil şehirdeki değişim ve dönüşüm sürecini benimsetmek açısından da anlamlıdır. Bu sebeple, Astana şehrinin logosu sadece tanıtma yönelik faaliyetlerde değil kente bulunan kurumlar tarafından kurum sembollerinde de kurulması gerekmektedir.

4.9.8 Astana'nın "Marka Şehir" Ölçütleri

Astana şehri Avrupa ve Asya'yı, Sibiryaya ile Oral nehrini ve Orta Asya'yı birbirine bağlayan Büyük İpek Yolunun Kuzey tarafında konumlanmış tarihi bir bölgede yer almaktadır. VI. VII. yüzyıllarda Karluk, Hun ve Kıpçakların yaşadığı Türk Kağanlık bölgesi olan

Astana tarihi, ekonomik, politik, stratejik ve kültürel açıdan da büyük öneme sahiptir.

1. Gerçek Kültür

Astana, yerel geleneklere ve zengin mutfak kültürüne, tarihi ve mimari anıtlara, kültürel ve milli sanatlara sahip bir şehir olarak ön plana çıkmaktadır.

2. Modern başkent

Astana her gün büyüyen ve gelişen bir şehirdir. Şehirde, tiyatro ve müzeler, eğlence, ibadethaneler, uluslararası standartlara uygun modern binalar, tesisler, İşbirliği ve Anlaşma merkezi, Piramit, Akvaryum, Bayterek ve Hanşatr gibi yapılar şehir turizmine büyük katkı sağlamaktadır.

3. Konforlu ve güvenli Şehir

Astana temiz, sessiz, üretim ve ulaşım altyapısına sahip bir şehirdir.

4. Ülke merkezi

Astana şehri Kazakistan Cumhuriyetinin başkenti ve siyasi, idari, bilimsel ve kültürel merkezi.

5. Çevre dostu şehir

Astana saf su, temiz hava, verimli topraklar, yoğun orman, beyaz kar, çevre dostu endüstriyel şehir.

4.9.10. Astana'nın Tanıtım Faaliyetleri

Astana'nın markalaşmasının en etkili yolu olan tanıtım çeşitli yollarla yapılmaktadır. Ülkelerin markalaşmasının şehirlerin markalaşmasından ayrı tutabilecek bir durumu yoktur. Sovyet döneminde Kuzey Kazakistan Ekonomik bölgesinde yerleşmiş Astana'nın şanssız bir şehir olduğu düşünülmektedir ve turizm potansiyelini canlandırmak üzere devlet tarafından önemli bir yatırım da yapılmamıştır. 1991 yılı Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği yıkılışından sonra aradan 6 yıl geçtikten sonra Cumhurbaşkanımız Nazarbayev'in kararnamesiyle ülkemizin başkenti Almatı'dan Astana'ya taşınması, Astana olarak değiştirilmesi, çok az zamanda yeni bir şehri yaparak gerçekleştirilmiştir. 1997 yılı hükümet kararından sonra Astana şehri Kazakistan Cumhuriyetinin geliştirdiği ülkenin ekonomik stratejisinde önemli yer aldı. Astana'nın başkent olarak güçlü yönlerinden destek alarak bu şanssız durumunun üzerine gitmesi ve avantaja çevirmesi gerekmektedir. Bunun için gerekli Altyapı faaliyetlerinin ve yatırımların ardından etkili tanıtım stratejileriyle şehrin reklam ve tanıtımının yapılması gerekmektedir.

Reklam "insanları gönüllü olarak belli bir davranışta bulunmaya ikna etmek, belirli bir düşünceye yöneltmek, dikkatlerini bir ürüne hizmete, fikir ve kuruluşa çekmeye çalışmak, onunla ilgili bilgi vermek, ona ilişkin görüş ve tutumlarını değiştirmelerini veya belirli bir görüşü ya da tutumu benimsemelerini sağlamak amacıyla oluşturulan; iletişim araçlarından yer ya da süre satın almak yoluyla sergilenen ya da başka

biçimlerde çoğaltılıp dağıtılan ve bir ücret karşılığı oluşturulduğu belli olan (diğer bir deyimle parasal destek sağlayan kişi ya da kuruluşların kimliği açık olan) duyuru” dur.

