

T.C
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER FAKÜLTESİ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**ULANBATOR ŞEHRİNİN TURİZM POTANSİYELİ,
YEREL HALK VE SEKTÖR TEMSİLCİLERİNİN
TURİZME YÖNELİK ALGILARI**

ANKHBAYAR KHURELDEE
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN:
Dr. Öğr. Üyesi KEVSER ÇINAR

KONYA-2020



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	Ankhubayar KHURELDEE		
	Numarası	17811201002		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
Tezin Adı	Ulanbator Şehrinin Turizm Potansiyeli, Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algıları			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Ankhubayar KHURELDEE

Öğrencinin	Tezin Adı	Ulanbator Şehrinin Turizm Potansiyeli, Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algıları		
	Programı	Doktora		
		Tezli Yüksek Lisans	X	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği		
	Numarası	17811201002		
Adı Soyadı	Ankhubayar KHURELDEE			

Bilimsel Etik Sayfası

KONYA	Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ T.C.	NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
-------	---	---

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
--	---	--

ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	Ankhabayar KHURELDEE		
	Numarası	17811201002		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Kevser ÇINAR		
Tezin Adı	Ulanbator Şehrinin Turizm Potansiyeli, Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algıları			

Bu araştırmada Ulanbator şehrinin doğal, tarihi, sosyal ve kültürel açıdan turizm kaynakları incelenmiş bunun yanı sıra doğal ve antropolojik turizm potansiyeli, turizm alt ve üst yapısı ve mevcut turizm türleri açıklanarak Ulanbator şehrinin turizme yönelik ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerinin yerel halk ve sektör temsilcileri tarafından nasıl algılandığını tespit etmek amaçlanmıştır. Çalışma Eylül 2019-Mart 2020 tarihleri arasında Ulanbator şehrindeki yerel halka ve sektör temsilcilerine uygulanmıştır. Bu çalışmada birincil veri elde etmek amacıyla; 18 maddeden oluşan 5'li Likert tipi bir ölçek kullanılmıştır. Ölçeklerin alt boyutları ve toplam güvenilirlikleri için Cronbach Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Ayrıca faktör analizi testleri, KMO ve frekans analizi kullanılmıştır. Katılımcıların Ulanbator şehrinin turizmine yönelik algılarının belirlenmesi ve bu algıların demografik değişkenlere göre değişip değişmediğinin incelenmesi amacıyla verilerin normal dağılıma uygunluğu incelenmiştir. Veriler normal dağılıma sahip olmadığından, Mann Whitney U ve Kruskal Wallis testi kullanılarak gruplar arasındaki farklılıklar tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada tüm bulgular $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinde sınanmıştır. Çalışmaya göre turizmin Ulanbator şehrine hem olumlu hem de olumsuz etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Turizmin Ulanbator'a olan olumlu etkilerinden bazıları: şehrin ekonomisine katkı sağlaması, istihdamı artırması, doğal ve tarihi değerlerin korunması, turizmin Ulanbator'a olan olumsuz etkilerinden bazıları ise: hizmet fiyatlarını artırması ve yerel halkın alım gücünü zayıflatması olarak tespit edilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda bölgedeki turizm türlerinin geliştirilmesi ve geliştirebilecek diğer turizm çeşitleri için gereken alt yapının planlanması ve geliştirilmesi, turizmden elde edilen gelirin bölge ekonomisine katkısı için turistik talebi arttırmaya yönelik tanıtım faaliyetleri üzerine yoğunlaşılması, kış turizminin geliştirilmesi için gereken alt yapının sağlanması, turizm sektöründe çalışanların eğitim kalitelerinin artırılmasının gerekliliği ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Ulanbator, Turizm Potansiyeli, Turizmin Etkileri, Sektör Temsilcileri, Yerel Halk Algısı

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ KONYA SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
--	---	---

ABSTRACT

Author' s	Name and Surname	Ankhubayar KHURELDEE			
	Student Number	17811201002			
		Tourism Management			
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X		
		Doctoral Degree (Ph.D.)			
	Supervisor	Dr. Öğr. Üyesi Kevser ÇINAR			
Title of the Thesis/Dissertation	Tourism Potential of Ulanbaatar, Tourism Perceptions of the Local Residents and the Tourism Representatives				

The purpose of this research is to determine the tourism potential of the Ulaanbaatar city and to reveal the natural beauties, climate, socio-cultural richness and the supply and demand structure of tourism in Ulaanbaatar. In this study, the perceptions of the local people and tourism sector representatives in Ulaanbaatar relating to the positive, negative socio-cultural and economic effects of tourism and the adequacy of their superstructures for tourism were evaluated and measured using convenience sampling method. The study was applied to local people and sector representatives in the city of Ulaanbaatar between September 2019 and March 2020. In order to obtain primary data in this study; A 5-point Likert type scale consisting of 18 items was used. Cronbach's alpha coefficient was calculated for the sub-dimensions and total reliability of the scales. In addition, factor analysis tests, KMO and frequency analysis were used. In order to determine the participants' perceptions about the tourism of the city of Ulanbator and to examine whether these perceptions change according to demographic variables, the suitability of the data to the normal distribution was examined. Since the data did not have a normal distribution, the differences between the groups were determined by using Mann Whitney U and Kruskal Wallis tests. All findings in the study were tested at a significance level of $p < 0.05$. According to the study, it was concluded that tourism has both positive and negative effects on the Ulaanbaatar city. Some of the positive effects of tourism on Ulaanbaatar are determined as tourism contributes to the economy of the city, increases employment, protects natural and historical values whereas the negative effects of tourism on Ulaanbaatar are determined as tourism increases the service prices and weakens the affordability of the local people. As a result of the study, the most important suggestions are listed as: planning and developing the infrastructure required for the improvement of tourism types in the region, focusing on promotional activities aimed at increasing the tourism demand to contribute the income generated from tourism to the economy of the region, providing the stable foundation required for the development of winter tourism.

Keywords: Ulaanbaatar, Tourism Potential, Effects of Tourism, Sector Representatives, Local People

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	I
ABSTRACT.....	II
İÇİNDEKİLER.....	III
TABLolar LİSTESİ.....	VI
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	VIII
HARİTALAR.....	VIII
KISALTMALAR.....	IX
TEŞEKKÜR.....	X
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM POTANSİYELİ KAVRAMI, KAPSAMI VE MOĞOLİSTAN GENEL BİLGİLERİ

1.1. Turizm Potansiyeli Kavramı.....	3
1.2. Turizm Potansiyelinin Kapsamı.....	5
1.3. Moğolistan Genel Bilgileri	10
1.3.1. Yeryüzü Şekilleri	10
1.3.2. Moğolistan'ın Ekonomisi	11
1.3.3. Moğolistan'ın Turizm Potansiyeli	13

İKİNCİ BÖLÜM

ULANBATOR ŞEHRİNİN TURİZM POTANSİYELİ

2.1. Ulanbator Şehrinin Doğal Turizm Arz Potansiyeli.....	16
2.1.1. Yeryüzü Şekilleri	16
2.1.2. İklim.....	18
2.1.3. Bitki Örtüsü.....	20
2.1.4. Dağlar ve Nehirler	20
2.1.5. Fauna Yapısı	23
2.2. Ulanbator Şehrinin Antropolojik Turizm Arz Potansiyeli.....	24
2.2.1. Alt Yapı ve Üst Yapı Kaynaklarının Durumu	24
2.2.1.1. Ulaşım.....	24
2.2.1.2. Alt Yapı Durumu	25
2.2.1.3. Üst Yapı Durumu.....	27
2.2.2. Ekonomik Durumu	28
2.2.3. Sosyal Yapı.....	30

2.2.3.1. Nüfus.....	31
2.2.3.2. Etnik Yapı.....	32
2.2.3.3. İdari Yapı.....	32
2.2.4. Tarihi ve Kültürel Kaynaklar.....	33
2.2.4.1. Tarihi Arz Kaynakları.....	33
2.2.4.2. Kültürel Arz Kaynakları.....	44
2.3. Mevcut ve Geliştirilebilecek Turizm Çeşitleri.....	51
2.3.1. Kültür Turizmi.....	51
2.3.2. İnanç Turizmi.....	53
2.3.3. Şehir Turu.....	55
2.3.4. Dağcılık ve Doğa Yürüyüşü.....	57
2.3.5. Macera Turizmi.....	58
2.3.6. Kış Turizmi.....	59
2.3.7. Kongre Turizmi.....	61
2.4. Ulanbator Şehrinin Turistik Arz ve Talep Analizi.....	61
2.4.1. Ulanbator Şehrinin Turistik Arz Analizi.....	69
2.4.2. Ulanbator Şehrinin Turistik Talep Analizi.....	71

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1 Araştırma Konusu ve Önemi.....	72
3.2. Araştırmanın Amacı.....	72
3.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları.....	73
3.3. Araştırmanın Yöntemi.....	74
3.4.1. Evren ve Örneklem.....	74
3.4.2 Anket Formunun Oluşturulması ve Kullanılan Ölçekler.....	75
3.4.3. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği.....	76

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

4.1 Araştırma Bulguları ve Yorumlanması.....	81
4.2. Araştırmaya Katılan Ulanbator Şehrinin Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Demografik Özellikleri ile İlgili Araştırma Bulguları.....	81
4.3. Ulanbator Şehrindeki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algıları Ölçeğinde Yer Alan Boyutlar Üzerindeki Genel Algılarına İlişkin Bulgular.....	82

4.4. Ulanbator Şehrindeki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizm Potansiyeli Ölçeğinin Demografik Değişkenlere Göre Farklılaşmasına İlişkin Araştırma Bulguları	84
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	98
KAYNAKÇA.....	104
EKLER.....	111

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1. Moğolistan'a Giriş ve Çıkış Yapan Turist (Yolcu) Sayısı.....	14
Tablo 1.2. Moğolistan'a Giriş Yapan Ziyaretçilerin Amaçlarına Göre Dağılımı.....	15
Tablo 1.3. Moğolistan'a Giriş Yapan Ziyaretçilerin Bölgeye Göre Dağılımı	15
Tablo 2.1. Ulanbator Şhrindeki Hayvan Sayısı.....	29
Tablo 2.2. Ulanbator Şhrinin Tarım Ürünleri.....	30
Tablo 2.3. Ulanbator Şhrinin Nüfusu	31
Tablo 2.4. Ulanbator Şhrinin Nüfusu (İlçelere göre)	32
Tablo 2.5. Ulanbator Şhrinin İdari Yapısı (İlçeler).....	33
Tablo 2.6. Ulanbator Turizminin Güçlü ve Zayıf Yönleri.....	67
Tablo 2.7. Ulanbator Turizmi için Fırsat ve Tehditler	68
Tablo 2.8. Ulanbator Turizmi SWOT Analizi	68
Tablo 2.9. Ulanbator Şhrindeki Otel Sayısı	70
Tablo 2. 10. 2010-2017 yılları arasında Ulanbator'da Bulunan Turizm İşletmelerinin Sayısı.....	71
Tablo 2. 11. Ulanbator'da 2014-2018 Yılları Arasında Konaklayan Yabancı Turist Sayıları, (Ükelere Göre).....	71
Tablo 3.1. KMO Değeri.....	76
Tablo 3.2. Anket Sorularının Faktör Analizine Göre Ortaya Çıkan Matris Tablosu.	76
Tablo 3.3. Ölçek Sorularının Genel Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	79
Tablo 3.4. Ölçeğin Kapsadığı Boyutlara İlişkin Güvenirlilik Düzeyleri	79
Tablo 3.5. Ölçeğin Dağılımının Normal Olup Olmadığını Gösteren Skewness-Kurtosis Testi Sonuçları.....	80
Tablo 4.1. Araştırmaya Katılan Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerine İlişkin Demografik Bilgiler.....	81
Tablo 4.2. Anket Katılımcılarının Ölçekte Yer Alan Maddelere İlişkin Değerlendirmeleri	82
Tablo 4.3. Ulanbator Şhrindeki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları	84

Tablo 4.4. Ulanbator'daki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Medeni Duruma Göre Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U testi Sonuçları	85
Tablo 4.5. Ulanbator'daki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis Testi Sonuçları	86
Tablo 4.6. Ulanbator'un Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis Testinde Ortaya Çıkan Farklı Algılarına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	87
Tablo 4.7. Ulanbator'daki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis Testi Sonuçları	88
Tablo 4.8. Ulanbator'daki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Eğitim Durumu Değişkenine Göre Kruskal Wallis Testinde Ortaya Çıkan Farklı Algılarına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları	89
Tablo 4.9. Ulanbator'daki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Gelir Durumu Değişkenine Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	90
Tablo 4.10. Ulanbator'daki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Gelir Durumu Değişkenine Göre Kruskal Wallis Testinde Ortaya Çıkan Farklı Algılarına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları	92
Tablo 4.11. Ulanbator'daki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizm Potansiyeline İlişkin Algılarının Meslek Durumu Değişkenine Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları	95
Tablo 4.12. Araştırma Hipotezlerinin Red ve Kabul Durumları.....	96

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Turizm Potansiyeli Yapısı.....	9
Şekil 2.1. Ulanbator Şehrinin Turizm Potansiyel Yapısı.....	16
Şeil 2.2. Ulanbator Belediyesinin Tatil Alanı ve Tur Çeşitleri.....	18
Şekil 2.3. Ulanbator Şehrinin Mevcut Tur Planı	57
Şekil 2.4. Turizm İşletmelerinde Çalışan Personel Sayısı (Şehirlere Göre).....	70

HARİTALAR

Harita 1.1. Moğolistan Siyasi Haritası	10
---	----

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ASEM	: The Asia-Europe Meeting
GSYİH	: Gayri Safı Yurt İçi Hasıla
MİAT	: Mongolian Civil Air Transport
MNT	: Moğol Tugriks Dönüştürücü
LTE	: Long-Term Evolution
LLC	: Limited Liability Company
TACIS	: Technical Assistance to the Commonwealth of Independent States
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti Birliğı
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	: United Nations World Tourism Organization

TEŞEKKÜR

Tez konusunun belirlenmesi, çalışmanın planlanması ve sürdürülmesi, ortaya çıkan problemlerin çözülmesi konularında desteğini esirgemeyen; uzmanlık eğitimim süresince bilgi ve tecrübelerinden faydalandığım değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Kevser Çınar'a teşekkür ederim. Türkiye'de eğitim alma fırsatı verdiği için Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'na, Türkçe'yi öğrendiğim Selçuk Üniversitesi Türkçe Öğretimi Uygulama ve Araştırma Merkezi (TÖMER)'indeki bütün hocalarıma, akademik ders veren Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesindeki bütün hocalarıma, tezim için gerekli yardımı esirgemeyen Sayın Hacı Bekir Kalaylı'ya ve her zaman bana desteklerini sunan bütün arkadaşlarım ve kardeşlerime sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

GİRİŞ

İnsanlar sürekli yaşadıkları yerlerden geçici sürelerle ayrılarak başka ülke veya bölgelere gitmek ve oralarda gezme, görme, dinlenme, eğlenme, öğrenme gibi psikolojik ve sosyo-kültürel ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Son yıllarda insanların davranış ve yaşam biçimlerinde yaşanan değişiklikler, deniz-güneş-kum konseptinden çok alternatif turizm türlerini tercih etmelerinde etkili olmuştur. Bu nedenle sosyal, kültürel, sanatsal birçok amaçla kısa süreli kent turizmi ön plana çıkmıştır. Şehir turizminde sokakları gezmek, mimari yapıları görmek, tarihten izler taşıyan müzeleri ziyaret etmek, yerel halkın yaşantısı ve gelenekleri hakkında bilgiler edinmek, tiyatro, konser, gösteri gibi aktivitelere katılmak, eğlence merkezlerine gitmek, alışveriş yapmak, uluslararası spor maçları takip etmek gibi çeşitli amaçlarla şehirler ziyaret edilebilmektedirler. Ziyaretçilerin şehirde kaldıkları süre boyunca yeme-içme konaklama ve çeşitli aktiviteler için yaptıkları harcamalar da şehir ekonomisine katkı sağlamaktadır (İçellioğlu, 2014: 15).

Turizmin bölgelere sağladığı ekonomik etkileri, olumlu ve olumsuz yönde kolayca gözlemlenebilmektedir. Olumlu etkileri arasında; bölgenin veya şehrin elde ettiği gelirlerle birlikte hem bölgeye hem de ülke geneline katkı sağlarken, döviz girdisiyle ihracat açığını kapatmaya yardımcı olmaktadır. Bir başka olumlu etki olarak istihdama katkı sağlamakta ve turizm sektörünün sağladığı iş ortamı ile işsizlik oranlarını azaltmaktadır. Olumsuz ekonomik etkileri arasında; fırsat maliyeti etkisi ile tüketicilerin tatil yapmak için sahip oldukları tasarruflarını, tatil yerine alternatif mal veya hizmetlerle değerlendirmeleri yer almaktadır. Bir başka olumsuz etki ise; turistik faaliyetlerin bulunduğu bölgelerde enflasyon oranları artmaktadır. Bunun sonucunda turistler ve yerel halk ekonomik anlamda olumsuz etkilenmektedir. Aynı zamanda turizmin mevsimsel dalgalanma özelliği ile talebin az olduğu dönemlerde işsizlik sorunları ortaya çıkmaktadır (Şahbaz, 2015: 230-250).

Turizm sosyo-kültürel anlamda ülkeler ve bölgeler üzerinde de olumlu ve olumsuz etki bırakmaktadır. Olumlu etkilerden kültür alışverişi ile farklı toplumlardan gelen turistlerle yerel halk arasında bir iletişim söz konusu olmakta, bu sayede birbirlerini tanımakta veya birbirlerine karşı olan olumsuz bakış açıları

azalabilmektedir. Ayrıca turizmin geliştiği bölgelerde yaşayan yerel halk, bölgeye olan turistik talebi gördükçe yaşanan coğrafyanın güzellikleri ve çekiciliği hakkında gurur duyma ve övünme gibi davranışlar sergileyebilmektedir. Olumsuz sosyo-kültürel etkiler bakımından yerel kimlik, kültür ve gelenekler bozulmakta, geleneksel kıyafet, mutfak vb. kültürel değerler etkilenmektedir (Şahbaz, 2015: 230-250).

Bu araştırmada Ulanbator şehrinin doğal ve antropolojik turizm potansiyeli, turizm alt ve üst yapısı ve mevcut turizm türleri açıklanarak, turizmin Ulanbator şehrini ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan nasıl etkilediğini, yerel halk ve sektör temsilcileri tarafından nasıl algılandığını tespit etmek amaçlanmıştır. Ayrıca Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizmin etkilerini algılamasının ve turizmin gelişimine yönelik görüşlerinin demografik özelliklerine göre değişip değişmediğinin saptanması da amaçlanmıştır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde turizm potansiyeli, turizm kapsamı gibi kavramlara ve Moğolistan hakkında genel bilgilere yer verilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, Ulanbator şehrinin doğal ve antropolojik turizm potansiyeline yer verilmiştir. Ulanbator şehirde var olan turizm potansiyeli tek tek incelenmiş ve alt ve üst yapı, sosyal yapı, ekonomik durum vb. ele alınmıştır. Ulanbator'un turizm sektörüne ait olan bütün unsurlarına yer verilmiştir. Ayrıca Ulanbator'da mevcut olan ve geliştirilebilecek turizm çeşitleri incelemiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise Ulanbator şehrindeki yerel halkın ve turizm sektör temsilcilerinin turizm algılarını belirlemek için anket çalışması yapılmıştır. Yerel halk ve sektör temsilcilerine yapılan anketler SPSS uygulamasında Mann Whitney U ve Kruskal Wallis analizi ile ölçümlenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM POTANSİYELİ KAVRAMI, KAPSAMI VE MOĞOLİSTAN GENEL BİLGİLERİ

1.1.Turizm Potansiyeli Kavramı

Turizm potansiyeli; turizm açısından herhangi bir bölgenin ekonomik yönüyle talep, arz, rekabet ve pazar koşullarında mevcut olan değerlerinin tümüdür. Bu var olan gücün bölgede tam ve doğru yöntemlerle gün yüzüne çıkarılması bölge açısından çok önemlidir. Bu bağlamda turizm potansiyelini belirlemede seçilen yöntemin önemi oldukça yüksektir. Turizm potansiyeli, birçok farklı yöntemle belirlenmekte ve büyük oranda bölgenin arz kaynakları üzerinde durulmaktadır. Ancak turizm çok geniş kapsamlı bir bilim dalı olup birbirini etkileyen iş ve ilişkiler bütünüdür. Bu nedenle de turizmi kapsayan birçok bileşen üzerinde durularak mevcut potansiyel belirlenmelidir (Soykan, 2004: 16-18).

Turizm olgusunun bir ilişkiler bütünü olması sebebiyle bölge üzerine etki bırakmakta ve aynı zamanda bölgeden de etkilenmektedir. Özellikle turist akışının başladığı çıkış ve sonlandığı varış noktasında ayrıca bahsedilen iki nokta arasındaki uzaklıkta yaşanan değişiklikler, turizm hareketinin üç farklı bileşenden oluştuğuna işaret etmekte, turizm ile coğrafya arasındaki ilişkiyi güçlendirmektedir. Sonuç olarak turizm ile birlikte bölgede farklılıkların oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Emekli ve Soykan, 2014: 20).

Turizm sayesinde bir bölgenin ekonomik açıdan gelişimi en önemli politikalardan biridir. Başka alanlardan farklı olarak turizm yönünde planlanan yatırımlar kısa zamanda sonuç vermektedir. Turizm ile birlikte bir ülkenin kalkınmasındaki en önemli etkenler aşağıda sıralanmıştır (Aydınözü, İbret ve İmat, 2015: 137-146);

- Döviz gelirlerinde artış,
- İstihdam olanaklarında artış,
- Turizmle ilişkili sektörlerin gelişmesi,
- Kişi başına düşen milli gelirden artış,
- Ülkenin sosyo-kültürel ve coğrafi açıdan tanıtımına olumlu yönde katkı sağlamaktadır.

Bir ülkenin turizm potansiyelinin yüksek olmasının, turizm olgusunu geliştirmek için yeterli olduğu kabul edilmemelidir. Bu bağlamda, turizm potansiyelinin açıklanması birçok önemli kritere bağlıdır. Bu kriterler:

- Yeterli ve lüks donanıma sahip işletmeler,
- Tanıtım faaliyetleri,
- Kalifiye personel,
- Ulaştırma hizmetleri vb. kriterlerdir

Turizmin gelişmesi ve turizmden elde edilen gelirleri artırmak için yukarıdaki kriterlerin yerine getirilmesi önemlidir. Bir bölgenin ekonomik gelişim hedeflerinin gerçekleşmesinde turizmin etkisinin önemli olduğu bir kez daha değerlendirilmelidir. Yapılan planlamalar turizm açısından da değerlendirilerek geliştirilmelidir (Aydınözü, İbret ve İmat, 2015 137-146).

Bir bölgede turizm sektörünün gelişmesi bölgedeki turistik mal ve hizmetlerin etkin bir biçimde kullanılabilmesiyle doğrudan ilişkilidir. Yalnızca doğal, tarihi ve kültürel kaynaklar sektör birikiminde belirleyici bir etken olmamaktadır. Bu birikimin ziyarete gelen turistlere hizmet sunan bölümlendirilmiş bir ekonomik yapı ile de desteklenmesi gerekmektedir. Zira yerel turizme bağlı gelişim politikaları oluşturulurken sadece bölgenin yüksek turizm potansiyeline göre belirlenmesi yetersizdir. Buradan yola çıkarsak turistik talebin bölge üzerinde etkili olabilmesi için bölgede sunulan turistik arz kaynaklarının hizmete hazır ve sürdürülebilir olması gereklidir. Böylelikle yerel bölgelerin turizm açısından gelişebilmesi adına öncelikle bölgenin arz kaynaklarının geliştirilmesi ve turizm gelirlerinin devamlılığının sağlanabilmesi bölge açısından önemlidir (Künü ve Hopoğlu, 2015: 103-111).

Turizm ile birlikte bir bölgenin sosyo-kültürel ve ekonomik kalkınması arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Bölgeye ait doğal güzellikler, sosyal yapı, iklim, tarih ve kültür gibi etkenler, bölgenin turizm potansiyelini belirleyen en önemli unsurlardır. Fakat bu etkenlerin bölgenin kalkınmasına yarar sağlayabilmesi için, mevcut potansiyelinin ortaya konması ve değerlendirilmesi gerekmektedir. Ekonomik anlamda bir getirisi olmayan bu değerler, sadece turizm vasıtasıyla zenginlik sağlamak ve bölgenin kalkınmasına katkıda bulunmaktadır (Bingöl ve Özgürel, 2015: 356).

Turizm bölgeleri ve bu bölgelerde hizmet sunulan turistik ürünler, çeşitli turist grupları üzerinde farklı beklentiler oluşturmaktadır. Turizm bölgelerine olan pazarlama yöntemlerinin daha başarılı olabilmesi, ilgili kaynakların etkin kullanımı, tüketici beklentilerine daha iyi cevap verilmesi, rakip turizm bölgelerine yönelik rekabet avantajının yaratılması gibi katkıların oluşabilmesi için bölgeye gelen turistlerin genel profillerinin araştırılması gerekmektedir. İyi belirlenmiş turist profili sayesinde bölgeye ziyarete gelen turistlerin hangi pazara ait olduğu belirlenerek pazar bölümlendirmeye ilgili talep ve ihtiyaçlara yönelik turistik ürünün oluşturulması bölgeye önemli ölçüde katkı sağlayacaktır (Çokişler ve Türker, 2015: 40-45).

1.2. Turizm Potansiyelinin Kapsamı

Bir destinasyonun turizm potansiyelinin değerlendirilmesi ile kendine özgün, rekabetçi ve özel bir bölge oluşturulması adına sağlam politikalar geliştirilmelidir. Etkin doğal güzellikleri olan bölgeler turizm değerine sahip olmayabilir. Turizm, yoğunlukla etkili turistik ürünleri hedeflediği zaman başarılı olabilmektedir. Taşıma kapasitesi ne kadar düşüğe turist sayısı da o ölçüde sınırlı anlamına gelmektedir. Bu nedenle bir bölgenin turist taşıma kapasitesi de önem arz etmektedir (Akgün, 2016: 6-7).

Bir bölgenin yüksek miktarda turist çekebilmesi için turizm potansiyelinin tamamıyla ortaya çıkarılması gerekmektedir. Turizm potansiyelinin belirlenebilmesi için bölgenin arz ve talep yapısının oluşturulması gerekir. Potansiyel kaynaklar sınırlı olduğunda turizm sektörünün etkili olabilmesi oldukça zordur. Turizm pazarında sürdürülebilirlik, talebi ne kadar karşıladığıyla doğru orantılıdır. Turizme ait motivasyon ve beklentiler sürekli olarak değişmekte, sunulan arz kaynaklarının değeri aynı kalmakta ve turistlerin değişen satın alma davranışları turizm potansiyelini etkilemektedir. Böylece turizm potansiyelinin turistlerin bakış açısı yönünde değerlendirilmesi gereklidir. Turizm potansiyeli ile ilgili veri toplanırken istatistiki verilere, anket verilerine ve katılımcı gözlemlene verilerine başvurulabilmektedir (Akgün, 2016: 8-10).

Turizm talebinin incelenmesi ile turizm potansiyelinin belirlenmesi aşağıdaki durumların tespiti ile yapılabilir (Giresun İli Doğa Turizmi Master Planı, 2014);

- Mevcut turist miktarı,
- Turist profili,
- Her bir turistin harcadığı ortalama miktar,
- Ortalama kalış süresi,
- Mevcut turizm hareketi,
- Rakip destinasyonlar,
- Turistlerin turizm dürtülerinin analizi (doğa, kültür, eğlence, deniz, güneş, vb.).

Turizm arzının incelemesi ile turizm potansiyeli belirlenmesinde aşağıdaki durumlar öne çıkmaktadır (Giresun İli Doğa Turizmi Master Planı, 2014);

- Bölgenin bir uluslararası havalimanına sahip olup olmadığı veya yakın bir bölgeden yararlanma imkanı olup olmadığı,
- Bölgedeki istikrarlı yerel yönetimlerin varlığı,
- Alt yapı incelemesi,
- Bölgeye olan ulaşım alt yapısının durumu,
- Bölgenin seçkin özellikteki doğal alanlarının özellikleri,
- Güvenlik durumu,
- Konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi,
- Yiyecek-içecek kalitesi,
- Bölgeye ulaşımın hangi araçlarla sağlandığı,
- Bölgeye gelen yabancı turistlere vize engeli uygulanıp uygulanmaması,
- Yiyecek-içecek işletmelerinin varlığı ve sayısı,
- Konaklama işletmelerinin varlığı,
- Bölgedeki yaban hayatın varlığı,

Sürekli değişim eğiliminde olan turizm talebini karşılayabilme çabası ile hareket eden turizm arz potansiyeli esnek yapılanmasını sürdürmektedir. Turistik ürünü oluşturan profesyonel turizmciler, girişimciler, turizmin yönlendirilmesi ve planlanmasından sorumlu kamu yöneticileri ve politikacılar turizm potansiyelinin talebe cevap verebilecek şekilde sunulması ve turizmle ilgili her türlü düzenlemenin yapılması yönünde çalışmalar yürütmektedirler. (Akgün, 2016: 12).

Koruma kullanma dengesi gözetilerek doğal ve kültürel varlıkların turizme açılmasında etkili planlamalara ihtiyaç vardır. Turizm potansiyelinin belirlenmesinde, diğer sektörlerin olanakları ve kapasiteleri de ele alınmalıdır (Doğanay, 2009: 170).

Turizm potansiyeli etkili ve düzgün belirlenemediği durumlarda yanlış bölgeler, yanlış zamanlarda ve yanlış uygulamalarla turizme kazandırılmaya çalışılmaktadır. Bu durumdan dolayı, planlamalar da düzgün yapılmadığı için olumsuz sonuçlarla karşılaşmaktadır. Bu olumsuz gelişmelerin bir sonucu olarak şu durumlar ortaya çıkmaktadır (Emekli ve Soykan, 2014: 7);

- Doğal çevre olumsuz etkilenmektedir.
- Yöresel ve bölgesel kalkınma projeleri amacıyla uzaklaşmakta veya birbirine ters düşmektedir.
- Pazar beklentileri ve turist profilinin iyi araştırılmaması tüketici isteklerine cevap verecek turistik ürünlerin geliştirilmesini engellemektedir.
- Girişimciler yatırımlarını riske etmektedirler.
- Yöresel kimlik yok olmakta ve kültürel yozlaşma meydana gelebilmektedir.
- Ekonomik anlamda turizme tek yönlü bağlanılmakta ve herhangi bir olası olumsuzlukta çöküşler yaşanmaktadır.
- Sürdürülebilir turizm risk altına girmektedir.

Buradan da anlaşılacağı gibi turizm potansiyelini eksiksiz olarak belirleyebilmek oldukça güçtür. Turizm olayına bir bütün olarak bakılmalı, turizmi oluşturan tüm öğelerin birer birer potansiyelleri ortaya çıkarılmalı ve bu yönde sonuca gidilmelidir. Devletin sağladığı turizm teşviklerinden yararlanmak isteyen girişimciler turizm türlerinden bir ya da birkaçını seçerek yatırım yapma fırsatı bulabilmektedir. Fakat planlama-teşvik-yatırım üçlüsünün entegrasyonunun doğru kurulduğu yönünde şüpheler de bulunmaktadır. Sağlanan teşviklerde, turizm türü ve talebe uygun teşvik yerine daha çok arazi tahsisi ön plana çıkmaktadır. Böylece bilinçsiz yapılan yatırımların plansız ve düzensiz olması sonucunda koruma-kullanma dengeleri alt-üst olmaktadır. Bazı bölgelerde aşırı üst yapılaşma nedeniyle ortaya çıkan tesisler kendi kimliklerini yaratamamakta ve çevreye de zarar vermektedirler (Emekli ve Soykan, 2014:8).

Turizmin doğal ve kültürel boyutu sayesinde, turistlerin çevresel etkinlikleri seçmesi, doğal ortamın korunması ve yörede yaşayan insanların gelir elde etmesine yardımcı olmaktadır. Bu sayede turizm, gelişmekte olan bölgelerin ekonomik kalkınmalarına yarar sağlamaktadır. Ekonomik, sosyal, kültürel vb. birçok faydası

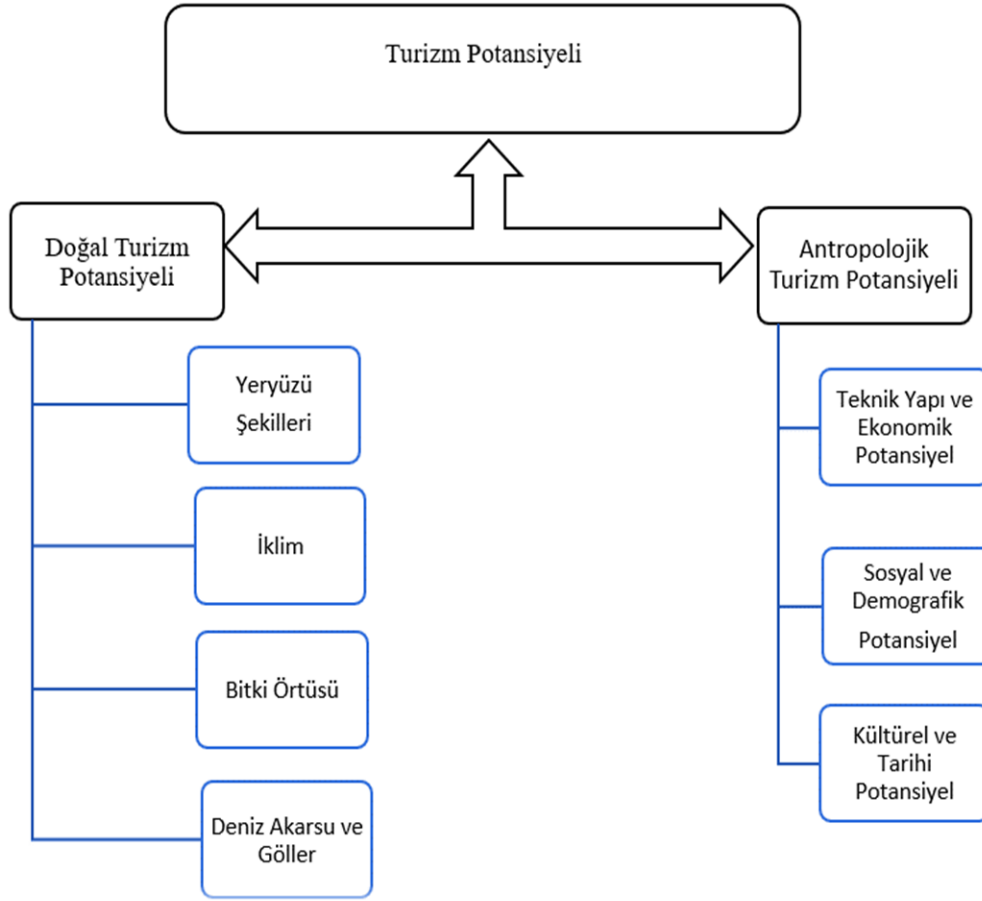
bulunan turizm endüstrisi diğer taraftan doğal kaynakların bilinçsiz kullanımı, tarihi ve kültürel değerlerin tahrip edilmesi gibi durumlara da yol açmaktadır. Turizm potansiyelinin temelinde yatan doğal, tarihi ve kültürel değerlerin korunabilmesi için turizm bölgelerinde yapılacak etkili planlamalara, yöre insanının da katılması büyük önem arz etmektedir (Özdemir ve Kervankıran, 2011: 12).

Bir bölgeyi turizme açarken seçilen turizm türünün bölge için ne kadar doğru olduğu, yörenin turizm gelişimi için oldukça yararlı olacaktır. Ayrıca ekonomik anlamda da katkı sağlayacaktır. Fakat seçilen turizm türünün bölge için uygun olmadığı düşünülürse bölgeyi yok etme ve tahrip etme gücüne de sahip olabileceği söylenebilir (Gökçe, 2006: 23).

Bölgelerin turizm arz potansiyelini oluşturan doğal ve sosyo-kültürel kaynakların ekonomik değer taşıyabilmesi, fiziksel ve kurumsal alt yapının varlığı ile doğru orantılıdır. Başka bir ifadeyle turizm yatırımlarının gerçekleştirilmesi için doğal ve sosyo-kültürel kaynakların fiziksel alt yapıyla birlikte açığa çıkarılması gerekmektedir. Turizmden ekonomik getiri sağlamak isteyen destinasyonların, turistik arz potansiyelini ortaya koyması gerekmektedir. Birçok araştırmacı tarafından turistik arz potansiyeli çeşitli yönleriyle sınıflandırılmakta ve turistik arz potansiyeli genel itibarıyla doğal ve sosyal kaynaklar, psikolojik veriler ve turistik arz ve talep durumundan oluşmaktadır (Akgün, 2016: 13).

Turistik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesi için bölgelerin çekiciliği önemli bir role sahiptir. Bundan dolayı turistik yerlerin çekiciliğinin sınıflandırılması için birtakım kriterlerin ortaya konması gereklidir. Herhangi bir ülkenin veya bölgenin turizm potansiyeli yapısı, doğal turizm potansiyeli ve antropolojik turizm potansiyeli boyutlarından oluşmaktadır (Dincü, 2015:8). Turizm potansiyeli yapısı şekil 1.1'de gösterilmiştir.

Şekil 1.1. Turizm Potansiyeli Yapısı



Kaynak: Dincü, A. (2015) Tourism Potential and Its Role in the Development of Tourist Activity.

Şekil 1.1'e göre turizm potansiyelinin yapısı iki gruba ayrılarak, doğal ve antropolojik turizm potansiyelleri, alt dallarıyla gösterilmektedir. Doğal turizm potansiyelinin, doğal çekiciliklerin ve zenginliklerinin, yeryüzü şekilleri, iklim ve bitki örtüsü arasında sıkı bir ilişkisi bulunmaktadır. Doğal turizm potansiyeli; doğal güzellikler, fauna, iklim, bitki örtüsü gibi etmenler yardımıyla turistlerin doğal yönde ziyaret etme eğilimlerini araştırmaktadır. Antropolojik turizm potansiyeli ise zaman içerisinde bir bölgenin insani varlıklarını, kültürünü, tarihini, uygarlığın teknik, ekonomik yapısını ve sosyo-demografik karakterini araştırarak ne yönde turistik çekim sağladığını belirlemektedir (Dincü, 2015).

1.3. Moğolistan Genel Bilgileri

1.3.1. Yeryüzü Şekilleri

Moğolistan 87°44'E -119°56'E kuzey enlemleri ile 41°35'- 52°09' doğu boylamları arasında 1.565.000 km²'lik bir alanda yer almaktadır. Rusya ve Çin Halk Cumhuriyeti komşularıdır. Moğolistan, Doğu ve Orta Asya'da bulunan denize kıyısı olmayan bağımsız bir ülkedir. Moğolistan'ın kuzeyinde Rusya, güney doğusunda ve batısında Çin bulunmaktadır. Moğolistan'ın Kazakistan'a sınırı olmamasına rağmen ülkenin en batısı Kazakistan'ın doğu ucuna birkaç kilometre uzaklıktadır. Ulanbator, ülkenin başkenti ve en büyük şehri olup ülke nüfusunun yaklaşık yüzde 45,3'ü burada yaşamaktadır. Moğolistan'ın siyasi sistemi yapısı bakımından yarı başkanlık sistemi ile yönetilen bir cumhuriyettir (Dalkhaa, 2019:13).

Moğolistan nüfusunun yüzde 80'ini Halha Moğolları, yüzde 8'ini İnidiger Moğolları, yüzde 5'ini Kazaklar, kalanını Tuvalar, Hoton Türk halkı ve diğer yabancı vatandaşlar oluşturmaktadır. Moğolistan, dünyanın en büyük yüz ölçümüne sahip 18 ülkesi olup aynı zamanda en seyrek nüfusa sahip ülke unvanına sahiptir. Nüfusun yüzde 30'u göçebe veya yarı göçebedir. Moğolistan, 21 tane aymaga (şehir) bölünmüş durumdadır. Moğolistan'ın başkenti Ulanbator şehridir. Nüfusunun çoğunluğu Moğol olup halkın dini Tibet Budizm'idir (Byambajav, 2004: 8).