Günümüzde gelişen teknolojinin de yardımıyla Astana şehrinin tanıtımı için televizyonlar ve radyo, basın, internet sitelerinde belirli bir seviyeye ulaşması için gerekli çalışmalar yapılmalıdır. Ulusal ve ulusal arası medyanın ilgisini çekecek çeşitli aktivelere de yapılması gerekmektedir.

Televizyon reklamları genellikle 15 saniye ile iki dakika arasında değişen kısa, görsel açıdan açıklayıcı filmlerdir. Bilinirlik yaratan işimler ve görsel ise tısm için uygun bir mecradır. Astana şehrinin tanıtımı için dizi ve film yapımcılarının şehire davet edilmesi ve çeşitli yollarla temas kurulması sağlanmalıdır.

Radyo reklamları, işitsel olmaları dışında televizyon reklamları ile benzeşirler. Radyo reklamları televizyon reklamlarından daha az maliyetlidir. Yerel kapsama açısından daha etkilidir. Bu araç dinleyicileri mesajı kıllarında canlandırmaya iter ve tüketici ile kuvvetli bir bağ kurulmasını sağlar.

Basın yayın dergileri, bültenler ve gazetelerdir. Yüksek güvenilirlik. Yayına göre iyi genel coğrafik kapsama. Gazeteler sürelidir, dergiler yüksek kalitelidir ve daha uzun raf ömürleri vardır.

Bununla birlikte Astana'nın tanıtımı için profesyonel bir internet sitesi yapılması ve şehirdeki kurumların internet sitelerinin tamamında bu sitenin reklamının yapılması gerekmektedir. Bu site aracılığıyla:

Astana'nın ziyaret etmenin, Astana'da yaşamının ve Astana'ya yatırım yapmanın ne derece ayrıcalıklı bir durum olduğu paylaşımlarla anlatılmalıdır. İnternet sitesinin sadece Astanalılara, ya da Kazakistan'da yaşayan, merak edenlere değil, yurtiçi ve yurtdışındaki tüm insanlara da yönelik olmalıdır. Onun için farklı diller için seçeneklerinin alınmasının, yurtdışında ulaşılmak istenen ziyaretçi ya da yatırımcı kitlesi üzerinde yapılacak faaliyetleri kolaylaştıracağı düşünülmektedir.

Astana tanıtımına yönelik için doğrudan pazarlama reklamı bilgilendirme reklamı veya tele – pazarlama yolu ile yapılabilir. Hedef pazar kesitinde doğrudan müşterilere odaklanmış reklam iletişimidir. Kısa vadeli promosyonlar veya kısa süreli indirim teklifleri için iyi bir araçtır ve kısa vadeli satışlarda keskin artışlar sağlayabilir. Hedef kitle duyarlılığı yüksektir.

Astana tanıtımı için en önemli reklamlar takım ve organizasyon sponsorluğudur. Spor takımı, konferans, ticari şov veya fuarlar, diğer büyük organizasyonlara pazarlama bütçesi yatırmak veya destekleyici olmak belli organizasyonlarla destekleyici hedef kitle tarafından görünürlük sağlar. Sponsor, çok tanınan bir marka ya da oluşumla ilişkili olmaktan faydalanabilir ve güvenilirlik sağlamaya yardımcı olur.

Astana tanıtımına yönelik için konukseverlik müşterileri ve diğer VİP' salonları eğlendirmek için kiralamak önemlidir. Bu yaklaşımın yüksek görünürlüğü konferans ile ilgili olabilir. En iyi müşterilerle

ilişkileri güçlendirmek, onlara teşekkür etmek ve ödüllendirmek amaçlı kullanılabilir. Hatırda kalır, mekânlar müşterilerin sabırsızlıkla bekledikleri popüler bir gelenek haline gelebilir. Bu faaliyetlerin yapılabilmesi için, şehirde nitelikli ve profesyonel alt yapıya sahip konaklama tesislerinin bulunması gerekmektedir ve şehirde “dört yıldız” ve “beş yıldız” standardında oteller yapılması gerekmektedir.

Astana için önerilen politika: kendi doğal ve tarihi değerlerini gün yüzüne çıkabilecek hale getirdikten sonra, bu araçlar vasıtasıyla bir tanıtım kampanyası başlatılmasıdır. Bu politikadan sonuç alınabilmesi için Açık hava reklamları billboardlar, duvar tabelaları, sandviç tabelalar, sokak tabelaları, bannerlar, harici elektronik ekranlardan kullanılması gerekmektedir. Özellikle yoğun trafiğin olduğu kalabalık yerlerde veya şehir yoğunluğunda görünürlük yüksektir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, küreselleşme sürecinde şehirlerin markalaşması ve “Marka Şehir” olarak Astana’nın Kuzey Kazakistan ekonomisi ve kalkınmasına etkisini incelemektir.

Günümüzde, markalaşma sürecinin ekonomik ve toplumsal vizyonunda kentsel sorunlara çözüm arayışları giderek artan bir öneme sahiptir. Şehir markalaşması, uzun soluklu ve karmaşık bir süreçtir. Bu süreçte olumlu sonuçlar elde edilebilmesi için gerekli yatırımların yapılması, etkili ve verimli bir şekilde tanıtılması, eksikliklerin giderilmesi için düzgün işleyen bir kontrol mekanizmasının çalıştırılması, geri dönüşlerin alınması, sürecin değerlendirilmesi ve alınan sonuçlara göre yeni dönem için hazırlık çalışmalarının yapılması gerekmektedir.

Son yıllarda küreselleşen dünyada yaşayan nüfusunun yarısından fazlası şehirlerde yaşamaktadır. Birleşmiş Milletler, kent nüfusunun 2030’a kadar %61 büyüyeceğini ve kentlerde yaşayan insan sayısının 5 milyar kişi artacağını tahmin etmektedir (World Tourism Organization, 2012).

Küresel hareketler ve sermaye akımları, birçok kentin ve bölgenin ekonomik ve sosyal yapısını değiştirmektedir. Markalaşmış küresel kentler, hem turizm sektörünün gelişimini sağlamakta hem de kamu ve özel sektörün rekabet gücünü arttırmaktadır.

Küreselleşme bir yandan merkezileşmeyi artırırken, diğer yandan da sosyo – ekonomik alanda benzeşme de arttırmakta.

Küreselleşme olgusu küresel bazda etkin olan “dünya kentleri” kavramını da beraberinde getirmiştir. Uluslararası rekabetin yerini, kentlerin rekabetine bıraktığı bu süreçte kendini iyi tanıtabilen kentler ön plana çıkarak kalkınmanın nimetlerinden yararlanırken, rekabet edemeyen diğer kentler ise geride kalmaktadır. Küreselleşme çağında kaçınılmaz olan kentler arası yarışları kentlerin küresel birer marka olarak rekabetlilerini büyük ölçekli politikalar uygulamayı beraberinde götürmektedir. “Uluslararası bir marka olma” çabaları kentler için Uluslararası bir kimlik ile sabit sermaye yatırımlarını ve ulaştırma, turizm, kültürel etkinlikler gibi dolaşımdaki sermayeyi çekmek, bir ekonomik kalkınma stratejisi haline gelmiştir.

Günümüzde gelişmiş ya da gelişmekte olsun dünya genelindeki birçok şehirlerin markalaşması için turizm önemli bir ekonomik faaliyet olarak kabul edilmektedir. Bir şehrin markalaşması için önemli olan ölçütü yurt içinde marka olması için en az 5-10 milyon, dünya çapında markalaşması için 20-30 milyon civarında Turist gelmesi gerekmektedir.

Turizm ülke ekonomileri üzerinde mikro ve makro olmak çeşitli etkilerinin olduğu görülmektedir. Dış etkenlerden etkilenmemek ve cazibe merkezi olmak için güçlü marka şehirler inşa edilmelidir. Uluslararası turizm dünya dış ticaretinin önemli kalemleri arasındadır. Turizm birçok ülke için en fazla döviz sağlayan sektör ve kalkınmanın

önemli kaynağıdır. “Marka Şehir” son yılların en gözde düşüncelerinden biri haline gelmiştir. Marka şehirler, şehir sakinlerinin hem sosyal hem de ekonomik standartlarını yükseltecektir. Şehirler, pazarlamaya konu birer üründür. Üründen faydalanan müşterilerinin memnuniyeti esastır. Şehirlerin özel, doğal ve tarihi özellikleri, fiziki yapıları, altyapıları şehir pazarlamaya konu olabilecek bir üründür.

Bu çalışmada Astana şehrinin markalaşması ve “Marka Şehir” olarak Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinin kalkınmasına etkisi, Astana şehrinin toplumsal imajının belirlenmesine yönelik yapılan analizde başlıca şu sonuçlara ulaşılmıştır.