Harita 1.1. Moğolistan Siyasi Haritası



Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/762515780636358118/>

Bugünkü Moğolistan toprakları geçmişte Hunlar, Siyenpiler (Sienpi), Cücenler ve daha sonra Göktürkler gibi imparatorluklar tarafından yönetilmiştir. Moğol İmparatorluğu ise 1206 yılında Cengiz Han tarafından kurulmuştur. 16. ve 17.

yüzyıllarda Moğollar Tibet Budizm'inden etkilenmişlerdir. 1911 yılında Suhbaatar'ın yıkılışı sırasında, Moğolistan bağımsızlığını ilan etmiş, ancak bağımsızlığı 1921'de Çin tarafından ve 1945'te uluslararası ölçüde tanınmıştır. Ardından da güçlü Rus ve Sovyet kuvvetlerine maruz kalmıştır. 1924 yılında Moğol Halk Cumhuriyeti ilan edilmiş ve Moğol politikası aynı dönemdeki Sovyet politikasını takip etmiştir. 1989 yılının sonlarında Doğu Avrupa'daki komünist rejimlerin çökmesinin ardından Moğolistan'da Demokratik Devrim gerçekleşmiştir. Böylece Moğolistan'da çok partili sistem başlamış, 1992'de yeni bir anayasa kabul edilmiş ve serbest piyasa ekonomisine geçilmiştir (Byambajav, 2004: 9-15).

İklim; Moğolistan'ın büyük bölümünde, az yağışlı olmakla birlikte, büyük sıcaklık değişikliklerine sahip, sert bir karasal iklim hüküm sürer. Çoğunlukla yaz yağmurları şeklinde olan yağış, ülkenin değişik kısımlarında yılda 100 ile 300 mm arasında değişir. Aşırı soğukla birlikte gelen hafif kar, kuzey kısmında devamlı donmuş olarak kalarak, o bölgenin sürekli soğuk kalmasına neden olmaktadır. Sıcaklık farkı oldukça büyüktür. Ulanbator'da Ocak ayındaki sıcaklık ortalaması -25 °C, Temmuz ayında ise 20°C'dir. Kuvvetli toz ve kum fırtınaları görülmektedir (Meteoroloji ve Çevre Araştırma Enstitüsü, 2017: 9-12).

1.3.2. Moğolistan'ın Ekonomisi

Moğolistan, 1921 yılında Bolşeviklerin yardımıyla bağımsızlığını kazanmış fakat bunun sonucunda Moğolistan'da Sovyet etkisi artmaya başlamıştır. 1921-1990 döneminde Moğolistan SSCB'nin etkisi altında, Sovyet Bloğunun en sadık üyesi olmuştur. Moğolistan, 1990'ların başında Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından serbest piyasa ekonomisine geçmeye çalışmıştır. Moğol ekonomisi Sovyet sisteminin çökmesiyle büyük oranda mali destekten mahrum kalmış, Sovyetlere bağımlı bir modelden müstakil serbest piyasa ekonomisine geçişte zorluklarla karşılaşmıştır. İlk aşamada yüksek enflasyon, işsizlik ve temel gıda maddelerinde yetersiz arz gibi akut problemlerle mücadele eden Moğolistan'a ABD, Japonya, Almanya ve Kanada finansal destek sağlamıştır. Moğol ekonomisi 1990'lı yılların ilk yarısındaki istikrarsız dönemin ardından 1996-2000 döneminde serbest piyasa ekonomisine geçişi sağlayan reformlar gerçekleştirmiş ve toparlanmaya başlamıştır. Tarıma elverişli toprakların oldukça sınırlı olduğu ve göçebe yaşam biçiminin hala sürdürüldüğü ülkede

hayvancılık oldukça yaygındır. Dünya kaşmir arzının yüzde 30'unu sağlayan Moğolistan'da kaşmir ihracatı toplam ihracatının yaklaşık yüzde 7'sini oluşturmaktadır. Moğol ekonomisindeki yüksek büyüme oranları ise büyük ölçüde madencilik sektöründeki hareketlilikten kaynaklanmaktadır. Bu nedenle hayvancılığa zarar veren doğal afetler ve maden fiyatlarındaki dalgalanmalar, Moğolistan ekonomisinde ödemeler dengesini ve büyüme grafiğini doğrudan etkilemektedir (Byambajav, 2004: 12-15).

Moğolistan'da 150 bin ton uranyum rezervinin olduğu bilinmektedir. Böylelikle Moğolistan sınırları içinde en çok uranyum rezervi bulunan dünyanın 8. ülkesidir. Bakır, altın, çinko ve kömür madenlerinin ihracatı toplam ihracatın yaklaşık yüzde 70'ine tekabül etmektedir. Moğol ekonomisi başta Çin olmak üzere, pek çok ülkeye ihraç edilen bu madenler sayesinde güçlenmektedir. Moğolistan coğrafyasında yaklaşık 2,4 bin ton altın, 84,1 milyon ton bakır, 1,08 milyar ton demir, 332,6 milyon ton petrol ve 20,6 milyar ton kömür rezervi bulunduğu tahmin edilmektedir (Anon 1, 2020).

Moğolistan'daki mevcut sanayi üretimi büyük ölçüde maden kaynaklarına bağlıdır ve yabancı yatırımlar madencilik sektöründe yoğunlaşmaktadır. Bu kapsamda keşfedilen yeni bakır, kömür ve uranyum yataklarının Moğolistan ekonomisine büyük katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Oyu Tolgoy ve Tavan Tolgoy bölgelerinde yeni bulunan bakır, altın, uranyum, kömür ve florit rezervlerinin etkisiyle ülkedeki sanayi yatırımlarında belirgin bir artış gözlenmektedir (Byambajav, 2004).

Dünya bankası tarafından yapılan araştırmada Moğolistan ekonomisinde sektörel dağılıma bakıldığında hizmet sektörünün yüzde 51,6 düzeyinde ve ilk sırada yer aldığı, sanayi sektörünün yüzde 32,6'lık oranla ikinci sırada yer aldığı ve tarımın yüzde 15,8'lik oranla üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir. İstihdamın sektörel dağılımına bakıldığında Moğolistan'da hizmet sektörünün yüzde 55 düzeyinde ve en büyük paya sahip olduğu, tarımın yüzde 33,5'lik bir düzeyle ikinci ve sanayinin yüzde 11,5'lik bir oranla üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir (Investment in Mongolia, 2016).

Dış ticarete Çin ve Rusya'ya bağımlılık göze çarpmaktadır. Çin Halk Cumhuriyeti, Moğolistan'ın en büyük ticari ortağı konumundadır. Moğolistan'da toplam ihracatın yüzde 92'si Çin'e yapılmaktadır. Toplam ithalatın yüzde 40'ını ise Çin ürünleri oluşturmaktadır. Moğolistan'ın toplam ithalatında Çin'in ardından en büyük payı Rusya almış durumdadır. Enerji üretimi çok düşük olan Moğolistan, petrolün yüzde 90'ından fazlasını Rusya'dan ithal etmektedir. Moğolistan'a Çin ve Rusya'nın ardından en çok ithalatı ABD ve Japonya'nın gerçekleştirdiği görülmektedir (Investment in Mongolia, 2016).

1.3.3. Moğolistan'ın Turizm Potansiyeli

1954-1990 yılları Moğolistan'da seyahat ve turizmin başlangıç dönemi olarak kabul edilmekte ve Moğolistan bu dönemde sektöre yeni girmiş ülkelere sayılmaktadır. 1954 yılında bugünkü "Juulchin" şirketi, Dış Ticaret Bakanlığı'nın yanında Dış Hizmet Bürosu olarak kurulmuştur. Avcıların, turistlerin ve sosyalist komünist ülkelerin kitle turizmine başlaması, Moğolistan'da turizm sektörünün gelişmesinde öncü rol oynamıştır. 1991 yılında Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) üye ülkesi olmuştur. 1995 yılında Hükümetin kararıyla Moğolistan'da seyahat ve turizm sektörünü büyütmek ve geliştirmek amaçlı 1995-2005 yılları arası turizm temeli onaylanmış ve Ticaret ve Sanayi Bakanlığı'nda seyahat ve turizmden sorumlu idari birim kurulmuştur. 1998 yılında Hükümetin Kararıyla "Turizm Politikası Koordinasyonu Ulusal Konseyi" kurulup, ilgili kararlar alınıp onaylanmıştır. 1999 yılında Hükümetin 214 sayılı kararıyla Hükümet kararı Uygulama Ajansı "Seyahat ve Turizm Ajansı" kurduktan 6 sene sonra 2004 yılında geri dağıtılıp, yeni kurulan "Karayolu Taşımacılığı ve Turizm Bakanlığı" ile birleştirilmiştir. 2008 yılında Doğa, Çevre ve Turizm Bakanlığı olarak değiştirilmiştir. 1999 yılında Moğolistan'da Seyahat ve Turizm sektörünü geliştirmek için "Master Plan", 2000 yılında ise "Seyahat ve Turizm Yasası" uygulanmaya başlanmıştır. 2003 yılı Moğolistan'da "Seyahat Etme Yılı", 2004 yılı "Moğolistan Herkese Açık Yılı", 2006 yılı ise Büyük Moğol İmparatorluğu'nun 800. yıl dönümü olarak kabul edilmiştir. Moğolistan'ı yurtdışına tanıtmak, hizmet kalitesini yükseltmek, turizm sektörünü geliştirmek, Moğolistan'ın tarihi hatıralarını korumak için gerçekçi çalışmalar yapılmıştır (Buyanbadrah, 2019: 25).

Moğolistan'ın Turizm Birliği tarafından yapılan araştırmada Moğolistan'a gelen turistlerin yüzde 92'si Çin, Rusya, Kore, Japonya, Amerika, Almanya, Birleşik Krallık, Kazakistan ve Avustralyalı turistlerden oluşmaktadır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'ne göre, Moğolistan "en değerli yer" olarak kabul edilmiştir. Moğolistan büyük ve oldukça önemli bir tarihe sahiptir. Büyük Moğol İmparatorluğu'nun tarihi, insanlık tarihinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Moğolistan doğal kaynaklarının çeşitliliğiyle bilinen bir ülkedir (Khureldee, 2019: 6).

Moğolların doğaya saygı duyan geleneklerini, doğal yapıyı bozmayan göçebe hayatlarını günümüze kadar devam ettirdikleri görülmektedir. Doğal güzellikleri arasında, yüksek dağları, geniş çölleri, eşsiz ormanları, büyük nehirleri ve güzel gölleri gösterilebilir. Dünyada nadir bulunan hayvanlar, kuşlar ve bitkileri barındırmaktadır. Günümüzde Moğolistan topraklarının yaklaşık yüzde 20'si "Turizm Bakanlığı tarafından Özel Koruma Alanları" kategorisinde yer almakta ve korunmaktadır. Moğolistan ağırlıklı olarak Budizm kültürüne sahip olan geleneksel bir ülkedir. Moğolistan'daki Budizm dininin yaklaşık 1000 yıllık tarihi geçmişi bulunmaktadır. 2017 yılında Moğolistan'da turizm sektöründe istihdam edilen kişi sayısı 1200'dür. 2015 yılında Hollanda tarafından yapılan "Turizmin İhracatına Destek Projesi" kapsamında 50 farklı turizm şirketi personeli ile yapılan bir çalışmada, yönetici ve müdürlerin yüzde 30'unun erkeklerden, yüzde 70'inin ise bayanlardan oluştuğu görülmektedir. Yeni turizm sektöründe çalışanların yüzde 60'ı 18-40 yaş arasında olup bir işletmede yaklaşık 11-50 arası personel çalışmaktadır. Moğolistan, turizm sektöründen elde edilen gelirinin çoğunu Avrupa, Avustralya ve ABD'den gelen turistlerden elde etmektedir. Moğolistan'da yaklaşık 400 adet turizm işletmesi mevcuttur. Bunun yanında sürekli 1000 ile 2000 arasında turist ağırlayan işletmelerin sayısının 20, 500 ile 1000 arasında turist ağırlayan işletmelerin sayısının ise 50 adet olduğu tahmin edilmektedir (Moğolistan Turizmi Tarihi, 2020).

Tablo 1.1. Moğolistan'a Giriş ve Çıkış Yapan Turist (Yolcu) Sayısı

	2015	2016	2017	2018	2019
Giriş	467.231	471.242	542.703	598.406	636.960
Çıkış	104.253	80.926	104.076	131.504	150,795

Kaynak: Moğolistan Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı Milli İstatistik Komitesi, Moğolistan Turizm İstatistikleri, 2019

Tablo 1.1’de görüldüğü üzere Moğolistan’a giriş yapan yolcuların sayısının, turizm amaçlı çıkış yapan yolcu sayısından daha fazla olduğu görülmektedir. Tablo 1.2 ise ziyaretçilerin hangi amaçla giriş-çıkış yaptıklarını göstermektedir. Bu tabloda turistlerin sayısının her sene arttığı görülmektedir.

Tablo 1.2. Moğolistan’a Giriş Yapan Ziyaretçilerin Amaçlarına Göre Dağılımı

	2013	2014	2015	2016	2017
Toplam	497.815	392.844	386.204	404.163	469.309
Turizm	115.726	123.330	120.888	150.329	191.140
Diğer	382.089	269.514	265.316	253.834	278.169

Kaynak: Moğolistan Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı Milli İstatistik Komitesi, Moğolistan Turizm İstatistikleri, 2019

Tablo.1.2’de Moğolistan’a giriş yapan ziyaretçilerin amaçlarına göre dağılımı yer almaktadır. Son yıllarda seyahat eden yolcuların sayısının arttığı görülmekte olup genel olarak toplam turist sayısı göz önüne alındığında yıllar içinde daha az kişinin ülkeye seyahat ettiği söylenebilir.

Tablo 1.3. Moğolistan’a Giriş Yapan Ziyaretçilerin Bölgeye Göre Dağılımı

Kıtalar	2013	2014	2015	2016	2017
Amerika	7,819	7,750	7,645	10,481	12,692
Doğu Asya ve Pasifik ülkeleri	58,290	67,237	71,322	82,844	115,321
Avrupa	48,165	46,793	40,248	54,872	60,592
Orta Asya	859	879	1,052	1,269	1,398
Güney Asya	382	429	461	633	866
Afrika	211	242	160	230	271
Toplam	115,726	123,330	120,888	150,329	191,140

Kaynak: Moğolistan Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı Milli İstatistik Komitesi, Moğolistan Turizm İstatistikleri, 2019

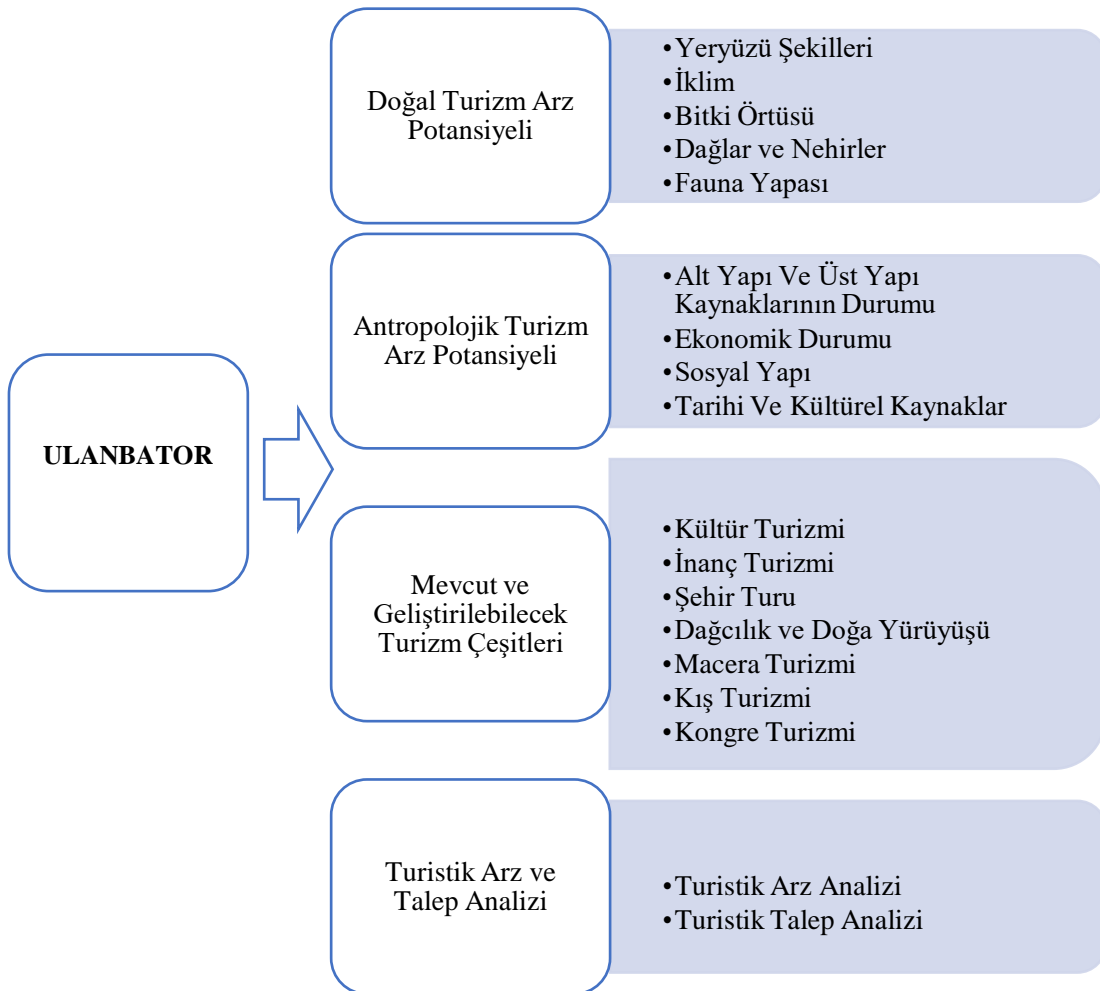
Tablo 1.3’de görüldüğü gibi son yıllarda Moğolistan’a giriş yapan Doğu Asya ve Pasifik ülkelerinden gelen turistlerin sayısının sürekli olarak arttığı söylenebilir. Son 3 yıldır Moğolistan’ı ziyaret edenlerin sayısı devamlı olarak artmış durumdadır. Ayrıca Amerika kıtasından gelen turistlerin sayılarında az da olsa artış görülmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

ULANBATOR ŞEHRİNİN TURİZM POTANSİYELİ

Turizm sektörünün gelişebilmesi için turizm potansiyelini belirlemede doğal kaynaklardan, tarihi kaynaklardan, sosyo-kültürel kaynaklardan ve bunların alt dallarından faydalandığını söylemek mümkündür. Özellikle kültürel ve tarihi kaynaklar büyük önem arz etmektedir. Ulanbator'un turizm potansiyeli yapısı şekil 2.1'de verilmiştir.

Şekil 2.1. Ulanbator Şehrinin Turizm Potansiyel Yapısı



2.1. Ulanbator Şehrinin Doğal Turizm Arz Potansiyeli

2.1.1. Yeryüzü Şekilleri

Ulanbator şehri deniz seviyesinden 1300 metre yükseklikte, Pasifik Okyanusu'ndan yaklaşık 1.600 km, Dünya ekvatorundan 5310 km uzaklıkta

bulunmakta olup, Kuzey Kutbu'nun 4690 km güneyinde, dünyanın 47°55'E kuzey enleminde ve Moğolistan'ın tam ortasında 4.704.4 km²'lik bir alanda yer almaktadır. Dünya saatinin sekizinci bölgesinde bulunmaktadır. Ulanbator, Hentii Dağ silsilesinin en güney noktasında yer alan Bayanzurh, Bogd Han ve Songinohairhan Dağları ile kuzeyde Çingeltei Dağı arasında yer almaktadır. Ulanbator şehrinin güney tarafında Tuul Nehri bulunmaktadır. Ulanbator, Tuul Nehri boyunca doğudan batıya doğru dört dağın ortasında yer almaktadır. Dağların çoğunun 2000 metreden yüksek olması nedeniyle, iklim bitki örtüsü vb. şehir genelinde farklılıklar göstermektedir. Coğrafi bölgelere göre Güney Hentii bölgesi Hangay bölgesinin yarı nemli bir bölgesidir. Güney kısmındaki dağlarında ova ormanları ve geniş vadiler bulunmaktadır (Ulanbator Şehrinin Master Planı 2013).

Şehir hayatı, halkın ekonomik ve sosyo-kültürel ihtiyaçlarını karşılamakta fakat doğa ve ekoloji için olumsuz etkilere sahiptir. Şehir hayatı insanların eğlence ve seyahat talebini artırmaktadır. Şehir halkı, normal şehir tatilleri dışında, yeni tarzda tatiller ve gezilerle ilgilenmektedir. Doğa turizmi, kitle rekreasyonu ve seyahatinden daha az sermaye gerektirir ve genel olarak aynı doğal oluşumları, tarihi ve kültürel kaynakları kullanır (Gjyrezi ve Kruja: 2011 30-32).

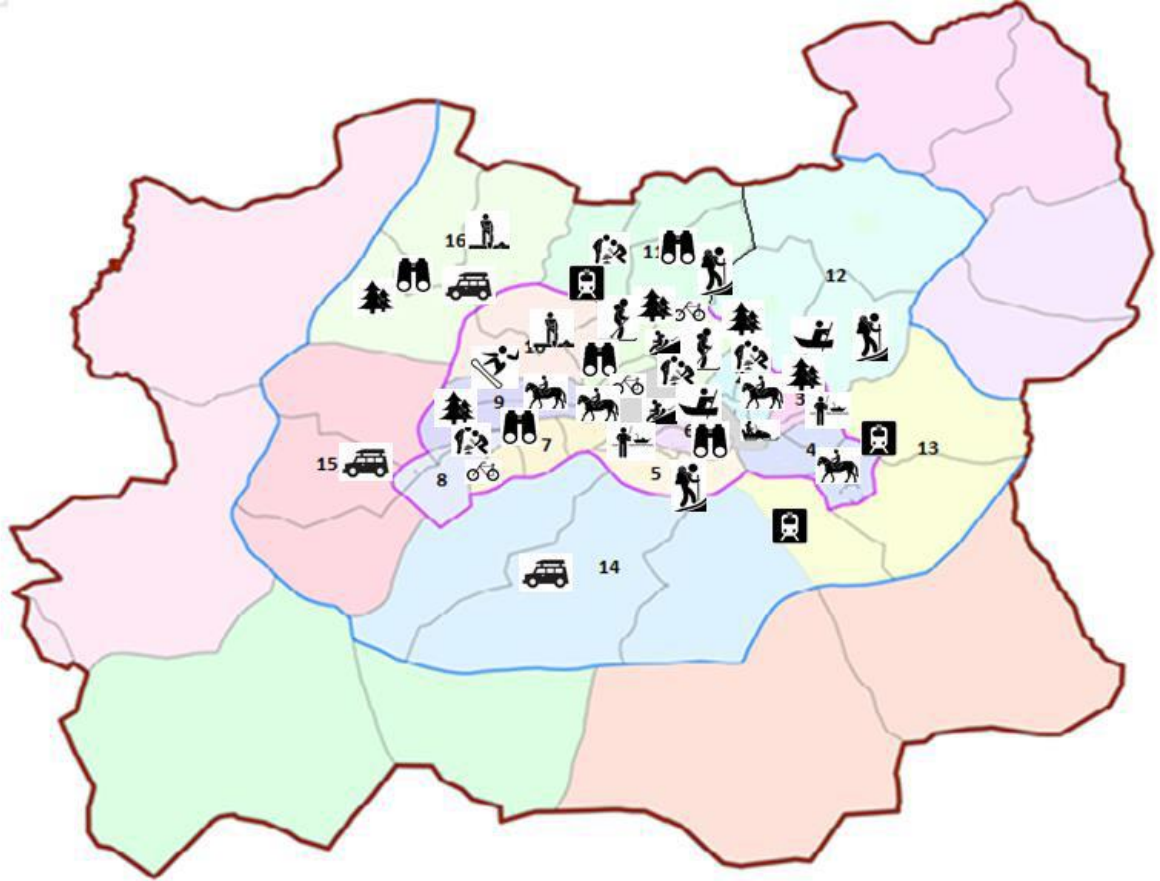
Ulanbator yeryüzü şekilleri, orman dağılımı, doğal bölgeleri, manzaraları, bitki örtüsü dağılımı, su kaynakları, iklimi, yıllık yağış toplam oranı, altyapı koşulları, nüfus yerleşimi, kullanım ve koruma statüsü, tatil köyleri, tarihi ve kültürel alanları gibi 39 farklı kritere göre değerlendirilmiş ve bölgelerin mekânsal farklılıkları sınıflandırılmıştır (Moğolistan Turizm Bakanlığı, 2013).

Ulanbator Belediyesinin çevresindeki tatil ve turizm alanı, üç farklı bölgeden oluşmaktadır. 7670 km²'lik bir alanı kapsayan birinci (iç) bölgesi sanayi, tarım, hayvancılık, eğlence ve turizm gibi farklı sektörlerin faaliyet gösterdiği yoğun bir alandır. Öte yandan karışık bir ekonomik bölge olarak tanımlanabilmektedir. Bu alan, 10 alt bölgeye ve 32 mikro bölgeye ayrılmıştır. 28656 km²'lik alanı kapsayan ikinci (ara) bölgesi, 6 alt bölgeye ve 18 mikro bölgeye ayrılmıştır. Bu bölgede tarım alanları, hayvancılık işletmeleri ve sanayiler bulunmaktadır. 43022 km²'lik alanı kapsayan üçüncü (çevresel) bölgesi ise 5 alt bölge ve onun içinde 11 mikro bölgeye ayrılmıştır.

Bölgelerde birbirinden farklı turizm potansiyelleri vardır (Ulanbator Turizm Bakanlığı, 2013).

Ulanbator şehrinin yeryüzü şekilleri ve doğal kaynakları açısından turizmin arz potansiyelini belirterek tur türleri şekil 2.2’de göstermiştir.

Şeıl 2.2. Ulanbator Belediyesiinin Tatıl Alanı ve Tur Çeşitleri



Kaynak: Ulanbator Turizm Bakanlığı, 2013.

Şeıl 2.2’deki resme göre Ulanbator’un tatıl ve turizm alanının üç bölgeden oluştuğu farklı çizgilerle görölmektedir. Birinci ve ikinci bölgede turizm turları yoğun bir şekilde görölmektedir. Bu bölgelerin turizm arz potansiyelini kullanarak, şehir merkezi dışında doğal çekiciliklere ait turizm çeşitleri geliştirdiği anlaşılabilir.

2.1.2. İklim

Moğolistan'ın büyük bölümünde, az yağış ve büyük sıcaklık farklılıklarına sahip, sert bir kara iklimi hüküm sürmektedir. Ulanbator dünyanın en soğuk

başkentlerinden biridir. Çoğunlukla yaz yağmurları şeklinde olan yağış, ülkenin değişik kısımlarında yılda 100 ila 300 mm arasında değişmektedir. Aşırı soğukla gelen hafif kar, ülkenin kuzey kısmında devamlı donmuş olarak kalan, önemli bir kıtayı meydana getirmektedir. Sıcaklık farkı oldukça büyüktür. Ulanbator'da Ocak ayındaki sıcaklık ortalaması -25°C , Temmuz ayındaki ise 20°C 'dir. En yüksek ve en düşük sıcaklıklar arasındaki fark oldukça büyüktür. Yıllık ortalama sıcaklık $-1,3\text{C}$ 'dir. Yazın kısa ve sıcak, kışın ise uzun ve soğuk olmaktadır. Yıllık ortalama yağış miktarı: 242,7 mm, ortalama nem %69'dur. Ulanbator'ın bahar mevsimi Mart'tan Mayıs ayının ortasına kadar sürmekte ve ortalama 5°C , ılık ve serin bir iklim hakimdir. Ani kar fırtınaları görülebilmektedir. Bununla birlikte, yaz mevsimi ortalama 22°C , yağışlı ve bazen de fırtınalıdır. Sonbaharda hava genel olarak güneşli ve ortalama sıcaklık 7°C 'dir. Ağaçların yaprakları sararır ve donlar yavaşça girer. Ulanbator genellikle çok soğuktur. Kışın çok soğuk olmasına rağmen nadir de olsa güneş yüzünü göstermektedir. (Ulanbator Şehri Master Planı, 2013).

Turizm potansiyeline sahip coğrafi niteliklerin belirlenmesi zor olmakla birlikte, bu nitelikler içinde iklimin uygun şartlarda olması beklenmektedir. Diğer yandan iklim faktörü bir turizm bölgesinin çekiciliğini kendi başına oluşturabilmektedir (Güçlü, 2010: 13).

Uzmanlık alanları turizm iklimi olan bilim insanlarının öne sürdüğü iklim konforu kavramı; turistlerin destinasyonlardaki iklim koşullarından ne derecede memnun olduklarını belirlemektir. Buna göre turistlerin hissettikleri iklimin, çeşitli etmenler sonucunda kişiden kişiye farklılıklar göstermesi de dikkate alınmalıdır (Güçlü, 2010: 16-18).

Moğolistan'ı tercih eden turistlerin çoğu, yaz aylarında gelmektedir. Dolayısıyla Ulanbator'a en çok turist, yaz aylarında gelmektedir. Ulanbator Turizm Bakanlığı tarafından kış mevsiminde de turistleri çekmek için "Kış Festivali" ve "Kartal Festivali" gibi etkinlikler düzenlemektedir. Bunun dışında, turistlerin kış mevsiminde Ulanbator çevresindeki dağlara gezi organizasyonlarının yapılması, yüksek kesimlerde ise kayak ve dağ yürüyüşü yapabilecekleri bir iklime sahiptir. Ayrıca yaz aylarında hava sıcaklığının yüksek olması, turistlerin Tuul Nehri sahiline gidebilecekleri, serinlemek için de yaylalara çıkma imkanları bulabilecekleri bir doğal

yapı ve iklime sahiptir (Turizm Sektörünün Mevcut Durumu ve Ele Alınması Gereken Konular Genel Araştırma, 2019).

2.1.3. Bitki Örtüsü

Ulanbator'un güney ve batı kesimlerinde hakim olan bitki örtüsü bozkırdır. Hangay ve Hentii dağları arasında karaçamlar, titrek kavak, söğütler, çam, somon gibi çeşitli ağaçlar mevcuttur. Aynı zamanda pek çok farklı sebze ve bitki yetiştirilebilmektedir. Bitki örtüsü toplam orman alanının (karaçam, ladin, sedir, çam, huş ağacı) %55.8'ini oluşturmaktadır. Dağların zirve kısmında, batı ve kuzeybatı bölgelerinin bir kısmında sedir, bölgenin güney-batı ve güney kesimlerinde çam ağaçları, güneybatı kesimlerinde ise çam ormanları mevcuttur. Ulanbator'da toplam 256 çeşit ve 587 türde bitki çeşitliliği bulunmaktadır (Hashhuu, 2016: 6-10).

Ulanbator sahip olduğu bitki örtüsü nedeniyle doğal bir güzelliğe sahip olup turizm açısından tercih edilebilir bir özelliğe sahiptir.

2.1.4. Dağlar ve Nehirler

Ulanbator şehri dağların arasında ve vadiler üzerinde yer aldığı için alternatif turizm çeşitleri geliştirme fırsatı yüksektir. Aynı zamanda yaylalara sahip olduğu için eşsiz doğal güzellikleriyle turizm faaliyetlerine de hizmet vermektedir. Yayla turizminin son yıllarda talep görmesi, insanların doğayla baş başa kalma, rahatlama, huzur bulma, sağlık gibi ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik dürtülerinden kaynaklanmaktadır. Önceleri sadece ekonomik bir faaliyet olan hayvancılık için kullanılan yaylalar günümüzde çeşitli sportif faaliyetlere ve turizme de hitap etmektedir. Ulanbator'da yer alan dağların önemli olanları aşağıda verilmiştir (Buyunbadrah, 2019: 56-59).

Bayanzurh Dağı: Ulanbator'un güney doğusundaki en yüksek dağı olmak birlikte deniz seviyesinden 1846 metre yüksektir. Bu dağın, doğu tarafı tepelerle çevrili olup dağın kuzey kısmında yarım ay şeklinde bir orman bulunmaktadır. Kuzey batı tarafında Tuul Nehri ile birleşmektedir. Dağın kuş bakışı görünüşü kalp şeklindedir. Her yıl Bayanzurh Dağı'nda Şaman dağ ritüelleri düzenlenmektedir (Buyunbadrah, 2019: 75).

Songinhairhan Dağı: Ulanbator'un batı tarafında Tuul Nehri'nin kuzeyinde deniz seviyesinden 1662 metre yükseklikte yer almaktadır. Yerel halk bu dağı kutsal olarak kabul eder ve dağın sahibinin siyah bir tilki olduğuna inanır. Kış mevsimi boyunca karın durmadan yağdığı bir dağdır. Songinhairhan Dağ'ı uzaktan üç tepe olarak görülmektedir. Dağda yabani soğan bol miktarda yetişmektedir. O yüzden dağın ismine soğanı anımsatan Songinohairhan adı vermiştir (Buyunbadrah, 2019: 82).

Bogd Han Dağı: Ulanbator şehrinin güney tarafında yer almakta, uzunluğu 40 km olup Hentii Dağlarının güney batısında Moğolistan ormanlık bölgesinin ve kuru bozkır bölgesinin ortasında yer almaktadır. En yüksek zirvesi "Tsetse Gun" deniz seviyesinden 2268 metre yükseklikte olup, ardından deniz seviyesinden 2256 metrelik yüksekliğe sahip "Tushee" zirvesi gelmektedir. Dağ Tayga bölgesinin bitki örtüsü olan köknar ormanı bakımından zengindir. Ancak son yıllarda köknar ormanında düşüş yaşanmıştır. Bogdhan Dağı, Sibiryaya Tayga ve Hentii Dağları'nın bitki örtüsünün ve çoğu memelinin yaşam alanlarının en güney sınırındadır. Dağ vadisinde bulunan küçük ırmaklarla zengindir ve bunların bazıları Tuul Nehri'ne kadar akmaktadır (Buyunbadrah, 2019: 61).

Çingeltei Dağı: Ulanbator'un kuzey batı tarafında deniz seviyesinden 1831 metre yükseklikte yer almaktadır. Uzaktan bakıldığında öğrencilerle birlikte kitap okuyan bir öğretmene benzetilmektedir. O yüzden eski zamanlarda Çingeltei Dağı'nın kuzeyinde çok sayıda Budist manastırı ve tapınak inşa edilmiştir. Günümüzde Çingeltei Dağı'nın güneyinde Gandan Manastırı, Dambadarjai Manastırı, Geser Tapınağı, Sarı Saray ve Choijin keşişinin manastırı yer almaktadır. Eski zamanlardan günümüze kadar yaz sonu ve sonbahar aylarında Çingeltei dağından şifalı bitkiler ve çeşitli çiçekler toplanmaktadır. Bu nedenle Çingeltei Dağı her türü şifalı bitki bakımından oldukça zengin bir dağdır (Buyunbadrah, 2019: 80).

Gorkhi-Terelj: Ulanbator şehrinin 50-76 km doğusunda yer almaktadır. Doğal kayalık uçurumlarla kaplı eşsiz bir manzaraya sahiptir. Hentii Dağ silsilesinin güney kısmını, Ar Uwur Gorkhi, Terelj Irmağı ve Tuul Nehri'nin alanını kaplamaktadır. En yüksek nokta deniz seviyesinden 2664 metre yükseklikte bulunan Awhaan Dağ'dır. Toprak, granit, alkalin granit, silikon ve kumtaşı içerir. Terelj bölgesindeki dağlar, tepeler, taşlar ve vadiler bir birinden farklı ve eşsiz bir şekilde yer almaktadır. Bu

bölgenin kuzey kenarında Tuul Nehri'ne akan Terelj ırmağı bulunmaktadır. Terelj bölgesinden 1960 yılına kadar su kristali, duman kristali ve pembe kristali çıkarılmıştır. Yer altından gelen yüksek su basıncı nedeniyle kristal çıkarma işlemleri durdurulmuştur. Gorkhi Terelj bitki örtüsü bakımından zengindir ve otsu ot, tatlı su otu sedir yeşil yosun, çam, huş ağacı ve ladin hakimdir. Hayvanlar bakımından geyik, kurt, misk geyiği ve tavşan gibi memeliler bol miktarda bulunmaktadır. Bu bölge turizm açısından Ulanbator şehrinde sonra Moğolistan'ın en gelişmiş noktasıdır. Burada oteller ve yaklaşık 100 adet turist kampı bulunmaktadır. Aynı zamanda yürüyüş, gezi, at gezintisi, jeep safari ve yayla turizmi vb. birçok turizm faaliyetleri gerçekleştirilmektedir (Buyunbadrah, 2019: 65).

Ulanbator'un etrafındaki dağlarda ve vadilerinde yöresel turist ve yabancı turist için birçok turlar yapılmaktadır. Dağların kendi özelliklerini kullanarak yürüyüş, gezi, at gezintisi, jeep safari ve balon turu yapılmaktadır. Bunların yanı sıra kültür turizmi ve yayla turizmi potansiyeller bakımından zengindir. Ulanbator'un etrafındaki dağlarda onlarca küçük ırmak bulunmaktadır. Ayrıca şehir sınırlarından geçen büyük bir nehir de (Tuul) bulunmaktadır.

Ulanbator şehrinin güney tarafından geçen Tuul Nehrinin kıyısında turizm açısından önemli olan eğlence parkları ve turist kampları bulunmaktadır. Kış mevsiminde Tuul Nehri üzerinde at gezintisi ve köpek kızak gezisi turları gerçekleştirilmektedir. Selbe ırmağın kıyısında ise yürüyüş parkları ve gençler için birçok alan bulunmaktadır. Ulanbator'da yer alan 2 nehir hakkında detaylı bilgi aşağıda verilmiştir.

Tuul Nehri: Hentii Dağ silsilesinden doğar ve Moğolistan'ın Hentii, Tuv, Bulgan ve Selenge bölgelerinden geçer. Moğolistan'ın en uzun nehirlerinden biri olan Orhon Nehri'ne ulaşır. Uzunluğu 819 km olup Ulanbator şehrinin güney tarafından geçmektedir. Tuul Nehri Bogd Han Dağının kuzey kısmından geçer ve 60 km boyunca uzanan söğüt ormanına sahiptir. Tuul nehir havzası 6300 km²'lik bir alanı kaplamaktadır. Nehrin ana hammaddesi yaklaşık %90 olan atmosferik yağıştır (Buyunbadrah, 2019:83).

Selbe Irmağı: Hentii Dağ silsilesinin güney kesiminde bulunur ve deniz seviyesinden 1510-1620 metre yükseklikte yer almaktadır. Toplam alan 342.2 km² dir. Ulanbator şehrinin içinden geçer ve Tuul Nehri'ne ulaşır. Selbe nehri, 35 km şehir içinden geçerek Tuul Nehri'ne akar. Kentsel gelişme nedeniyle ırmağın akışı azalmıştır (Buyunbadrah, 2019: 87).

2.1.5. Fauna Yapısı

Fauna kavramı herhangi bir bölgenin içerisinde yaşayan her türlü hayvanlar olarak tanımlanmaktadır. Ulanbator şehrinde Hentii Dağ silsilesini ve Hangay Bölgesi'nin ortak karakterini yansıtan hayvan türleri bulunmaktadır. Fakat bazı hayvan türlerinin ülke genelinde olduğu gibi Ulanbator'da da azalması ya da nesillerinin tükenmesi durumuyla karşı karşıya kalmış durumdadır. Ulanbator'da yaşayan ve yok olmaya başlayan geyik, dağ keçisi, dağ koyunu olmak üzere 16 tür hayvan bulunmaktadır. Bunun dışında avlanma izni verilen kurt, boz ayı, dağ sıçanı, tavşan, domuz olmak üzere 30 tür hayvana sahiptir (Daariimaa ve Saruul, 2017: 36).