Astana yeni başkent statüsü ve modernliği, tarihsel zenginlikleri, ulaşım ve yerleşme jeopolitik durumunun önemi, turizm potansiyeli, Akmola-Karaotkel bölgesinin antik anıtları ile Esil nehrinin kıyısında yerleşimi gibi önemli özelliklere sahiptir.

Astana tarihi yerleşimi olarak Akjol İpek Yolunda yerleşmiş Tangaysu (Don) - Volga - Orenburg - Güney - Uralsk - Irgiz - Ustyurt - Tobol - Esil – Zaysan Akjol stratejik öneme sahip bir kenttir.

Astana Sarıarka topraklarında Kanjıgalı Dede Bögenbai yerinde ve geniş Kazak toprağının kutsal merkezinde ülkemizin yeni başkent statüsü, modern ve güçlü merkez şehridir.

Astana, tüm iyiliklerin ve parlak geleceğimizin görünümü tarihsel açıdan zengin bir şehir olmasıyla Kazakistan’ın bölgesel politikaları

ve ulusal ekonomisinin en önemli ekonomik büyüme noktalarından biridir.

Astana ekonomik ve demografik potansiyeli olan Kuzey Kazakistan ekonomik bölgesinin geliştirilmesi ve desteklenmesi dâhil olmak üzere rasyonel bir bölgesel örgütlenmenin oluşumu olan kentleşme ve aglomerasyon süreçlerini teşvik edildiği ve geliştirildiği siyasi ve ekonomik açıdan önemli şehirdir.

Astana temiz, sakin, güvenli bir kent imajına ve turistik gelişmiş Turistik özelliklere sahiptir.

Astana'nın "Marka Şehir" adıyla öne çıkan marka özelliklerinin özgün imajını oluşturduğu ve Astana'nı rakip destinasyonlardan farklılaştıran özelliğinin marka şehir olduğu kabul edilmektedir.

Marka yönetimi açısından Astana'nın bilimsel imajını belirleyen bu faktörler daha güçlü ve olumlu bir destinasyon marka imajı için dikkate alınması gereken faktörleri işaret etmektedir. Bilimsel imaj bileşenini oluşturan faktörler; Astana'nın jeopolitik durum kolaylığı, coğrafi konumu, turizm geliştirme geleceği, Akmola – Karaotkel bölgesinin antik anıtları, doğal özellikleri, yerel üretim ve ürünler, kentsel çevre kalitesi, Turistik çekicilikler, eğlence ve gezi imkânları, Turistik altyapı, Turist deneyimi kalitesi ve çevre duyarlılığı olarak belirlenmektedir. Bu unsurlara sahip şehir Astana'nın daha iyi pazarlanması gerekmektedir. Turizm konusunda ülke çapında bilinen markalar, yeni ürün konusunda endüstriyel üretim ve marka oluşturma çabaları, Uluslararası ihracat için yapılan pazarlama çabaları tarihi

tesisler için yapılan tanıtım çabalarının gün geçtikçe olumlu şekilde geliştiği görülmektedir.

Astana'nın pazarlanabilecek bu unsurlar yanında, üniversite, tarihsel zenginlik, ulaşım kolaylığı, meşhur yemekleri karakteristik yapıya sahip bir kenttir. Bu unsurları kullanarak daha olumlu bir kent imajı oluşturmak mümkün görünmektedir. Dahası bu unsurların birlikte değerlendirilmesinden oluşacak görevdeşlik ile kent daha büyük bir cazibe haline gelebilir.

Astana ile ilgili algıların kaynaklarına bakıldığında kulaktan dolma, ya da belirli bir kategoriye dâhil edilemeyen bilgi kaynaklarının yüksek bir oranda olduğu görülmüştür. Astana için imajının oluşturması için kitap, broşür, çok az etkilerken, onun için Astana şehrinin kendine özgü ve olumlu tutum oluşturucu olaylarla medyada daha fazla yer alması gerekmektedir. Ayrıca Astana'yı temsil ettiği düşünülen ünlü kişilerin Astana'ya olumlu imaj sağlamada yetersiz kaldığı da gözlenmiştir. Bu tür çalışmaların ve verilerle analizler yapılması durumunda kentin imajının olumlu ya da olumsuz yönde değişip değişmediğini ve bu değişimi nedenleri üzerinde durmak mümkün olabilecektir. Böylece kent paydaşlarının kentin marka imajını iyileştirmek için 'hangi değişkenler üzerine daha fazla eğilmelidir?' sorusunun cevabı güncel ve gerçekçi biçimde vermiştir. olacaktır.

Araştırma kapsamında Astana'nın ziyaretçi gözüyle değerlendirilen genel özellikleri, bilimsel imaj, ziyaretçilerin Astana'ya karşı hissettikleri duygusal imaj ve Astana'nın rakip komşu markadan

farklılaştırılan ve özel marka kimliği olarak benimsenen “Marka Şehir” felsefesinin ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığı ise özgün imaj olarak işlevselleştirilmiştir.

Şehir markasının oluşturmak uzun dönemli ve maliyetli bir süreçtir. Başarılı sonuçların alınması halinde en çok faydayı şehir sakinleri elde edeceği için şehir yönetimin marka şehir konusunda şehir sakinlerini ikna etmeleri büyük önem taşımaktadır. Önerilen marka şehir modeli ile Astana'nın rekabetçi bir konum elde etmesi ve sahip olduğu özellikler ile dünya genelinde marka şehir olarak konumlanabilmesi amaçlanmaktadır. Astana'nın marka özelliklerini geliştirmek için Astana'ya özgü projeler, amaç ve bütçe çerçevesinde öncelikle dirilerek hazırlanmalıdır. Her şeyden önce uzun vadeli bir bakış açısıyla şehir planlaması ile yapısal reformlar tasarlanmalıdır.

Gelecekte şehir sakinlerine marka bilinci hususunda eğitimler verilmelidir. Astana'nın yaşayan tarih ve zengin kültürel mirası üzerine konumlandırılması ve hedef kitleyi etkileyecek yurtiçi ile yurtdışı tanıtım çalışmaları ve konferanslar yapılmalıdır. Diğer şehirlerden farklı olduğunu göstermek amacıyla Astana'ya has, merak uyandıran, tarihiyle bağlantılı efsaneler oluşturulmalı ve iletişimi sağlanmalıdır. Farkındalık oluşturarak ziyaretçilerin ilgisini çekmek ve şehrin imajını güçlendirmek amacıyla Uluslararası kültür, sanat ve spor, reklam organizasyonlarına ev sahipliği yapılmalıdır. Pazarlama stratejisi geliştirmek için her yıl ziyaretçilerin bilgileri toplanarak analiz edilmelidir.

Bügünü ve yarını birleştiren uyum kent markalığının temel taşıdır. Kentler markalaştırırken: kent güçlü, olumlu ve farklılık yaratan yönlerinin bir marka olarak öne çıkarılması gerektiği vurgulanmaktadır. Şehrin gerçekten bir marka değeri varsa, bir adım atılmış olur ve o marka niteliğinin sürekliliği ile anlamlıdır.

KAYNAKÇA

- ABDİEVA, K. (2003). Kazakistan bölgelerinin statistikasi, Almatı: “Kurenov” yayın evi.
- ABSAMETOV, M. (2007), Elorda, Egemen Kazakistan Dergisi, 12 (1-2), 6.
- AHMETOVA, K. ve KARMENOVA N. (1994) Kazakistannın ekonomikalık jane aleymettik geografıyası, Almatı: Atamura.
- AK, M. (2011) “Marka Yönetimi ve imaj”. Istanbul:Kültür Sanat Basım Evi.
- AKAYIN,K (2004) Küreselleşmenin Kentsel Politika Üzerine Etkileri, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, AÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- AKKAYA,E. (1999) "Marka İmajı Bileşenleri, Otomobil Sektöründe Bir Uygulama", 4.Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiriler Kitapçığı, 18-20 Kasım Hatay.
- AKPINAR R ve TARÇI K.(2011) Bölgesel kalkınma politikaları. Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- AVCILAR,M ve KARA,E (2015) Şehir Markası Kavramı ve Marka Şehir Yaratma Stratejilerine, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, s 34. Muğla.
- AYDIN, A (2008) İktisadi Açıldan Bölgesel Dengesizlik: Mardin ili Örneği, e –sosder Dergisi, Bahar cilt 7, sayı 24, s 305-306