Hustai Nuruu milli parkı Ulanbator'un 80 kilometre batısında yer almaktadır. Ulanbator'un güneybatısından kuzeydoğusuna uzanan dağlardan oluşmaktadır. Ortalama 1500-1700 metre yüksekliğindedir. Kızıl geyik, yaban domuzu, çeşitli kemirgenler ve 126 çeşit kuş türüne ev sahipliği yapmaktadır. Hustai dağları bölgesinde Lunoba ve Hustai turist kampları bulunmaktadır. Bu kamplar kış ve yaz ayı boyunca açıktır. Przewalski atı /yaban atı/ projesi bu alanda gerçekleştirilmektedir. 1992 yılında Hustai Dağları'nın bu bölgesinde Moğol-Hollanda Przewalski at projesi hayata geçirilmiştir. Proje kapsamında, 1993 yılından bu yana 900 km² alan devlet koruması altında alınmıştır. Başlangıçta 15 Przewalski atı Rusya'dan ithal edilmiştir. O zamandan günümüze kadar her üç yılda bir 18-20 Przewalski atı getirilmiştir ve günümüzde bölgede 300'den fazla Przewalski atı bulunmaktadır. Ulanbator'un etrafındaki fauna, turizm potansiyeli bakımından en uygun bölgesel yapıdadır ve turisti çekme potansiyeli yüksektir. Her yıl yaklaşık 30 bin turist bu milli parkı ziyaret etmektedir (Anon 2, 2020).

2.2. Ulanbator Şehrinin Antropolojik Turizm Arz Potansiyeli

2.2.1. Alt Yapı ve Üst Yapı Kaynaklarının Durumu

2.2.1.1. Ulaşım

Bir bölgenin ulaşım ağının sahip olduğu özellikleriyle ekonomik gelişimi arasında kuvvetli bir bağ vardır. Ekonomik gelişimin sağlanmasında ulaşım alt yapısının tam anlamıyla iyileştirilmesiyle bölgenin sosyal, kültürel ve kalkınma gibi etkenlerini güçlendirmesi yönünde temel adımlar atılmış olur. Bölgenin ekonomik açıdan sahip olduğu mal ve hizmetlerin maliyetlerinin düşmesine, sosyal açıdan kültürel birleşim ve gelişim sağlamasına ve sosyal olaylara katılımı artırmasına, siyasal açıdan toplum ve devlet bağının güçlenmesine önemli ölçüde etki eder (İncekara vd.,1997).

Bir turistik destinasyonun sahip olduğu çekiciliklere ulaşılabilir olduğu takdirde, turistler ziyaret etme eğilimine yönelmektedirler. Turizmdeki gelişimde ulaşımın rolü, etki ve tepki üzerine kurulur. Ulaşımdaki iyi yönde gelişmeyle turizm gelişmekte, turizmdeki gelişmeyle de ulaşım iyileştirilmektedir. Küreselleşen dünyada ulaştırma ve iletişimdeki gelişmelere paralel olarak uzak diyarlar yakınlaşmakta ve dolayısıyla bu durum turizme olumlu olarak yansımaktadır (Uluer, 2009: 65-70).

Coğrafi konum açısından kalabalık kentlerin ulaşılabilirliği ve kentlerin iç kesimlerde bulunması turizm potansiyeli açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda kentlerin sahip olduğu coğrafi konum ile birlikte etkilendiği bazı faktörler olan uzaklık, zaman, kolay ulaşım, diğer kentlere yakınlık ve çekiciliklere yakınlık gibi etmenlere göre değerlendirilmeleri sayesinde kentlerin turizm potansiyellerinin belirlenmesinde büyük yardımcı olmaktadır (Kiper, Özyavuz ve Korkut, 2011: 72-75).

Bir ülkenin turizm faaliyetlerinin geliştirilebilmesi için geniş bir ulaşım ağına da sahip olması gerekmektedir. Ulaşımın kalitesi, ulaşılabilirliği, hızı ve güvenliği de önemlidir. Moğolistan'da kara, hava ve demir yolları yıldan yıla gelişim göstermektedir. Moğolistan'da en sık kullanılan ulaşım türü kara yolu ulaşımıdır. Moğolistan'ı ziyaret eden turistlerin büyük çoğunluğu hava yollarını tercih etmektedir. Genellikle demir yolu ve kara yolunun gelişmemiş olması, Moğolistan'ın Çin ve Rusya'nın ortasında yer almasından kaynaklanmaktadır. Ulanbator şehri

Moğolistan'ın başkenti olduğu için ulaşım sektörü en çok burada gelişmiştir. Ulanbator'da ana ulaşım karayolu ile sağlamakta ve bunun yanında demir yolu ve hava yolları da mevcuttur. Ulanbator şehrinin güneybatı kesiminde şehir merkezinden 18 km uzaklıkta Chinggis Khaan Uluslararası Havalimanı yer almaktadır. MİAT, ulusal hava yolu şirketi ve Kazakistan, Tokyo, Seul, Berlin, Moskova, Irkutsk, Pekin, Hong Kong, Türkiye olmak üzere birçok ülkeye uçuş yapılmaktadır. Ayrıca Moğol demiryolu, Trans Sibiryaya demiryolu ve Çin demiryolu ile bağlantılıdır. Ulanbator içerisindeki taşımacılık hizmetleri, Ulanbator Toplu Taşıma Departmanı tarafından yönetilmekte ve temel, destek, şehirleşmiş ve taksiler kategorisinde toplu taşıma hizmetleri sunulmaktadır. Hizmetlere trolleybüsler, otobüsler, minibüsler ve taksiler dahildir. Ulanbator şehrinde insanlar kendi araçları ile taksi hizmeti vermektedir. Bu durum diğer ülkelerin başkentlerinde neredeyse gözlemlenemez bir olgudur. Ulanbator'daki tüm turizm destinasyonlarına karayolu ile ulaşım mümkündür. Moğolistan'a gelen turistlerin %90 Ulanbator şehrini ziyaret etmektedir. Çünkü Moğolistan'daki tek uluslararası havalimanı Ulanbator'da yer almaktadır (Moğolistan İnşaat ve Şehircilik Bakanlığı 2017).

2.2.1.2. Alt Yapı Durumu

Turizmin genel etkilerinden, herhangi bir bölgede turistik talebin artmasıyla kamu veya özel kesimlerin turist beklentilerini karşılayıcı birtakım üst yapı yatırımlarını hayata geçirmeleri gerekmektedir. Böylece bölge için sadece turizm olayı gelişmekle kalmayıp alt yapı hizmetleri (yol, su, enerji, iletişim, kanalizasyon vb.) de gelişerek bölgede yaşayan halkın yaşam standartları da yükselmektedir. Aynı zamanda ekonomik yapı da gelişmekte, yeni mal ve hizmetlerin geliştirilmesiyle, yeni iş sahaları ve endüstriler ortaya çıkmaktadır. Öte yandan üst yapıların özel sektör tarafından, alt yapının ise kamu tarafından yapılması gerektiği genel bir görüşken nadiren de olsa devletin alt yapı hizmetlerini özel sektöre bırakması ve de maddi yardım sağlaması gibi durumlarda söz konusu olabilmektedir (Seçilmiş ve Sarı, 2010: 8-10).

Turistlerin bölgeleri ziyaret etmesindeki arka plan çekiciliği bölgenin sahip olduğu alt ve üst yapı imkanlarıdır. Turizmdeki konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinin, bölgenin cazibe merkezlerine en yakın, alt yapı imkanlarının bulunduğu noktalara konumlandırılması gereklidir (Bilici ve Işık, 2015: 9-11).

Ulanbator, Moğolistan'ın en büyük ve en kalabalık şehridir. Alt yapısının diğer şehirlerden daha gelişmiş olmasına rağmen kalabalık olmasından dolayı alt yapıda sorunlar yaşanmaktadır. Ulanbator, eski apartmanların ve çadırların bir arada olduğu ve modern yapılardan oluşan iki bölgeye ayrılmaktadır. Şehir merkezinde modern apartmanların konumlandırıldığı yerler, alt yapı bakımından gelişmiş bölgeleridir. Ancak eski apartman ve çadır olan bölgelerde alt yapı gelişmemiştir (Moğolistan İnşaat ve Şehircilik Bakanlığı 2017). Özellikle turistik anlamda gelir artışıyla birlikte kentlerin güvenlik, sağlık ve alt yapı alanlarında iyileşmeler meydana gelerek turizm sektörü olumlu yönde gelişmektedir (Uluslan ve Batman, 2010).

Ulanbator'da son yıllarda turistler için sokakların ismini netleştirmek, turistlere hizmet veren yerlerin sayısını artırmak ve toplu taşımayı geliştirmek adına yapılan çalışmalar turizme katkı sağlamaktadır. İletişim açısından değerlendirildiğinde Ulanbator şehri genelinde bir milyon dolaylarında telefon abonesi olup il-ilçe ve köy merkezlerindeki santraller yeterlidir. Dört büyük cep telefonu operatörü bulunmaktadır. İnternet hizmetinden kent merkezleri sağlıklı bir şekilde faydalanırken, şehir merkezinden uzak ve kırsal kesimlerde bu hizmetten istenilen düzeyde verim alınamamaktadır. Ulanbator şehri ve çevresinde bulunan enerji ve iletişim kablolarının yüzde beşi yer altından sağlanırken, yüzde doksan beşi toprak üstü direk ve tellerle çekilidir. Ulanbator şehir merkezinde kullanılan içme suları, şehrin güney tarafındaki Tuul Nehri'nden sağlanmaktadır. İlçelerde ve mahallelerdeki su ihtiyacı genellikle muhtelif yerlerdeki kuyulardan sağlanmaktadır (Moğolistan İnşaat ve Şehircilik Bakanlığı, 2017).

Ulanbator şehrinde 1919 yılında ilk uluslararası telgraf ağı kurulmuştur. 1919'dan önce normal kağıt posta kullanıyordu. 1924 yılında Moğol Telekomünikasyon Kurumu kuruldu ve tüm posta yazışmalarını entegre etmeyi başardı. 1995 yılında ilk internet iletişim hizmeti olan Datacom LLC kuruldu ve vatandaşlara internet hizmeti vermeye başladı. Günümüzde ise 80'den fazla internet şirketi ve 4 cep telefonu şirketi iletişim hizmetlerinden sorumludur. 2016 yılının ortalarında, Ulanbator'daki 4G LTE cep telefonlarına erişim, Ulanbator halkının dünyadaki diğer yüksek teknolojiye sahip şehirlerine kadar yüksek hızda bir internete sahip olmasını sağlamıştır (Moğolistan İnşaat ve Şehircilik Bakanlığı, 2017).

Ulanbator şehri hem elektrik hem de ısıtma üreten santral merkezi, bazı kısımlarda ısıtma kazanı ve merkez sisteminden bağımsız yerlerde normal soba kullanmaktadır. Şehir genel olarak 3 ayrı enerji üreticisi firmaya sahiptir. Ulanbator şehrinin su ihtiyacı 4 kaynaktan temin edilmektedir. Merkezi su temini boru hatlarına tam olarak bağlı değildir. Su dağıtımını bu bölgelere su kuyuları ile veya tankerle su taşınarak sağlanmaktadır. 2016 yılı itibariyle merkez sisteminden bağımsız bölgelerde 445 dağıtım noktası bulunmaktadır (Moğolistan İnşaat ve Şehircilik Bakanlığı 2017).

Ulanbator'da turizm açısından etkin potansiyele sahip alanlarda alt yapı sorunları mevcut olup bu sorunların bir an önce çözümlenmesi gerekmektedir. Özellikle ulaşım altyapısının iyileştirilip içme suyu, kanalizasyon ağı ve çöp toplama hizmetlerinin geliştirilmesi ile bölge turizmüne katkı sağlanması beklenmektedir.

2.2.1.3. Üst Yapı Durumu

Konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri gibi turizm üst yapı unsurlarının yeterli konfora sahip olabilmelerinde, alt yapı imkanlarının nitelikli ve tamamlayıcı olması gereklidir. Bu üst yapıların olmadığı durumlarda ise bölgeler, çekicilik özelliklerini kaybetmektedirler. Bunun yanında turizmde üst yapının temel taşı olan konaklama işletmelerinin yanında alış-veriş merkezleri, terminaller, eğlence mekanları gibi tamamlayıcı nitelikte işletmeler de turizm sektörünü renklendirmektedir (Uluer, 2009: 10-12).

Üst yapıların varlığı, geliştirilmesi ve devamlı ayakta kalması, buldukları bölgenin doğal kaynaklarının devamlılığıyla doğrudan ilişkilendirilmektedir (Akin ve Yılmaz, 2015). Buradan hareketle doğal kaynaklara zarar vermeden üst yapıların artırılması, seyahat acentaları ve tur operatörleri aracılığıyla destinasyonun etkin pazarlanması, bölge için tutundurma faaliyetlerinin geliştirilmesi, kamu ve özel kesimlerce desteklenmesi, üst yapı unsurlarının doğal ve çevresel yapıyı etkilememesi ön şart olmalıdır (Altundaş, 2013: 9-12).

Ulanbator'un ilk oteli olan 60 oda ve 170 yataklı Altai'nin 1948 yılında inşa edilmesinden bu yana 70 yıl geçmiştir. Bu dönemde, otel sınıflaması ve hizmetleri uluslararası standartlara yaklaşmıştır. Ancak bazı açılardan uluslararası standartlar hala yakalanamamıştır. 2 Ocak 2018 itibariyle Ulanbator'da 271 otel, 321 han

konseptli tesis olmak üzere toplam 592 konaklama tesisi bulunmaktadır. Başkent Turizm Otoritesinden faaliyet lisansı alan 227 otel, yatırım belgesi olan 146 otel ve 220 hostel bulunmaktadır (Ulanbator Valiliği Uygulama Birimi, 2017).

2.2.2. Ekonomik Durumu

Turizmdeki faaliyetlerin bölgesel kalkınmayı destekleyici istihdam yaratma, yatırım, döviz geliri gibi etkenlerle ekonomi üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır (Uuer, 2009: 6).

Turizmin Moğolistan'daki ekonomik rolü gün geçtikçe büyümektedir ve aynı zamanda cari açığa katkı sağlamaktadır. Özellikle bölgeler arasındaki ekonomik farklılıkların kapanmasında etkili olmakta, endüstrisi ve tarımı gelişmemiş bölgelerin zengin turistik kaynaklarını planlı ve programlı turizme açmaları sayesinde kalkınmada bölgesel dengeler sağlanabilmektedir. Moğolistan, 1921 yılında Bolşeviklerin yardımıyla bağımsızlığını kazanmış fakat, bunun sonucunda Moğolistan'da Sovyet etkisi artmaya başlamıştır. 1921-1990 döneminde Moğolistan SSCB'nin etkisi altında, Sovyet Bloğu'nun en sadık üyesi olmuştur. Moğolistan, 1990'ların başında Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından serbest piyasa ekonomisine geçmeye çalışmıştır. Bundan sonra da Ulanbator, Moğolistan'ın ekonomik ve politik merkezi haline gelmiştir (Syerikbol, 2019: 12).

Ulanbator, Moğolistan'ın ekonomik, politik merkezi ve en kalabalık şehri olduğu için Moğolistan ekonomisine ciddi katkılar sağlamaktadır. Moğolistan ekonomisi 1990'lı yılların ilk yarısındaki istikrarsız dönemin ardından 1996-2000 döneminde serbest piyasa ekonomisine geçişi sağlayan reformlar gerçekleştirmiş ve toparlanmaya başlamıştır. Tarıma elverişli toprakların oldukça sınırlı olduğu ve göçebe yaşam biçiminin hala sürdürüldüğü ülkede hayvancılık oldukça yaygındır. Dünya kaşmir arzının yüzde 30'unu sağlayan Moğolistan'da kaşmir ihracatı toplam ihracatın yaklaşık yüzde 7'sini oluşturmaktadır. Moğol ekonomisindeki yüksek büyüme oranları ise büyük ölçüde madencilik sektöründeki hareketliliğe bağlanmaktadır. Bu nedenle hayvancılığa zarar veren doğal afetler ve maden fiyatlarındaki dalgalanmalar, Moğolistan ekonomisinde ödemeler dengesini ve büyüme grafiğini doğrudan etkilemektedir Ulanbator'un, Moğolistan'ın

ekonomisindeki rolü her geçen yıl artmakta ve GSYH'sinin yüzde 65'ini, enerjisinin yüzde 85'ini ve yatırımının yüzde 50'sini oluşturmaktadır (Moğolistan İnşaat ve Şehircilik Bakanlığı 2017).

Moğolistan'ın GSYİH üretimi bakımından başkent Ulanbator'un ne kadar önem arz ettiği aşağıdaki örneklerde görülmektedir. Örneğin, Ulanbator 2007 yılında ülkenin GSYH'sinin yüzde 46.9'unu, 2008 yılında yüzde 50.6'sını, 2009 yılında yüzde 59.4'ünü, 2010 yılında yüzde 62.7'sini ve 2016 yılında yüzde 65.4'ünü üretmiştir (Baigalmaa, 2017: 14). Ulanbator şehrinde önemli olan sektörler hakkında aşağıda bilgi verilmiştir

Sanayi: Ulanbator şehrinin 2017 yılındaki işletmeleri, 2016 yılına göre %20,9 artarak 8375,3 milyar Tugrik (MNT) değerinde ürün üretmiştir. 2017 üretiminin, kömür madenciliği, petrol, doğal gaz, demir cevheri madenciliği ve diğer maden ürünlerinin yanı sıra et, sebze işleme, süt ürünleri, tahıl unu, hayvansal yem üretimi, meşrubat üretimi ve diğer gıda ürünleri, bununla birlikte tütün ürünleri, tekstil ürünleri, konfeksiyon, tabaklama, ağaç ürünleri, kağıt ve kağıt ürünleri imalatı, kok üretimi, sıvı yakıt ürünleri, kimyasal ürünler, demir dışı metal ürünleri imalatı, kırtasiye, hesaplama teknikleri, tıbbi cihazlar, ölçüm cihazları ve diğer taşıma araçları vb. üretimler 2016 yılına göre yüzde 1,7-2 büyümüştür. Yukarıda ifade edildiği gibi Ulanbator şehri Moğolistan'ın ekonomik ve sanayi merkezidir (Baigalmaa, 2017: 16).

Hayvancılık: 2017 yılında Hayvancılık ve Hayvan Sayımı sonuçlarına göre toplam 423,644 hayvan bulunmaktadır. 2016'dan bu yana 14685 hayvan sayısı yüzde 3,4 olarak azalmıştır. Ülkeye göre sayılmış 66,2 milyon hayvanın %0.6'sı Ulanbator'daki hayvanları oluşturmaktadır. Bir önceki yıla göre 0.1 puan düşmüştür (Baigalmaa, 2017: 19).

Tablo 2.1. Ulanbator Şehri Hayvan Sayısı

	2005	2010	2015	2016	2017
Toplam	247 107	262 881	403 655	438 329	423 644
Deve	93	229	233	247	251
At	16 835	20 786	36 735	45 177	43 341
İnek	50 044	54 909	86 006	89 800	88 845
Koyun	94 199	101 572	162 322	176 813	170 173

Keçi	85 936	85 385	118 359	126 292	121 034
------	--------	--------	---------	---------	---------

Kaynak: Baigalmaa, 2017.

Tablo 2.1'e göre son yıllarda Ulanbator şehrinde hayvancılık faaliyetleri azalmaya başlamıştır. 2005-2016 yılları arasında ise genel olarak artmıştır. Ayrıca 2016 yılından itibaren hayvan sayısının da azaldığı görülmektedir.

Tarım: Ulanbator'da 2017 yılında 224.8 hektar (%27.2) patates, 305.3 hektar (%36.9) sebze ve 292.2 hektar (%35.4) yem bitkileri ekilmiştir. Tarımın 593.1 hektarı (%71.9) sulanan alan ve 71.4 hektarı (%8.6) sera alanıdır.

Tablo 2.2. Ulanbator Şehrinin Tarım Ürünleri

	2005	2010	2015	2016	2017
Toplam	1 109.5	1 134.3	1 201.7	1 104.6	825.3
Patates	623.4	538.6	350.2	351.3	224.8
Diğer Sebzeleri	350.1	344.7	444.0	496.6	305.3
Yem bitkileri	136.0	247.5	407.4	256.5	292.2
Diğer bitkiler	-	3.5	0.1	0.2	3.0
Meyveler	-	-	320.4	154.4	250.7

Kaynak: Baigalmaa, 2017.

Tablo 2.2'e göre son yıllarda Ulanbator şehrinin tarım ürünlerinde 2016 yılından itibaren azalma görülmektedir.

2.2.3. Sosyal Yapı

Ulanbator şehri kendi kendine yöneten bir sosyal ekonomi bölgesi olarak gelişimini planlanmaktadır. Şehirdeki gereksiz nüfus yoğunluğunu azaltmak amacıyla bazı ilçelerin nüfusunu diğer ilçelere dağıtacak bir destek politikası yürüterek, kırsal alandan göçü sınırlamak gerekmektedir. Bu politika çerçevesinde yeni planlanmış ilçeler oluşturulabilecektir. Ulanbator'un sosyal yapısı gelir dağılımına göre incelendiğinde aşırı farkların olmadığı ve halkın gelir düzeyinin birbirine yakın olduğu bilinmektedir. Bunun nedeni ise kent merkezlerinde işçi ve memurların fazla olmasıdır. Ayrıca ticaretle uğraşanlar için, kırsal alanlarda ticaretin gelir seviyesinin daha yüksek olduğu bir bölgedir. Ulanbator'un sosyal yapısı nüfus, etnik yapı ve idari yapı olarak alt dallara ayrılarak incelenmiştir (Moğolistan İnşaat ve Şehircilik Bakanlığı 2017).

2.2.3.1. Nüfus

Nüfus, toplumun oluşumundaki temel unsurlardandır ve sosyal yapısını şekillendirir. Buna bağlı olarak bir bölgenin nüfus yapısı incelendiğinde sosyal analiz çıkarılmış olur. Bu analizlerde nüfusun dağılımı, kırsal ve kentsel nüfus gelişimi, yaş ve cinsiyet dağılımı, istihdam ve göç oranı, eğitim durumu vb. hakkında sosyal veriler ortaya çıkar. Kentin sosyal yaşantısının durumu ve sosyal olayların nedenleri hakkında fikir vermektedir. (Alkan, A 2017).

Moğolistan'ın başkenti Ulanbator'da 748.770 kadın ve 697.870 erkek olmak üzere toplamda 1.444.669 kişi yaşamakta ve Moğolistan'ın nüfusunun yüzde 45.3'ünü oluşturmaktadır. Başkent Ulanbator, Moğolistan'ın topraklarının yüzde 0.3'ünü kaplayarak Moğolistan'da en yüksek nüfus yoğunluğuna sahip şehir konumundadır. Ulanbator'un bir kilometrekare nüfus yoğunluğu başına düşen insan sayısı 299 kişidir. Moğolistan'daki Orhon ve Darhan-Uul gibi diğer büyük şehirlere göre nüfusu 2.3-9.3 kat daha fazladır. Başkent nüfusunun %95.1'i altı merkez ilçede, %23.8'i Bayanzurh ilçesinde, %22.8'i Songinohairhan ilçesinde, %15.6'sını Bayangol ilçesinde, %12.0' Han-Uul ilçesinde, %11.2'sini Çingeltei ilçesinde, Suhbaatar ilçesinde %9.7'i ve kalan %4.7'i Bagahangai ilçesinde yaşamaktadır (Ulanbator Şehrinin Statistik Kurumu 2018).

Tablo 2.3. Ulanbator Şehrinin Nüfusu

	Cinsiyet	2014	2015	2016	2017	2018
Ulanbator	Toplam	1,314,486	1,345,500	1,380,792	1,417,396	1,444,669
	Erkek	627,837	650,979	661,900	679,558	697,870
	Bayan	686,649	694,521	718,892	737,838	746,799

Kaynak: Ulanbator Şehri İstatistik Kurumu, 2018.

Tablo 2.3'de Ulanbator nüfusunun en yüksek rakama 2018 yılında ulaştığı görülmektedir ve nüfus sayısı her yıl artış göstermiştir. Ayrıca son beş yıllık süreçte kadın nüfusunun erkeklere göre daha fazla olduğu görülmektedir. 2018 yılı itibariyle Ulanbator şehrinin nüfusu 1.444.669'dur.

Tablo 2.4. Ulanbator Şehrinin Nüfusu (İlçelere göre)

İlçe	2014	2015	2016	2017	2018
Ulanbator	1,314,486	1,345,500	1,380,792	1,417,396	1,444,669
Baganur İlçe	28,333	8,423	28,973	28,787	29,512
Bagahangai İlçe	3,903	2,176	4,143	4,100	4,399
Bayangol İlçe	208,898	17,380	214,278	221,384	226,869
Bayanzurh İlçe	308,672	320,852	327,123	336,932	343,619
Nalaih İlçe	34,547	6,107	36,425	36,911	37,608
SonginHairhan İlçe	295,827	14,745	315,802	322,458	321,150
Suhbator İlçe	136,424	6,973	136,569	138,047	145,335
Han-Uul İlçe	138,368	9,113	159,465	169,726	178,919
Çingeltei İlçe	159,514	3,872	158,014	159,051	157,258

Kaynak: Ulanbator Şehri İstatistik Kurumu, 2018.

Tablo 2.4’de Ulanbator’daki nüfus sayısı bir önceki seneye göre 27.2 bin kişi olarak artmıştır. Yıllık ortalama bütün ilçelerinde nüfus sayısının arttığı görülmektedir.

2.2.3.2. Etnik Yapı

Moğolistan’ın ilk başkenti Ulanbator 1369’da kurulmuş ve daha sonra orada yaşayan yerli halklar Ulanbator’a taşınmıştır. Ulanbator Moğolistan’ın başkenti olduğu için ülkenin dört bir yanından birçok etnik grup buraya gelip yerleşmişlerdir. Çoğunluğu Halha Moğolları’ndan oluşmaktadır. Günümüzde Ulanbator’da yaşayan diğer etnik gruplar ise Halha, Durvud, Buryat, Darhad (Duha Türkler) ve Kazak halklarından oluşmaktadır (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

2.2.3.3. İdari Yapı

Başkent Ulanbator, Türkçe’de “Kızıl kahraman” anlamına gelmektedir. Resmi kuruluş tarihi 1639’dur. Tarihte adı birkaç kere değiştirilerek günümüzde Ulanbator olarak adlandırılan başkent, 1639-1706 yılları arasında Urgu, 1706-1911 yılları arasında İh Hure, 1911-1924 yılları arasında Nislel Hure ve 1924 yılından bu yana da bugünkü adıyla anılmaya başlamıştır. Ulanbator, Bayanzurh, Bayangol, Songinhairhan, Han-Uul, Çingeltei, Suhbaatar, Baganuur, Bagahangai olmak üzere 9

ilçeden oluşmaktadır. Her ilçe Horoo denilen mahallelere bölünmektedir (Ulanbator Şehrinin Master Planı, 2013).

Tablo 2.5. Ulanbator Şehrinin İdari Yapısı (İlçeler)

İlçe	Yeryüzü Şekli (km ²)	Nüfus Yoğunluğu (kişi başına 1km ²)			Mahalle sayısı		
		2005	2010	2017	2005	2010	2017
Baganur	625.0	41	43	46	4	4	5
Bagahangai	156.1	27	26	26	2	2	2
Bayangol	24.4	5 440	6 275	9 074	20	20	23
Bayanzurh	1236.1	158	214	273	20	24	28
Nalaih	689.0	39	46	54	6	6	7
Songinhairhan	1200.1	170	210	269	21	25	32
Suhbator	210.8	562	657	655	16	18	20
Han-Uul	501.9	181	231	338	14	14	16
Çingiltei	91.7	1 461	1 651	1 735	18	19	19
Toplam	4735.1	202	247	299	121	132	152

Kaynak: Ulanbator Şehri'nin Ekonomik ve Sosyal Durumu Genel Araştırma Raporu, 2017.

Tablo 2.5'e göre en büyük yüz ölçüme sahip olan ilçesi Bayanzurh, en küçük yüz ölçüme sahip olan ilçesi Bayangol ve en fazla nüfusa sahip olan ilçesi de Bayangol'dur. Ayrıca mahalle sayısı en fazla olan ilçesi ise Songinhairhan'dır.

2.2.4. Tarihi ve Kültürel Kaynaklar

Ulanbator şehri, kendine has engebeli ve geçit vermeyen yapısıyla kültürünü ve bir takım değerlerini koruyan, göçebe kültürü ve modern kültürü bir arada bulunduran bir şehir olma özelliğini taşımaktadır. Ulanbator'un ulusal gelenekleri, etik anlayışı, tarihi ve mirası, turizm hizmetlerine yapılan yatırımların geri dönüşünü destekleyecektir. Bu bölümde Ulanbator şehrinin tarihi ve kültürel kaynakları iki ayrı grupta ele alınmış ve turizm potansiyeli ortaya konulmuştur. Ulanbator hakkında genel tarih bilgisinin ardından Ulanbator'un tarihi arz kaynakları şu şekilde sıralanmaktadır (Munkhjargal, 2017).

2.2.4.1. Tarihi Arz Kaynakları

1639 yılında Halha boyları beyi Tusheet Han Gombodorj'un oğlu Zanabazar'a Halha Budizm'in baş önderi olması sebebi ile "Geegen" ünvanı verildi. Zanabazar'ın

Shiret Tsagan Gölü olarak bilinen yerde yerleşik yaşamı oluşturacak saray ile binalar inşa edilmesi ile birlikte Ulanbator şehrinin tarihi başlamıştır. Ulanbator, tarihte ayrıca Urgu Hot, Nomin Hure, İh Hure, Da Hure, Nislel Hure gibi bir çok ad ile de anılmıştır. İlk kurulan Urgu şehri birçok kez farklı mekanlara göç ettikten sonra şu anda olduğu yere yerleşmiştir. Bogd Han devleti Nislel Hure olarak adlandırılan Gandan, Zun Hure, Dambadarj Manastırı, Maima Hot ve Konsulin Denj gibi bölgelerden oluşmuştur. Ulanbator ismi 29 Ekim 1924 yılında Birinci Moğolistan Cumhuriyeti Kongresi tarafından kabul edilmiştir. Ulanbator şehri Doğu Devrimi'nin yayılmasının sembolü olarak Halk Cumhuriyeti Moğolistan'ın başkenti olarak ilan edilmiştir. O dönemde Ulanbator'da 13 bölge ve yanında Amgalan isimli küçük şehirle birlikte toplam 14 bölge bulunmuştur. 14 Nisan 1965 yılında Halkın Demokratik Halk Cumhuriyeti Kongresi Başkanlığı'nın 79. kararıyla Ulanbator şehir yönetimi dört bölgeye ayrılmıştır. Sonra 1973 yılında Gatsurt, 1976 yılında Partizan ve 1978 yılında Baganur mahalleleri kurulmuştur. Günümüzde dokuz ilçesinde toplam 1,4 milyon kişiyle Ulanbator'da Moğolistan nüfusunun yaklaşık yüzde 45'i bulunmaktadır (Doğa Çevre ve Turizm Bakanlığı, 2011).

Bozkır göçebelerinin doğduğu ve seyahate başladığı yer Ulanbator'dur. Orijinal adıyla Urguu olarak bilinen bölge 375 yıl önce Shireet Gölü'nün kıyısında kurulan orta Moğolistan şehridir. O zamandan günümüze kadar geçen süre zarfında, şehir birkaç kez farklı bölgelere taşınmış, yeri değiştirilmiştir. Komünizmin etkisi altındayken Ulanbator dikdörtgen beton binalarla çevriliydi. Şehir planlamasıyla ve kendisine özgü çizgileriyle "Asya'nın Beyaz prensesi" olarak bilinirdi. Bünyesinde, ihtiyaç duyulan bütün yapıtları barındıran şehirde sirk, opera, üniversiteler, tiyatro, kütüphaneler ve daha fazlası da inşa edilmiştir. Rüzgarlı bir gecede 70 yıllık tarih tamamen değişmiş ve Moğolistan demokratik bir ülke haline gelmiştir. O zamandan bugüne şehirde modern tarz binalar yükselerek şehrin çehresini değiştirmiştir. Bu büyük değişimin yanı sıra antik binaların, tarihi Moğol çadırlarının ve yeni modern binaların şehirde eşsiz bir uyum oluşturduğu görülebilmektedir (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

2.2.4.1.1. Manastırlar

Göçebeler çok eskilerden beri Şamanizm inancına ilgi duymaktadır. Şamanizm'in tanrısı eskiden göğe çıkmış atalarının ruhlarıydı. Tek tanrılı bir inanç

değil, her insanın kendi tanrısına sahip olduğu bir inançtır. Budizm'in Tanrı disiplini ile Tibet'in arkaik "bon" Şamanizm'in karışımına Tibet Budizm'i adı verilmektedir. Moğollar Şamanizm inancından uzun yıllar sonra, yaşadıkları bölgede ortaya çıkan farklı dinleri de kabul etmeye başlamışlardır. 14. yüzyılda başlayan Zonhovun Sarı inancı güçlenerek Moğollar arasında yayılmaya başladı. Sarı inancın önderi Sodmoncamts Altın Handan 3. Dalay Lama unvanı alıp Moğolistan'ın iç kısmını kendi dinine dahil etmiştir (Baabar, 2014: 8).

Mançu döneminde Moğolistan'da manastırlar inşa edilmeye başlanmış ve 1630 yılından başlayarak Ulanbator şehrinde onlarca manastır yapılmıştır. Günümüzde Ulanbator şehrindeki manastırların tamamı Bogd Han dönemine aittir. Ulanbator'un inanç ve kültür turizmi bakımından zengin olan potansiyeli "Geliştirebilecek Turizm Türleri" başlığı altında detaylı bir şekilde anlatılmıştır. Aşağıda Ulanbator şehrinde var olan bazı manastırlar hakkında bilgi verilmiştir.

Gandan Tegchlin Manastırı: Moğolistan'ın en büyük manastırudur. Aynı zamanda Huzur Manastırı olarak adlandırılan Gandan Manastırı ilk olarak 1809 yılında Dalhujan'da Sarı Tapınak adı ile kurulmuştur. Daha sonra 1824'de Lamrin Tapınağı, 1838'de İkh Hot Mandlin tapınakları ek olarak inşa edilmiştir. 1938'de bazı tapınaklar tahrip edilmiş, ancak manastıra giden adanmışlar, manastırı kurtarmışlardır. Bundan dolayı Gandan Tegchlin Manastırı'nın 'Diriliş Tapınağı' adı altında, manastır restore edilmiştir. Fakat giriş çıkışlar sıkı denetim altında yapılmıştır. Manastırda 6 tapınak bulunmaktadır ve 1994'te devlet koruması altına alınmıştır. Manastırın yapıları Moğol-Çin ve Çin-Tibet modellerini örnek alarak çeşitli porselen parçaları, taş, tuğla ve mavi emaye ile yapılmış, ana süslemeleri ise altın kaplama ve bronzdan yapılmış koro, bodhas ve çatıda bulunan hayvan resimleri ile zillerden oluşmaktadır. Bu manastır Moğol Budizm'inin merkezidir. Manastırın yerli ve yabancı turistler tarafından en çok merak edilen mekanı ise 40 metre uzunluğundaki Megjid Janraiseg heykelidir (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

Geser Manastırı: Geser manastırı ilk olarak 1919-1920 arasında Çinli bir Budist keşiş olan Zahar Gukwu tarafından inşa edilmiştir. İçinde birçok tef ve zil bulunan Geser Manastırı, ana tapınaklar, ibadet edilen alanlar, Zahar'ın kaldığı bina, eğitim amaçlı kullanılan 2 tapınak ve etrafındaki kil çitlerden oluşmaktadır. Geser

Manastırı 1933 yılında devlet kontrolü altına alındıktan sonra ilk görünümünün bir kısmı değiştirilmeye başlanmıştır. Budist keşişi Danzan 1966'da Çin kültürü olan bazı resim ve heykelleri değiştirmiştir. Ana tapınağının duvarına ata binen bir kahraman olan Geser'i resmetmiştir. Geser tapınak binası, Çin mimari tarzına aittir ve 1998'de devlet koruması altına alınmıştır. Günümüzde Gandantegchlin manastırına ait olan “Badma Yogo Datsan” okulu bulunmaktadır (Buyunbadrah, 2019:156).

Dari Eh Manastırı: Bayanzurh mahallesinin Amgalan sokağında Dari Eh Manastırı'nın kalıntıları bulunmaktadır. Ticaretin halkın geçim taleplerini karşılayacak şekilde genişletilmesi amacıyla, Amgalan kasabası Çinli tüccarlar tarafından kurulmuştur. Aynı zamanda Naima, Amgalanbatar vb. olarak adlandırılmıştır. Amgalan'da bulunan yedi manastırdan biri Dari Eh Manastırı'dır. Manastırın inşaatında mavi tuğla duvarlar ve ahşap duvarlar kullanılmıştır. Tapınak, etrafındaki mavi bir tuğla duvarla çevrilidir. Güney tarafında büyük bir giriş, doğu tarafında ise küçük bir girişi mevcuttur. Ana tapınağın arkasında küçük bir tapınak bulunur ve kilisenin 2 tarafında türbeler de bulunmaktadır. Ana tapınağın her iki yanında, granitten yapılmış ve oyulmuş 11 metre yüksekliğinde iki sütun bulunmaktadır. Sağ ve sol sütunda Çince “Budda dünyanın bütün hayvanlarını korusun” diye yazılmıştır. Sütunların üzerindeki harfler ve resimler ustalıkla işlenmiştir. İki taş sütun 1994 yılında devletin koruması altına alınmıştır (Sukhbaatar, Ariunbold ve Hugjildmay, 2006: 36).

Bakula Reunuci Manastırı: Manastır ilk olarak 1999 yılında on altı tanrıdan biri olan Bakula'nın reenkarnasyonu olduğuna inanılan 19. Bakula Reunuci tarafından kurulmuştur. Manastırın yapısı tam olarak Tibet tarzında inşa edilmiştir. Günümüzde bu tapınakta 40'tan fazla Budist keşiş kalmakta ve ayrıca din okullarında çok sayıda öğrenci okumaktadır. Okul ayrıca 6. Sınıf genel eğitiminden mezun olan ve Budizm'i öğrenmek isteyen çocuklara da din eğitimi vermektedir (Tourist Info Center, 2020).

Bakula Renuci veya Sri Kushok, 1917'de Hindistan'ın Ladah kraliyet ailesinde doğmuştur. Dokuz yaşından itibaren Çin Lhasa'da bulunan Dunde Manastırı'nda okumuş ve 1969'da Moğolistan'a ilk ziyaretinden sonra her yıl Moğolistan'a gelmiştir. 1989'dan 2001'e kadar Hindistan Büyükelçisi olarak atanmıştır. 1990 yılında Moğolistan'da demokratik yönetim başlamış ve o tarihten sonra Bakula Reneci

Moğolistan'daki birkaç manastır ve dini okulların inşasına yardım etmiştir. Aynı zamanda Hindistan ve Moğolistan arasındaki ilişkileri geliştirmeye çalışmıştır. Bakula Renuci 4 Kasım 2003 tarihinde 86 yaşında vefat etmiştir (Tourist Info Center, 2020).

Dambadarjaalin Manastırı: Bu manastırı Moğol Budizm'inin lideri II. Luvsandambi'nin türbesi olarak 1761 yılında açılmıştır. 1937-1938 yılında bu manastır devlet tarafından kapatılmıştır, kitapları tahrip edilmiş, ahşap binalara zarar verilmiş, avlu duvarları, çitler ve mavi tuğla duvarların dışındaki dört tapınağı da tahrip edilmiştir. Manastırının 107 Budist keşişi öldürülmüş ve 103 Budist keşişin mal varlığı, yaşı, pozisyonu, vatani ve sosyal statüsü gibi bilgileri toplanıp İçişleri Bakanlığı arşivlerinde saklanmıştır. 1938-1939 yılında Endüstriyel Kompleks İşçi Bakım Merkezi, 1947 yılında esir alınan Japon askerler için hastane, 1950 yılında Tüberküloz Hastanesi olarak, 1980 yılında ise bakımevi olarak kullanılmıştır (Buyunbadrah, 2019: 136).