- BAYRAMOĞLU S,(2005) Türkiye’de Bölgesel Politikaların Gelişimi, Bölge Kalkınma Ajansları Nodir, Paragraf Yayınevi, Ankara, s 38.
- BERTHON, P. and Pitt, L.F. (1999). Brand Management Prognostications. Sloan Management Review, 40(2).
- BEYSENOVA A, (2001) İstorişeskiye osnovi geografişeskih Issledovani Kazakhstana, Almatı, KazgosİNTİ.
- BIÇERLİ, M. (2011). Çalışma Ekonomisi. İstanbul: Beta Basım Yayıncılık. 6. Basım
- BOUDEVİLLE, J (1973) Problems of Regional Economic Planning, University Press, Paris, France, s 194
- BOZ, H. (2001). Kitle iletişim araçları ve suskunluk sarmalı. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi, 32(1-2), 41-48.
- BOZKURT, Ö ve SEZEN, T (1998), Kamu Yönetimi Sözlüğü, TODAİE, Yay. No 283, Ankara, 38
- BRASCHE U (2001) Avrupa Birliğinin Bölgesel Politikası ve Türkiye’nin Uyumu, İktisadi Kalkınma Vakfı Yayınları, İstanbul. 13
- ÇAĞATAY, Ü ve SEZGİN, M (2007). Turizm Pazarlaması, İstanbul: “LiteraTürk” Nüve Kültür Merkezi.
- ÇERÇİ, A (2013). Destinasyon Markalama ve Yavaş Seferihsarın Destinasyon Marka İmajı, Yüksek lisans Tezi, Ankara

- ÇİFTÇİ, H (2018) Destinasyon Pazarlamasında markalaşma ve markalaşma yolunda Şanlıurfa kent imajı, Çankaya, Ankara, s 30-100
- DERGAŞEV, B (2004) Regionovedeniye, – M. YNİTİ – DANA, s 362-409
- DİNLER, Z. (2001) Bölgesel İktisat, Ekin Kitap evi Yayınları, Bursa, s 77
- DOĞANAY, H (1993) Goğrafya'ya Giriş 1. İkinci baskı, Gazi Büro Kitabevi, Ankara.
- DPT: Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu (2000) 7. DPT: Bölgesel Gelişme ÖLK Raporu,Ankara:VIII. BYKP Yayın No: 2502-523.
- DUBLEİKOVSKİ, V. (2014) Razrabatıvaem brend goroda, Praktika munsipialnogo upravleniya Dergisi №2, s 42-54
- DUYUSKİN,V (1986) Ekonomiko-geografiseskoe rayonirovaniye Kazakhstana, Almatı, Nauka, s 196
- ELEMESOVA, A (2002) Nasyonalniy sostav naseleniya Respubliki Kazakhstan, Ekonomika i statistika, No 3
- ERAYDIN, A (2004) Bölgesel kalkınma kavram, kuram ve politikalarında yaşanan değişimler, Kentsel Ekonomik Araştırmalar sempozyumu, PAÜ, Denizli, s 126-146
- ERDAULETOV, S (2000) Geografiya turizma, Almatı: Atamura.

- ERİCSON, B ve ROBERTS, M (1997) ."Marketing Local İdentity "
Journal OF Urban Design: Feb97, Cilt no: 2,Sayı:1.
- ERKAL, M. (1978) Bölgearası Dengesizlik ve Doğu Kalkınması, Sami
Yay.
- ERKAN, A (2010) Sosyal Medya Pazarlaması, Çankaya/Ankara.
- ERKAN, F (1996) "Dünya Kentleri ve Uluslararası Kentler: İstanbul",
İstanbul:Toplum ve Bilim, Sayı: 71.
- FELK, L. ve BELESKAYA, N. (1997) Poşvi Severo- Kazakistanskaya
oblasti, Almatı: Atamura.
- GLADKİ, N (2010) Regionovedeniye, Irkutsk, İGU Yayınevi.
- GOLİK, L ve LAPŞİN, A. (2014) Regionalistika, İrkutsk, İGU
Yayınevi.
- GOLİKOV,N ve DVOSKİN V (1989) Problemi rasseleniya naseleniya
Kazakhstana, Alma-Ata, Atamura.
- GRANBERG, A (2010) Osnovi regionalniy ekonomiki, Moskova,
MGU,2.Baskı Yayın.
- HOOVER,E ve GIARRATANI, F (1984) Anİntroduction of Regional
Economics, Thind Edition, Alferd A. Knoop, New York, s 2-3
- ISARD,W. (1975) Introduction to Regional Science. Englewood Cliffs,
N.J: Prentice-Hall. Isard, Walter.

- ISARD,W and REİNER, T (1961) Regional and National Ekonomik Planning and Analytic Techniques for Implementation, regional economic planing. OECD, Paris.
- İLDİRAR,M (2001) Bölgesel Kalkınma ve Gellisme Stratejileri, Ankara, Nobel Yayınevi.
- İMANKIZI, N (2011) Astana – Akorda, Astana: Okuluk Yayınevi.
- JOHN,A. (2011). Rekabetçi Başarı, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- KAHARMAN,A (2014). Bölgesel kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama ve Bölgesel kalkınma Ajantajları, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl 4, sayı 7, s 276
- KANO,H (1996) ."Urbanization in Post-revolution İran' The Developing Economies, 34(4), 424-446
- KARİMOVA, Z (2000) Ekonomika Kazakhstana v XX veke: osnovnie etapi itogi razvitiya, Ekonomika Istatistika, No 4
- KARMENOVA, N (2005). Kazakistanın oblastar ceografyasi, Almatı, Atamura.
- KARMENOVA,N (2010). Kazakistan'ın ekonomik ceografyasi, Almatı, KazmemkızPU
- KHOSİMBAEV N ve AZUBAEV N (1998).“İstoriya Akmola”, Almatı, Jeti Jargı
- KHRAPUNOV, V (1999) Kazakistan'da ekonomik reformun bölgesel yönleri. Almatı: "Bilim",

- KORALEVA, T ve KAYIRBEKOV, M (2017) Astana Arhitektorni putovoditel, Folingat, Astana.
- KOZAK, N ve KOZAK, M. (1997).Genel Turizm, Ankara: Detali Yayıncılık.
- KOZHAHMET M (2006) Kazakistan Respublikasının ekonomikalik jane aleymettik geografysai, Karaganda.
- KUZNESSOV L (1993). Kratki Istorisheski oşerk Akmolinskaya oblast, Almatı.Jalın.
- LAVS, E (1991). Tourism Marketing: Servise and Ouality Manegement Perspectives. İngiltere: Stanley Thornes Ltd.
- MAJİTOV, M (1998). Akmola – Astana, Ahikat Dergisi, №5, s 3-21
- MANSUROV, T (2004). Kuzey Kazakistan Bölgesi, Almatı, Arıs, s 7-25
- MENGİ, A ve ALGAN N (2003) Küresselleşme ve Yerleşme Çağında Bölgesel Sürdürülebilir Gellisme, Syasal Kitabevi.
- MENGİ, A (1998) Avrupa Birliğinde Bölgeler Karşısında Yerel Yönetimler, İmaj yayınevi, Ankara.
- POLATKAN, T (1968) Bölgesel Gelşme Politikası. DPT, Ankara, s 20.
- NAZARBAEV, N (1997). Kazakistan – 2030, Bilim, Alnatı, s 176
- NAZARBAEV, N (2003) Problemi rosta i razvitiya: Poslaniye Prezidenta narodu Kazakhstana, Kazakhstanskaya pravda, 5 aprel.
- NAZARBAEV, N(2006). Avrasya Juregimde, Astana.

- NISANBAEV, A (1998) Kazakistan Ulttik Ensiklopediyası, Almatı, a 487-479
- NURGALYEV R (1995) Akmola Ensiklopedisi, Atamura, Almatı.OLALI, H.(1990). Turizm Politikası ve Planlamasi. Istanbul: I.Ü.Isletme Fakültesi Yayınları, s 228.
- OZAN B ve. KOZAK M(2010). Turizm ekonomisi, Detay Yayıncılık, 1. Basım, Ankara.
- ÖZDEMİR, Ş (2009). Kent markası ve marka imajının ölçümü: Afyonkarahisar kenti imajı üzerine bir araştırma, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi,113-130
- ÖZYURT, Cevat (2005), Küreselleşme Sürecinde Kimlik ve Farklılaşma, Açılım Kitap, İstanbul.
- PERRY,A, ve David,W (2003). Markanın DNA'si, Eşsiz ve Dayanıklı Markalar Yaratmanın Kuralları. Çeviren: Zeynep Yılmaz, Mediacat Kitapları, İstanbul.
- PHİLLİPS, D (2011) İsmi Marka Halı, İstanbul, s156.
- RAPOR, Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi 2014-2023, (2016), "Daha Dengeli, Topyekün Kalkınma", T.C. Kalkınma Bakanlığı.
- RAPOR, Kazakistan'ın piyasa ekonomisi: oluşum ve gelişme sorunları. T.1 ve 2. İktisat Enstitüsü. Almatı. 2001.
- ROBERTS, P (1996) Regional Planning Guldance in England and Wales. Bask to the Fulure, TPR, Vol 67, s 104

RUSEN, K (2000), Kentleşme Politikası, Ankara: İmge Yayınevi,5. baskı.