Dashchoilin Manastırı: Moğolistan'ın başkenti Ulanbator'un tarihi ile yakından ilişkili ve yirminci yüzyılın başlarında İh Hure'nin en önemli bileşenlerinden biriydi. 1990 yılında büyük keşiş Dambajav Choiijiljav inisiyatifi, adanmışların destekçileri, Vangai ve Khudag ili keşişlerinin desteğiyle açılmıştır. Günümüzde manastırda 100'den fazla Budist keşiş bulunmaktadır. Tsogchin, Sakhius ve Gandanchinhoirlon olarak üç tapınaktan oluşmaktadır. Unutulan geleneksel ritüelleri, Maidar rotasyonu ve Khuree tasması gibi ritüelleri her yıl düzenlemektedir. Tapınakta bulunan 80 metre uzunluğundaki Maidar tanrısının heykelini restore etmek için önemli bir çalışma başlatılmıştır. 1998 yılında manastırın başı Dambajav.Ç ve öğretmen Munkh-Erdene.Ts "Doğu Çerçeve" kolejini açmıştır. Kolejde Budist felsefesi alanında dört yıllık lisans eğitimi verilmektedir (Buyunbadrah, 2019: 137).

Mamba Datsan Manastırı: Geleneksel Hastane ve Eğitim Merkezi Mamba Datsan, geleneksel Moğol tıp mirasını, geleneksel eğitimi, tıp eğitimini, bilimsel çalışmaları ve tıp bilimini geliştirmek için açılmıştır. Otoch Maarimba Tıp Üniversitesi 6 yıllık lisans tıp eğitimi, 4 yıllık lisans hemşirelik eğitimi, 2 yıllık yüksek lisans eğitimi ve lisansüstü tıp öğrencilerine eğitim vermektedir. Üniversite'ye Rusya ve Çin'den öğrenciler eğitim almak için gelmektedir. Aynı zamanda ABD, İtalya ve İngiltere gibi yabancı ülkelere gelenler de kısa bir geleneksel tıp kursuna

katılmaktadır. Mamba Datsan Manastırı 1760 yılında açılmıştır. Günümüzde dini ritüeller yapılmakta ve adanmışlara hizmet vermektedir (Buyunbadrah, 2019: 140).

Tugs Buyunt Manastırı: Moğolistan'ın Budizm Kadınları Merkezi tarafından 2 Ekim 1990'da açılmıştır. Manastırın bazı tapınakları 2001 yılında Guridaba Renbuuchi'nin yardımıyla inşa edilmiştir. Ana tapınağın toplam alanı 20,2 metredir ve tapınakta 7 oda bulunmaktadır. Her gün dini ritüeller düzenlenmektedir. Manastırda 21 keşiş kalmaktadır. Zanabazar enkarnasyonu adlı dini okulda kadın Budist keşişlere eğitim verilmektedir. Burada yüksek din eğitimi vermek için kullanılan sermaye İngiltere'deki Tibet Budist Derneği tarafından finanse edilmektedir (Buyunbadrah, 2019: 148).

2.2.4.1.2. Anıt ve Heykel

Başkent Kültür Bakanlığı'na göre Ulanbator'da 200'den fazla tarihi ve kültürel eser kaydedilmiştir. Yapıları inşa edilmiş tarihleri ve adetlerine göre ayırırsak, 1930-1939 yılında 1 adet, 1940-1949 yılında 15 adet, 1950-1959 yılında 8 adet, 1960-1969 yılında 13 adet, 1970-1979 yılında 6 adet, 1980-1989 yılında 19 adet, 1990-1999 yılında 35 adet ve 2000 yılından bu yana 12 adet yapılmıştır. Ulanbator şehrinde bulunan kültürel ve tarihi miras, devlete ve başkente ait olarak iki bölüme ayrılmıştır. Devlet tarafından korunan 14 taşınmaz tarih ve kültür mirası, Başkent tarafından korunan ise 11 tarih ve kültür mirası bulunmaktadır (Sukhbaatar, Ariunbold ve Hugjildmay, 2006). Aşağıda Ulanbator şehrinde var olan bazı kültürel ve tarihi miras unsurlarına yer verilmiştir.

Bağımsızlık Anıtı: Moğolistan'da ilk Devletin kurulmasının 2220'nci, Büyük Moğol İmparatorluğu'nun kurulmasının 805'inci, Ulusal Özgürlük Hareketi'nin 90'ıncı yıldönümü ve Halkların Devrimi'nin 90'ıncı yıldönümü vesilesiyle 2011 yılında inşa edilmiştir. Dokuz bacaklı beyaz tuğun (tsagaan suld) yanı sıra dört tarafında dikey okları olan anıt, gelecek için sonsuz mirasın bir simgesidir. Bağımsızlık anıtı, Chingiltei Mahallesi'nin Sambuu sokağındaki Tengis sinemasının doğu tarafında yer almaktadır (Buyunbadrah, 2019: 96).

Sovyet Savaşçıların Anıtı: 1971 yılında Sovyet Ordusu Savaşçıları için Zaisan Tepe'sinde inşa edilmiş bir anıttır. Heykeltıraş Hishigt ve Mishig tasarımı ile 498

metrekare alan üzerine yapılmıştır. Anıtın alt kısmında “İşte gök sonsuzluğa sahip Sovyet savaşçıları ateşle ölümsüzleştirdi” anlamında bir yazı yazılmıştır. Anıt bir tepenin eteğine inşa edilmiştir. Tepenin en alt noktasından anıta giden 300 metre uzunluğunda bir merdiven bulunur. Anıtın merkezinde 3 metre çapında ebedi ateş bulunmaktadır. Dairesel duvar 60 metre uzunluğunda ve betondan yapılmıştır. Duvarları Moğol geleneksel simge ve resimleri ile süslenmiştir. Bunun yanı sıra 27 metre yüksekliğinde asker heykeli bulunmaktadır. Bu asker bir eli silah, diğer elinde zafer bayrağı tutmaktadır. Anıt olan tepeden Ulanbator’un tamamını görmek mümkündür. Sovyet savaşçıları anıtının bir kısmı Devrim Moğol Tank anıtıdır. Moğol halkının bağışları ile yapılmıştır. Beton anıtın üstünde silahını batıya yönlendirmiş bir tank yerleştirilmiştir (Doğa, Çevre ve Turizm Bakanlığı, 2011).

Sukhbaatar Meydanı ve Sukhbaatar Anıtı: Ulanbator’un merkezinde yer alan meydan Sukhbaatar Meydanı olarak adlandırılmaktadır. 1921 yılında “Özgürlük Meydanı” adı ile açılmıştır. Moğolistan Halk Devrimi’nin liderlerinden biri ve ordunun kumandanı D. Sukhbat’ın ölümünden sonra Sukhbaatar Meydanı olarak adlandırılmıştır. Halk ordusu düşmanlarını yendiği gün bu meydana ilk Halk Devriminin zaferini deklare etmiştir. Meydanın ortasında lider Sukhbat’ın anıtı bulunmaktadır. Heykeltıraş Choimbol’un tasarımıyla 1946 yılında Halk Devrimi’nin 25. yıl dönümünde inşa edilmiştir. General Sukhbaatar atın üstünde, atı ile birlikte doğuya yönelmiş sağ kolunu kaldırmış bir şekilde resmedilmiştir. Anıt, temelin üzerinde 4 metre yüksekliğinde yer almaktadır. Etrafında 14 aslan heykeli 208 metal zincirle birbirine bağlanmıştır. 1 Mart 2011 tarihinde anıt bronz kaplama ile yenilenmiştir (Doğa, Çevre ve Turizm Bakanlığı, 2011).

Çalışanların Heykeli: Ulanbator’un ilk modern tasarımı olan “Çalışanların Heykeli” 1989 yılında heykeltıraş Hiimori.B tarafından yapılmıştır. 1934 yılında Ulanbator’da ilk Moğol Sanayi Sitesi kurulmuş, bu da Moğolistan’da işçi sınıfının doğuşuna neden olmuştur. Bu heykelde işçi sınıfının ortak niyetleri, birlikte çalışma ve birlikte ilerleme fikri ortaya çıkmıştır (Buyunbadrah, 2019: 92).

Alungo Anelik Heykeli: Bayangol Mahallesinde yer alan Teknik Üniversite’nin ön bahçesinde bulunmaktadır. Efsaneye göre Alungo Ana beş oğluna birer ok verip onlardan bu okları kırmalarını istemiştir. Tüm çocuklar her bir oku

kolaylıkla kırmışlar. Alungo Anası beş oku birleştirip bağladıktan sonra çocuklara tekrar verdiğinde kimsenin gücü kırmaya yetmemiştir. Annesi “Eğer siz birlik olup beraber hareket etmezseniz tek ok gibi kolayca kırılıp düşmanlara yenilirsiniz fakat beşiniz bir olup, birleşmiş beş ok gibi birbirinizle dayanışma içerisinde bulunursanız kimseye yenilmezsiniz” diye öğütlemiştir (Buyunbadrah, 2019: 89).

Aslan Köprüsü: Selbe Irmağı 20. yüzyılın başında yedi köprüye sahiptir. Onlardan en büyüğü Amban köprüsüydü. 1946 yılında bu köprünün sağ kanadının her iki tarafına taş aslan yerleştirilip “Aslan Köprüsü” olarak adlandırılmıştır. 1958’de 40 metre uzunluğunda, 18 metre genişliğinde bir beton köprü olarak yenilenmiştir. İki aslan Hure Mançu Valiliği’nin ana sarayının girişine alınmıştır. Günümüzde şehir merkezindeki önemli tarihi miraslardan biridir (Buyunbadrah, 2019: 87).

At Heykeli: 1962 yılında Ziraat Devlet Üniversitesi’nin önündeki bahçede inşa edilmiştir. Amerikalı paleontologlar Moğolistan’da beş pençe ile atların paleontolojik buluntularını bulmuştur. Araştırmacılar, at eyeri, at başlığı (gem) ve binicilik vb. buluntular ile at kültürünün öğretilmeye çalışıldığına ve Moğolların at kültürünü binlerce yıldır geliştirdiğine inanmaktadır. Hun imparatorluk döneminden bu yana at sürüleri yetiştirilmesinin ve bakımının bir devlet politikası olduğu yazılmıştır. Moğol atının ağırlığı 280-320 kg’dır, 1-2 ton yük taşıyabilmektedir. Günde 40-90 litre su içebilmektedir. Atların sayısı ve bakımı savaşa hazırlanılmasında önemli bir ölçüt olmuştur (Buyunbadrah, 2019: 89).

Deve Heykeli: 1962 yılında Ziraat Devlet Üniversitesinin önündeki bahçede inşa edilmiştir. Moğolistan iki hörgüçlü devesi sayısı ile dünyada birinci sırada yer almaktadır. Bu deve türü Moğolistan dışında Çin, Kazakistan, Özbekistan ve Rusya’da yaşamaktadır. Moğolistan’da 1954’te 89000 deve sayılmıştır. Ancak 2010 sonunda sadece 269000 deve sayılmıştır. Develer 2 senede bir doğmaktadır. O yüzden deve sayısı yavaş artmaktadır. Moğol develeri 30-60 gün su içmeden yaşayabilirler (Buyunbadrah, 2019: 93).

Sığır Heykeli: 1962 yılında inşa edilmiştir. Eskiden beri inekler ve yaklar Moğollar tarafından kullanılmıştır. Moğol inekleri ve yaklar yılda 450-700 litre süt vermektedir. Moğol ineğinin sütündeki yağ yüzde 4.5 fakat Moğol yaklarının

sütündeki yağ, %7.5'dir. Sosyalist dönemde sütünden ve etinden faydalanmak için inekler fazlaca yetiştirilmiş (Buyunbadrah, 2019: 96).

Dişi Keçi Heykeli: 1962 yılında inşa edilmiştir. Moğol keçilerin kaşmiri pazardaki en değerli ürünlerden biridir. Bir keçiden 250-300 gram kaliteli kaşmir elde edilmektedir. Bir kaşmirden 9-11 metre yüksek kalitede ip yapılabilir. En kaliteli kaşmire sahip olan keçiler Sukhbaatar ve Bayanhongor illerinde bulunmaktadır (Buyunbadrah, 2019: 94).

Koç Heykeli: 1962 yılında inşa edilmiştir. Moğol koyunlarının ağırlığı 40-60 kg'dır. Haziran ve Temmuz aylarında yünleri toplanır ve yılda ortalama 1,5 kg yün elde edilir. Koyun sütü yağ bakımından zengindir. Moğollar koyun yünü ile çadır kaplaması, yorgan ve kilim yapmaktadır. Koyun derisiyle kaliteli deri terlikler ve montlar yapılmaktadır (Buyunbadrah, 2019: 91).

Choibalsan Heykeli: Heykel, Sukhbaatar mahallesinde bulunan Moğolistan Ulusal Üniversitesi'nin önünde inşa edilmiştir. 1946 yılında S. Choimbol'un yarattığı model Halk Devrimi'nin 25. yıl dönümünde heykel halini almıştır. 20. yüzyılın ilk yarısının liderlerinden biri olan Moğolistan Başbakanı, Moğolistan Halk Cumhuriyeti Kahramanı (mareşal) ve devlet başkanı Choibalsan Horloo 8 Şubat 1895 yılında doğmuştur. Mareşal Choibalsan, 1939-1952 yılları arasında Halk Cumhuriyeti'nin lideriydi. Choibalsan toplumu siyasi baskı ile yönetmiş ve topluma verdiği hasarlardan dolayı olumsuz sıfatlarla anılmıştır. Ancak tarihin kritik zamanlarında Moğolistan için büyük bir bağımsızlık mücadelesi başlatmasından dolayı sevenleri de vardır. Choibalsan'ın asıl adı Dugar'dır ve manastırda okurken Moğolistan tarihine yazılmış olan Choibalsan adını almıştır. Choibalsan 57 yaşında vefat etmiştir (Buyunbadrah, 2019: 97).

Natsagdorj Şairinin Heykeli: Modern Moğol edebiyatının kurucusu Natsagdorj Dashdorj'in heykeli Ulusal Kültür Enstitüsünün önünde 1963 yılında Mahwali Luvsantseren tarafından inşa edilmiştir. Şair, elinde bir kağıt ve bir kalem ile şiir yazıyormuş gibi resmedilmiştir. Heykelin alt tabanının güney duvarında "Benim vatanım" şiiri yer alır ve heykelin 1.5 metre yüksekliğindeki tabanına doğru dört taraftan yükselen merdivenleri vardır. D.Natsagdorj'un sanat eseri, yeni nesil Moğol

edebiyatını önemli bir eseridir ve gelecek nesiller üzerinde önemli bir etki bırakmıştır. Heykel, Ulanbator otelinin önündeki parkta bulunmaktadır (Buyunbadrah, 2019: 102).

Moğol Köpeği Heykeli: Bayanzurkh ve Chuluun Ovoo Mahallesinde bulunmaktadır. Heykelin yapılma sebebi, Bayanzurkh Dağı'nın tanrıçasının bir köpek olduğunun düşünülmesidir. Moğollar sahiplenmek istedikleri yavru köpekleri özel bir tören ile sahibinden alıp yetiştirirler. Moğol köpeğine "Bankhar" denilmektedir. Bankhar'ın ana rengi kahverengi ve siyahtır. Bu renkler ile herhangi bir ortama uyum sağlayabilirler. Moğol köpeklerinin resmi yöresel eşyaların üstünde görülmektedir (Buyunbadrah, 2019: 96).

Tsedenbal'ın Heykeli: Moğol politikacı Tsedenbal'ın bronz heykeli 2000 yılında Devlet Ödülü sahibi L. Gankhuyag'ın tasarımı ile Devlet Drama Tiyatrosu önünde inşa edilmiştir. Tsedenbal Yumjaa 17 Eylül 1916'da doğmuş ve 20 Nisan 1991'de vefat etmiştir. Tsedenbal, 1952-1984 yılları arasında Moğolistan Başbakanı olarak görev yapmıştır ve 44 yıl boyunca Moğol halk partisinin başkanı, Siyasi Büro üyesi, olarak görev almıştır (Buyunbadrah, 2019: 104).

2.2.4.1.3. Kültürel Miras Kapsamındaki Binalar

Ulanbator şehri 1639 yılında kurulmuş olup adı birkaç kez değiştirilerek günümüzde Ulanbator olarak adlandırılmış Moğolistan'ın başkenti konumuna gelmiştir. Turizm açısından kültürel miras potansiyeli bakımından oldukça zengindir. Ulanbator şehrindeki kültürel miras kapsamında değerlendirilen yapılar aşağıda sıralamıştır.

Goojingiin Undur Binası: Bu bina Moğolistan'da yapılmış, ilk iki katlı binadır. Bayanzurh ilçesindeki 2 katlı binanın tarihi yüz yıldan fazladır. Moğolistan'ın başbakanı Namnansuren'in 1913 yılında Dund Nehri'nin önüne inşa ettiği iki evden biriydi. Namnansuren'in ölümünden sonra bu ev Maliye Bakanlığı'na verilmiş ve daha sonra da orada bir Sovyet uzman doktoru çalışmıştır. Bu ev ayrıca "Goojingiin Undur" diye adlandırılmaktadır. Yirminci yüzyılın başında inşa edilen binanın ana yapı malzemesi kil ve tahtadır. Yapıldığı zamanda pencereleri, merdivenleri ve çatıları ulusal süslemeler ile süslenmiş ve başkentin en güzel binası olmuştur. Bina şimdi

Bayanzurkh Semti Valiliğinin koruması altındadır (Ministry of Nature, Environment and Tourism, 2011).

Generalin Parkı: Ulanbator'ın en önemli tarihi yerlerinden biri olan General Parkı, Moğol Bilimler Akademisi Botanik Enstitüsü araştırma alanının güneyinde yer almaktadır. 1921 yılında Halk Devrimi'ne liderlik eden ilk yedi kişi olan Bodoo Dogsom, Danzan Soli, Sukhbaatar Damdin, Chagdarjav Damba, Dogsom Dansranbileg, Choibalsan Khorloo ve Losol Darizaw'ın heykelleri bulunmaktadır. Parkın sol tarafında yedilinin atlarının da heykelleri bulunmaktadır. Devrim yedilisi 1919 yılında kurulan Konsolosluk Grubu ve Doğu'nun Gizli Tarihi gruplarının da üyeleri idi. Bu yedi komutan 1920 yılında Sovyetler Birliği'ne yardım istemeye gitmiştir. Parkın merkezinde General Sukhbaatar'ın da heykeli bulunmaktadır (Tourist Info Center, 2020).

Bogd Khan'ın Sarayları: 29 Aralık 1909 yılında Moğol Mançu'su bağımsızlığa karar verdikten sonra keşiş Bogd Javzandamba Moğolların dini ve siyasal lideri olarak kabul edilmiştir. Aynı zamanda Moğolistan'daki Tibet tarikatının başıdır. Onun eşi Dondogdulam Tibet Budizm'inin takipçileri için kayın validenin keşiş /enkarnasyonu/ olarak kabul edilmiştir (Buyunbadrah, 2019). Yaz Sarayı; Bogd Javzandamba tarafından öğretmen Baldanjoimbol için inşa edilen Bogd'nun Yaz Sarayı Ulanbator Yönetim Akademisi'nin önünde bulunmaktadır. Saray genelde kırmızı ve kahverengi binalardan oluşmaktadır. Öğretmeninin ölümünün ardından Bogd Javzandamba bu sarayı yaz evi olarak kullanmıştır. Şu anda bu kompleksten dört bina kalmıştır (Buyunbadrah, 2019). Kış Sarayı; O zamanda Khuree bakanı Yundendorj tarafından V. Bogd Javzandamba için 1837 yılında Tuul Nehri'nin kıyısında Beyaz Tapınak veya Gungaadejiden Manastırı inşa edilmiştir. VIII. Bogd Javzandamba 23 yaşındayken Beyaz Sarayı Sanat tapınağı olarak kullanıp etrafında binalar ve hayvan barınağı inşa ederek yeni bir kış sarayı kurmuştur. 1936 yılında Halk Devrimi'nin 15. yıldönümünde ana manastırın duvarındaki "Uma Khum" kelimesini Soyombo sembolü olarak değiştirmiştir (Buyunbadrah, 2019: 76).

Enkh Amgalan (Barış) Kapısı: 1911 yılında VIII. Bogd Khan'a Din ve Moğolistan'ın lideri olmanın yanı sıra Bogd Devleti'nin lideri olmuştur. 1912-1919 yılları arasında Moğol halkından toplanılan 280 bin (lan) para bağış ile bu kapı inşa

edilmiştir. Zorig Baajav, Sanjid ve Teejaan projenin mimarlarıdır. Kapıda 8 kolon ve 7 kat çatı çivi kullanılmadan, mil mandalları kullanılarak inşa edilmiştir. Enkh Amaglan (Barış) kapısı dünyada beş adet bulunmaktadır. Bunların biri Bogd Khan Sarayı'nın güney tarafında ön kapı olarak inşa edilmiştir. Geri kalan dört kapı şu anki Çin'deki Mançu İmparatorluk Sarayı'nın batı, kuzey, güney ve doğu taraflarında bulunmaktadır (Buyunbadrah, 2019: 78).

2.2.4.2. Kültürel Arz Kaynakları

Moğolistan; tarihi, kültürü ve doğal güzellikleri ile büyük bir ülkedir. Göçebe kültürü, ortaçağ siyasi gücü ve Tibet Budizm'i ile bağlantılı olması ülkenin turist çeken özelliklerindedir. Ulanbator, Moğolistan kültürel mirasına açılan kapıdır ve bu konumundan turizm açısından yararlanmaktadır. Bu potansiyeller Moğolistan için önemli bir çekim unsuru olmakla birlikte, aynı zamanda uluslararası gezginler ve yatırımcılar için eşsiz ve tanınabilir bir marka yaratmaları için de önem teşkil etmektedir (Buyunbadrah, 2019).

Ulanbator şehrindeki kültürel kaynakları değerlendirmek için Moğol ulusal kültürünün genel özelliklerini dikkate almak gerekmektedir. Moğolistan turistleri doğal kaynakları, göçebe yaşam tarzı ve göçebe kültürü ile dikkat çekmektedir. Ulanbator, modern şehir tarzı ve göçebe yaşam tarzını aynı anda geliştiren bir şehirdir. Moğolistan'a gelen turistlerin %90'ı Ulanbator şehrine gelmektedir. Bu nedenle turizm için Ulanbator şehrindeki kültürel miras potansiyelini en iyi şekilde kullanmak büyük bir fırsattır. Moğolların somut ve somut olmayan kültürel kaynakları açısından Ulanbator önemli bir şehirdir. Çünkü Moğolistan'ın kültürel mirasının büyük çoğunluğu ve önemli kültürel arz kaynakları Ulanbator'da bulunmaktadır. Bu bölümde Ulanbator'ın somut ve somut olmayan kültürel değerleri ortaya konulmuştur.

2.2.4.2.1 Müzeler

Moğolistan'da müzelerde bulunan 205.000'in üzerinde tarihi ve kültürel anıtın, 289'u eşsiz eser konumundadır. Kültür Mirası Kayıt Merkezinde kayıtlı 8800'ün üzerinde tarihi ve kültürel anıt bulunmaktadır. Moğolistan'da bulunan yaklaşık 60 müzeden 19'u Ulanbator'da bulunmaktadır. Ulanbator'da yer alan müzeler şehir

turizmine önemli bir katkı sağlamaktadır (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018). Aşağıda Ulanbator'daki büyük müzeler incelenmiştir.

Milli Müze: Hükümet Sarayı'nın yanında bulunmaktadır ve 1924 yılında açılan ülkenin en büyük müzesidir. Burada MÖ 700.000 senesinden modern çağ dönemine kadar Moğolistan tarihini anlatan 15 bini aşkın güzide eser sergilenmektedir. Müze; Antik Çağ, Eski Devletler Tarihi, Göktürk Tarihi, Uygur Kağanlığı, Kitan Devleti, X-XII. Yüzyıl Moğol kabileleri, Büyük Moğol İmparatorluğu, Mançu hakimiyet dönemi, XX-XXI. Yüzyıl Modern Çağı, Moğol kültürü ve geleneksel yaşam tarzı ve Moğol geleneksel kıyafetleri olmak üzere 11 bölümden oluşmaktadır. Müzede bulunan binlerce eser içinde turistlerin ilgisini en çok çeken salonlardan biri Kök Türk Devleti'nin tarihi ile ilgili olan bölümdür. Bilge Han'ın altın tacı, altın ve gümüş geyikleri, süslemeler ve mücevherler başta olmak üzere onlarca değerli eser, Türk tarihinin gelişim çağını tanıtmaktadır (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

Moğolistan Devlet Tarihi Müzesi: Sukhbaatar Meydanı'nda, Hükümet Sarayı içinde bulunmaktadır. Moğolistan Millet Meclisi onayıyla 2006 yılında açılan bu müzede Hun Devleti'nden Moğolistan Cumhuriyeti'ne kadar tüm devletlerin tarihine ait belgeler, damgalar, mühürler, bayraklar ve resimler başta olmak üzere Moğol devlet geleneğine ait önemli eserlerin orijinal ve kopyası yer almaktadır (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

Arkeoloji Müzesi: Arkeoloji Müzesi, 2006 yılında Bilimler Akademisi Arkeoloji Enstitüsü içinde bir bölüm olarak açılmıştır. Bu müzede 1960'lı yıllardan günümüze Arkeoloji Enstitüsü tarafından yürütülen kazı çalışmaları sonucu elde edilen Erken taş çağından ve Moğol İmparatorluğu dönemini kapsayan 500'ü aşkın eser sergilenmektedir. Müzede sunulan eserler içinde Altay Dağlarında keşfedilmiş Pazırık Kurgan buluntuları, Gol Mod gibi Hun hükümdarlarının mezarlarından çıkan onlarca eser, Göktürk ve Uygur dönemine ait mezarlardan çıkan malzeme ve buluntular, çeşitli bölgelerden getirilen runik yazıtlar ve taş heykeller yer almaktadır (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

Doğa Tarihi Müzesi: Doğa Tarihi Müzesi, 1992 yılında Milli Müze'den ayrılarak açılmış bir müzedir. Bu müzede

- Moğolistan coğrafyası, eski volkanlar ve taşlar
- Dünyanın kuruluşu, gök taşı ve uzay bilimi
- Moğolistan jeoloji tarihi ve yer altı zenginlikleri
- Bitkiler
- Hayvanlar
- Paleontoloji
- İnsan oğlunun ortaya çıkışı

olmak üzere 7 bölümde 12.000'i aşkın eser sergilenmektedir. Müzedeki en ilginç buluntular ise olağanüstü büyük dinozor iskeletleridir (Buyanbadrah, 2019: 56).

Milli Harp Müzesi: Müzede dünyaca ünlü Moğol ordusu ve harp sanat tarihine ait 2000 kadar eser yer almaktadır. Müzede antik çağlardan kalma taş silahlardan XX. yüzyıl başına kadar Moğolistan topraklarında hükümdarlık kuran devletlerin ordu ve harp sanatı bölümleri bulunmaktadır. Müzenin bahçesinde tank, top gibi ağır silahlar bulunmaktadır. Müzenin salonlarında bronz dönemden kalma bronz kılıçlar, miğferler, ok uçları; Hun ve Göktürk dönemine ait harp sanatı ile ilgili kaya taşları, ok uçları; Moğol imparatorluğu dönemine ait askeri zırh, miğfer ve çeşitli silahlar sergilenmektedir (Müze, Tiyatro ve Kültür Merkezi, 2020).

Bogd Han Saray Müzesi: XVII. yüzyıldan 1921 yılına kadar süren Moğolistan Kağanlığının son din ve devlet lideri, büyük hükümdar VIII. Bogd Cavzandamba Haniçin 1893-1903 yıllarında kurduğu, 1911-1921 yılları arasında da Hükümet Sarayı olarak kullandığı bina, Uzakdoğu mimarisinin en seçkin eserlerinden biridir. Burada XVII-XX. yüzyıl aralığında yapılmış Budist sanat tarihi ile ilgili, dini resimler, altın ve gümüş heykeller, çeşitli mücevherler ve VIII. Bogd Cavzandamba Han ailesinin özel eşyaları gibi Moğol kağanlık hazinesini temsil eden paha biçilmez eserler sergilenmektedir (Buyanbadrah, 2019:52).

Chojjin Lama Manastır Müzesi: Moğol Budizm'inin en seçkin eserlerinden biri olan bu manastır müzesi, 1908 yılında VIII. Bogd Javzandamba Han'ın öz kardeşi olan Chojjin Lama adına Moğol mimarlar ve sanatçılar tarafından inşa edilmiştir. Müzede, XVII-XX. yüzyıllara ait Moğol Budizm sanatının göstergesi olan resim, heykel, maske ve büyük keşişlerin mumyaları gibi eserler mevcuttur. Özellikle, manastırın duvar ve

tavanlarında bulunan Budist minyatürler de çok ilgi çekicidir (Buyanbadrah, 2019: 59).

Moğol Geleneksel Tıp Bilim Müzesi: Uzakdoğu tedavi yöntemini yansıtan iğne ve ısıtma başta olmak üzere çeşitli tedavi malzemeleri ve Moğol geleneksel tıp bilimine ait olan yüzlerce eski kitap (sudur) bu müzede sergilenmektedir (Buyanbadrah, 2019: 57).

Zanabazar Anıt-Milli Güzel Sanat Müzesi: 1966 yılında kurulan bu müzede XX. yüzyıl öncesi Moğol ressamlarına, heykeltıraşlarına ve güzel sanatların diğer alanlarında eserler veren sanatçılara ait en güzel eserler sergilenmektedir (Buyanbadrah, 2019: 71).

2.2.4.2.2. Şenlik ve Festivaller

Moğolistan'ın ulusal festivalleri ve şenlikleri turistleri çeken kaynaklardan biridir. Moğol halkı, Tsagaan Sar Festivali, Naadam Festivali ve Kartal Festivali ve benzeri festivalleri kutlamaktadır. Her yıl başkent Ulanbator'da turist çekmek için Moğolların geleneklerini yansıtan festivaller düzenlenmektedir. Bu bölümde kültür turizmi kapsamında düzenlenen festivallere yer verilmiştir.

Naadam Festival: Naadam Festivalinde geleneksel Moğol şenlikleri ve Moğol sporları sergilenmektedir. Bu festival 2015 yılında UNESCO'nun "İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili" listesine girmiştir. Geleneksel Moğol şenlikleri geleneksel olarak her yıl Temmuz ayında kutlanmaktadır. Festivalin 13. yüzyıldan beri yapıldığı belirtilmektedir. Naadam eski Yunan Olimpiyat Oyunları ile karşılaştırılabilir. Günümüzde Naadam Festivali "Ulusal Bağımsızlık Günü çerçevesinde her yıl Ulanbator şehrindeki Ulusal Stadyumunda düzenlenmektedir. Ayrıca diğer şehirlerde de aynı anda düzenlenmektedir. Naadam Festivali Moğolcada "Üç Erkek Oyunu" olarak da adlandırılır. Bu oyunlar geleneksel güreş, at yarışı ve okçuluktur. Bu festivale katılmak için yüzlerce turist Moğolistan'ı ziyaret etmektedir (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

Tsagaan Sar (Yeni Yıl Kutlamaları): Tsagaan Sar, kış mevsiminin son günlerinde ve bahar başında kutlanmaktadır. Aynı zamanda insanların ulusal birliği, ulusal miras, kültür, babalık, annelik, ihtişam, karşılıklı saygı ve akrabalık ilişkileri vb.

halkın gelenek ve göreneklerinin kutlanmasıdır. Tsagaan Sar avcılarının sonbahar ve kış ayları arasında kendi kabileleriyle kutladıkları bir bayram olarak başlamıştır. Tsagaan Sar şenliğini Moğollar 13. yüzyıldan beri Moğol Takvimine göre Ocak veya Şubat ayında kutlamaktadır. Yeni ay kutlamaları boyunca yöresel yemekler hazırlanır, aileler birbirlerine ziyaret ederler, birbirleriyle hediyeleşir ve yaşlıların sevgisini kazanmaya çalışırlar. Moğollar saygılarını tebrik ve kutlamalarla gösterirler (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

Kartal Festivali: Kartal ile avlanma geleneğinin Orta Asya göçebeleri arasında 6000 yıl önce ortaya çıktığı ve günümüze kadar bir miras olarak aktarıldığı değerlendirilmekte olup, bu geleneği en iyi şekilde koruyan ülke Moğolistan'dır. Anılan etkinlik her sene 5 Mart tarihinde başkent Ulanbator'da düzenlenmektedir. Kartal festivali, bir yarışma şeklinde düzenlenmekte olup, kartalların avlanma kabiliyetini sınan görevler verilmektedir. Kartal avcılığı 2010 yılında UNESCO'nun "İnsanlığın Somut Olmayan Kültürü_Mirası Temsili Listesi"nde resmen tescil edilmiştir (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

Deel'li Moğol (Milli Kostüm Günü): Deel'li Moğol Festivali, küreselleşen dünyada günümüze kadar korunmuş göçebe kültürünün en önemli parçası olan, Moğolların farklı etnik gruplarının geleneksel kostüm ve süslemelerini dünyaya tanıtmayı amaçlayan, her sene 10 Temmuz tarihinde Komutan Sukhbaatar meydanında düzenlenen renkli bir etkinliktir. Festival esnasında Moğol Milli Kostüm yürüyüşü, Halk Sanat Konseri, Milli kostüm defilesi, Moğolistan'ın milli kostümü deel ve süsleri ile Moğol çadırı ve el sanatları sergisine katılmak ve fuar alanında alışveriş yapmak mümkündür (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

Danshig Naadam: "Danshig Naadam Khuree Tsam" ülkenin en büyük dini ve kültürel festivalinin bir parçasıdır. Danshig Naadam Festivali, her sene Ağustos ayının ilk haftasında düzenlenmekte olup; dini önem taşımasının yanı sıra Budizm'in Moğolistan halkı ve kültürü üzerindeki etkisini de göstermektedir. Budist ritüellerin çeşitliliğine ek olarak, seyircilerin Budist din adamları arasındaki manevi müsabakaları ve tartışmaları seyretmeleri mümkündür (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

2.2.4.2.3. El Sanatları

Moğolların göçebe kültüründe el sanatları önemli bir yere sahiptir. Moğollar geleneksel el sanatlarını günlük yaşamlarında sık sık kullandıkları için el sanatları çok gelişmiştir. Moğolistan’da el sanatları eskiden beri hayvancılıkta, işçilikte ve günlük hayatta kullanılmıştır. Özellikle hayvancılık için el sanatları ürünlerine duyulan ihtiyaç, bu alanın gelişmesini mümkün kılmıştır. Moğol geleneksel el sanatları; nakış, tahta oymacılığı, oyma bıçağı, oyulmuş kemik ürünleri, oyulmuş deri ürünleri, oyulmuş taş ürünleri dahil olmak üzere birçok ürüne sahiptir. Ulanbator şehrinde geleneksel el sanatları ile yapılan hediyelik eşyalar ve geleneksel ürünler turistler için satışa sunulmuştur. Ulanbator, Moğolistan’ın en çok turist ziyaret ettiği şehir olduğu için son yıllarda el sanatları gelişmiştir. Devlet, turistler için geleneksel el sanatları ürünlerini geliştirip bu yöndeki ticaretini desteklemiştir. Ayrıca turistlerin en çok geldiği yaz aylarında, geleneksel el sanatları sergileri düzenlemektedir. Moğolların el sanatları kapsamında değerlendirilen diğer önemli bir mirası ise çadırıdır. Moğollar hala çadır ev kullanmaktadır ve Ulanbator şehir nüfusunun yüzde 40’ı Çadır evlerde yaşamaktadır (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

Ger (Çadır): Moğol Ger çadır ve geleneksel el sanatları işçiliği 2013 yılında UNESCO’nun “İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi’ne yazılmıştır. Moğol Ger, geleneksel el sanatları ürünlerinden yapılmaktadır. Çadır; ahşap eşya, kaput, boyunluklar mobilya, halı, soba ve yer döşemesinden oluşmaktadır. Yaklaşık 1 saatte kurulabilen veya sökülebilen Ger çadır evleri, genelde eşyası ile birlikte yılda 2 veya 3 kez taşınmaktadır (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

2.2.4.2.4. Yöresel Mutfak Kültürü

Moğolistan’da eskiden beri iklim koşullarına bağlı olarak et ağırlıklı yemek tüketilmektedir. Ancak günümüzde yerleşik şehir hayatının hakim olmasıyla bu yeni hayat tarzına daha uygun hafif yemekler tüketilmekte, geleneksel yemekler artık ağırlıklı olarak bayram sofralarında görülmektedir. Ulanbator’da dünyanın farklı bölge ve kültürlerine ait yemekler de yaygınlaşmıştır. Ancak sadece Moğolistan’da tadılabilecek Moğol yemekleri şunlardır; Buuz (mantı), Khuushuur (börek), khorhog,

boodog, kelle, bortstoi shul (kurutulmuş et suyu çorbası), airag (kıymız), sütlü çay ve kızartılmış etler ve benzeridir (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

Boodog: Keçi veya sincap etinin kendi derisi içerisine yerleştirildikten sonra açık ateşte dışından pişirilerek yapılan yemektir. Bu yemeği daha çok şehirden uzakta piknik yaparken erkekler pişirmektedir. Boodog'un yapılışı keyiflidir. Et, kızartılmış taş ve sebzeyle birlikte deri içerisine konularak ateşte pişirilmektedir (Buyanbadrah, 2020).

Sütlü çay: Asya'da yaygın hale gelen çay kültürünün bir örneği de her Moğol ailenin içtiği sütlü çayıdır. Bu çayın; sütlü kurutulmuş etli, pişirilmiş etli, sarı bulgur ve pirinçli gibi pek çok çeşidi mevcuttur. Kaynatma yöntemi ve tarifi birbirinden farklıdır. Ulanbator'a gelen turistler farklı sütlü çayları denemekten keyif almaktadırlar (Buyanbadrah, 2020).

2.2.4.2.5. Yöresel Kılık-Kıyafetler

Kültürün insanlar üzerinde bıraktığı izler arasında en önemlilerinden biri de kılık kıyafettir. Çünkü insanların sahip olduğu fikirler, bakış açısı hatta yaşam şekilleri giydikleri kıyafetlere yansımaktadır. Buradan hareketle bir toplumun kılık kıyafetine bakarak kültürü hakkında birtakım bilgiler elde edilebilir (Sancak, Durukan ve Alver, 2008).

Ulanbator şehrinde modern giysiler tercih edilirken şehir merkezinden uzak kesimlerde yöresel kıyafetler günümüzde de kullanılmaktadır. Ancak geleneksel festival ve şenliklerde yöresel kıyafetler giyilmektedir. Moğol yöresel kılık-kıyafetleri, Moğol ulusunun kendine has özelliklerini tanımlayan en basit ve ikna edici özelliklerinden biridir. Moğol yöresel kıyafetleri, Moğolistan iklimi, hayvancılığı, yaşam tarzı, değerleri, kültüre saygısı ve sosyal düzeni ile yakından ilgilidir. Moğol yöresel giysisi bölgelerin iklimsel ve kültürel özelliklerinden dolayı bölgeden bölgeye farklılıklar gösterir. Giysilerin ayırt edici görünümü, onu giyen etnik grubu sembolize eder. Moğol yöresel kıyafetleri Ulanbator şehrinde turizm sektöründe arz edilen ve turistlerin dikkatini çeken önemli bir potansiyeldir. Ulanbator'da her sene Deel Moğol (milli kostüm) festivali düzenlenmektedir.

2.3. Mevcut ve Geliştirilebilecek Turizm Çeşitleri

Turizm endüstrisi yapısı itibariyle hızlı gelişen ve genişleyen bir özelliğe sahiptir. Hızlı gelişim sayesinde turistik ürünlerin ve destinasyonların turizm alanında zenginleştiği söylenebilir. Turistlerin yoğun talep gösterdikleri bölgelerdeki turizmin olumsuz etkilerini hafifletmek ve farklı turistik ürünler oluşturmak adına planlanan yeni turizm çeşitleri son yıllarda ülkemizde oluşturulmaya başlanmıştır. Gelişen dünya ve değişen tüketici alışkanlıklarına paralel olarak turistlerin genel beklentileri de değişmekte, buna bağlı olarak gürültüden, yoğun ve yorucu hayat temposundan uzaklaşmak istemeleri, doğaya yönelmeye ve huzur bulmaya yönelik talepleri ortaya çıkmaktadır (Altundaş, 2013). Bu bölümde Ulanbator'da bulunan mevcut ve geliştirilebilecek belli başlı turizm çeşitleri sıralanarak açıklanmıştır.

2.3.1. Kültür Turizmi

Kültür turizmi, doğal ve tarihi kültür varlıklarını, kültürel etkinlikleri, güncel sanat eserlerini, kültür sanayilerinin sonuçlarını, bazı sosyo-ekonomik olguları turistik bir ürün biçiminde gezginlerin hizmetine sunan bir turizm anlayışıdır. Yalnızca tarihsel olanı değil, günceli de kapsayan bir terimdir. Ziyaretçiler kültür turizmine katıldıklarında hissettikleri duygularla kültürel bir etkileşime girmektedirler. Bu turizm türünde yöreler ile turistler arasında kültürel farklılıklar bulunmakta ve bu farklılıklar neticesinde kültür turizmi, gelir yaratıcı özelliğinin yanında kültürel mirasın korunması açısından da önemlidir (Meydan Uygur ve Baykan, 2007).

Kültür turizminin genel amacı, var olan kültürel değerleri koruma, kaybolanları canlandırma, yöre halkında koruma bilincini oluşturma, alt üst yapıları kültüre uygun hale getirme ve bunlara benzer birçok durumdur. Kültür turizmi açısından bir bölgenin sahip olduğu değerleri sıralamak gerekirse; bölgedeki tarihi olaylar, tanınmış insanlar, kaleler, müzeler, tarihi kalıntılar, şenlikler, spor organizasyonları, halk oyunları, yemekler, filmler vb.dir (Köroğlu, 2015: 123).

Avrupa Birliği'nin TACIS programı tarafından 1997-2000 yılları arasında geliştirilen Moğolistan Turizmi Geliştirme Stratejik Planı kapsamında gerçekleştirilen bir çalışmada Moğolistan'a seyahat etme hayalleri kuran birçok kişinin, bu ülkenin tam olarak nerede olduğunu bilmediği sonucuna ulaşmıştır. Moğolistan'ın turizm

gelişimi üzerine yapılan en güncel çalışmaların sonuçları, Moğolistan'ı ziyaret eden yabancı turistlerin ilgisini çeken temel unsurların, dünyada nadir bulunan göçebe çobanları, eşsiz doğası ve yerel yaşam biçimlerinin olduğu belirtilmiştir. Göçebe hayatı yaşayanların kültürü, onların gelenek ve görenekleri Moğolistan'ın en önemli turizm değerleridir (Gansukh, 2015: 42).

Ayrıca “Moğolistan Ulusal Turizm Merkezi” tarafından 2012 yılında yapılan bir çalışmaya göre Moğolistan'ı ziyaret eden yabancı turistlerin %69.6'sı Moğolistan'a eğlence ve dinlenme için %60.7'si doğal güzellikleri için 42.8'i ise göçebe kültürü ve adetlerini yakından deneyimlemek için ziyaret etmektedirler. Bu çalışma, Moğolistan'ın eşsiz bir kültürel miras potansiyeli olduğu eski bir geçmişe sahip olduğu bu yüzden de bu kültürel miras unsurlarının turizm faaliyetlerinin gelişimi için önemli birer kaynak olarak kullanılması gerekliliğini göstermektedir (Doğa, Çevre ve Turizm Bakanlığı, 2012).

Devlet Kültür ve Sanat Dairesi tarafından “Dünyada Moğolistan'ı Temsil Eden Kültürel Ürünler ve Araştırmalar” adlı bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmaya katılanların %25'i ‘Naadam Festival’ine katılmak için geldiklerini ve tekrar gelmek istediklerini belirtmişlerdir. Bu sonuçtan da anlaşılacağı ‘Naadam Festival’inin Moğol kültürünün önemli bir değeri olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca göçebe kültürünün gelenek ve görenekleri, el sanatlarının tanıtımı turistler tarafından ilgi çekici bulunmaktadır (Erdenebat, 2018: 25).

Moğolistan'ın başkenti olan Ulanbator'un sahip olduğu tarihi ve kültürel değerler turizme yeterli derecede ev sahipliği yapacak niteliktedir. Bu şehirde kültür turizmine ait tarihi, kültürel miras unsurları ve göçebe yaşam tarzına ait önemli olgular bulunmaktadır. Moğolların geleneksel etkinlikleri ve çoğu büyük festivalleri en çok Ulanbator'da düzenlenmektedir. Özellikle yaz aylarında düzenlenen Moğolistan'ın göçebe kültürünü gösteren festivaller ve sergiler turistlerin ilgisini çeken etkinliklerdendir. Moğolistan'ın göçebe kültürden modern kent kültürüne geçen ilk şehri Ulanbator olduğu için bu şehir kültürel miras açısından oldukça zengindir. Ulanbator zengin kültürel kaynakları ve benzersiz yaşam tarzı ile kültür turizmi açısından önemli bir çekiciliğe sahiptir (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

Ulanbator'da her yılın Temmuz ayında milli, göçebe kültürünün en önemli parçası olan farklı etnik grupların geleneksel kostüm ve diğer süslemelerini dünyaya tanıtmayı amaçlayan 'Deel Mongol' festivali kapsamında bir kostüm günü düzenlenmektedir. Bunun dışında "Play Time" uluslararası müzik festivali, "Ulanbator Yemek Festivali", "Arag Festivali", "Ulanbator Maratonu" vb., kültür turizmine katkı sağlayabilecek pek çok festivale ev sahipliği yapmaktadır (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

Yapılan kazı çalışmalarıyla kültür turizminin bir parçası olan, çok eski dönemlerde insanoğlunun bugünkü Ulanbator'un bulunduğu bölgede yaşadığını kanıtlayan arkeolojik eserler de gün yüzüne çıkarılmıştır. Örneğin 1948-1949 yılında Rus arkeologlar tarafından Ulanbator'un Zaisan ve Maahuur Tepesinden eski taş devrine ait bazı eserler çıkarılmıştır. Ayrıca Songinhairhan ve Buyant Uhaa Dağlarından Üst Paleolitik Çağ'a ait bir yerleşim yeri keşfedilmiştir (Erdenebat, 2018).

2.3.2. İnanç Turizmi

İnanç turizmi, insanların dini gereksinimlerini karşılamak, inanç ve benzeri ibadetlerini gerçekleştirmek amacıyla yaptıkları, inanç merkezleri, kutsal mabetler, dini törenler, hac gibi dinsel görevlere yönelik seyahatlerden oluşan bir turizm çeşididir. Kutsal olarak görülen çeşitli bölgelere seyahat eden turistlerin ruhsal, fiziksel ve duygusal anlamda huzur bulmaları, inanç turizminin gerçekleştirilmesinde en etkili nedenler arasında yer almaktadır. İnanç turizmi sayesinde farklı toplumlardan gelen insanlar dini mekanlarda bir araya gelerek kültürel etkileşim oluşturmaktadır (Koroğlu, 2015: 113).

Günümüzde Moğolistan, inanç turizmi bakımından Budizm ve Şamanizm inancını diğer turizm biçimleriyle birleştirerek turistlerin ilgisini çekmektedir. Moğolistan'da inanç turizmi tek bir dini çatı altında gelişmemiştir. Büyük manastırlar ve dini ibadet yerlerinin çoğu Ulanbator'da bulunduğu için Ulanbator Moğolistan'daki Budizm'in ve Şamanizm'in ana merkezi konumundadır. Bu özelliğiyle yerli turistlerin ilgisini çekmesinin yanı sıra ülke içindeki inanç turizmine de katkı sağlamaktadır. Moğolistan inanç turizmi kapsamında kendi kültürünü dünyaya tanıtarak yabancı

turistlerin ilgisini çekebilecek önemli bir avantaj elde edebilir. (Altaibaatar ve Badral, 2012: 56).

Moğolistan, Antik Çağ dönemine ait tarihi açısından ve Budizm'in yaygın olduğu bir ülke olarak dini ve tarihi hazineleri ve anıtları bakımından zengin bir ülkedir. Moğolistan'da 200'den fazla Budist manastırı, antik tapınaklar ve kutsal yerlerin kalıntıları bulunmaktadır. Moğolistan için bu eserler inanç turizmini geliştirmek için büyük bir fırsat niteliğindedir. Şamanizm ise Moğol kültürüne ve hayatına eskiden beri bağlı olan bir dindir. Şamanizm'in "Taş Devri" zamanında ortaya çıktığına inanılmaktadır. Göçebe kültürüne bağlı olan bir inanç sistemidir. Moğolistan'daki Şamanların özel ritüelleri turistlerin dikkatini çeken büyük bir unsurdur. Şamanlar özel şapka ve kostümün yanı sıra armonika, tef, perküsyon, ayna, hançer, kırbaç ve benzeri eşyalar da kullanmaktadır. Şamanların ritüelleri turizm bakımından oldukça ilgi çekicidir (Altaibaatar ve Badral, 2012:57).

Ulanbator, yukarıda bahsedilen inanç turizmine hitap eden kilise, manastır, tapınak, türbe vb. yapılarının sayısı oldukça fazla olan bir şehirdir. Bu özelliğiyle turistlerin ilgisini çekmektedir. Ulanbator'da, Moğolistan'ın Budizm merkezi olan "Gandan Manastır"ı bulunmaktadır. Bu manastır hem yerel halkın hem de yabancıların dikkatini çeken bir çekim noktasıdır.

Bunun dışında Ulanbator şehir merkezinden 20 km uzaklıkta bulunan "Hui Doloo Hutag" adlı yerde "Danshig Naadam" adıyla bir din bayramı olarak iki senede bir Ağustos ayında düzenlenmektedir. Bu bayram ilk 1639 yılında Moğolistan'ın ilk Budizm'in yöneticisi olan Zanabazar keşişinin adına gerçekleştirilmiştir. "Danshig Naadam'ın" tarihini, dinini ve kültürünü hem somut hem de soyut kavramlarını içeren "Danshig" sunum töreninin en önemli kısmı "Khuree Tsam" dini dansıdır. Bayram sırasında keşişlerin dua törenleri, Budizm'in özel ritüelleri, Moğol Budistlerin tanrı olarak kabul ettiği Ochirvan Tanrı ibadeti, yöresel sanat gösterileri, at yarışları, güreş ve kültürel öğelere ait sergiler gibi birçok ilginç etkinlikler düzenlenmektedir. Bayrama katılanların sayısı 8000-10000 civarındadır. Yurt dışından 2000-3000 yabancı turist bu bayram için geldiği bilinmektedir (Buyandelger, 2018: 26).

Moğol nüfusunun çoğunun Budizm inancına mensup olduğu için “İh Maidar” isimli büyük bir etkinlik gerçekleştirilmektedir. Bu projenin dünya inanç turizmi açısından ileriki dönemlerde bu bölgeye çok sayıda turist çekeceği düşünülmektedir. “İh Maidar” Kompleksi, Tanrı Maidar Anıtı’nın çevresine ek binalar yapılarak inşa edilmeye başlanmıştır. 2016 yılında Maidar Tanrı’sının anıtı inşa edilmiş ve kompleksteki inşaatlar hala devam etmektedir. Ulanbator Moğolistan’ın inanç turizmine büyük katkı sağlayan önemli bir destinasyondur (Baabar, 2016:16).

2.3.3. Şehir Turu

Ulanbator’a gelenler öncelikle şehir turu yapmayı düşünmektedir. Genelde Ulanbator’a gelen turistlere tur operatörleri, bir günlük şehir turu seçeneği sunmaktadır. Bu şehir turları Ulanbator şehrinin tarihi ve kültürel miras unsurlarını turistlere göstermeyi amaçlamaktadır.

Moğolistan’ı ziyaret eden turistlerin çoğunun yolu Ulanbator şehriden geçmektedir. Bu olay turizm bakımından büyük bir fırsattır. Ulanbator’un benzersiz görünümü ve kendine has özelliklerini tanımanın yanı sıra farklı turizm türlerinden yararlanan turistler Ulanbator’da ne kadar uzun süre kalırlarsa o kadar fazla döviz ülkeye girmektedir (Shagdar 2012:23).

Ulanbator’un turizm türlerini artırmak ve turistleri çekmek için son yıllarda kültür turizmini geliştirmeyi amaçlayan birçok kültür ve rekreasyon kompleksleri inşa edilmiştir. Bunlar: “Mongol Naadam Spor Merkezi”, “Amid Ertunts Parkı”, “Tuul Shugui Kompleksi”, “Moğol Büyük Krallar Müzesi”, “Dinozor Müzesi”, “Urt Tsagaan Turizm Merkezi”, “Mongol Ahu Kompleksi” ve “Hayvanat Bahçesi”dir. Ayrıca Ulanbator’da yer alan 16 müze, 24 kültür merkezi, 39 anıt ve 11 manastır kullanılarak şehirde turizm bakımından yeni güzergahlar oluşturma çalışmaları yürütülmektedir (Erkhembayar, 2013: 15).

Turistlerin memnuniyetini artıran, tekrar gelmesini sağlayan ana etken, iyi bir hizmet sunmaktır. Bu anlamda turizmin herhangi bir yerde gelişmesi hizmet kalitesine göre belirlenmektedir. Hizmet kalitesi ise iyi eğitilmiş personele bağlıdır. Moğolistan’ı ziyaret eden turistler üzerine yapılan araştırmaya göre hizmetler hakkında bazı şikayetlerde buldukları tespit edilmiştir. Otel ve kampların yönetimlerinin iyi

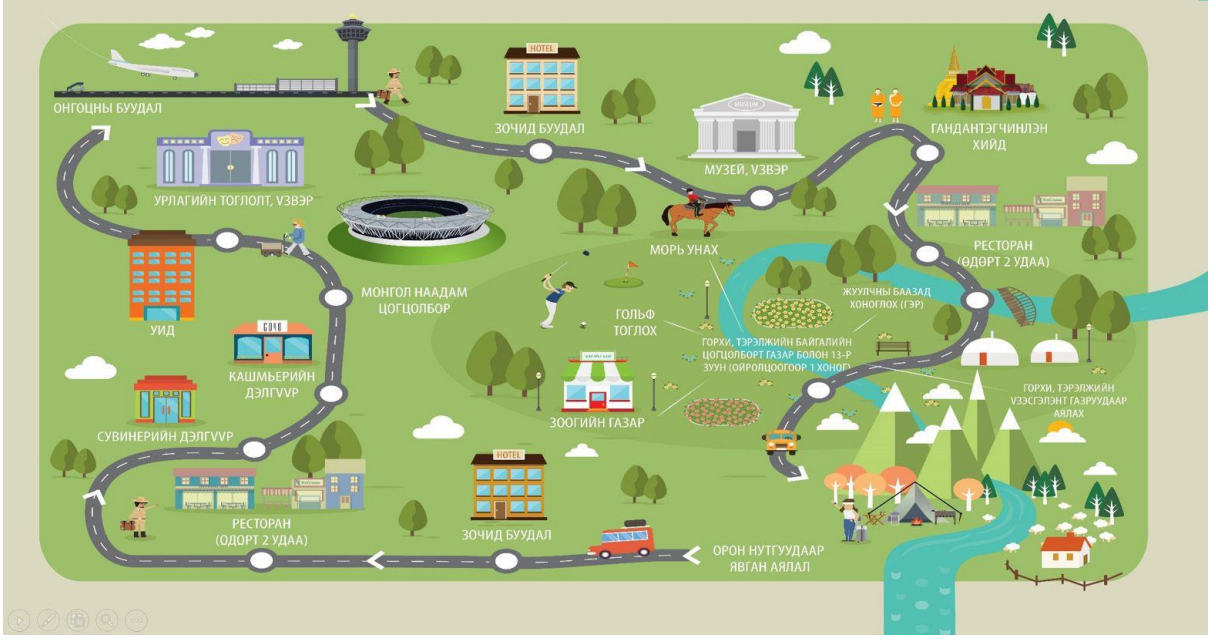
yapılmaması, oda servisinin olmaması, sıcak suyun bulunmaması, personelin İngilizce bilmemesi, hizmet kültürünün zayıf olması, yiyecek çeşitlerinin azlığı, yeterli sayıda garsonun mevcut olmaması gibi birçok şikayette bulunmuşlardır. Ayrıca yerel ulaşım, iç hat uçuşlarının yetersizliğine, otel hizmetlerine ve rehberlerin kalitesine düşük puan vermişlerdir. Bu sorunları çözebilmek için son yıllarda devlet tarafından yapılan çalışmalar dikkatle planlanarak aşama gerçekleştirilmektedir (Elçi, Danuu ve Gül, 2014: 7). Ulanbator'da yerli ve yabancı turistlerin en çok ilgisini çeken turizm arz kaynakları aşağıda verilmiştir.

Geleneksel Sanat Şölenleri: Turistler için geleneksel sanat gösterileri genellikle yaz aylarında yapılmaktadır. Ayrıca bazı turizm şirketleri kış mevsiminde gelen turistler için de Geleneksel Sanat Şölenleri düzenlemektedir. Geleneksel Sanat Şölenlerinde Moğol yöresel şarkıları söylenmekte, yöresel danslar gösterilmekte ve yöresel enstrümanlar eşliğinde benzersiz gösteriler düzenlenmektedir (Elçi, Danuu ve Gül, 2014: 12).

Kayak Merkezi: Şehir merkezinin 13 km uzaklığında Bogd Dağı'nda yer almaktadır. Kayak merkezi kayak ve kızak yolu 6000 metre uzunluğunda toplamda 9 yola sahiptir. Bir kerede 1500 kişiye hizmet verebilmektedir. Kayak merkezinde lokanta, marketler ve oto parklar bulunmaktadır (Elçi, Danuu ve Gül, 2014: 21).

Cengiz Han Anıtı: Terelj'deki Cengiz Han Anıtı dünyadaki en büyük anıttır. Burada müze, hediyelik eşya mağazaları ve lokantalar bulunmaktadır. Aynı zamanda manzara çok güzeldir. Eşsiz doğa, benzersiz kaya ve uçurum gibi doğal güzellikler ile zengindir. Son yıllarda Terelj Park turizm bölgesinde köpek kızıağı turları, iç turizm için çok gelişmiştir. Aynı zamanda kış mevsiminde turistleri çeken bir potansiyele sahiptir (Elçi, Danuu ve Gül, 2014). Ulanbator'a kış mevsiminde gelen turistlerin yukardaki destinasyonlara tur gerçekleştirmesi mümkündür. Şekil 2.3'de Ulanbator şehri turunun en çok seçilen güzergahı gösterilmiştir.

Şekil 2.3. Ulanbator Şhrinin Mevcut Tur Planı



Kaynak: <https://prezi.com/c67buuj0p5t2/presentation/>, 2019.

Şekilde 2.3'e göre en çok turist çeken destinasyonlar ön plana çıkarılarak bu destinasyonlar birbirine bağlayan bir şehir tur planı hazırlanmıştır.

2.3.4. Dağcılık ve Doğa Yürüyüşü

Ulanbator halkı ile gerçekleştirilen, tatil zamanını belirleme amaçlı araştırmada; ankete katılanların %50'si hafta sonlarını evde geçirmeyi, %30'u şehir dışına çıkmayı ve %20'si ise diğer aktiviteleri tercih etmiştir. Şehir dışına çıkmak isteyenlerin çoğu, yaş bakımından genç bireylerdir. Şehir halkı tarafından en çok tercih edilen yerler, Gorkhi-Terelj Milli Parkı, Bogd Han Dağı, Handgait Parkı, Songin Parkı, Selbe Nehri ve Tolgoit Parkı gibi dağcılığa uygun yerlerdir. Ayrıca tatilcilerin %28.6-31'i doğal manzaraya, %9.5-27.62'si turistik kamplara ve %13.8-14,3'ünün fiyat ve tarifelere odaklandığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla iç turizm bakımından Ulanbator'un etrafındaki doğal güzellikler ve dağlar doğa yürüyüşü ve dağcılık konusunda gelişime açık olduğunu göstermektedir (Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı, 2012).

Yer şekillerine dayalı turizm çeşitliliği açısından da Ulanbator'un Terelj bölgesi çok önemli bir potansiyele sahiptir. Dağlık alanlardaki temiz havası, eşsiz doğal manzarası, akarsuları, vb. bu potansiyelin geliştirilmeye ne kadar müsait

olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda Terelj bölgesi alternatif turizmin gelişmiş olması sebebiyle, iç ve dış turizm açısından Ulanbator'un en önemli nokta olarak bilinmektedir. Yer şekillerine dayalı turizmin geliştirilmesi ile Ulanbator şehrinin; kış, dağcılık, doğa yürüyüşü ve kültür turizmi gibi alanlarda ön plana çıkmasına katkı sağlayacaktır (Ulanbator Şehri Turizm Departmanı, 2018).

Bölgede birçok yükseltinin ve sarp kayalıkların bulunması nedeniyle dağcılık ve tırmanış sporları için gerekli çalışmaların yapılması ile beraber Ulanbator şehri bu sporlara ilgi duyan ziyaretçileri çekebilme potansiyeline sahiptir. Ayrıca doğa yürüyüşü için potansiyel güzergahlar da bulunmaktadır. Ulanbator şehrinin güney kesimindeki Bogd Han Dağı dağcılık turu açısından çok uygundur. İç turizm açısından genel olarak Ulanbator şehrinin halkı her hafta sonu doğa yürüyüşleri ve dağ yürüyüşleri yapmaktadır. Bununla birlikte bazı yerlerde gerekli alt yapı da gelişmiştir (Elçi, Danuu ve Gül, 2014: 29). Bu güzergahlardan bazıları şunlardır:

- Zaisan Tepesi- Bogd Han Dağı- Tuul Nehri güzergahı
- Manzushir Manastarı- Tsetse Gun Zirvesi güzergahı
- Terelj- Kaplanbağa Kaya güzergahı
- Tuul Nehri-Har Usun Tohoi güzergahı

2.3.5. Macera Turizmi

Günümüzde önemli turizm türlerinden biri olan macera turizmi; ilk dönemlerde din ve ticaret gibi nedenlerle yapılan zorunlu seyahatler ile ya da farklı kültürleri öğrenmek veya herhangi bir amaçla yapılan, keşif için yapılan seyahatlerle ilişkilendirilmiştir. Zamanla macera, bir araç olmaktan çok bir amaç haline almış ve özel bir ilgi alanı ya da bir tutku olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Günümüzde macera tutkunları, bu tutkuları uğruna turizm endüstrisinin hızlı gelişen dallarından birinin doğmasını sağlamış ve macera olgusu; din, iş, sağlık, spor ve dinlenme gibi seyahat etmenin temel başlıklarından biri haline gelmiştir. (Gülcan,2004).

Macera Turizminin Türlerini Ürünlerini ve Rotalarını Belirleme ve Planlamaya yönelik gerçekleştirilen bir araştırmada Moğolistan'ın Ulanbator şehrinde bulunan turizm operatörü ve acenteler tarafından seyahat koşulları, yeterli kaynaklar ve beklentiler ilkelerine dayanarak dış pazarlarda 24 çeşit özel ilgi ürününün tanıtılması

kararlaştırılmıştır (Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı, 2012). Ulanbator'da gerçekleşen macera turleri aşağıda sıralanmıştır;

- At binme turları
- Balık tutma turları
- Kuş gözlemciliği turları
- Bisiklet ve yürüyüş turları
- Off-road ve jeep safari turları
- Deve binme turları
- Motorlu bisiklet turu, kano turu, iek gözlemciliği turu ve fotoğraf çekme turları
- Mağara turu, av turu, köpek kızığı turu, etnik gezi turu, paraşüt turu ve balon turları vb., (Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı, 2012).

Ulanbator şehrine ait bölgelerde genel olarak doğa turizmi dışında macera turları etkinlikleri düzenlenebilecek çok fazla güzergah bulunmakla birlikte özel ilgi turizminin geliştirilebileği de öngörülmektedir. Ulanbator'un Terelj Bölgesi, Bogd Han Dağ'ı ve Tuul Nehri'nde macera turlarının gerçekleştirilebilmesi için uygun doğal alanlar (özellikle akarsular, dik yamaçlar ve yükseltiler) bulunmaktadır. Ulanbator sahip olduğu yeryüzü Şekilleri ve kültürel değerler bakımından macera turizmi türüne yeteri derecede ev sahipliği yapabilecek bir potansiyele sahiptir. Macera turizmi, özellikle turistlerin ruhsal, fiziksel ve duygusal anlamda etkilendikleri bir turizm türüdür. Ulanbator şehrinin macera turizmi güzergahları iç turizm açısından oldukça önemlidir. Örneğin; Ulanbator halkının %35-56'sı (473-757 bin kişi) düzenli olarak Şehir dışındaki turlara katılmaktadırlar. Bunların çoğu gençlerdir. Özellikle gençler macera turlarını tercih etmektedir (Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı, 2012).

2.3.6. Kış Turizmi

Kış turizmi, ağırlıklı olarak kayak sporu üzerine yoğunlaşan bir turizm türüdür. Ancak sadece bununla sınırlı değildir. Karlı ve eğimli coğrafyalara yapılan seyahat, konaklama ve diğer hizmetlerden oluşan faaliyetleri de kapsamaktadır. Dünyanın dört bir yanındaki şehirlerin birçoğu kendine özgü avantajlarını kullanarak kış turizmini geliştirmektedir. Turistleri çekmek için etnik festivaller ve kongre vb. faaliyetler kış mevsiminde yapılmaktadır. Moğolistan'da yaz turizmi günden güne gelişmektedir ve

turistlerin %80'i Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında ülkeye gelmektedir (Shagdar, 2012:86).

Moğolistan turizm sektöründeki en önemli sorun mevsimsellik problemidir. Moğolistan'a gelen turistlerin çoğu yaz mevsimde gelmeyi tercih etmektedir ve bu yüzden son yıllarda kış turizmini geliştirmek için bazı politik çalışmalara ağırlık verilmiştir.

Moğolistan kış turizmi bakımından at ve deve turları, atlı kızak turu, köpek kızağı, kayak turu, buz tırmanışı, ren geyiği turu, Moğol Geleneksel Bayram Turu /Tsagaan sar/, çoban ailenin kış yaşamı ile tanışma gezisi, kış av turu ve şaman ritüel tanıma turu gibi birçok otantik geziler düzenlenmektedir. Moğolistan'da kış turizmini geliştirmek ve turistlerin ziyaret sürelerini uzatmak için Kartal Festivali, Bozkır At Festivali, Ulanbator Kış Festivali, Mavi İnci / Khukh Suvd/ Buz Festivali, Deve Festivali ve Uluslararası Konferanslar gibi etkinlikler düzenlenmektedir. Bu etkinliklerin amacı Moğolistan'ın kış turizminin gelişmesi, yerli ve yabancı turistlerin sayısının artırılmasıdır. Moğolistan'a kış aylarında gelen turistlerin yaklaşık %40'ının amacı, geleneksel kültürü tanınmak ve festivallere katılmaktır (Batbold, 2018). Bu yüzden kışın yapılabilecek etkinlik sayısını artırmaya çalışılmaktadır. Günümüzde Ulanbator'da kış mevsiminde turistleri çekmek için aşağıdaki festivaller düzenlenmektedir.

Ulanbator Kış Festivali: Başkent halkı ve turistler için 'Ulanbator Kış Festivali' 2015 yılından beri her sene Ocak ayının ilk haftasında düzenlenmektedir. Festivalde artistik patinaj ve buz paten gösterileri ile birlikte Moğol geleneksel oyunları ve geleneksel yarışmaları da düzenlenmektedir. Kış festivalinde at ve köpek kızağı turları da düzenlenmektedir (Batbold, 2018: 18).

Kartal Festivali: Turizm sezonunu uzatmak ve macera turizmini geliştirmek amacıyla Orta Asya'daki göçebe halkların kültürünü ve geleneklerini yerli ve yabancı turistleri tanıtmak için, her yıl Mart ayında düzenlenmektedir. Moğolistan'ın Doğa, Çevre ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenen bu festivale yaklaşık 5000 yerli turist, 200 yabancı turist katılmaktadır (Batbold, 2018: 26).

2.3.7. Kongre Turizmi

Kongre turizmi, insanların farklı şehir veya ülkelerden bir araya gelerek belli bir konu hakkında bilimsel ve mesleki bilgi alışverişi yapmak için düzenlenen turizm şeklidir. Kongre Turizminin içerisinde eğitim konferansları, sempozyumlar ve çalıştaylar gibi faaliyetler yer almaktadır. Kongre turizmi kapsamında hem ulusal hem de uluslararası kongreler yapılmaktadır (Dinçer, 2020: 29).

İnsanların ikamet ettikleri ve iş yerleri dışında uzman oldukları sahalarda ve mesleklerde bilgi paylaşımı maksadıyla toplanmalarından dolayı oluşan seyahat konaklama, olay ve ilişkilerin tümü kongre turizmi çerçevesinde incelenir. Yani kongre, sempozyum, çalıştay gibi amaçlarla gerçekleştirilen turizm şeklidir. Coğrafi konumu itibariyle Moğolistan'ın merkezinde yer alan başkent Ulanbator, Moğolistan'ın ulaşım kolaylığı ve bu alandaki alt yapı tesisleriyle kongre turizmi alanında yapılacak etkinlikler için ideal bir konumdadır. Ayrıca Asya'nın ortasında Çin ve Rusya'nın arasında yer aldığı için uluslararası kongre ve konferanslar için de mükemmel destinasyondur (Doğa, Çevre ve Turizm Bakanlığı, 2011).

Ulanbator, Moğolistan'ın başkenti olmasının yanı sıra ekonomik ve siyasi merkez konumunda olduğu için Moğolistan'da gerçekleştirilen ulus ve uluslararası konferans, sempozyum ve toplantıların çoğu burada düzenlenmektedir. Ulanbator'da her yılda ortalama 30-50 arasında uluslararası konferans veya faaliyet gerçekleştirilmektedir. Fakat yurt içinde düzenlenen konferans ve faaliyetlerin sayısı yılda 80-100 arasındadır (Doğa, Çevre ve Turizm Bakanlığı, 2011).

Örneğin, 2016 yılında Ulanbator şehrinde ASEM (Asya-Avrupa toplantısı) Kongresi gerçekleştirilmiştir. Bu kongrede Avrupa ve Asya'dan toplam 54 farklı ülkeden misafirler gelmiştir. 7 gün süren bu kongre Moğolistan'ın ekonomik ve uluslararası ilişkileri açısından büyük bir katkı sağlamıştır. Kongreye toplam 2700 kişi gelmiştir (Dashdorj, 2016).

2.4. Ulanbator Şehrinin Turistik Arz ve Talep Analizi

Bu bölümde Ulanbator şehrinin sahip olduğu mevcut turizm verilerine ilişkin turistik arz ve talep analizi araştırılarak elde edilen bulgular ortaya konulmuştur. Bu bağlamda turistik arz ve talep analizi ayrı ayrı ele alınmıştır.

Ulanbator şehrinin turizm potansiyeline ve turistlerin algıları üzerine yapılan araştırmalar hakkında literatür taraması yapılmıştır. Ulanbator şehrinin turizmi hakkında şehri ziyaret eden turistlere yönelik birçok anket çalışması ve araştırma yapılmış fakat, Ulanbator şehrinin yerel halkına yönelik turizm sektörünün gelişimi, turistlerin şehre olan etkisi veya kültürlerin etkileşimi vb. alanlarında gerçekleştirilen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada Ulanbator şehrinin şu anki mevcut turizm potansiyeli ve turizm sektöründeki hizmetlerine de yer verilmiştir. Ayrıca Turizm sektörünün Ulanbator'un ekonomisine ve kültürüne sağladığı katkı ortaya konmuştur (Erdene ve Angarmaa, 2015: 17).

Erdene ve Angarmaa (2015) tarafından turizmin Ulanbator şehrine sosyo-kültürel açıdan etkilerine dair yürütülen araştırmaya göre, turistler bölgeyi gezerken kültürel miras unsurları, doğal güzellikler ve tarihi mekanları ziyaret etmenin yanı sıra bilgi alışverişi yapan bir kanal konumundadırlar. Herhangi bir turist sadece kültürel anlamda değil, aynı zamanda bölgenin sosyal hayatı üzerinde de büyük bir etkiye sahiptir. Moğolistan'ın temel turizm bölgesi başkent Ulanbator'dur. Altyapı, üstyapı ve ulaşım ağı ile ilgili olarak Moğolistan'ı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin çoğu Ulanbator'a seyahat etmektedir. Moğolistan'a gelen turistlerin yüzde 90'ı Ulanbator şehrine uğradığı için Moğolistan'ın konaklama tesislerinin %25'i Ulanbator'da yer almaktadır. Bu araştırmanın anket çalışmasına Ulanbator'un 6 ilçesinden 984 vatandaş katılmıştır. Bunun dışında turizm sektörüne hizmet veren tur operatörleri, oteller, turist kampları, restoranlar, kültür ve eğlence mekanlarının temsilcileri de dahil olmak üzere toplam 50 kurumdan ankete katılım sağlanmıştır. Bu çalışma ayrıca turizm sektörünün toplum ve kültür üzerindeki etkisini değerlendirmek için katılımcıların sosyo-kültürel özelliklerinin etkilerini anlamaya yönelik bir çalışmadır. Araştırmada yerel halka yönelik anketlerde toplumun turizme etkisi ve kültürel etkiler hakkında toplam 28 sorunun yanı sıra turizm işletmelerinin temsilcilerine yönelik örgütsel faaliyet ve sosyo-kültürel etkileri içeren 15 soru da yer almaktadır. Anketin sonucuna göre, turizmin toplum ve kültür üzerindeki etkilerinin olumlu yönde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak yerel halkın ve sektör paydaşlarının turizm sektörüne karşı olumlu tutum sergilediği gözlemlenmiştir. Ankete katılanların yüzde 51'i turizmin,

sosyal ve kültürel yapı üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu söylerken, yüzde 21'i ise olumsuz bir etkisinin olduğunu belirtmiştir (Erdene ve Angarmaa, 2015: 15).

Sosyal ve kültürel algılar ayrı ayrı araştırıldığı zaman turizmin kültür üzerindeki etkisinin olumlu olduğu sonucuna, ancak toplum üzerindeki etkisinin olumsuz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu, turizmin sosyal alan üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkisinin olduğunu göstermiştir. Çalışma sonucunda ulaşılan, turizmin toplum ve kültür üzerindeki olumlu ve olumsuz yönleri aşağıda sıralamaktadır (Erdene ve Angarmaa, 2015: 16).

Olumlu tutumlar:

- Geleneksel kültür ve tarihi miras unsurlarından gurur duymak
- Geleneksel sanatların ve şarkıların dünya ile paylaşılması
- Yöresel ürünlerin dünyaya tanıtılması
- Geleneksel festivallerin ve şölenlerin tanıtımı
- Otel ve restoranların hizmet kalitesinin gelişmesi
- Başkentle gurur duymak
- Tarih ve kültürel eserlerinin korunması
- Şirketlerin dış ilişkilerinin güçlenmesi
- Turizm sektöründe istihdamın artışı

Olumsuz tutumları:

- Fuhuş
- Alkol ve uyuşturucunun fazla kullanılması
- Çöpler ve çevre kirliliği
- Kalabalık ve trafik yoğunluğu

Ulanbator Valiliği Uygulama Birimi ve Turizm Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen turizmin Ulanbator şehrine ekonomik etkisi ile ilgili yürütülen bir araştırmaya göre Moğolistan'a gelen turistler ülkeye giriş ve çıkış için Ulanbator şehrine uğramaktadırlar. Turistler tur yaparken genellikle şehrin tarihi ve kültürel yerlerini gözlemlemenin yanı sıra alışveriş de yapmaktadır. Aynı zamanda turistler Ulanbator'un içinde yer alan Gorkhi Terelj ulusal parkında her türlü alternatif turları

deneyimlemekte ve Naadam Kompleksi'ni ziyaret etmektedir. Son beş yıl içerisinde Ulanbator'u ziyaret eden turistler Moğolistan ekonomisine toplam 429 milyon dolarlık bir katkı sağlamıştır. Turistlerin hediyelik eşya, kaşmir ve alkol harcamaları, şehirdeki toplam harcamalarının yüzde 58'ini oluşturmaktadır. Moğolistan'a gelen bir turist Ulanbator'da ortalama 450 dolar harcamaktadır. Ayrıca alışverişin yüzde 75'ini kaşmir ürünleri oluşturmaktadır. Bu nedenle, 2014 yılında yünlü ürünler endüstrisi turistlere 154 milyon dolarlık ürün satmıştır. Son 5 yılda turizm endüstrisinin doğrudan alımları GSYH'sinin yüzde 4,76'sını oluşturmuştur. Diğer anlamıyla turizm endüstrisinin sermaye ekonomisi üzerinde doğrudan etkisi bulunmaktadır. Ayrıca turizme ilişkin istihdam büyümektedir. Yalnızca son 5 yılda Ulanbator'daki turizm çalışanı sayısını ortalama 114.000 artırmıştır (Ulanbator Valiliği Uygulama Birimi ve Turizm Bakanlığı, 2015).

Turizm sektörü Ulanbator şehrinde geleneksel el sanatları ve festivaller gibi somut olmayan mirasın korunmasını ve tanıtımını teşvik etmektedir. Aynı zamanda turizm bağlamında kültürel ve tarihi mirasın korunması teşvik edilmektedir. Ayrıca çalışmalarda Ulanbator'daki otel ve restoranların hizmetlerinin, turizm endüstrisinin gelişimi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ulanbator Valiliği Uygulama Birimi ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen araştırma, turizmin Ulanbator'un sosyo-kültürel özelliği üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ancak Ulanbator Belediyesi'nin turistlerin güvenliği, hizmet sağlayıcıların entegre standartları ve şehrin alt yapısı gibi konularda yetersiz olduğu tespit edilmiştir (Ulanbator Valiliği Uygulama Birimi ve Turizm Bakanlığı, 2015). Aynı zamanda turizm potansiyeli olarak Budist Manastırları, tarihi heykeller, müzeler ve şaman kültürü gibi diğer somut olan kültürel kaynakların turizm ürünlerine dönüştürülmesi gerekmektedir. Turizm endüstrisinin ekonomi üzerindeki etkisi göz önüne alındığında Moğolistan'a seyahat eden turistler ortalama Ulanbator'da 2 ile 4 gün kalmaktadır. Ayrıca turistlerin Ulanbator'da kaldığı sürede bütçelerinin %58'ini alışveriş harcamaları oluşturmaktadır. Turistlerin tur boyunca harcadığı dövizin diğer turizm kaynaklarına da yönlendirilmesi gerekmektedir. Diğer anlamıyla turizm kaynaklarının, turizm ürünleri olarak kullanılması gerektiği bilinmelidir.

Ulanbator Valiliği Uygulama Birimi ve Turizm Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen ‘Ulanbator Şehrine Gelen Yabancı Turistlerin Memnuniyet Araştırması’nda Ulanbator’u ziyaret eden turistlere “Seyahat etmelerinin temel nedeni nedir?” diye sorulduğunda ankete katılan turistlerin yüzde 85.3’ü tatil amaçlı, yüzde 8.1’i iş amaçlı, yüzde 9.4 arkadaşlar ve akrabalarla görüşmek için ziyaret ettiklerini belirtmiştir. Diğer turistler ise %0.8’i eğitim amaçlı, %1.8’i istihdam için, % 2.2’si de diğer amaçlarla geldiklerini ifade etmişlerdir. 2015 yılında gelen turistlerin seyahat hedeflerinin sonuçları önceki yıllarla karşılaştırıldığında 2015 yılında gelen turistlerin yüzde 80.8’i tatil için gelmektedir. Bu oran önceki yıllara göre yüzde 16 artmıştır. Fakat konferans, iş toplantıları ve sergilere gelen turistlerin sayısı 2015 yılında, önceki yıllara göre %50 düşmüştür (Gansukh, 2015: 23).

Ulanbator Valiliği Uygulama Birimi ve Turizm Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen ‘Ulanbator Şehrine Gelen Yabancı Turistlerin Memnuniyet Araştırması’nda Moğolistan’ı ziyaret eden turistlere, “Ulanbator şehrinde sizi en çok etkileyen unsurlar nelerdir?” sorusu sorulduğunda verilen cevaplar önceki çalışmaların sonuçlarına benzer niteliktedir ve bunlar arasında en dikkat çekici olanları Moğolistan’ın eşsiz doğası, Moğol halkının nezaketi, misafirperverliği, göçebe kültürü ve ulusal festivalleri cevaplarıdır. Ayrıca turistler Moğolistan’ın turizm açısından gelişmiş olan bölgelerini de ziyaret etmektedir. Bununla birlikte Ulanbator şehir merkezinin dışındaki yerleşim yerlerini ziyaret etmek, tarihi ve kültürel miras unsurlarını incelemek ve Huumii yöresel şarkıları başta olmak üzere geleneksel sanatları turistlerin ilgisini çekmiştir (Gansukh, 2015: 24).