RUSEN,K ve ERBAY Y (1999).Avrupa Konseyinin Bölge Olgusuna Bakısı, Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi,Cilit 8, sayı 4, Ankara, s 6.

SABDENOV, O ve TOKSANOVA A.(2001) Küçük İşletmelerin yönetimi: teori ve pratik konular. Astana. "El orda." .

SADYKOVA, D. (2013). "Kazakistan'da Turizmin Gelişme Koşulları" - "İnsani araştırma soruları" adlı bilimsel makalelerin toplanması, İG Aktubinsk Devlet Üniversitesi, K.Zhubanova, №17.

SADYKOVA, D. (2014)."Rekreasyonel ve tıbbi kaynakların ekoturizm gelişimine etkisi" - "Khabarshy", KazKızDevPU №1 (49), 37-50.

SAYLAN, M (2008), "Marka Kent Olmak Nedir Ne Değildir ", İnternet Adresi: http://muratsaylan.blogcu.com_20.989.731.html, ErişimTarihi:10.12.2010.

SMAYIL, A (2010). Astana Gasırları, Pedagogika Basım Yayın Evi, Almatı, 34-186

STAT. SB, Regioni Kazakhstana (2004), Stat. Sb. Almatı, s 325-51

TORLAK, M (2015) Marka Şehir oluşturma ve Bursa Şehrinin Markalaşması, Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, s 49-90

- TURUSOV,K ve ESENTUGELOV A (1996). Ekonomik reformlar, ekonominin durumu, sorunlar, ekonomik kalkınmanın yolları ve gelişmesi. Almatı.
- USAL, A ve ORAL,S (2001). Turizm Pazarlamasi, İzmir
- VANGELDER, S. (2003). Global brand strategy: unlocking brand potential across countries, cultures markets. London: Kogan Page.
- YARMUKHAMEDOV, M. (1990). Kazakİsta'nın ekonomikalik geografıyası, Almatı, s15
- YİĞİT ALİ (2000). Türkiye'de Daha Kullanılışı Coğrafi Bölgeler Oluşturma Gerekeçleri ve Öneriler, 9. Ulusal Bölge Bilimi/ Bölge Planlama Kongresi, trabzon, KTÜ Bsimevi, s 516
- Yönelik Literatür İncelemesi, Sosyal ve beşeri Bilimler araştırmaları Dergisi Bahar/Sprint 2015-Sayı/Issue
- YÜCEL, F ve SADYKOVA, D (2016). "Kazakistan'da Turizmin Gelişme Özellikleri" - "Dünyada ve Kazakistan Bilimsel ve Eğitim Alanında Etnopedoji ve Etnopsikoloji" Uluslararası Konferansının kitabı, 74-85.
- ZAİBERG, V ve KAMALOVA, G (2009). Kazakistan Cumhuriyeti tarshi ve kültürü raporu, Pavlodar bölgesi, s 30-245
- ZAİBERG, V ve KAMALOVA,G (2009). Kazakistan Cumhuriyeti tarshi ve kültürü raporu, Akkola bölgesi, s 30-245

ZAİBERG, V.ve Kamalova,G (2009). Kazakistan Cumhuriyeti tarihi ve kültürü raporu, Kostanay bölgesi, s 30-245

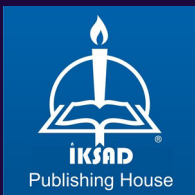
ZAİBERG, V ve KAMALOVA, G (2009). Kazakistan Cumhuriyeti tarshi ve kültürü raporu, Kuzey Kazakistan bölgesi, s 30-245

ZEREN, E (2011) Marka kent oluşturma bağlamında stratejik kent yönetimi: karaman kenti için bir model önerisi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi, Malatya

FIRAT,A ve KÖMÜRCÜOĞLU, F (2015) Muğla Şehir Markası ve İmaj Algısı; Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması, Yünetim Bilimleri Dergisi, Cilt: 13, Sayı: 26, ss. 285-304.

<https://istat.gov.kz/>

adilet. zan.kz:



ISBN: 978-625-8007-46-6