Lakin “Ulanbator şehrinde sizi rahatsız eden unsurlar nelerdir?” sorusu sorulduğunda, turistler Ulanbator şehrinin yoğun trafiğinden, yolların kötü olmasından ve hava kirliliğinden bahsetmiştir. Ayrıca turistlerin bir kısmı ulaşım, otobüs hizmetleri, otel, restoran, turizm merkezleri ve rehberlerin hizmetlerinden memnun kalmadıklarını belirtmiştir (Gansukh, 2015: 26).

Ulanbator Belediyesi son yıllarda şehre gelen turist sayısını artırmak için özel gayret sarf etmektedir. Turizmin başkentini ekonomik ve sosyal gelişimi üzerindeki etkisini en üst seviyeye çıkarmaya yönelik çalışmalar yürütmektedir. Örnek olarak 2017 yılında turistler için organize edilen faaliyetlerden bazıları şunlardır:

- Ulanbator Kış Festivali
- Ulusal Kıyafet Günü Festivali
- Danshig Festivali
- Uluslararası Yemek Sokağı etkinliği
- Göçebe yaşam ve Ulanbator Şehir Sergisi
- Moğolistan-Çin Turizm Günü
- Turist Kart Tanıtımı
- Ulanbator Turizm Fuarı
- Çay Yolu Heykel İnşası
- Turizm ve İstihdam Fuarı

Ulanbator Belediyesi, şehri bir turizm destinasyonu olarak geliştirmeyi amaçlayarak, çok yönlü bir pazarlama kampanyası ile yurtdışındaki tanıtım faaliyetlerini geliştirmek için çalışmaktadır. Son yıllarda kamu ve özel sektörün Moğolistan'ı uluslararası turizm fuarlarında temsil etmesinden kaynaklı olarak 2017 yılında Moğolistan'a gelen toplam ziyaretçi sayısı bir önceki yılın aynı dönemine göre 62.097 kişi artarak %12.26 oranına ulaşmıştır. 2017 yılının gelir miktarı bir önceki yıla göre 382.760 dolar ile %21.3 oranında artmıştır. (Ulanbator Valiliği Uygulama Birimi, 2017).

Ulanbator'un turizm endüstrisindeki çalışmalarına bakıldığında daha çok turist çekmek fikrinin aktif olarak devam ettiği görülmektedir. Turistlerin ilgisini çekmeye yönelik faaliyetlerin genellikle kültür, göçebe yaşam ve geleneksel ritüel gibi değerlere dayandırıldığı görülmektedir. Ulanbator'daki binalar ve anıtlar gibi tarihi unsurlar, kültürel miras ürünleri olarak değerlendirilmektedir. Bunun dışında Tuul Nehri, Bogdhan Dağı ve Gorhi Terelj Milli Parkı gibi doğal kaynaklara sahip olmasına rağmen bu alanların hem yerli halkın hem de turistlerin ziyaretine olanak sağlayacak şekilde yeterince değerlendirilememesi önemli eksikliklerden biridir.

Ulanbator Belediyesi Ekonomi ve Kalkınma Birimi (2014) tarafından yapılan 'Ulanbator Belediyesi SWOT Analizleri ve Sonuçları' adlı çalışmada günümüzde ülkelerin en önemli gelir kaynaklarından biri olan turizm sektörünün ekonomideki payı incelemiştir. Ulanbator'daki turizm sektörü, her geçen gün ekonomideki payını

arttırmaktadır. Bu da Moğolistan hükümetinin turizm politikalarına daha fazla ilgi göstermesine olanak sağlamaktadır. Bu yüzden Moğolistan hükümetinin Ulanbator'daki turizm sektörünü güçlü ve zayıf yönlerini doğru tespit edebilmesi, gelen fırsatları ve tehditleri görebilmesi oldukça önemlidir. Tablo 2.6'da Ulanbator Turizminin güçlü ve zayıf yönlerine yer verilmiştir (Ulanbator Belediyesi Ekonomi ve Kalkınma Birimi, 2014).

Tablo 2.6. Ulanbator Turizminin Güçlü ve Zayıf Yönleri

Güçlü Yönleri	Zayıf Yönleri
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ulanbator oldukça eski bir tarihe sahip olmasından dolayı hem tarihi hem de kültürel unsurlar bakımından oldukça zengin bir geçmişe ve birikime sahiptir. 2. Bir dönem Budistlere ev sahipliği yapmış olması sebebiyle Budist kültürü ve inancı bakımından önemli bir inanç merkezdir. Ulanbator'da Budizm kültürüne ait onlarca Manastır bulunmaktadır. 3. Ruslar tarafından inşa edilen tarihi ve kültürel miraslara sahiptir. 4. Moğolistan nüfusunun yarısı Ulanbator'da olduğu için ekonomik bakımdan büyük bir fırsat sunmaktadır. 5. Ulanbator, Moğolistan'ın başkenti olduğu için ekonomi ve siyasi bakımdan merkez konumundadır. 6. Moğolistan'ın en büyük otelleri ve alışveriş merkezleri Ulanbator'da yer almaktadır. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Moğolistan'ın iç turizmi henüz tam istenilen seviyede olmadığı için turizm sektörü gelişim aşamasındadır. 2. Moğolistan'ın kültürü ve tarihi dünyaya yeteri kadar tanıtılmamıştır. 3. Turizm hizmet kalitesi düşüktür. 4. Yeterli konaklama ve turizm işletmesi bulunmamaktadır. 5. Ulaşım ağı yeterli düzeyde değildir. Trafik yoğunluğu ile her zaman karşılaşmaktadır. 6. Turistik altyapısı istenilen düzeyde değildir. 7. Moğolistan'da bağımsız bir Turizm Bakanlığı bulunmamaktadır.

Kaynak: Ulanbator Belediyesi Ekonomi ve Kalkınma Birimi, 2014.

Tablo 2.6'da Ulanbator'un turizm işletmeciliğine uygun geniş arazilerinin olması, köklü bir geçmiş ve zengin kültürü onun kültürel turizm açısından güçlü yanlarını oluşturmaktadır. Ancak yine de Moğolistan'daki iç turizmin henüz tam anlamıyla gelişmemesi, Moğol kültürünün dünyada yeteri kadar tanıtılmamış olması, turizm hizmet kalitesinin ve konaklama sektörünün yetersizliği, ulaşım sıkıntıları, altyapı eksikliği ve Moğolistan'da bağımsız bir Turizm Bakanlığı'nın olmayışı zayıf yanlarını oluşturmaktadır.

Tablo 2.7. Ulanbator Turizmi için Fırsat ve Tehditler

Fırsatlar	Tehditler
<ol style="list-style-type: none"> 1. Moğolistan ekonomisi ve siyasi merkez konumunda olduğu için Moğolistan'a gelen bütün turistler Ulanbator'u ziyaret etmektedir. 2. Turizmin yeni gelişmekte olması halkın turizme olan ilgisini artırmaktadır. 3. Ulanbator kültür turizmi açısından bir fırsat teşkil etmektedir. 4. Eğlence ve etkinlik turizmi açısından büyük fırsatlar sunmaktadır. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konaklama işletmelerinin ve turizm işletmelerinin hizmetlerinin pahalı olması kültür turizmi açısından bir tehdit oluşturmaktadır. 2. Turizm sektörünün yeni gelişmekte olması sebebiyle sektörde profesyonel elaman yetersizliği problem teşkil etmektedir. 3. Yabancı turistlerle iyi ilişkiler içerisinde olan yerli halkın, zamanla kültürel yaşantısından uzaklaşmaya başlaması, büyük bir tehdit oluşturmaktadır.

Kaynak: Ulanbator Belediyesi Ekonomi ve Kalkınma Birimi, 2014.

Tablo 2.7'ye göre Ulanbator'un kültür turizmi için eşsiz manzaralara sahip işlenmemiş arazileri, yeni tanınmaya başlayan ve ilgi çekici kültürel yapısı, Moğolistan'ın ilk şehri gibi tarihi bir yapıya sahip olması ve gelişmekte olan turizm yapısıyla pek çok fırsata sahiptir. Ancak pasif dış turizmin fazlalığı, konaklama işletmelerinin pahalı oluşu, kalifiye turizm elemanı eksikliği en önemli tehditlerdendir.

Tablo 2.8. Ulanbator Turizmi SWOT Analizi

GF- Stratejileri	ZF- Stratejileri
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ulanbator'un doğal, tarihi ve kültürel yapısını ön plana çıkartan turizm işletmelerinin kurulabilmesi için önemli bir potansiyel mevcuttur. Bu nedenle bu bölgelerin kültür turizmine kazandırılabilmesi için yeni fırsatlar sunulmalıdır. 2. Ulanbator'un köklü, kültür ve tarih mirasının yeni tanınması, yeni arayışlar içerisinde bulunan turizm sektörü için ilgi çekicidir. 3. Ulanbator şehrinin eşsiz yaşam tarzı ve aktif göçebe kültürü turistler için önemli çekim unsurlarındandır. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Moğolistan göçebe kültürünü ve Ulanbator şehrinin mevcut turizm potansiyellerini kullanarak turizmi çeşitlendirerek turistleri bölgeye çekebilecektir.
GT- Stratejileri	ZT- Stratejileri

<p>1. Köklü ve zengin bir kültürel mirasa sahiptir. Aynı zamanda ekonomi, ticaret, ulaşım, iletişim olmak üzere Moğolistan'ın merkezinde olması sebebi ile alternatif turizm destinasyonlarını daha iyi seviyelere ulaştırabilecek potansiyele sahiptir.</p>	<p>1. Konaklama işletmelerinin sayısı artırılarak, işletmelerin fiyatlarının rekabetle düşürülmesi sağlanmalıdır.</p> <p>2. Hizmet kalitesinin artırılabilmesi için yeterli düzeyde kalifiye eleman yetiştirilmelidir.</p> <p>3. Moğolistan'da turizm ile ilgili doğrudan yetkili bir Bakanlığın olması gereklidir.</p> <p>4. Ulanbator şehrinin turizm potansiyellerini yeniden değerlendirip yeni turistik destinasyonlar oluşturulmalıdır.</p>
--	---

Kaynak: Ulanbator Belediyesi Ekonomi ve Kalkınma Birimi, 2014.

Tablo 2.8'ye göre, çalışmanın amaçlarından biri güçlü ve zayıf yönlerin fırsatlar ve tehditler ile eşleştirilmesi yoluyla GF, ZF, GT ve ZT yöntemlerini keşfetmeye dayanmaktadır. Tabloda bu yöntemleri kullanarak Ulanbator şehrinin mümkün olan en iyi duruma getirilerek bir üst seviyeye taşınabilmesi için öneriler sunulmuştur.

2.4.1. Ulanbator Şehrinin Turistik Arz Analizi

Bir bölgenin turizm arzını oluşturan unsurlar; bölgenin sahip olduğu çekicilikler, turistik hizmetler ve imkanlar, ulaşılabilirlik ve sahip olduğu imaj olarak sıralanmaktadır. Çekicilik unsuru içerisinde doğal güzellikler, kültürel ve toplumsal miras, ekonomik yapı gibi etkenler gelmektedir. Turistik hizmetler ve imkanlar unsurları; konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, ulaştırma şirketleri, seyahat acentaları, tur operatörleri ve rekreatif faaliyet sunan işletmeleri kapsamaktadır (Aktaş, 2015: 8). Çalışmanın ikinci bölümünde Ulanbator'un sahip olduğu çekiciliklerden, doğal güzelliklerden, sosyo-kültürel ve ekonomik yapısından detaylı olarak bahsedilmiştir. Bu bölümde ise Ulanbator'un turizm hizmetleri ve olanakları kapsamında yer alan turizm işletmelerin sınıflandırılması yapılarak çeşitli analizler ortaya konulmuştur.

Ulanbator şehri içerisinde arz analizi açısından toplamda 403 tur operatörü ve seyahat acentesi, 144 lisanslı otel, 142 hostel, 10 tatil yeri, 107 turist kampı, 36 müze ve galerisi, 14 sanat merkezi, 4 kitap mağazası, 20 alışveriş merkezi ve 128 tarihi ve kültürel heykel bulunmaktadır. Ulanbator belediyesi, restoranlar ve seyahat acentaları dahil olmak üzere 2000'den fazla organizasyondan oluşan bir veri tabanı oluşturmuş

ve 10.000'den fazla bilgi içeriğine sahip çalışma gerçekleştirmiştir (Ulanbator Valiliği Uygulama Birimi, 2017).

Ulanbator şehirinde konaklama ve yiyecek-içecek sektöründe hizmet veren 1-9 çalışanı olan kurumların sayısı 960 adet olmakla birlikte sektörün %77.3'ünü kapsamaktadır. 10-19 tane çalışanı olan 160 kurum %12.9'unu, 20-49 tane çalışanı olan 76 adet kurum %6.1'ini ve 50'dan fazla çalışanı olan 46 adet kurum ise %3.7'sini kapsamaktadır.

Tablo 2.9. Ulanbator Şehirindeki Otel Sayısı

İlçe	Toplam	Turizm İşletme Belgeli	Yatırım Belgeli
Bayangol	151	57	94
Bayanzurh	65	24	41
Songin Hairhan	26	10	16
Suhbaatar	44	22	22
Çingiltei	18	8	10
Han-Uul	18	15	3
Nalaih	5	2	3
Toplam	327	140	189

Kaynak: Ulanbator Belediyesi Valiliği Uygulama Birimi, 2017.

Tablo 2.9'da Ulanbator'da yer alan turizm işletme belgeli ve yatırım belgeli otel sayısı gösterilmiştir. 2016 yılında yatırım belgeli otellerin sayısı turizm işletme belgeli otellerden fazladır. 140 adet turizm belgeli otel, 189 adet ise yatırım belgeli otel bulunmaktadır.

Şekil 2.4. Turizm İşletmelerinde Çalışan Personel Sayısı (Şehirlere Göre)



Kaynak: Ulanbator Valiliği Uygulama Birimi, 2017.

Şekil 2.4'e göre Ulanbator'da oteller, restoranlar, seyahat acentaları, tur operatörleri ve yiyecek-içecek sektöründe 21.3 bin personelin çalışmakta olduğu ve diğer şehirlere göre en çok personelin Ulanbator'da çalıştığı görülmektedir.

Tablo 2. 10. 2010-2017 yılları arasında Ulanbator'da Bulunan Turizm İşletmelerinin Sayısı

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ulanbator	817	1145	1064	1034	1050	1002	1155	1242

Kaynak: Ulanbator Valiliği Uygulama Birimi, 2017.

2.4.2. Ulanbator Şehrinin Turistik Talep Analizi

Bu bölümde Ulanbator şehrinin turizm talebine ilişkin turizm verilerine ve turist profiline yer verilmiştir. Ulanbator şehrinde son yıllarda konaklayan yerli ve yabancı turist sayıları Tablo 2.12'de yer almaktadır.

Tablo 2. 11. Ulanbator'da 2014-2018 Yılları Arasında Konaklayan Yabancı Turist Sayıları, (Ülkelere Göre)

	2014	2015	2016	2017	2018
Çin	157,561	145,029	131,312	142,481	163,979
Rusya	73,055	70,668	84,065	106,885	129,095
Güney Kore	45,476	47,213	57,587	74,921	84,184
Japon	18,282	19,277	19,985	22,519	20,990
ABD	13,987	14,420	15,859	16,667	17,838
Kazakistan	13,562	14,434	13,370	14,234	16,144
Almanya	9,551	8,992	9,709	10,582	10,819
Avustralya	5,118	4,804	5,631	7,287	7,495
Fransa	7,733	7,989	9,026	10,038	9,773
Türkiye	2,306	2,421	2,209	2,189	2,699
Toplam	392,844	386,204	404,163	469,309	529,370

Kaynak: Moğolistan Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı Milli İstatistik Komitesi, Moğolistan Turizmi, İstatistik Yıllığı, 2019

Tablo 2.12'de görüldüğü gibi Ulanbator'u çeşitli amaçlarla, 2014-2018 yılları arasında ziyaret eden yabancı turistlerin sayıları verilmiştir. Tabloda en çok turist gönderen 10 ülke sıralanmaktadır. Buna göre Ulanbator'da konaklayan yabancı turist sayısında genel olarak yıldan yıla artış görülmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu bölümde araştırmanın amacı, evren ve örneklem, veri toplama araçları, güvenilirlik ve geçerlilik çalışmaları, veri toplama araçlarının dağıtılması, toplanması, verilerin analizi ve yorumlanmasına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

3.1 Araştırma Konusu ve Önemi

Ulanbator şehrinin turizm potansiyelinin belirlenmesi ve bu kapsamda şehirdeki halk ve sektör temsilcilerinin bu konu ile ilgili algılarının ortaya çıkartılmasına yönelik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Konuyla ilgili yalnızca yabancı turistlerin şehrin güvenlik durumu, turizmin olumlu ve olumsuz etkileri araştırılmıştır (Amartuvshin ve diğerleri 2020: 19). Dolayısıyla yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizm algısını belirlemeye yönelik bir araştırmanın gerekliliği ortaya çıkmıştır.

3.2. Araştırmanın Amacı

Uzun yıllardır hızlı bir şekilde önemini artıran turizm endüstrisi, gelişen ve henüz gelişmekte olan ülkeler tarafından yoğun ilgi gören bir sektördür (Yıldız, 2011: 54). Bu sektörün hızlı gelişimi yalnızca destinasyonlar üzerinde değil destinasyonlarda yaşayan yerel halk üzerinde de etkili olmaktadır. Bu etkilerin sosyo-kültürel ve ekonomik olarak ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Ayrıca bu etkinin yerel halk ve sektör temsilcileri üzerinde ne denli olumlu veya olumsuz olduğu; bu etkilerin yerel halk ve sektör temsilcileri tarafından algılanış şekillerine göre yön bulmaktadır. Bu araştırmada Ulanbator şehrinin doğal ve antropolojik turizm potansiyeli, turizm alt ve üst yapısı ve mevcut turizm türleri açıklanarak, turizmin Ulanbator şehrini ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan nasıl etkilediğini, yerel halk ve sektör temsilcileri tarafından nasıl algılandığını tespit etmek amaçlanmıştır. Ayrıca Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizmin etkilerini algılamasının ve turizmin gelişimine yönelik görüşlerinin demografik özelliklerine göre değişip değişmediğinin saptanması da amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada aşağıdaki hipotezler test edilmiştir.

H.1: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin yaş değişkenine göre turizmin olumlu ekonomik etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.

H.2: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin yaş değişkenine göre turizmin olumlu sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.

H.3: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin yaş değişkenine göre turizmin olumsuz ekonomik etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.

H.4: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin yaş değişkenine göre turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.

H.5: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin eğitim durumu değişkenine göre turizmin olumlu ekonomik etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.

H.6: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin eğitim durumu değişkenine göre turizmin olumlu sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.

H.7: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin eğitim durumu değişkenine göre turizmin olumsuz ekonomik etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.

H.8: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin eğitim durumu değişkenine göre turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.

H.9: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir durumu değişkenine göre turizmin olumlu ekonomik etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.

H.10: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir durumu değişkenine göre turizmin olumlu sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.

H.11: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir durumu değişkenine göre turizmin olumsuz ekonomik etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.

H.12: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir durumu değişkenine göre turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.

3.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Araştırma kapsamında anket soruları 2019 yılı Eylül ayı itibariyle Ulanbator şehrinin yerel halk ve sektör temsilcilere uygulanmıştır. Örneklem kapsamında Ulanbator şehrinin yerel halk ve sektör temsilcilerinden 604 kişiye ulaşılmıştır. Ayrıca ankete katılanların doğru cevap verdikleri ve araştırmadaki veri toplama yöntemlerinin araştırmanın amacına ulaşmasında yeterli olduğu varsayılmıştır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın birinci bölümünde literatür taraması yapılarak turizm potansiyeli kavramı ve kapsamı ortaya konulmuştur. İkinci bölümde ise Ulanbator şehrinin turizm potansiyeline ilişkin genel bilgilere yer verilmiştir. Bu bilgilere göre Ulanbator'un turizm potansiyeli 5 ana başlık altında incelenmiş ve bu başlıklar sırasıyla doğal arz kaynakları, antropolojik arz kaynakları, mevcut ve geliştirilebilecek belli başlı turizm çeşitleri, literatür taraması ve turistik arz talep analizidir. İlk iki bölümün oluşturulmasında ikincil veri toplama tekniklerinden olan literatür taraması yapılmıştır. Üçüncü bölümde ise birincil veri toplama tekniklerinden anket yöntemi uygulanarak Ulanbator şehrinin turizm potansiyeline yönelik yerel halk ve sektör temsilcilerinin algılarını belirlemeye yönelik elde edilen veriler analiz edilmiştir. Çalışma Eylül 2019- Mart 2020 tarihleri arasında Ulanbator şehrindeki yerel halka ve sektör temsilcilerine uygulanmıştır. Bu çalışmada birincil veri elde etmek amacıyla; 20 maddeden oluşan 5'li Likert tipi bir ölçek kullanılmıştır. Ölçeklerin alt boyutları ve toplam güvenilirlikleri için Cronbach Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Ayrıca faktör analizi testleri KMO ve frekans analizi kullanılmıştır. Katılımcıların Ulanbator şehrinin turizmüne yönelik algılarının belirlenmesi ve bu algıların demografik değişkenlere göre değişip değişmediğinin incelenmesi amacıyla verilerin normal dağılıma uygunluğu incelenmiştir. Veriler normal dağılıma sahip olmadığından, Mann Whitney U ve Kruskal Wallis testi kullanılarak gruplar arasındaki farklılıklar tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada tüm bulgular $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinde sınanmıştır.

3.4.1. Evren ve Örneklem

Evren bir araştırmanın çalışma alanını oluşturmaktadır. Örneklem ise çalışma alanı içerisinde seçilen ve evrenin genelini temsil eden büyük gruplardır. Örneklemede olasılığa dayalı olmayan tekniklerden kolayda örnekleme göre istenilen büyüklüğe ulaşıncaya kadar ankete cevap veren herkes örneğe dahil edilmektedir (Akgün, 2016: 68).

Bu çalışmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Ulanbator şehrindeki yerel halk ve sektör temsilcileri oluşturmaktadır. Anket soruları

01.09.2019-01.03.2020 tarihleri arasında Google Forms kullanılarak sosyal meday platformları (Facebook, Whatsapp ve Instagram) aracılığıyla toplam 604 kişiye ulaştırılmıştır. Yanı sıra araştırmaya katılan 604 kişinin cevaplarında SPSS Missing Value Testi yapılarak eksik cevaplanılan anketler kaldırmış ve 536 kişinin turizm algıları ölçülmüştür.

3.4.2 Anket Formunun Oluşturulması ve Kullanılan Ölçekler

Anket formu 2 bölümden oluşmuş olup birinci bölümde ankete katılanların demografik bilgilerini belirlemeye yönelik sorular, ikinci bölümde ise bölgenin turizm potansiyeline ilişkin sorular yer almaktadır. Anket formu ve soruları Kim (2002), Uluer (2009), Şahiner (2012) ve Akgün (2016) tarafından hazırlanan doktora ve yüksek lisans tezlerinde kullanılan örnek çalışmalarda belirlenen konular dikkate alınarak hazırlanmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçek; çoklu ölçek türlerinden Likert tipi bir ölçektir. Çoklu ölçekler birçok maddeden meydana gelmekte maddelerin ölçeğin tamamına göre değerlendirilmesinden oluşmaktadır. Genellikle tek boyutlu şekilde ölçülemeyen, çok boyutlu kavramların ölçülmesinde kullanılır. Likert ölçeği Rennis Likert'in geliştirdiği bir ölçek türü olup sosyal bilimler araştırmalarında yaygın olarak kullanılmaktadır. Likert tipi ölçek genellikle araştırmaya katılanların eğilimlerini ve tutumlarını ölçmek için kullanılır (Altunışık ve diğerleri 2012: 8).

Anket soruları kapalı uçlu ve 5'li Likert (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) ölçeğine göre hazırlanarak 20 adet sorudan oluşmuştur. Anket formunda yer alan 20 adet sorunun SPSS programında faktör analizi yapılarak 4 ayrı gruptan oluştuğu tespit edilmiştir. Faktör analizi yaparken diğer sorularla karşılanan 2 (14, 20) sorular ölçekten çıkarılarak 4 boyuta ayrılmıştır. Bu oluşturulan gruplar içerisindeki sorular sınıflandırıldığında; turizmin olumlu ekonomik etkileri, turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri, turizmin olumsuz ekonomik etkileri ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri olmak üzere 4 boyutta ortaya çıkmıştır.

3.4.3. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Faktör analizi; çok sayıdaki değişken arasındaki ilişkiyi temel boyutlara indirgemek için kullanılan analiz tekniğidir (Altunışık vd., 2012). Araştırmada elde edilen veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığına bakmak için kullanılan yöntemlerden KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) örneklem yeterlilik testi değerlerine bakıldığında 0,869 olduğu tespit edilmiştir. Bu değer 0,5'ten büyük olduğu ve veri setinin faktör analizi yapmak için yüksek bir değere sahip olduğu sonucu ulaşılmıştır.

Tablo 3.1. KMO Değeri

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.869
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2982.963
	df	153
	Sig.	.000

Tablo 3.1'de KMO için alt sınırın $p \leq 0,50$ 'den yüksek olması gerekir ve yapılan analizde elde edilen sonuç 0,869, yapının faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.2'de araştırma sorularının faktör analizine göre matris değerleri gösterilmiştir. Faktör analizi matrisine göre ortaya çıkan 4 farklı faktör araştırmanın temelini oluşturmuştur. Daha önce yapılan araştırmalarda 23 soru beş farklı faktör altında sınıflandırılmıştır. Ulanbator şehrinin özelliğine göre örnek 23 sorudan bazı sorular çıkartılarak araştırma gerçekleştirilmiştir. Ankette kullanılan 20 soru faktör analizi yapılırken boyutlardaki dağılımda geçersiz olduğu tespit edilen 14. ve 20. sorular ölçekten çıkartılmış ve bu tezde 18 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır.

Tablo 3.2. Anket Sorularının Faktör Analizine Göre Ortaya Çıkan Matris Tablosu

Anket Soruları	Boyutlar			
	1	2	3	4
6. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, turizm alt ve üst yapı olanaklarının gelişmesini sağlar.	.757	.101	.086	.029
4. Ulanbator'da turizmin gelişmesi kişi başına düşen geliri artırır.	.711	.048	.086	.184
1. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, bölgeye yönelik ekonomik gelişimi artırır.	.696	.094	-.026	.019

3. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, bölgeye yönelik turizm yatırımları artışı sağlar.	.689	.178	-.066	-.011
5. Ulanbator'da turizmin gelişmesi yeni istihdam olanaklarının oluşturulmasını sağlar.	.671	.188	.264	-.085
8. Turizm, Ulanbator halkına büyük oranda istihdam sağlayacaktır.	.608	.119	.255	.221
2. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, yerli ve yabancı sermaye girişine yol açarak zengiliği artırır.	.605	.084	-.080	.140
7. Ulanbator'a gelen turistlerin yaptığı alış-veriş şehir esnafını olumlu etkiler.	.597	.290	.294	-.178
11. Turizm, Ulanbator'un yöresel ürünlerinin pazarlanmasına katkı sağlayacaktır.	.471	.273	.132	.061
18. Turizm, Ulanbator'da parkların ve yeşil alanların artmasını sağlayacaktır.	.016	.779	.140	-.008
19. Turizm, Ulanbator'da çevre bilincinin gelişmesini sağlayacaktır.	.040	.723	.175	.077
13. Turizm, Ulanbator halkının farklı kültürden insanlara karşı bakış açısını olumlu yönde değiştirecektir.	.284	.694	-.065	.167
12. Turizm, Ulanbator halkını sosyal ve kültürel açıdan zenginleştirilecektir.	.302	.630	-.091	.288
17. Turizm, Ulanbator'un doğal, kültürel ve tarihi kaynakların korunmasını sağlayacaktır.	.296	.566	.076	-.033
9. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, şehirde mal ve hizmet fiyatlarının artmasına neden olacaktır.	.128	.063	.809	.179
10. Turizm, Ulanbator'da gayrimenkul kiralarının ve fiyatlarının yükselmesinde etkili olacaktır.	.087	.118	.785	.148
16. Turizm yöre halkının aile yapısının bozulmasına neden olacaktır.	.086	.062	.154	.831
15. Turizm, Ulanbator'da suç işleme oranının artmasına neden olacaktır.	.071	.176	.173	.792

Tablo 3.2’de görüldüğü gibi anket sorularının birbiriyle olan benzerliğinin ortaya konulması amacıyla faktör analizi uygulanarak ortaya çıkan tabloda 4 farklı grup olduğu görülmektedir. Bu gruplar içerisinde soruların genel yapısına bakılarak birbirlerine benzer özellikler taşıdığı tespit edilmiştir. Her bir gruptaki sorular genel

özelliklerine göre isimlendirilmiştir. Daha sonra yapılan analizlerde bu 4 faktör üzerinden gidilerek araştırma sonuçları elde edilmiştir. Ortaya çıkan gruplara şu şekilde isimler verilmiştir:

Boyut 1- Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri

Boyut 2 – Turizmin Olumlu Sosyo-Kültürel Etkileri

Boyut 3 – Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri

Boyut 4 – Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri

Güvenilirlik kavramı araştırmanın tüm ölçümü için gereklidir, çünkü güvenilirlik anket içerisindeki soruların kendi aralarındaki tutarlılığını ve ölçeğin ulaşmak istenen sorunu ne kadar yansıttığını ifade etmektedir (Kalaycı, 2010). Bu araştırmada Alfa (α) Modeli (Cronbach Alpha Coefficient) kullanılarak anketteki soruların birbirleriyle olan tutarlılığını ve ölçeğin ilgilenilen sorunu ne derecede yansıttığı ortaya konulmuştur.

Elde edilen alfa (α) katsayısı genel skorun ölçek içerisindeki her bir soruya ilişkin puanların toplanmasıyla elde edilen ölçeklerde, soruların birbirlerine yakınlığını ya da benzerliğini gösteren bir katsayıdır. Alfa (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki şekilde gösterildiği gibi yorumlanmaktadır (Kalaycı, 2010).

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise güvenilir ölçek değildir.
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise güvenilirliği düşük ölçek
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise oldukça güvenilir ölçek
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise yüksek derecede güvenilir ölçektir.

Anket sorularının geçerliliğinin test edilmesi için önce 30 kişiyle pilot uygulama yapılmış, güvenilirlik analizine göre Cronbach Alpa değeri 0,815 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre pilot uygulamada güvenilirlik kat sayısı 0,70'den büyük olduğu için anketin araştırmada geçerli sonuçlar vereceği tespit edilmiştir. Tablo 3.3'de oluşturulan anketle ilgili genel güvenilirlik analizi sonuçları Cronbach Alpha değerine göre belirtilmiştir.

Tablo 3.3. Ölçek Sorularının Genel Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Soru Sayısı	Cronbach' Alpha (α)
Ölçek Geneli	18	0,852

Tablo 3.3'de Sipahi vd. (2010), bir ölçeğin güvenilir sayılması için Cronbach Alpha katsayısının 0,70 üzerinde olması gerektiğini vurgulamakla birlikte; soru sayısı az ise 0,60 Cronbach's Alpha katsayısının da yeterli olacağını belirtmişlerdir (Doğaner ve Armağan, 2017: 228). Buna göre alfa katsayısının 0.852 olması, tabloda belirtilen kriterlere göre araştırmada kullanılan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Oluşturulan faktörlere ilişkin ayrıca yapılan güvenilirlik analizine göre faktörlerin de kendi içerisinde araştırılabilir olduğu ortaya çıkmış ve bu bağlamda araştırmanın temel taşları oturtulmaya başlamıştır. Bulunan 4 faktörün güvenilirlik sonuçları Cronbach Alpha (α) katsayısına göre hesaplanarak analiz edilmiştir. Tablo 3.4'de ölçeğin kapsadığı boyutlara ilişkin alfa (α) değerleri gösterilmektedir.

Tablo 3.4. Ölçeğin Kapsadığı Boyutlara İlişkin Güvenilirlik Düzeyleri

	Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri	Turizmin Olumlu Sosyo-Kültürel Etkileri	Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri	Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri
	Cronbach α	Cronbach α	Cronbach α	Cronbach α
Ulanbator Geneli	0,849	0,763	0,657	0,699

Tablo 3.4'de çalışmanın boyutları bakımından çıkan güvenilirlik sonuçlarına göre sırasıyla; turizmin olumlu ekonomik etkileri alfa değeri 0,849 olup yüksek derecede güvenilir olduğu, turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri alfa değeri 0,763 olup iyi olduğu, turizmin olumsuz ekonomik etkileri alfa değeri 0,657 olup kabul edilebilir düzeyde olduğu, turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri alfa değeri 0,699 olup kabul edilebilir düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın analizlerine geçmeden veri setinin dağılımının normal olup olmadığına bakılmıştır. Dağılımın çarpıklık ve basıklık değerleri Skewness-Kurtosis testi ile analiz edilmiştir. Skewness testine göre dağılım +1 -1 aralığında ise normal, Kurtosis testine göre dağılım +2 -1 aralığında ise normal dağılımdır (Kalaycı, 2010).

Tablo 3.5’de ölçek dağılımının normal olup olmadığını gösteren Skewness ve Kurtosis testinin değerleri görülmektedir.

Tablo 3.5. Ölçeğin Dağılımının Normal Olup Olmadığını Gösteren Skewness-Kurtosis Testi Sonuçları

Sorular	Skewness	Kurtosis
1	-1,219	3,070
2	-1,055	1,857
3	-1,112	3,369
4	-0,960	2,415
5	-1,006	3,266
6	-0,993	2,728
7	-0,861	3,877
8	-0,861	1,666
9	-0,019	-0,229
10	0,063	-0,044
11	-1,561	3,949
12	-1,005	2,614
13	-0,823	2,092
15	0,225	0,498
16	0,101	0,283
17	-0,940	2,776
18	-0,542	0,779
Toplam kişi sayısı 536		

Tablo 3.5’de çalışma üzerine yapılan Skewness ve Kurtosis değerlerinin sonuçları gösterilmiştir. Bu değerler incelendiğinde Skewness ve Kurtosis değerlerine göre veri setinin normal olarak dağılım göstermediği tespit edilmiştir. Aynı zamanda dağılımın Kolmogrov-Simirnov testi değerlerine bakılmış ortaya çıkan P değerinin (0,000) tüm boyutlarda 0,05’in ($p < 0,05$) altında çıkması nedeniyle de dağılımın normal olmadığı sonucu çıkmıştır (Kalaycı, 2010). Dolayısıyla bundan sonraki yapılacak analizlerinde parametrik (nonparametric) olmayan testlerin uygulanması gerektiği ortaya çıkmış ve ikili bağımsız değişkenlerde Mann Witney-U analizi, üç ve üzeri bağımsız değişkenlerde ise Kruskal-Wallis analizi ile veriler test edilerek analizler ortaya çıkarılmıştır

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

4.1 Araştırma Bulguları ve Yorumlanması

Araştırmaya katılan Ulanbator şehrinin yerel halk ve sektör temsilcilerinin demografik özellikleri yanı sıra faktör boyutlarına göre tanımlayıcı istatistikler ve yapılan testlere ilişkin analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

4.2. Araştırmaya Katılan Ulanbator Şehrinin Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Demografik Özellikleri ile İlgili Araştırma Bulguları

Araştırmanın bu kısmında çalışma grubunu Ulanbator şehrindeki halk ve turizm sektöründe çalışan 536 kişi oluşturmaktadır. Ulanbator şehrindeki yerel halk ve sektör temsilcilerine ilişkin demografik bilgiler Tablo 4.1’de sunulmuştur.

Tablo 4.1. Araştırmaya Katılan Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerine İlişkin Demografik Bilgiler

Demografik Bilgiler		f	%
Cinsiyet	Erkek	302	56,3
	Kadın	234	43,7
Medeni Durum	Evli	288	53,7
	Bekar	248	46,3
Yaş	18-24	116	21,6
	25-34	154	28,7
	35-44	173	32,3
	45 ve üzeri	93	17,4
Eğitim Durumu	İlköğretim	6	1,1
	Lise	122	22,8
	Üniversite	408	76,1
Meslek	Öğrenci	78	14,6
	Eğitimci	154	28,7
	Otel Çalışanı	107	20,0
	Seyahat Acentası. Çalış.	104	19,4
	Restoran Çalışanı	93	17,4
Gelir	320000 MNT	85	15,9
	320001-500000 MNT	112	20,9

	500001-800000 MNT	144	26,9
	800001-1000000 MNT	122	22,8
	1000001 (MNT) ve üzeri	73	13,6

Tablo 4.1’de araştırmaya katılan yerel halk ve sektör temsilcilerinin kişisel bilgilerine ilişkin yüzde-frekans dağılımları yer almaktadır. Bu tablodaki bilgiler özellikle farklılıkları tespit etmek amacıyla yapılacak olan diğer analizlerde önemli bir veri kaynağı oluşturmaktadır. Buna göre ankete katılan yerel halk ve sektör temsilcilerinin; %56,3’ünü erkekler ve %43,7’sini kadınlar oluşturmaktadır. Ankete cevap veren yerel halk ve sektör temsilcilerinin; %53,7’si evli %46,3’ü ise bekarıdır. Yerel halk ve sektör temsilcilerinin; %21,6’sı 18-24 yaş, %28,7’si 25-34 yaş, %32,3’ü 35-44 yaş ve %17,4’ünün 45 ve üzeri bir yaş grubunda oldukları görülmektedir. Yerel halk ve sektör temsilcilerinin; %1,1’i ilköğretim mezunu, %22,8’i lise mezunu ve %76,1’i üniversite mezundur. Yerel halk ve sektör temsilcilerinin; %14,6’sı öğrenci, %28,7’si eğitimci, %20,0’si otel çalışanı, %19,4’ü seyahat acentası çalışanı ve %17,4’ü ise restoran çalışanıdır. Yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir gruplarına bakıldığında %15,9’u 320000 MNT, %20,9’u 320001-500000 MNT, %26,9’u 500001-800000 MNT, %22,8’i 800001-1000000 MNT ve %13,6’ı ise 1000001 ve üzeri oldukları tespit edilmiştir. Moğolistan’ın para birimi Tugrik’tir ve döviz kodu kısaltması MNT’dır. Temmuz 2020’de 1 TRY 400 MNT, 1 USD ise 2830 MNT değerindedir.

4.3. Ulanbator Şehrindeki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algıları Ölçeğinde Yer Alan Boyutlar Üzerindeki Genel Algılarına İlişkin Bulgular

Anket katılımcılarının turizme yönelik algısı ölçeğinde yer alan maddelere ilişkin değerlendirmelerinin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 4.2’de yer almaktadır.

Tablo 4.2. Anket Katılımcılarının Ölçekte Yer Alan Maddelere İlişkin Değerlendirmeleri

	Ortalama x	Std. Sapma s.s.
Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri		
1. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, bölgeye yönelik ekonomik gelişimi arttırır.	4,27	0,72
2. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, yerli ve yabancı sermaye girişine yol açarak zengiliği arttırır.	4,32	0,70

3. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, bölgeye yönelik turizm yatırımı artışı sağlar.	4,24	0,67
4. Ulanbator'da turizmin gelişmesi kişi başına düşen geliri artırır.	4,21	0,68
5. Ulanbator'da turizmin gelişmesi yeni istihdam olanaklarının oluşturulmasını sağlar.	4,21	0,66
6. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, turizm alt ve üst yapı olanaklarının gelişmesini sağlar.	4,15	0,68
7. Ulanbator'a gelen turistlerin yaptığı alış-veriş şehir esnafını olumlu etkiler.	4,18	0,61
8. Turizm, Ulanbator halkına büyük oranda istihdam sağlayacaktır.	3,99	0,72
11. Turizm, Ulanbator'un yöresel ürünlerinin pazarlanmasına katkı sağlayacaktır.	4,40	0,72
Turizmin Olumlu Sosyo-Kültürel Etkileri		
12. Turizm, Ulanbator halkını sosyal ve kültürel açıdan zenginleştirecektir.	3,91	0,67
13. Turizm, Ulanbator halkının farklı kültürden insanlara karşı bakış açısını olumlu yönde değiştirecektir.	3,89	0,67
17. Turizm, Ulanbator'un doğal, kültürel ve tarihi kaynakların korunmasını sağlayacaktır.	3,89	0,66
18. Turizm, Ulanbator'da parkların ve yeşil alanların artmasını sağlayacaktır.	3,71	0,74
19. Turizm, Ulanbator'da çevre bilincinin gelişmesini sağlayacaktır.	3,48	0,80
Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri		
9. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, şehirde mal ve hizmet fiyatlarının artmasına neden olacaktır.	3,49	0,82
10. Turizm, Ulanbator'da gayrimenkul kiralarının ve fiyatlarının yükselmesinde etkili olacaktır.	3,31	0,83
Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri		
15. Turizm, Ulanbator'da suç işleme oranının artmasına neden olacaktır.	3,05	0,80
16. Turizm yöre halkının aile yapısının bozulmasına neden olacaktır.	2,68	0,84

Tablo 4.2’de Anket katılımcılarının turizmin olumlu ekonomik etkileri ile ilgili maddelerden ankete katılanların en fazla katıldıkları madde “Turizm, Ulanbator'un yöresel ürünlerinin pazarlanmasına katkı sağlayacaktır” olmuştur ($x=4,40$, $s.s.=0,72$). Katılımcıların en az katıldığı madde ise “Turizm, Ulanbator halkına büyük oranda istihdam sağlayacaktır” ($x=3,99$, $s.s.=0,72$) maddesi olmuştur.

Turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri ile ilgili maddelerden ankete katılanların en fazla katıldıkları madde “Turizm, Ulanbator halkını sosyal ve kültürel açıdan zenginleştirecektir” olmuştur ($x=3,91$, $s.s.=0,67$). Katılımcıların en az katıldığı madde ise “Turizm, Ulanbator'da çevre bilincinin gelişmesini sağlayacaktır” ($x=3,48$, $s.s.=0,80$) maddesi olmuştur.

Turizmin olumsuz ekonomik etkileri ile ilgili maddelerden ankete katılanların en fazla katıldıkları madde “Ulanbator'da turizmin gelişmesi, şehirde mal ve hizmet fiyatlarının artmasına neden olacaktır” olmuştur ($x=3,49$, $s.s.=0,82$). Katılımcıların en

az katıldığı madde ise “Turizm, Ulanbator'da gayrimenkul kiralarının ve fiyatlarının yükselmesinde etkili olacaktır” ($x=3,31$, $s.s.=0,83$) maddesi olmuştur.

Turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri ile ilgili maddelerden ankete katılanların en fazla katıldıkları madde “Turizm, Ulanbator'da suç işleme oranının artmasına neden olacaktır” olmuştur ($x=3,05$, $s.s.=0,80$). Katılımcıların en az katıldığı madde ise “Turizm yöre halkının aile yapısının bozulmasına neden olacaktır” ($x=2,68$, $s.s.=0,84$) maddesi olmuştur.

4.4. Ulanbator Şehrindeki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizm Potansiyeli Ölçeğinin Demografik Değişkenlere Göre Farklılaşmasına İlişkin Araştırma Bulguları

Ulanbator halkının turizm potansiyeli ölçeğine ilişkin algılarının cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılık gösterip göstermediği Mann Whitney U testi ile incelenmiş ve Tablo 4.3’de gösterilmiştir.

Tablo 4.3. Ulanbator Şehrindeki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Faktörler	Cinsiyet	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri	Kadın	234	253,6	59343,0	31848	0,048*
	Erkek	302	280,0	84573,0		
Turizmin Olumlu Sosyo-Kültürel Etkileri	Kadın	234	266,0	62236,0	34741	0,735
	Erkek	302	270,5	81680,0		
Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri	Kadın	234	274,4	64215,5	33948	0,422
	Erkek	302	263,9	79700,5		
Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri	Kadın	234	253,2	59244,5	31750	0,037*
	Erkek	302	280,4	84671,5		

* $p<0,05$

Tablo 4.3’de verilen Mann Whitney U testi sonuçlarına göre; Ulanbator’daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizmin olumlu ekonomik etkileri boyutunda ($p=0,048$; $p<0,05$) ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutunda ($p=0,037$; $p<0,05$) cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Ulanbator’daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizmin olumlu sosyo-ekonomik kültürel etkileri boyutunda ($p=0,735$; $p>0,05$) ve turizmin olumsuz ekonomik etkileri boyutunda ($p=0,422$; $p>0,05$) cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir. Ankete katılan yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizmin olumlu ekonomik etkileri ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri alt boyutları için erkeklerin ifadeye katılım düzeyi kadınlardan anlamlı derecede daha yüksek olduğu göstermektedir. Turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri ve turizmin olumsuz ekonomik etkileri alt boyutları için cinsiyete bakıldığında benzer algılara sahip oldukları görülmektedir.

Ulanbator halkının ve sektör temsilcilerinin faktör boyutları üzerindeki algılarının medeni duruma göre anlamlı düzeyde farklılık gösterip göstermediği Mann Whitney U testi ile incelenmiş ve Tablo 4.4’de gösterilmiştir.

Tablo 4.4. Ulanbator’daki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Medeni Duruma Göre Farklılaşmasına İlişkin Mann Whitney U testi Sonuçları

Faktörler	Medeni Durum	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri	Evli	288	276,78	79711,5	33328,5	0,179
	Bekar	248	258,89	64204,5		
Turizmin Olumlu Sosyo-Kültürel Etkileri	Evli	288	270,65	77948,0	35092	0,725
	Bekar	248	266,00	65968,0		
Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri	Evli	288	277,33	79871,0	33169	0,143
	Bekar	248	258,25	64045,0		
Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri	Evli	288	277,64	79959,5	33080,5	0,128
	Bekar	248	257,89	63956,5		

Tablo 4.4’de verilen Mann Whitney U testi sonuçlarına göre; Turizmin olumlu ekonomik etkileri, olumlu sosyo-kültürel etkileri, olumsuz ekonomik etkileri ve olumsuz sosyo-kültürel etkilerine ilişkin algıları medeni durum değişkenine göre incelendiğinde; turizmin olumlu ekonomik etkileri boyutunda ($p=0,179$; $p>0,05$), turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri boyutunda ($p=0,725$; $p>0,05$), turizmin

olumsuz ekonomik etkileri boyutunda ($p=0,143$; $p>0,05$) ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerinin boyutunda ($p=0,128$; $p>0,05$) medeni durum değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür. Diğer bir ifade ile turizm potansiyeli ölçeği alt boyutları ile ilgili algıların bekarlarda ve evlilerde aynı olduğu söylenebilir.

Ulanbator şehrinin yerel halk ve sektör temsilcilerinin faktör boyutları üzerindeki algılarının yaş değişkenine göre parametrik olmayan testlerden anlamlı düzeyde farklılık gösterip göstermediği Kruskal Wallis testi ile incelenmiş ve sonuçları Tablo 4.5’de verilmiştir.

Tablo 4.5. Ulanbator’daki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Faktörler	Yaş	n	Ortalama Sıra	Ki kare	sd	p	Anlamlı Fark
Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri	18-24	116	238,38	7,6643	3	0,053	Yok
	25-34	154	275,19				
	35-44	173	268,09				
	45 ve üzere	93	295,76				
Turizmin Olumlu Sosyo-Kültürel Etkileri	18-24	116	283,53	4,5949	3	0,204	Yok
	25-34	154	281,75				
	35-44	173	254,89				
	45 ve üzere	93	253,13				
Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri	18-24	116	266,14	0,1402	3	0,986	Yok
	25-34	154	266,20				
	35-44	173	270,17				
	45 ve üzere	93	272,13				
Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri	18-24	116	241,91	8,7562	3	0,032*	Var
	25-34	154	266,63				
	35-44	173	293,18				
	45 ve üzere	93	258,86				

Tablo 4.5’de verilen Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre; Ulanbator’un yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizm potansiyeli ölçeğinin alt boyutlarından turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri ($p=0,032$; $p<0,05$) alt boyutu yaş gruplarına göre

anlamli düzeyde farklılık gösterirken; turizmin olumlu ekonomik etkileri boyutunda ($p=0,053$; $p>0,05$), turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri ($p=0,204$; $p>0,05$) ve turizmin olumsuz ekonomik etkileri boyutunda ($p=0,986$; $p>0,05$) yaş gruplarına göre anlamli düzeyde farklılık göstermemektedir. Anlamli farklılık gösteren turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri alt boyutu için farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırmalara göre; 35-44 yaş grubu kişilerin ifadeye katılım düzeyinin 18-24 yaş grubu kişilerden anlamli derecede daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Aşağıda Ulanbator'un yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizm potansiyeline ilişkin algılarının yaş değişkenine göre turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutlarında farklı algılarının ortaya çıkması nedeniyle farklılığın hangi yaş arasında olduğunu görebilmek için Mann Whitney U testi yapılmış ve Tablo 4.6'da sunulmuştur.

Tablo 4.6. Ulanbator'un Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis Testinde Ortaya Çıkan Farklı Algılara İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Faktörler	Yaş	n	Ortalama Sıra	Sıra Toplamı	U	p
Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri	18-24	116	128,67	14925,5	-1,280	0,201
	25-34	154	140,65	21659,5		
	18-24	116	128,52	14908,5	-2,856	0,004*
	35-44	173	156,05	26996,5		
	25-34	154	155,88	24005,5	-1,520	0,128
	35-44	173	171,23	29622,5		

Tablo 4.6'da Ulanbator'un yerel halk ve sektör temsilcilerinin yaş değişkenine göre anlamli farklılık gösteren turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutunun farklılaşmasına ilişkin yapılan Mann Whitney U testi sonuçları verilmiştir. Çıkan sonuca göre turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutunda ($U=-2,856$; $p=0,004$; $p<0,05$) anlamli farklılık görülmektedir. Ulanbator şehrinin yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizm potansiyeli algısı ölçüğü alt boyutlarının eğitim durumuna göre anlamli düzeyde farklılık gösterip göstermediği Kruskal Wallis testi ile incelenmiş ve sonuçları Tablo 4.7'de verilmiştir.

Tablo 4.7. Ulanbator'daki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşmasına İlişkin Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Faktörler	Eğitim	n	Sıra Ortalaması	Ki kare	sd	p	Anlamlı Fark
Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri	İlköğretim	6	110,08	7,440	2	0,024*	Var
	Lise	122	258,06				
	Üniversite	408	273,95				
Turizmin Olumlu Sosyo-Kültürel Etkileri	İlköğretim	6	150,00	5,498	2	0,064	Yok
	Lise	122	253,34				
	Üniversite	408	274,77				
Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri	İlköğretim	6	144,67	4,209	2	0,122	Yok
	Lise	122	266,23				
	Üniversite	408	271,00				
Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri	İlköğretim	6	193,83	7,653	2	0,022*	Var
	Lise	122	239,84				
	Üniversite	408	278,17				

Tablo 4.7'de Ulanbator şehrindeki yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizm potansiyeli ölçeği alt boyutlarının eğitim durumuna göre değişimi incelendiğinde; turizmin olumlu ekonomik etkileri boyutunda ($p=0,024$; $p<0,05$) ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutunda ($p=0,022$; $p<0,05$) eğitim durumuna göre anlamlı düzeyde farklılık gösterirken, turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri boyutunda ($p=0,064$; $p>0,05$) ve turizmin olumsuz ekonomik etkileri boyutunda ($p=0,122$; $p>0,05$) eğitim durumuna göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir. Anlamlı farklılık gösteren alt boyutlar için farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırmalara göre; turizmin olumlu ekonomik etkileri alt boyutu için üniversite mezunlarının katılım düzeyinin ilköğretim ve lise mezunlarından anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmektedir. Turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri alt boyutu için; üniversite mezunlarının turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri alt boyutu ile ilgili ifadelerle katılım düzeyinin lise mezunlarından anlamlı derecede daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Aşağıda eğitim durumu değişkenine göre yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizmin olumlu ekonomik etkileri ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutlarındaki farklı algılarının ortaya çıkması nedeniyle farklılığın hangi mezunlar

arasında olduğunu görebilmek için Mann Whitney U testi yapılmış ve Tablo 4.8’de sunulmuştur.

Tablo 4.8. Ulanbator’daki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Eğitim Durumu Değişkenine Göre Kruskal Wallis Testinde Ortaya Çıkan Farklı Algılarına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Faktörler	Eğitim	n	Ortalama Sıra	Sıra Toplamı	U	p
Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri	İlköğretim	6	29,75	178,50	-2,367	0,018*
	Lise	122	66,21	8077,50		
	İlköğretim	6	83,83	503,00	-2,568	0,010*
	Üniversite	408	209,32	85402,00		
	Lise	122	253,35	30909,00	-1,006	0,315
	Üniversite	408	269,13	109806,00		
Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri	İlköğretim	6	53,75	322,50	-0,748	0,455
	Lise	122	65,03	7933,50		
	İlköğretim	6	143,58	861,50	-1,365	0,172
	Üniversite	408	208,44	85043,50		
	Lise	122	236,31	28830,00	-2,481	0,013*
	Üniversite	408	274,23	111885,00		

Tablo 4.8’de yerel halk ve sektör temsilcilerinin eğitim düzeylerine göre anlamlı farklılık gösteren boyutların farklılaşmasına ilişkin yapılan Mann Whitney U testi sonuçları verilmiştir. Turizmin olumlu ekonomik etkileri boyutunda ilköğretim mezunu yerel halk ve sektör temsilcilerinin lise mezunu olan katılımcılara göre ($U=-2,367$; $p=0,018$; $p<0,05$) ve ilköğretim mezunu yerel halk ve sektör temsilcilerinin üniversite mezunu katılımcılara göre ($U=-2,568$; $p=0,010$; $p<0,05$) algıları arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutunda lise mezunu olan yerel halk ve sektör temsilcilerinin üniversite mezunu olan katılımcılara göre ($U=-2,481$; $p=0,013$; $p<0,05$) algıları arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Bu sonuçlara göre yerel halk ve sektör temsilcilerinin eğitim seviyesi yükseldikçe turizmin olumlu ekonomik etkileri ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutlarında görüş ayrılıkları tespit etmiştir. Ayrıca eğitim seviyesi yükseldikçe üniversite mezunlarının turizm potansiyeline ilişkin algılarının diğer lise ve ilköğretim mezunlarından anlamlı derecede daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Ulanbator şehrinin yerel halk ve sektör temsilcilerinin faktör boyutları üzerindeki algılarının gelir durumu değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılık gösterip göstermediği Kruskal Wallis testi ile incelenmiş ve sonuçları Tablo 4.9’da verilmiştir.

Tablo 4.9. Ulanbator’daki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Gelir Durumu Değişkenine Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Faktörler	Gelir Durumu	n	Sıra Ortalaması	Ki kare	sd	p	Anlamlı Fark
Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri	320000 (MNT) altında	85	199,55	26,882	4	0,000*	Var
	320001-500000 (MNT)	112	269,39				
	500001-800000 (MNT)	144	291,41				
	800001-1000000 (MNT)	122	261,54				
	1000001 ve üzeri	73	313,86				
Turizmin Olumlu Sosyo-Kültürel Etkileri	320000 (MNT) altında	85	228,48	18,051	4	0,001*	Var
	320001-500000 (MNT)	112	249,42				
	500001-800000 (MNT)	144	279,29				
	800001-1000000 (MNT)	122	267,74				
	1000001 ve üzeri	73	324,34				
Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri	320000 (MNT) altında	85	255,69	8,716	4	0,069	Yok
	320001-500000 (MNT)	112	259,90				
	500001-800000 (MNT)	144	297,03				
	800001-1000000 (MNT)	122	268,46				
	1000001 ve üzeri	73	240,39				
Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri	320000 (MNT) altında	85	232,79	13,035	4	0,011*	Var
	320001-500000 (MNT)	112	278,19				
	500001-800000 (MNT)	144	294,84				
	800001-1000000 (MNT)	122	272,20				
	1000001 ve üzeri	73	237,06				

Tablo 4.9’da Ulanbator’daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizmin olumlu ekonomik etkileri, turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri, turizmin olumsuz ekonomik etkileri ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutlarının gelir durumu değişkenine göre karşılaştırılmasına ilişkin yapılan Kruskal Wallis test sonuçları yer almaktadır. Kruskal Wallis test sonuçlarına göre turizm potansiyeli ölçüğü alt boyutlarının gelire göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği

incelendiğinde; Turizmin olumlu ekonomik etkileri boyutunda ($p=0,000$; $p<0,05$), turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri boyutunda ($p=0,000$; $p<0,05$) ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutunda ($p=0,011$; $p<0,05$) gelir durumuna göre anlamlı düzeyde farklılık gösterirken, turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri ($p=0,069$; $p>0,05$) alt boyutu gelire göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Anlamlı farklılık gösteren alt boyutlar için farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırmalara göre; Turizmin olumlu ekonomik etkileri alt boyutu için; geliri 320000 MNT altında olanların ortalaması diğer gelir gruplarından anlamlı derecede daha düşüktür. Geliri 1000001 MNT ve üzeri olanların ifadeye katılım düzeyi 320001-500000 MNT ve 800001-1000000 MNT olanların ifadeye katılım düzeylerinden anlamlı derecede daha yüksek olduğu tespit etmiştir.

Turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri alt boyutu için; geliri 320000 MNT altında ve geliri 320001-500000 arasında olanların ifadelerine katılım düzeyi geliri 10000001 ve üzeri olanlardan anlamlı derecede daha düşük olduğu tespit etmiştir. Ek olarak geliri 1000001 ve üzeri olanların ifadeye katılım düzeyi geliri 800001-1000000 MNT olanlardan, geliri 500001-800000 MNT olanların ortalaması geliri 320000 MNT altında olanların ifadeye katılım düzeyinden anlamlı derecede daha yüksek olduğu ortaya çıkartmıştır.

Turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri alt boyutu için; geliri 320000 MNT altında olanların ifadeye katılım düzeyi diğer gelir gruplarının ifadeye katılım düzeylerinden anlamlı derecede daha düşük olduğu tespit etmiştir. Ek olarak geliri 500001-800000 MNT olanların ifadeye katılım düzeyi geliri 1000001 MNT ve üzeri olanların ifadeye katılım düzeylerinden anlamlı derecede daha düşük olduğu ortaya çıkartmıştır.

Gelir durumu değişkenine göre yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizmin olumlu ekonomik etkileri, turizmin olumlu soyo-kültürel etkileri ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutlarındaki farklı algılarının ortaya çıkması nedeniyle farklılığın hangi gelir düzeyleri arasında olduğunu anlayabilmek için Mann Whitney U testi yapılmış ve Tablo 4.10'da sunulmuştur.

Tablo 4.10. Ulanbator'daki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizme Yönelik Algılarının Gelir Durumu Değişkenine Göre Kruskal Wallis Testinde Ortaya Çıkan Farklı Algılarına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Faktörler	Gelir Grupları	n	Ortalama Sıra	Sıra toplamı	U	p
Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri	320000 (MNT) altında	85	83,84	7126,50	-3,275	0,001*
	320001-500000 (MNT)	112	110,50	12376,50		
	320000 (MNT) altında	85	90,51	7693,00	-4,327	0,000*
	500001-800000 (MNT)	144	129,46	18642,00		
	320000 (MNT) altında	85	88,44	7517,00	-3,145	0,002*
	800001-1000000 (MNT)	122	114,84	14011,00		
	320000 (MNT) altında	85	65,76	5590,00	-4,087	0,000*
	1000001 ve üzeri	73	95,49	6971,00		
	320001-500000 (MNT)	112	122,30	13697,50	-1,192	0,233
	500001-800000 (MNT)	144	133,32	19198,50		
	320001-500000 (MNT)	112	119,56	13390,50	-0,450	0,653
	800001-1000000 (MNT)	122	115,61	14104,50		
	320001-500000 (MNT)	112	86,53	9691,50	-2,047	0,041*
	1000001 ve üzeri	73	102,92	7513,50		
	500001-800000 (MNT)	144	140,85	20282,00	-1,708	0,088
	800001-1000000 (MNT)	122	124,83	15229,00		
	500001-800000 (MNT)	144	105,28	15161,00	-1,233	0,218
	1000001 ve üzeri	73	116,33	8492,00		
	800001-1000000 (MNT)	122	90,75	11072,00	-2,333	0,020*
	1000001 ve üzeri	73	110,11	8038,00		
Turizmin Olumlu Sosyo-Kültürel Etkileri	320000 (MNT) altında	85	94,04	7993,50	-1,076	0,282
	320001-500000 (MNT)	112	102,76	11509,50		
	320000 (MNT) altında	85	101,02	8587,00	-2,486	0,013*
	500001-800000 (MNT)	144	123,25	17748,00		
	320000 (MNT) altında	85	94,78	8056,00	-1,874	0,061
	800001-1000000 (MNT)	122	110,43	13472,00		
	320000 (MNT) altında	85	67,64	5749,50	-3,547	0,000*
	1000001 ve üzeri	73	93,31	6811,50		
	320001-500000 (MNT)	112	120,00	13439,50	-1,647	0,100
	500001-800000 (MNT)	144	135,11	19456,50		
	320001-500000 (MNT)	112	113,31	12690,50	-0,921	0,357
	800001-1000000 (MNT)	122	121,35	14804,50		

	320001-500000 (MNT)	112	82,86	9280,00	-3,230	0,001*
	1000001 ve üzeri	73	108,56	7925,00		
	500001-800000 (MNT)	144	136,08	19595,00	-0,604	0,546
	800001-1000000 (MNT)	122	130,46	15916,00		
	500001-800000 (MNT)	144	102,35	14738,50	-2,228	0,026*
	1000001 ve üzeri	73	122,12	8914,50		
	800001-1000000 (MNT)	122	90,01	10981,00	-2,598	0,009*
	1000001 ve üzeri	73	111,36	8129,00		
Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri	320000 (MNT) altında	85	89,59	7615,50	-2,084	0,037*
	320001-500000 (MNT)	112	106,14	11887,50		
	320000 (MNT) altında	85	99,05	8419,00	-2,876	0,004*
	500001-800000 (MNT)	144	124,42	17916,00		
	320000 (MNT) altında	85	94,40	8024,00	-1,991	0,047*
	800001-1000000 (MNT)	122	110,69	13504,00		
	320000 (MNT) altında	85	78,75	6694,00	-0,227	0,821
	1000001 ve üzeri	73	80,37	5867,00		
	320001-500000 (MNT)	112	123,80	13866,00	-0,930	0,352
	500001-800000 (MNT)	144	132,15	19030,00		
	320001-500000 (MNT)	112	119,14	13343,50	-0,372	0,710
	800001-1000000 (MNT)	122	116,00	14151,50		
	320001-500000 (MNT)	112	98,61	11044,50	-1,829	0,067
	1000001 ve üzeri	73	84,39	6160,50		
	500001-800000 (MNT)	144	139,23	20049,00	-1,371	0,170
	800001-1000000 (MNT)	122	126,74	15462,00		
	500001-800000 (MNT)	144	116,54	16782,00	-2,557	0,011*
	1000001 ve üzeri	73	94,12	6871,00		
	800001-1000000 (MNT)	122	103,28	12600,00	-1,750	0,080
		1000001 (MNT) ve üzeri	73	89,18	6510,00	

Tablo 4.10'da yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir düzeylerine göre anlamlı farklılık gösteren turizm potansiyeline ilişkin turizmin olumlu ekonomik boyutunda farklılaşmasına dayanarak gerçekleştirilen Mann Whitney U testi sonuçları verilmiştir. Turizmin olumlu ekonomik etkileri boyutunda 320000 MNT altında geliri olan yerel halk ve sektör temsilcilerinin 320001-500000 MNT geliri olan katılımcılara göre ($U=-3,275$; $p=0,001$; $p<0,05$), 320000 MNT altında geliri olan yerel halk ve sektör temsilcilerinin 500001-800000 MNT geliri olan katılımcılara göre ($U=-4,327$;

$p=0,000$; $p<0,05$), 320000 MNT altında geliri olan yerel halk ve sektör temsilcilerinin 800001-1000000 MNT geliri olan katılımcılara göre ($U=-3,145$; $p=0,002$; $p<0,05$), 320000 MNT altında geliri olan yerel halk ve sektör temsilcilerinin 1000001 ve üzeri geliri olan katılımcılara göre ($U=-4,087$; $p=0,000$; $p<0,05$), 320001-500000 MNT altında geliri olan yerel halk ve sektör temsilcilerinin 1000001 ve üzeri geliri olan katılımcılara göre ($U=-2,047$; $p=0,041$; $p<0,05$) ve 800001-1000000 MNT altında geliri olan yerel halk ve sektör temsilcilerinin 1000001 ve üzeri geliri olan katılımcılara göre ($U=-2,333$; $p=0,020$; $p<0,05$) algıları arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Ulanbator'un yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir düzeylerine göre anlamlı farklılık gösteren turizm potansiyeline ilişkin turizmin olumlu sosyo-kültürel boyutunda farklılaşmasına dayanarak gerçekleştirilen Mann Whitney U testi sonuçları sunulmuştur. Turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri boyutunda 320000 MNT altında geliri olan yerel halk ve sektör temsilcilerinin 500001-800000 MNT geliri olan katılımcılara göre ($U=-2,486$; $p=0,013$; $p<0,05$), 320000 MNT altında geliri olan yerel halk ve sektör temsilcilerinin 1000001 MNT ve üzeri geliri olan katılımcılara göre ($U=-3,547$; $p=0,000$; $p<0,05$), 500001-800000 MNT geliri olan yerel halk ve sektör temsilcilerinin 1000001 MNT ve üzeri geliri olan katılımcılara göre ($U=-2,228$; $p=0,026$; $p<0,05$), 320001-500000 MNT geliri olan yerel halk ve sektör temsilcilerinin 1000001 MNT ve üzeri geliri olan katılımcılara göre ($U=-3,230$; $p=0,001$; $p<0,05$) ve 800001-1000000 MNT altında geliri olan yerel halk ve sektör temsilcilerinin 1000001 MNT ve üzeri geliri olan katılımcılara göre ($U=-2,598$; $p=0,009$; $p<0,05$) algıları arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Ulanbator'un yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir düzeylerine göre anlamlı farklılık gösteren turizm potansiyeline ilişkin turizmin olumsuz sosyo-kültürel boyutunda farklılaşmasına dayanarak gerçekleştirilen Mann Whitney U testi sonuçları sunulmuştur. Turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutunda 320000 MNT altında geliri olan yerel halk ve sektör temsilcilerinin 320001-500000 MNT geliri olan katılımcılara göre ($U=-2,084$; $p=0,037$; $p<0,05$), 320000 MNT altında geliri olan yerel halk ve sektör temsilcilerinin 500001-800000 MNT geliri olan katılımcılara göre ($U=-2,876$; $p=0,004$; $p<0,05$) ve 500001-800000 MNT altında geliri olan yerel halk ve

sektör temsilcilerinin 1000001 MNT ve üzeri geliri olan katılımcılara göre ($U=-2,557$; $p=0,011$; $p<0,05$) algıları arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Ulanbator şehrinin yerel halk ve sektör temsilcilerinin faktör boyutları üzerindeki algılarının meslek durumu değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılık gösterip göstermediği Kruskal Wallis testi ile incelenmiş ve sonuçları Tablo 4.11’de sunulmuştur.

Tablo 4.11. Ulanbator’daki Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Turizm Potansiyeline İlişkin Algılarının Meslek Durumu Değişkenine Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Faktörler	Meslek Grupları	n	Mean Rank	Sum of Ranks	z	p
Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri	Yerel Halk	232	239,95	55668,50	-3,754	0,000*
	Sektör Temsilcisi	304	290,29	88247,50		
	Total	536				
Turizmin Olumlu Sosyo-Kültürel Etkileri	Yerel Halk	232	292,31	67816,00	-3,152	0,002*
	Sektör Temsilcisi	304	250,33	76100,00		
	Total	536				
Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri	Yerel Halk	232	257,40	59716,00	-1,493	0,135
	Sektör Temsilcisi	304	276,97	84200,00		
	Total	536				
Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri	Yerel Halk	232	231,83	53784,00	-4,950	0,000*
	Sektör Temsilcisi	304	296,49	90132,00		
	Total	536				

Tablo 4.11’de Ulanbator şehrindeki yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizmin olumlu ekonomik etkileri, turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri, turizmin olumsuz ekonomik etkileri ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutlarının meslek durumu değişkenine göre karşılaştırılmasına ilişkin yapılan Mann Whiyney U test sonuçları yer almaktadır. Mann Whiyney U test sonuçlarına göre turizm potansiyeli ölçeği alt boyutlarının gelire göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde; Turizmin olumlu ekonomik etkileri ($p=0,000$; $p<0,05$), turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri ($p=0,02$; $p<0,05$) ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri ($p=0,000$; $p<0,05$) alt boyutlarının mesleğe göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği görülürken, turizmin olumsuz ekonomik etkileri ($p=0,135$; $p>0,05$) alt boyutunun mesleğe göre anlamlı düzeyde farklılık göstermediği görülmüştür.

Tablo 4.12. Araştırma Hipotezlerinin Red ve Kabul Durumları

Hipotezler	Red	Kabul
H.1: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin yaş değişkenine göre turizmin olumlu ekonomik etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.	X	
H.2: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin yaş değişkenine göre turizmin olumlu sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.	X	
H.3: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin yaş değişkenine göre turizmin olumsuz ekonomik etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.	X	
H.4: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin yaş değişkenine göre turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.		X
H.5: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin eğitim durumu değişkenine göre turizmin olumlu ekonomik etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.		X
H.6: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin eğitim durumu değişkenine göre turizmin olumlu sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.	X	
H.7: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin eğitim durumu değişkenine göre turizmin olumsuz ekonomik etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.	X	
H.8: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin eğitim durumu değişkenine göre turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.		X
H.9: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir durumu değişkenine göre turizmin olumlu ekonomik etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.		X
H.10: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir durumu değişkenine göre turizmin olumlu sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.		X
H.11: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir durumu değişkenine göre turizmin olumsuz ekonomik etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.	X	
H.12: Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir durumu değişkenine göre turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları arasında fark vardır.		X

Tablo 4.12'de Araştırma hipotezlerinin kabul ve red durumlarına göre genel olarak katılımcıların turizmin ekonomik açıdan olumlu katkısının olduğuna katıldıkları anlaşılmıştır. Yerel halk ve sektör temsilcileri; ekonomik anlamda bir gelişim olacağı, bölgeye yönelik yatırımların artacağı, milli gelirin artacağı vb. konuların Ulanbator'a katkı sağlayacağına katılmaktadırlar. Turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri açıdan yabancılara karşı olumlu bakış açısı geliştireceğine, kültürel ve tarihi değerlerin korunmasına katkı sağlayacağına ve bireylerin sosyal yaşam standartlarını artıracığına katıldıklarını belirtmişlerdir. Turizmin olumsuz ekonomik

etkileri açısından turizmin gelişmesiyle birlikte mal ve hizmet fiyatlarının artabileceği, ayrıca gayrimenkul kiralarının ve fiyatlarının artacağı gibi konularda kararsız oldukları anlaşılmıştır. Turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri bölge halkının aile ve sosyal yaşantısının bozulması, dil ve konuşmalarda bozulmalar, gelenekler ve adetlerin kaybolması gibi konularda katılımcıların kararsız oldukları görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ulanbator şehrinin turizm potansiyelinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada Ulanbator şehrinin doğal arz kaynakları, antropolojik arz kaynakları, mevcut ve geliştirilebilecek turizm türleri onun dışında Ulanbator'un turistik arz ve talep yapısı ve literatür taraması incelenmiştir. Ulanbator'un, Moğolistan'ın diğer şehirlerine kıyasla tarihi ve kültürel miras unsurları oldukça zengin ve turistik açıdan tercih edilebilir bir çekiciliğe sahip olduğu anlaşılmıştır. Fakat var olan kültürel ve tarihi potansiyellerin tamamının turizm sektöründe yeterince değerlendirilemediği sonucuna ulaşılmış ve doğru yöntemlerle turizm sektörüne kazandırılması gerektiği belirtilmiştir. Ulanbator şehrinde, turistlerin ilgisini çeken Tuul Nehri, Bogdhan Dağı ve Gorkhi Terelj Ulusal Parkı gibi önemli turizm varlıklarının alt yapısının geliştirilip sürdürülebilir turizme kazandırılması gerekmektedir. Aynı zamanda Çingiltei Dağı, Songin Hairhan Dağı, Selbe Irmağı vs., gibi doğal, tarihi ve kültürel arz kaynakları koruma altına alınmalı ve turizm sektöründe değerlendirilmelidir. Bu turizm unsurları koruma altına alınmadığı takdirde tarihi ve kültürel miras unsurlarının, doğal veya beşerî yollardan kirlenmesi, bozulması, turistlerin bölgeye olan ilgisinin azalması gibi olumsuzlukların ortaya çıkma riski bulunmaktadır.

Aynı zamanda inanç turizmi kapsamında değerlendirilebilecek Budist Manastırları, tarihi heykeller, müzeler ve şaman kültürüne ait diğer somut olan kültürel miras unsurlarının turizm ürünlerine dönüştürülmesi gerekmektedir. Turizm endüstrisinin ekonomi üzerindeki etkisi göz önüne alındığında Moğolistan'a seyahat eden turistler Ulanbator'da ortalama 2 ile 4 gün konaklamakta ve Ulanbator'da kaldıkları sürede bütçelerinin yüzde 58'ini alışverişe harcamaktadırlar. Turistlerin tur boyunca harcadığı dövizin diğer turizm kaynaklarına da yönlendirilmesi ve ilgili turizm kaynaklarının turizm ürünlerine dönüştürülmesi gerekmektedir. Ulanbator şehrinin turizm potansiyeline yönelik yapılan SWOT analizinde Ulanbator'un turizm işletmeciliğine uygun geniş arazilerinin olması, köklü bir geçmiş ve zengin kültürü onun kültürel turizm açısından güçlü yanlarını oluşturmaktadır. Ancak yine de Moğolistan'daki iç turizmin henüz tam anlamıyla gelişmemiş olması, Moğol kültürünün dünyada yeteri kadar tanınmamış olması, turizm hizmet kalitesinin ve konaklama sektörünün yetersizliği, ulaşım sıkıntıları, altyapı eksikliği ve

Moğolistan’da bağımsız bir Turizm Bakanlığı’nın olmayışı gibi zayıf yanları mevcuttur. Ulanbator’un kültür turizmi için eşsiz manzaralara sahip el değmemiş arazileri, yeni tanınmaya başlayan ve ilgi çekici kültürel yapısı, Moğolistan’ın ilk şehri gibi tarihi bir hatta bulunması ve gelişmekte olan turizm yapısıyla pek çok fırsata sahiptir. Ancak pasif yabancı turizmin popülerliği, konaklama işletmelerinin nispeten pahalı oluşu, kalifiye turizm elemanı eksikliği en önemli tehditlerden bazılarıdır.

Çalışmanın son bölümünde Ulanbator’un yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizm potansiyeline ilişkin algıları araştırılmış ve ilgili bulgular sunulmuştur. 5’li Likert ölçeği kullanılarak oluşturulan anket çalışmasında 18 adet soruya yer verilmiştir. Verilen cevaplara göre faktör analizi yapılarak 4 farklı boyut olduğu tespit edilmiştir. Ortaya çıkan boyutlar turizmin olumlu ve olumsuz ekonomik etkileri, turizmin olumlu ve olumsuz sosyo-kültürel etkileri olarak gruplandırılmıştır. Araştırmaya katılan 604 kişinin cevaplarında SPSS’de Missing Value Testi yapılarak eksik cevaplanan sorular kaldırılmış ve 536 kişinin faktör boyutları üzerinde genel algıları ölçülmüştür.

Araştırmaya katılan yerel halk ve sektör temsilcilerinin cinsiyet değişkenine göre kadın ve erkek katılımcıların turizmin olumlu ekonomik etkileri ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre erkeklerin ifadeye katılım düzeyi kadınlardan anlamlı düzeyde daha yüksektir. Aynı zamanda kadın girişimcilerin erkeklere nispeten ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri daha az dikkate aldıkları anlaşılmaktadır. Bunun nedeni Moğolistan’da turizm sektöründe yönetici pozisyonunda çalışanların ve diğer sektörlerde çalışanların çoğunlukla erkek olması, yani toplumda erkeklerin daha aktif olarak çalışması, erkeklerin katılım düzeylerini artırmaktadır. Konuyla alakalı Uspanova, (2017) tarafından yapılan “Kazakistan’ın Turizm Potansiyeli ve Geliştirilebilir Turizm Çeşidi Olarak Kültür Turizminin İncelenmesi” konulu çalışmaya göre de cinsiyetler arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Erkeklerin turizmin ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerini, kadınlara göre daha olumlu algıladıkları tespit edilmiştir.

Ulanbator’un yerel halk ve sektör temsilcilerinin medeni durum değişkenine göre turizmin olumlu ekonomik etkileri ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerine yönelik algılarında hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Evli ve

bekar katılımcıların her boyutta benzer düşündükleri tespit edilmiştir. Buna göre turizmin olumlu ve olumsuz ekonomik etkileri ve turizmin olumlu ve olumsuz sosyo-kültürel etkileri hakkında evli ve bekar katılımcıların benzer düşüncelere sahip olduğu anlaşılmıştır. Konuyla alakalı Şanlıoğlu ve Erdem, (2017) tarafından yürütülen “Kayseri Örneğinde Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerini Nasıl Algıladığının Tespitini Yönelik” çalışmalarında turizmin olumlu ve olumsuz ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri açısından anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bekarların da evlilerin de turizmin gelişimini destekledikleri ve turizmin olumlu ve olumsuz ekonomik etkileri ile turizmin olumlu ve olumsuz sosyo-kültürel etkileri hakkında hem fikir olduklarını söylemek mümkündür.

Ulanbator’un yerel halk ve sektör temsilcilerinin yaş değişkenine göre turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutunda farklı düşündükleri tespit edilmiştir. Buna göre yaş grubu azaldıkça katılımcıların turizmin sosyo-kültürel etkilerini daha az dikkate aldıkları anlaşılmıştır. Bunun nedeni, ankete katılan 18-24 yaş aralığındaki katılımcıların çoğunun öğrenci olması ve turizmin dezavantajlarını tam olarak anlayamamış olmalarıdır. Öte yandan yaş ilerledikçe eğitim seviyesi ve bilgi birikimi de arttığından katılımcılar turizmin zararlı ve faydalı etkilerini daha iyi analiz edebilmektedir. Konuyla alakalı Gökçe, (2016) tarafından yapılan “Yerli Halkın Turizmin Gelişimine Yönelik Algısı ve Desteği: Afyonkarahisar Örneği” konulu çalışmasında katılımcıların turizm gelişimine verdikleri desteği, yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermiştir. İlgili çalışma da 31-40 yaş aralığındaki katılımcıların küçük yaş gruplarındaki katılımcılara göre turizmin gelişimini daha çok destekledikleri görülmüştür. Bu sonuç da araştırmanın yaş değişkeni ile ilgili bulgularını destekler niteliktedir. Yaş ilerledikçe sosyo-kültürel bakış açısı bilincinin da geliştiği yadsınamaz bir gerçekliktir.

Ulanbator şehrinin yerel halk ve sektör temsilcilerinin eğitim durumu değişkenine göre yapılan analizlerde turizmin olumlu ekonomik etkileri ve turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutlarında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Buna göre Ulanbator’un yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizmin olumlu ekonomik etkileri ve olumsuz sosyo-kültürel alt boyutları için üniversite mezunlarının katılım düzeyi ilköğretim ve lise mezunlarından anlamlı derecede daha yüksektir. Buna göre

eğitim seviyeleri yüksek olan katılımcıların turizmin gelişmesine daha fazla katkı sağlayacağı anlaşılmıştır. Bunun nedeni, Ulanbator’da turizm sektöründe çalışanların genellikle niversite mezunu olmaları ve bu nedenle turizm hakkında diğer katılımcılardan daha bilgili olmalarıdır. Konuyla alakalı Şentürk, (2019) tarafından yapılan ‘‘Edremit İlçesi Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Algısı’’ konulu çalışmada yerel halkın turizmin olumsuz çevresel etkilerini algılamaları eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermiştir. Buna göre lisansüstü katılımcıların ön lisans ve lise katılımcılarına göre turizmin çevresel etkilerini algılama düzeyleri daha yüksektir. Eğitim durumu arttıķa turizm bilincinin de arttığı söylenebilir.

Ulanbator’un yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir durumu değişkenine göre turizmin olumlu ekonomik etkileri ve turizmin olumlu ve olumsuz sosyo-kültürel etkileri boyutlarında farklı düşündükleri ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda analizlerdeki sıra ortalamalarına göre yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir seviyeleri arttıķa faktör boyutları üzerinde daha olumlu düşündükleri anlaşılmaktadır. Buna göre gelir seviyeleri yüksek olan girişimcilerin daha çok turizm yatırım desteği verebileceği anlaşılmıştır. Bunun nedeni, Moğolistan’da turizmin gelişmekte olan ve son yıllarda en çok yatırım çeken sektörlerden biri olmasıdır. Dolayısıyla katılımcılardan gelir düzeyi ve eğitim seviyesi yüksek olanlar turizm sektörünü önceden araştırmış olabilirler. Konuyla alakalı yürütülen ‘‘Giresun İlinin Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi, Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Algısı zerine Bir Araştırma’’ konulu çalışmada araştırma sonucunu destekler nitelikte olup gelir durumuna göre anlamlı bir farklılığın olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda yerel halk ve sektör temsilcilerinin gelir seviyeleri arttıķa daha çok turizm yatırım desteği vermeye istekli oldukları söylenbilir. (Akgün, 2016)

Ulanbator’un yerel halk ve sektör temsilcilerinin meslek durumu değişkenine göre turizmin olumlu ekonomik etkileri, turizmin olumlu ve olumsuz sosyo-kültürel etkileri hakkında farklı düşündükleri tespit edilmiştir. Bu bağlamda sektör temsilcilerin ifadeye katılım düzeyi yerel halktan anlamlı düzeyde daha yüksektir. Aynı zamanda sektör temsilcilerin turizmin olumlu ekonomik etkileri ve turizmin olumlu ve olumsuz sosyo-kültürel etkileri hakkında ifadelere katılım düzeylerinin yerel halktan daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Bunun nedeni, Ulanbator’daki turizm

sektöründe çalışanlarının turizm bilgisinin yerel halkın turizm bilgisinden daha fazla olmasıdır. Konuyla alakalı Akgün, (2016) tarafından gerçekleştirilen “Giresun İlinin Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi, Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Algısı Üzerine” yapılan bir çalışmada yerel halk ve sektör temsilcilerin arasında meslek durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Buna göre turizm sektör temsilcisi katılımcıların faktör boyutları üzerinde daha olumlu düşündükleri görülmüştür.

Çalışmada yapılan analizlerin sonucuna göre Ulanbator’un yerel halkı ve sektör temsilcilerinin anket sorularına verdiği genel cevaplara göre katılımcıların turizm sektörünün Ulanbator şehrinin ekonomisine katkı sağlayacağı, istihdamı artıracığı, yerel halkın gelirini artıracığı, döviz girişlerini artıracığı ve sosyal refahı yükselteceği ifadelerine inandıkları görülmektedir. Turizmin olumsuz ekonomik etkileri bakımından ise geleneksel ürünleri ve hizmet fiyatlarının artacağı, gayrimenkul değerlerinin artacağı, yerel halkın alım gücünün zayıflayacağı gibi durumlar tespit edilmiştir. Aynı zamanda sosyal ve kültürel bakımdan turistlere olumlu bakılacağı, doğal ve tarihi değerlerin korunacağı ve sosyal yaşam standartlarının artacağı görüşünün hakim olduğu söylenebilir. Turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkileri hakkında katılımcıların çoğunun kararsız olduğu görülmüştür. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre Ulanbator’a yönelik turizm sektörüyle ilgili olarak aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir.

- Bölgedeki turizm türlerinin geliştirilmesi ve geliştirebilecek diğer turizm çeşitleri için gereken alt yapının planlanması ve geliştirilmesi.
- Kamu ve turizm sektörü arasında verimli bir işbirliğinin oluşturulması.
- Tur güzergahlarının genişletilerek paket turların sayısının artırılması.
- Ulanbator’da var olan doğal zenginliklerin, tarihi ve kültürel miras unsurlarının, fauna yapısının, akarsuların vb. koruma altına alınması.
- Turizmden elde edilen gelirin bölge ekonomisine katkısı için turistik talebi arttırmaya yönelik tanıtım faaliyetleri üzerine yoğunlaşılması.
- Kış turizminin geliştirilmesi için gereken alt yapının sağlanması ve üst yapıların teşvik edilmesi.

- Turizm sektöründe çalışanların eğitim seviyelerini geliştirmek için hizmet içi eğitimlerin sayısının artırılması.
- Turizmde mevsimsellik sorunun giderilmesine yönelik kış mevsiminde gerçekleştirilecek festival ve şenliklerin sayısının artırılması.
- Turizm işletmelerinin doğal yapıyı bozmadan ve çevreyi kirletmeden faaliyet göstermeleri.
- Fiyatlama politikalarının turistik talebi arttırmaya yönelik geliştirilmesi.
- Çevre temizliğine önem verilmesi ve bunun düzenli olarak yapılması.

Bu araştırmada Ulanbator'un turizm sayesinde ekonomik olarak gelişeceği, sosyal ve kültürel bakımdan olumlu etkileneceği tespit edilmiştir. Ulanbator şehrine olan turistik talebin artırılması, doğru yöntemlerin uygulanması ve bu anlamda stratejilerin geliştirilmesi için ilgili turizm paydaşları, yerel yönetimle işbirliğinin gerekliliği bir kez daha ortaya çıkmıştır. İleride yapılacak olan araştırmalarda Ulanbator'un yerel halk ve sektör temsilcilerinin turizm sektörünün gelişmesine yönelik memnuniyet çalışmaları, turizmin yerel halkın yaşam standartlarına etkisine, turizmin Ulanbator şehrinin alt ve üst yapısına olan etkisine ve Ulanbator şehrinin en önemli turizm potansiyellerini belirlemeye yönelik çalışmalara yoğunlaşılmasına ve çalışmalardan elde edilecek sonuçların kıyaslanarak bölgede turizmin geliştirilmesine yönelik doğru yöntemlerin belirlenmesine önem verilmelidir. Ayrıca Ulanbator'daki yerel halk ve sektör temsilcilerine yönelik daha derinlemesine verilerin elde edileceği nitel çalışmalarla turizmin ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerinin daha detaylı belirlenmesine de ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışma da Ulanbator turizminin ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri incelemiştir. Buradan elde edilen bulgular yukarıda bahsedilen çalışmalarla birlikte değerlendirilerek Ulanbator şehrinin uzun vadeli turizm gelişim planı hazırlanmasına katkı sunabilir.

KAYNAKÇA

- AKGÜN**, Alper (2016). **Giresun İlinin Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi, Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Algısı Üzerine Bir Araştırma**, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir.
- ALTUNDAŞ**, Yusuf (2013). **Akçakoca İlçesinin Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi**, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Düzce
- ALTUNIŞIK**, Rezmi, Yıldırım Engin ve Coşkun Recai (2019). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Spss Uygulamalı**, 10. Baskı, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- ALKAN**, Adnan (2017). “Siirt İlinin Nüfus Gelişimi, Yapısı ve Dağılışı”, **Doğu Coğrafya Dergisi**, Vol. 22(37), 53-82
- AYDINÖZÜ**, Duran, İbret Ünal B ve İmat Fatih (2015). “Jeolojik Miras Açısından Değerlendirilmesi Gereken Bir Yöremiz: Boyabat Sultansuyu Bazalt Sütunları”, **Coğrafyada Yeni Yaklaşımlar**, (137-146)
- BAABAR**, Baterdene (2014). “Moğol Tarihi”, **Nepko Puplicing**, (1)18-21.
- BATBOLD**, S (2018). Ulanbator Mutluluk Şehri, **Time Journal**, (1), 60-68.
- BİNGÖL**, Z ve Özgürel G. (2015) **Sürdürülebilir Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi: Gümüşhane İli Kalkınmasına Yönelik Kültür Turizmi Gelişim Modeli Önerisi**. Akdu U, Çalık İ (Ed.) Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiri Kitabı (pp. 355-369). Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları.
- BİLİCİ**, Nilgün, ve Işık Zennübe (2018). “Bölgesel Kalkınmada Yayla Turizmi: Rize İli Örneği”, **AÇÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi**, Vol. 4(1), 2-8
- BYAMBAJAV**, Davaajav (2004). **1990 Sonrası Moğolistan Dış Politikası**, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara
- ÇOKIŞLER**, Nazım, ve Türkler Ali (2015). **Karadeniz Araştırmaları**, Kış (44), 33-57
- DALKHAA**, Shinesaran (2019). **Moğolistan Göçebe Kültürlerinin Etnoarkeolojik Açından İncelemesi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi, İstanbul
- DİNCU**, Ana (2015). “Tourism Potential and Its Role in the Development of Tourist Activity”, **Scientific Papers: Animal Science And Biotechnologies**, Vol. 48(2), 183-186.
- DOĞANAY**, Serkan (2009) “Koruma-Kullanma Dengesi Açısından Cami Boğazı Yaylası ve Çakırgöl Çevresinin Turistik Potansiyeline Coğrafi Bir Yaklaşım”, **Doğu Coğrafya Dergisi**, Vol. 14(22), 166-187
- DOĞANER**, Mehmet Can, ve Ece Armağan (2018). “Seyahat bloglarının destinasyon seçimine etkisi”, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, (30), 223-237.

EMEKLİ, G, ve Soykan F (2014). Turizm Coğrafyası Yaklaşımıyla Türkiye Turizm Stratejisinin Değerlendirilmesi, https://www.academia.edu/9588752/TUR%C4%B0ZM_CO%C4%9ERAFYASI_YAKLA%C5%9EIMIYLA_T%C3%9CRK%C4%B0YE_TURİZM_STRATEJİSİNİN_DEĞERLENDİRİLMESİ_EVALUATION_OF_TURKISH_TOURISM_STRATEGY_BY_THE_APPROACH_OF_TOURISM_GEOGRAPHY (02.10.2019 tarihinde erilmiştir).

Giresun İli Doğa Turizmi Master Planı (2014). T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı <https://dergipark.org.tr/en/pub/ataunidcd/issue/2462/31421> (05.11.2019 tarihinde erilmiştir).

GÖKÇE, Fikret (2006). Yerel Destinasyonlarda Turizm Potansiyelinin Belirlenmesinde Swot (Fütz) Analizi Tekniği; Giresun Örneği, Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Hatay

GÖKÇE, (2016). Yerli Halkın Turizmin Gelişimine Yönelik Algısı ve Desteği: Afyonkarahisar Örneği, Afyon Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar

GÜÇLÜ, Yüksel (2010). “Doğu Karadeniz Bölümü Kıyı Kuşağında İklim Konforu Şartlarının Kıyı Turizmi Yönünden İncelenmesi”, Coğrafi Bilimler Dergisi, Vol. 8(2), 11-136

İÇELLİOĞLU, Şarkaya (2014). “Kent Turizm ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul’un Swot Analizi”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1, 37-55.

İNCEKARA, Ahmet, Bocutoğlu Ersan, Öztürk Kutsal, Okutan Arslan ve Berber Metin (1997). “Karadeniz Bölgesinde Yayla Turizminin Geliştirilmesi Bölgesel Gelişme ve Çerçeveye Uyumlu Yapılaşma”, İstanbul Ticaret Odası Yayını, (27), 1–137.

KALAYCI, Şeref (2010). Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 5. Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

KİPER, T, Özyavuz M ve Korkut A (2011). “Doğal Peyzaj Özelliklerinin Kırsal Turizm Gelişimine Etkisi; Tekirdağ İli Şarköy İlçesi Örneği”, Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, Vol. 8(3), 22–34.

KHURELDEE, Ankhbayar (2018). Moğolistan’ın Turizm Potansiyeli ve Genel İncelenmesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seminer Çalışması, Konya

KÜNÜ, S ve Hopoğlu S (2015). Turizm ve Sürdürülebilir Büyüme: Eleştirel Bir Yaklaşım, Gümüşhane Üniversitesi Yanyınları, (pp. 103-111)

KÖROĞLU, Özlem (2015). Turizmin Çeşitli Kriterlere Göre Sınıflandırılması, Aslan Z (Ed.), Genel Turizm, (pp. 111–171), Ankara: Grafiker Yayınları.

MEYDAN UYGUR, Selma ve Baykan Eda (2007). “Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkisi”, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, (2)30–49.

ÖZDEMİR, Mehmet Ali ve Kervankıran İsmail (2011). “Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi; Afyonkarahisar Örneği”, **Marmara Coğrafya Dergisi**, (24), 1-25

SANCAK, Şenol, Durukan Erhan ve Alver Mehmet (2008). “Dil ve Kültür Yozlaşmasında Giresun Örnekleme”, **Karadeniz Araştırmaları Dergisi**, (16), 101–111.

SEÇİLMİŞ, Cihan ve Sarı Yaşar (2010). “Türkiye’de İllerin Turizm Gelişmişlik Endeksinin Oluşturulmasına Yönelik Bir Araştırma”, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, Vol. 9(32), 117–132.

SOYKAN, (2004). “Turizm Potansiyelini Saptamanın Önemi ve Bir Yöntem Önerisi”. **1. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi** (pp. 11-31).

SYERİKBOL, Aitolkhyn. (2019). **1990 Sonrası Moğolistan Dış Politikası ve Küresel Aktörlerle İlişkileri: Çin, Rusya ve ABD Örneği**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Konya

ŞAHBAZ, RP (2015) **Turizmin Ekonomik, Sosyal (Toplumsal) ve Fiziksel Çevre Etkileri**. Aslan Z (Ed.), Genel Turizm (pp. 229–255). Ankara: Grafiker Yayınları

YILDIZ, Zafer. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve Ğstihdam Üzerindeki Etkisi. **Süleyman Demirel Üniversitesi Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, Vol. 3(5), 54-71

ULUER, EC (2009). **Bitlis İlinin Turizm Potansiyeli; Kamu ve Özel Sektör Yöneticilerinin Kanaatlerinin Araştırılması**, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya

ULUSAN, Yeliz ve Batman Orhan (2010). “Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, (23), 243–260.

USPANOVA, Balkumis (2017). **Kazakistan’ın Turizm Potansiyeli ve Geliştirilebilir Turizm Çeşidi Olarak Kültür Turizminin İncelenmesi**, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Antalya

ŞANLIOĞLU, Ömer ve Erdem Ahmet (2017). “Kayseri Örneğinde Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerini Nasıl Algıladığının Tespitini Yönelik Bir Araştırma”, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, (27), 11

ŞENTÜRK, Bilge (2019). **Edremit İlçesi Yerel Halkının Turizm Gelişimine Yönelik Algısı**, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Aydın

Yabancı Kaynaklar;

AAGII, Aadi (2013) **Ulanbator Şehrinin Anıtları ve Heykelleri**. Prezi.com <https://prezi.com/c67buuj0p5t2/presentation/> (15.07.2020 tarihinde erişilmiştir.)

ANON, 1 (2020). **Монгол Улсын хэмжээнд ашигт малтмалын хайгуул**, Ord.mn Mongolian Mining, <http://www.ord.mn/index.php?newsid=20026> (20.08.2020 tarihinde erişilmiştir)

ANON, 1 (2020). **Moğolistan’ın Madem Arama Genel Araştırması**, Ord.mn Mongolian Mining, <http://www.ord.mn/index.php?newsid=20026> (20.08.2020 tarihinde erişilmiştir)

ANON, 2 (2020). **Хустайн байгалын цогцолборт газар**, Hustai.mn Hustai National Park Trust, <http://www.hustai.mn/wp/> (05.05.2020 tarihinde erişilmiştir)

ANON, 2 (2020). **Hustai Ulusal Park**, Hustai.mn Hustai National Park Trust, Haziran 2020 <http://www.hustai.mn/wp/> (05.05.2020 tarihinde erişilmiştir)

ALBANA, Gjyrezi ve Drita Kruja (2011). “The Special Interest Tourism Development and the Small Regions”, **TURIZAM**, Vol 15(1), 277-89

BATTULGA, Erhembayar (2013). “Şehir Turizmi”, **Mongolian Ekonomosi Dergisi**, (1), 6-8

БУЯНБАДРАХ, Ч (2019). **Монгол орны лавлах**. 2. Хэвлэл, Улаанбаатар: Интерном.

BUYUNBADРАН, Ch (2019). **Moğolistan Hakkında Genel Kılavuzu**, 2. Baskı, Ulanbator: Internom

ЧОЙБАЛСАН, Буянбадрах (2012). **Монгол орны лавлах эмхэтгэл ном**, Улаанбаатар

BUYANBADРАН, Ç (2012). **Moğolistan Rehberi**, 1. Baskı, Ulanbator

BUYANBAT, О **Moğolistan Haritası**. [tr.pinterest.com. https://tr.pinterest.com/pin/762515780636358118/](https://tr.pinterest.com/pin/762515780636358118/) (15.11.2019 tarihinde erişilmiştir).

ДАШДОРЖ, Б (2016). **Өдрийн Сонин**. Улаанбаатар №144 (5429)

DASHDORJ, В. (20 Temmuz 2016). **Günlük Gazete**. Ulanbator, 144 (5429)

ДАРИЙМАА, Ш, Саруул Н. **Монголын ургамлын аймаг**: 146 дэвтэр / Ред. Э.Ганболд.- УБ.: Удам соёл, 2017.- 220х.- Шинжлэх Ухааны Академи. Ерөнхий болон сорилын биологийн хүрээлэн.

ДААРИМАА, SH ve Saruul N, (2017). **Moğolistan’ın Fauna Yapısı**, Moğolistan Bilimler Akademisi, Genel ve Deneysel Biyoloji Enstitüsü, 14b, 103-104

DOĞA ÇEVRE VE TURİZM BAKANLIĞI, (2011). **Ulanbator Ziyaretçi Rehberi**, 1. Baskı, Ulanbator: Kapital Mas Media

Environment.ub.gov.mn (2017 05 Eylül) <https://environment.ub.gov.mn/post/50>, (05.06.2020 tarihinde erişilmiştir).

Hustai Ulusal Parkı. Hustai.mn <http://www.hustai.mn/wp/>, (11.12.2019 tarihinde erişilmiştir).

INVESTMENT IN MONGOLIA, (2016). KPMG Audit LLC, the Mongolian member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative (“KPMG International”), a Swiss entity, Ulaanbaatar

ХАШХҮҮ, Батэрдэнэ (2016). **Монгол Орны ургамалжилт** <https://www.academia.edu/7616495/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%B3%D0%>

BE%D0%BB_%D0%BE%D1%80%D0%BD%D1%8B_%D1%83%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D0%B6%D0%B8%D0%BB%D1%82 (12.03.2020 tarihinde erişilmiştir).

KHASHHUU, Baterdene (2016). **Moğolistan'ın Bitki Örtüsü**, https://www.academia.edu/7616495/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%BB_%D0%BE%D1%80%D0%BD%D1%8B_%D1%83%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D0%B6%D0%B8%D0%BB%D1%82 (12.03.2020 tarihinde erişilmiştir).

СОЁЛ СПОРТ АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН ЯАМ, (2012). “Тусгай сонирхлын аялал жуулчлалын нэр төрөл, бүтээгдэхүүн, чиглэлийг тодорхойлох судалгаа, төлөвлөлт” 2012-2016 он. **Улаанбаатар сэтгүүл** 1(82)

KÜLTÜR, SPOR VE TURİZM BAKANLIĞI, (2012). Alternatif Turizm Türlerini ve Rotalarını Belirleme Araştırması, 2012-2016, **Ulanbator Dergesi** 1(82)

УС ЦАГ УУР, ОРЧНЫ СУДАЛГААНЫ ХҮРЭЭЛЭН, (2017). Уур амьсгалын өөрчлөлт, нөөцийн судалгааны хэлтэс, Улаанбаатар. 3-5

METREOROLOJİ VE ÇEVRE ARAŞTIRMA ENSTİTÜSÜ, (2017). İklim Değişikliği ve Kaynak Araştırma Departmanı, Ulanbator: 3-5

MINISTRY OF NATURE, ENVIRONMENT AND TOURISM, (2011). **Ulaanbaatar Official Visitors Guide**, Ulaanbaatar: Capital Mass Media

MOĞOLİSTAN CUMHURİYETİ EKONOMİ BAKANLIĞI MİLLİ İSTATİSTİK KOMİTESİ, MOĞOLİSTAN TURİZM, İSTATİSTİK YILLIĞI, (2019). www.1212.mn. https://www.1212.mn/stat.aspx?LIST_ID=976_L18 (26.03.2020 tarihinde erişilmiştir).

УЛААНБААТАР ХОТЫН 2030 ОНЫ ХӨГЖЛИЙН ЕРӨНХИЙ ТӨЛӨВЛӨГӨӨ, (2017). Барилга, Хот Байгуулалтын Яам, Улаанбаатар

MOĞOLİSTAN İNŞAAT VE ŞEHİRCİLİK BAKANLIĞI, (2017). Ulanbator Şehrinin Kalkınma Değişikliği 2030 Planı, Ulanbator

MOĞOLİSTAN'IN KANITLANMIŞ MADEN KAYNAKLARI, [Ord.mn](http://www.ord.mn) Mongolian Mining (2014) <http://www.ord.mn/index.php?newsid=993> (05.11.2019 tarihinde erişilmiştir).

MOĞOLİSTAN TURİZMİ TARİHİ, [Touristinfocenter.mn](http://www.touristinfocenter.mn). http://www.touristinfocenter.mn/news_more.aspx?NewsID=2174 (08.07.2020 tarihinde erişilmiştir).

МӨНХЖАРГАЛ, Ч (2017). **Соёлын аялал жуулчлал**, 1. Baskı, Улаанбаатар: АмарПресс

MUNKHJARGAL, CH (2017). **Kültür Turizmi**, 1. Baskı, Ulanbator: Amarpress

СҮХБААТАР, О, Ариунболд, Х, Хөгжилдмая, Ц (2006). **Монголын аялал жуулчлалын нэвтэрхий толь**, Улаанбаатар: Интерном

MÜZE, TİYATRO ve KÜLTÜR MERKEZİ, Touristinfocenter.mn.

http://www.touristinfocenter.mn/cate9_more.aspx?ItemID=149 (19.03.2020 tarihinde erişilmiştir).

АМАРТҮВШИН, Д, ба бусад (2020). Дотоодын аялагчид аялал жуулчлалын салбарыг аврах уу, https://mongolia-tourism-research.blogspot.com/2020/05/blog-post_22.html?spref=fb (08.07.2020 tarihinde erişilmiştir)

Turizm Sektörü Kurtarıyor Mu?, https://mongolia-tourism-research.blogspot.com/2020/05/blog-post_22.html?spref=fb (08.07.2020 tarihinde erişilmiştir)

SUKHBAATAR, O, Ariunbold KH ve Hugjildmay Ts (2006). **Moğolistan’ın Turizm Ansiklopedisi**, 1. Baskı, Ulanbator: Internom

АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ, ШИЙДВЭРЛЭХ АСУУДЛУУД, (2019). Аялал Жуулчлалын Хөгжлийн Төв, Монгол Банк, Улаанбаатар

TURİZM SEKTÖRÜNÜN MEVCUT DURUMU VE ELE ALINMASI GEREKEN KONULAR GENEL ARIŞTIRMA, (2019). Turizm Geliştirme Merkezi, Mongol Bankası, Ulanbator

НИЙСЛЭЛИЙН СТАТИСТИКИЙН ГАЗАР, (2018). Улаанбаатар Хотын Зах Зээлийн Ерөнхий Судалгаа, Улаанбаатар. <http://www.ubstat.mn/JobTables.aspx/> (21.02.2020 tarihinde erişilmiştir).

ULANBATOR ŞEHİRİ İSTATİSTİK KURUMU, (2018). Ulaanbaatar Genel Pazar Araştırması, Ulanbator. <http://www.ubstat.mn/JobTables.aspx/> (21.02.2020 tarihinde erişilmiştir).

НИЙСЛЭЛИЙН ЗАСАГ ДАРГЫН ХЭРЭГЖҮҮЛЭГЧ АГЕНТЛАГ АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН ГАЗАР, (2015). Аялал Жуулчлалын Салбарын Улаанбаатар Хотын Эдийн Засагт Үзүүлэх Нөлөөллийн Судалгаа, Улаанбаатар: Маркетметрикс

ULANBATOR VALİLİĞİ UYGULAMA BİRİMİ VE TURİZM BAKANLIĞI, (2015). Turizmin Ulanbator Şehrini Ekonomik Olarak Etkilemesine Dair Yürütülen Bir Araştırmaya, Ulanbator: Marketmetriks

Нийслэлийн Эдийн Засаг Хөгжлийн Газар, (2014). Улаанбаатар Хотын Эдийн Засгийн Давуу Тал, Сул Тал, Боломж, Аюул Заналын Талаарх Тайлангийн Хураангуй, Улаанбаатар: 11-22

Ulanbator Belediyesi Ekonomi ve Kalkınma Birimi, (2014). Ulanbator Şehrinin Ekonomisi ve Turizm üzerine yapılan SWOT Analiz Özeti, Ulanbator: 11-22

Нийслэлийн Засаг Даргын Хэрэгжүүлэгч Агентлаг, (2017). Нийслэлийн Аялал Жуулчлалын Газрын 2017 Оны Үйл Ажиллагааны Тайлан, Улаанбаатар: 5-14, <http://tourism.ub.gov.mn/wp-content/uploads/2017/08/ckd-%D0%9D%D0%90%D0%96%D0%93%D1%85%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D1%81-%D0%B6%D0%B8%D0%BB->

[%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BB%D0%B0%D0%BD-2017-07-19.pdf](#)
(15.09.2019 tarihinde erişilmiştir).

Уланбатор Валилиği Uygulama Birimi, (2017). Ulanbator Şehir Turizm Bakanlığının 2017 Yılıın Faaliyet Raporu, Ulanbator: 5-14, <http://tourism.ub.gov.mn/wp-content/uploads/2017/08/ckd-%D0%9D%D0%90%D0%96%D0%93-%D1%85%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D1%81-%D0%B6%D0%B8%D0%BB-%D1%82%D0%B0%D0%B9%D0%BB%D0%B0%D0%BD-2017-07-19.pdf>
(15.09.2019 tarihinde erişilmiştir).

Улаанбаатар Хот Орчмын Тусгай Сонирхлын Аялал Жуулчлалын Нөөц, (2013). **Нийслэлийн Аялал Жуулчлалын Газар**, Улаанбаатар <http://tourism.ub.gov.mn/wp-content/uploads/2015/01/%D0%A3%D0%9B%D0%90%D0%90%D0%9D%D0%91%D0%90%D0%90%D0%A2%D0%90%D0%A0-%D0%A5%D0%9E%D0%A2-%D0%9E%D0%A0%D0%A7%D0%9C%D0%AB%D0%9D-%D0%A2%D0%A3%D0%A1%D0%93%D0%90%D0%99-%D0%A1-%D0%9E%D0%9D%D0%98%D0%A0%D0%A5%D0%9B%D0%AB%D0%9D-%D0%90%D0%AF%D0%9B%D0%90%D0%9B-%D0%96%D0%A3%D0%A3%D0%9B%D0%A7%D0%9B%D0%90%D0%9B%D0%AB%D0%9D-%D0%9D%D3%A8%D3%A8%D0%A6-pdf.pdf> (25.09.2019 tarihinde erişilmiştir).

ULANBATOR TURİZM BAKANLIĞI, (2013). **Ulanbator Etrafındaki Özel Amaçlı Turizm Potansiyeleri**, Ulanbator <http://tourism.ub.gov.mn/wp-content/uploads/2015/01/%D0%A3%D0%9B%D0%90%D0%90%D0%9D%D0%91%D0%90%D0%90%D0%A2%D0%90%D0%A0-%D0%A5%D0%9E%D0%A2-%D0%9E%D0%A0%D0%A7%D0%9C%D0%AB%D0%9D-%D0%A2%D0%A3%D0%A1%D0%93%D0%90%D0%99-%D0%A1-%D0%9E%D0%9D%D0%98%D0%A0%D0%A5%D0%9B%D0%AB%D0%9D-%D0%90%D0%AF%D0%9B%D0%90%D0%9B-%D0%96%D0%A3%D0%A3%D0%9B%D0%A7%D0%9B%D0%90%D0%9B%D0%AB%D0%9D-%D0%9D%D3%A8%D3%A8%D0%A6-pdf.pdf> (25.09.2019 tarihinde erişilmiştir).

Улаанбаатар Хотын Хөгжлийн Ерөнхий Төлөвлөгөө, (2013). Барилга, Хот Байгуулалтын Яам, Улаанбаатар <https://www.slideshare.net/bayartsend3/2-42202998> (07.10.2020 tarihinde erişilmiştir).

ULANBATOR ŞEHİRİ MASTER PLANI, (2013). Moğolistan İnşaat ve Kentsel Kalkınma Bakanlığı, Ulanbator, <https://www.slideshare.net/bayartsend3/2-42202998> (07.10.2020 tarihinde erişilmiştir).

ШАГДАР, Ш. (2012). **Монгол орноор жуучлах зуун зам**, Улаанбаатар: Стартлайн ХХК

SHAGDAR, Sh. (2012). **Moğolistan Gidebilmenin yüz yolu**, 2. Baskı, Ulanbator: Starline LLC

EKLER

EK-1 Anket Türkçe

Değerli katılımcı,

Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalında yüksek lisans yapmaktayım. Yüksek lisans tezimin konusu olan “Ulanbator Şehrinin Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi, Yerel Halk ve Sektör Temsilcilerinin Algısı Üzerine Bir Araştırma” isimli tezimin uygulama kısmını oluşturan bölümde Ulanbator şehrindeki yerel halk ve sektör temsilcilerinin görüşlerine başvuruyordum. Anket sorularına vereceğiniz yanıtlar Ulanbator'daki turizm olgusuna ve ilgili literatüre katkı sağlayacaktır. Göstereceğiniz ilgiye şimdiden teşekkür ederim.

Ankhabayar KHURELDEE
Necmettin Erbakan Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği
Yüksek Lisans Öğrencisi
Anhaa041830@gmail.com
+905525866418
+97695458600

Dr. Öğr. Üyesi Kevser ÇINAR
Necmettin Erbakan Üniversitesi
Turizm Fakültesi
Turizm İşletmeciliği Bölümü
kcinar@erbakan.edu.tr
+905053778268

Kişisel Bilgiler

Yaş: 15-24 25-34 35-44 45 ve üzeri
Eğitim: İlköğretim Lise Üniversite
Cinsiyet: Kadın Erkek
Medeni Durum: Evli Bekar
Gelir Durumu: 320000 MNT altında 320001 – 500000 MNT 500001 – 800000 MNT 800001 – 1000000 MNT 1000001 MNT ve üzeri
Meslek: Yerel halk Sektör temsilcileri

Verilen yargı cümlesine katılıp katılmadığınızı ilgili kutuyu işaretleyerek 1: Kesinlikle Katılmıyorum 2: Katılmıyorum 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum aralığında görüşünüzü belirtiniz.	1. Kesinlikle Katılmıyorum	2. Katılmıyorum	3. Kararsızım	4. Katılıyorum	5. Kesinlikle Katılıyorum
1. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, bölgeye yönelik ekonomik gelişimi arttırır.					
2. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, yerli ve yabancı sermaye girişine yol açarak zenginliği arttırır.					
3. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, bölgeye yönelik turizm yatırımı artışı sağlar.					
4. Ulanbator'da turizmin gelişmesi kişi başına düşen geliri arttırır.					
5. Ulanbator'da turizmin gelişmesi yeni istihdam olanaklarının oluşturulmasını sağlar.					
6. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, turizm alt ve üst yapı olanaklarının gelişmesini sağlar					
7. Ulanbator'da 'a gelen turistlerin yaptığı alış-veriş şehir esnafını olumlu etkiler.					
8. Turizm, Ulanbator'da halkına büyük oranda istihdam sağlayacaktır.					
9. Ulanbator'da turizmin gelişmesi, şehirde mal ve hizmet fiyatlarının artmasına neden olacaktır.					
10. Turizm, Ulanbator'da 'da gayrimenkul kiralalarının ve fiyatlarının yükselmesinde etkili olacaktır.					
11. Turizm, Ulanbator'un yöresel ürünlerinin pazarlanmasına katkı sağlayacaktır					
12. Turizm, Ulanbator halkını sosyal ve kültürel açıdan zenginleştirecektir.					
13. Turizm, Ulanbator halkının farklı kültürden insanlara karşı bakış açısını olumlu yönde değiştirecektir					
14. Turizm, Ulanbator halkının yaşam standartlarını yükseltecektir.					
15. Turizm, Ulanbator'da suç işleme oranının artmasına neden olacaktır.					
16. Turizm yöre halkının aile yapısının bozulmasına neden olacaktır.					
17. Turizm Ulanbator'un doğal, kültürel ve tarihi kaynakların korunmasını sağlayacaktır.					
18. Turizm Ulanbator'da parkların ve yeşil alanların artmasını sağlayacaktır.					
19. Turizm Ulanbator'da çevre bilincinin gelişmesini sağlayacaktır.					
20. Turizm Ulanbator'da aşırı nüfus artışı ve göçlere neden olacaktır.					

ЕК-2 Ankent Моғолца

**ТУРК УЛСЫН
НЭЖМЕТТИН ЭРБАКАН ИХ СУРГУУЛЬ
АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН ТЭНХИМ
НИЙГМИЙН ШИНЖЛЭХ УХААНЫ ХҮРЭЭЛЭН
АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН МЕНЕЖЕР
МАГИСТРАНТ**

Судалгааны зорилго:

Миний бие Турк улсын Нэжметтин Эрбакан их сургуульд Аялал жуулчлалын менежер мэргэжлээр магистрын зэрэг горьлон суралцдаг болно. Магистрын судалгааны ажлын эдэв болох "Улаанбаатар хотын аялал жуулчлалын нөөцийг тодорхойлох, орон нутгийн иргэд болон салбарын төлөөлөгчдийн ойлголт" хүрээнд Улаанбаатар хотын иргэд болон салбарын төлөөлөгчдийг хамрах болно. Судалгаанд хамрагдсанаар Улаанбаатар хотын аялал жуулчлалын хөгжил болон цаашид хийгдэх судалгааны ажлуудад ихээхэн хувь нэмэр оруулах болно.

Судалгаанд хамрагдсан та бүхэнд баярлалаа.

Анхбаяр Хүрэлдээ
Нэжметтин Эрбакан Их Сургууль
Нийгмийн Шинжлэх Ухааны Хүрээлэн
Аялал жуулчлалын менежер
Магистрант
Albana041830@gmail.com
+905379420931
+97691140678

Ph. D Кевсэр Чинар (Kevser ÇINAR)
Нэжметтин Эрбакан Их Сургууль
Аялал жуулчлалын тэнхим
Аялал жуулчлалын менежер бүлэг
kcinar@erbakan.edu.tr
+905053778268

Хувь хүний мэдээлэл:

Нас: 15-24 25-34 35-44 45 дээш
Боловсрол: Дунд Бүрэн дунд Дээд
Хүйс: Эм Эр
Гэр бүлийн байдал: Гэрлэсэн Ганц бие
Орлого: 320000 төгрөг доош 320001 – 500000 төгрөг 500001 – 800000 төгрөг
 800001 – 1000000 төгрөг 1000001 төгрөг дээш
Мэргэжил: Оюутан Дээд боловсролтой Зочид буудлын ажилчин Аялал жуулчлалын байгууллагын ажилчин Зоогийн газрын ажилчин

	1. Огт санал нийлэхгүй байна	2. Санал нийлэхгүй байна	3. Сайн мэдлэхгүй байна	4. Санал нэг байна	5. Бүрэн санал нэг байна
Судалгааны асуулгыг 1-5 хүртэлх оноогоор дүгнэсэн ба 1 нь огт санал нийлэхгүй байна, 5 нь бүрэн санал нэг байна гэсэн хэмжүүртэй байх болно.					
1. Улаанбаатар хотод аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нь бүс нутгийн эдийн засгийн хөгжлийг нэмэгдүүлдэг.					
2. Улаанбаатар хотод аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нь дотоод гадаадын хөрөнгө оруулалтыг татах боломжийг нэмэгдүүлдэг.					
3. Улаанбаатар хотод аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нь тухайн бүс нутагт чиглэсэн аялал жуулчлалын хөрөнгө оруулалтыг нэмэгдүүлдэг.					
4. Улаанбаатар хотод аялал жуулчлалыг хөгжүүлснээр дотоодын нийт бүтээгдэхүүн нэмэгдэнэ.					
5. Улаанбаатар хотод аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нь ажлын байрыг нэмэгдүүлдэг.					
6. Улаанбаатар хотод аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нь бүс нутгийн дэд бүтцийг хөгжүүлдэг.					
7. Улаанбаатар хотод аялахаар ирсэн жуулчдын худалдан авалт бизнес эрхлэгчдийн орлогыг нэмэгдүүлэхэд хувь нэмэр оруулдаг.					
8. Аялал жуулчлал нь Улаанбаатар хотын иргэдийг ажлын байраар хангахад тусалж байдаг.					
9. Улаанбаатар хотод аялал жуулчлалыг хөгжүүлснээр бараа бүтээгдэхүүн болон үйлчилгээний үнэ төлбөр нэмэгдэх шалтгаан болно.					
10. Аялал жуулчлал нь Улаанбаатар хот дахь үл хөдлөх хөрөнгийн үнэ болон түрээсэнд нөлөө үзүүлдэг нэмэгдүүлдэг.					
11. Аялал жуулчлал нь Улаанбаатар хотын иргэдийн гар урлал болон үндэсний үйлдвэртэлийг дэмждэг.					
12. Аялал жуулчлал нь Улаанбаатар хотын иргэдийг нийгэм болон соёлын талаас нь баяжуулж байдаг.					

YOSTBICHEECH s.m.a.ortan karcumanliqi.

Tel : 976- 99253417



2019.9.25

Кевсэр

13. Аялал жуулчлал нь Улаанбаатар хотын иргэдийн гаднын жуулчинтай харилцах тэдний соёлыг танаж мэдэхэд эерэг нөлөө үзүүлдэг.					
14. Аялал жуулчлал нь Улаанбаатар хотын иргэдийн амьдралын төвшинг дээшлүүлэхэд эерэгээр нөлөөлнө.					
15. Аялал жуулчлал нь Улаанбаатар хотын гэмт хэргийн гаралтыг нэмэгдүүлэх шалтгаан болдог.					
16. Аялал жуулчлал нь нутгийн иргэдийн гэр бүлийн харилцаанд сөргөөр нөлөөлдөг.					
17. Аялал жуулчлал нь Улаанбаатар хотын байгаль, соёл болон түүхийн үнэт өвийг хамгаалах болон хэвээр үлдээхэд нөлөөлдөг.					
18. Аялал жуулчлал нь Улаанбаатар хотод цэцэрлэгт хүрээлэн болон ногоон байгууламжийг нэмэгдүүлэхэд нөлөөлнө.					
19. Аялал жуулчлал нь Улаанбаатар хотын иргэдийн хүрээлэн буй орчин, байгальтай харилцах харилцаанд мэдлэг олгодог.					
20. Аялал жуулчлал Улаанбаатар хотын хүн амын өсөлт, шилжилт хөдөлгөөний шалтгаан болж байна.					

YOSTBICHEECH sivaortal tarhi manliqi.

Tel : 976- 99253417



2019.9.25
Kew

 <p>KONYA</p>	<p>T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü</p>	 <p>SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ</p>
--	--	--

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, Adı	Ankhubayar KHURELDEE
Uyruğu	Moğolistan
Doğum tarihi ve yeri	18/04/1991
Medeni hali	Bekar
Telefon	0 552 586 6418, +97695458600
Faks	
E-posta	Anhaa041830@gmail.com

Eğitim

Eğitim Derecesi	Okul	Mezuniyet yılı
Lisans	İkh Zasag Uluslararası Üniversitesi	2013
Türkçe C1	Selçuk TÖMER	2017
Akademik Türkçe	Selçuk TÖMER	2018
Yüksek Lisans	Necmettin Erbakan Üniversitesi	2020

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2013-2014	Tsahiur Tumur LLC	Otel resepsiyonu
2015	Tseren tour LLC	Turist rehberi
2016	Arvain undes LLC	İşletmeci

Yabancı Dil İngilizce, Türkçe