TAM METİN BİLDİRİ · SEMPOZYUM BİLDİRİ KİTABINDA YAYIMLANMIŞTIR

İpek Yolu Turizminin Yenilikçi Bir Yaklaşımla Pazarlanması

Marketing of Silk Road Tourism with an Innovative Approach

Nagehan Büyükmehmetoğlu · Kutay Oktay · Mahmut Vural
Kastamonu Üniversitesi · Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

Sempozyum	V. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu (5th International Turkic World Tourism Symposium · V Túrki Álemi Týrizminiń Halyqaralyq Simpozıýmy)
Tarih / Yer	13–15 Haziran 2019, Taraz, Kazakistan
Kitap	*Túrki Álemi Týrizminiń V Halyqaralyq Simpoziýmy Maqalalar Jınaǵy = V. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu Makalelerin Sayısı = V International Turkic World Tourism Symposium Conference Book*
Derleyenler	Elmira Faizova, Natalya Chernyavskaya, Toknur Toktogul, Valeriy Yashinskiy
Yayıncı	M.Kh. Dulaty Taraz State University, Taraz, 2019
ISBN	978-601-7300-82-1 · UDK 379.8 · BBK 75.81
Sayfalar	301–310
Yayın türü	Tam metin bildiri
Dil	Türkçe (İngilizce özetli)
Anahtar kelimeler	Turizm; İpek Yolu Turizmi; Yenilikçilik; Pazarlama Tourism; Silk Road Tourism; Innovation; Marketing

ATIF (APA 7. baskı)

Büyükmehmetoğlu, N., Oktay, K., & Vural, M. (2019). İpek Yolu turizminin yenilikçi bir yaklaşımla pazarlanması. *V. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu makalelerin sayısı / V International Turkic World Tourism Symposium conference book* (ss. 301–310). M.Kh. Dulaty Taraz State University.

IEEE

N. Büyükmehmetoğlu, K. Oktay ve M. Vural, “İpek Yolu turizminin yenilikçi bir yaklaşımla pazarlanması,” *V Int. Turkic World Tourism Symp. Conf. Book*, Taraz, Kazakistan, Haz. 2019, ss. 301–310.

МАҚАЛАЛАР ЖИНАҒЫ
MAKALELERİN SAYISI
CONFERENCE BOOK

V TÚRKİ ÁLEMİ TÝRIZMİNİŃ VHALYQARALYQ SIMPOZIÝMY

V ULUSLAR ARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM SEMPOZYUMU

V INTERNATIONAL TURKIC WORLD TOURISM SYMPOSIUM

13 – 15 MAÝSYM

13-15 HAZIRAN

13-15 JUNE

TARAZ/KAZAKHSTAN

2019



УДК 379.8
ББК 75.81

Composing:
Prof. Dr Faizova Elmira
Prof. Dr Chernyavskya Natalya
MS Toktogul Toknur
MS Yashinskiy Valeriy

TÚRKİ ÁLEMİ TÝRIZMİNİŃ V HALYQARALYQ SIMPOZIÝMY MAQALALAR ЖИНАҒЫ= V. ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM SEMPOZYUMU MAKALELERİN SAYISI = V INTERNATIONAL TURKIC WORLD TOURISM SYMPOSIUM CONFERENCE BOOK–Taraz: M.Kh. Dulaty Taraz State University, 2019. – 501.

ISBN 978-601-7300-82-1

The collection includes articles presented at the V International Turkic World Tourism Symposium, reflecting current issues of scientific and creative activities of scientists, as well as problems associated with research in the development of the tourism and hospitality industry.

The collection is recommended to scientists, university professors, doctoral, master and bachelor students, as well as representatives of central and local governments in the field of tourism.

The content of the article is the responsibility of the author.

В сборник вошли статьи, представленные на V Международном симпозиуме стран тюркского мира по туризму, отражающие актуальные вопросы научной и творческой деятельности ученых, а также проблемы, связанные с исследованием в области развития индустрии туризма и гостеприимства.

Сборник рекомендован научным работникам, преподавателям вузов, докторантам, магистрантам и студентам, а также представителям центральных и местных органов управления в сфере туризма.

За содержание статьи ответственность несет автор.

УДК 379.8
ББК 75.81

ISBN 978-601-7300-82-1

© М.Х. Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті, 2019
©Таразский государственный университет имени М.Х. Дулати, 2019

©M.Kh. Dulaty Taraz State University, 2019

Simposium website: simp.tarsu.kz

Simposium e-mail: simp.tarsu@gmail.com

İPEK YOLU TURİZMİNİN YENİLİKÇİ BİR YAKLAŞIMLA PAZARLANMASI

Nagehan BÜYÜKMEHMETOĞLU
Kastamonu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ABD
27nagehan@gmail.com
Prof. Dr. Kutay OKTAY
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
koktay@kastamonu.edu.tr

Dr. Mahmut VURAL
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu
mahmut.vural@manas.edu.kg

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

MARKETING OF SILK ROAD TOURISM WITH AN INNOVATIVE APPROACH

ABSTRACT
People have been traveling since the oldest ages. These travels were sometimes carried out due to migration, sometimes wars and sometimes curiosity. Due to time-consuming technology and increasing income, societies acted with the urge to explore the unknown by participating in contemporary tourism movements.

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

Keywords: Tourism, Silk Road Tourism, Innovation, Marketing

1. GIRIŞ

İpek Yolu Doğu-Batı arasında bir köprü kurarak kültürlerin etkileşiminde önemli rol oynamıştır. Önemli bir ticaret yolu olan İpek Yolu bu bölgede yaşayan halkların kültürlerinin, dinlerinin, tarihlerinin izlerini taşımakta ve bir turizm mirası sunmaktadır. İpek Yolu sadece bir ticaret yolu olarak algılanmamalı aynı zamanda kültür ve medeniyetlerin birbirine aktarımında önemli bir rol üstlenerek iletişimin gelişmesinde de etkili olduğu bilinmelidir. Böylelikle İpek Yolu hem kültür ve medeniyetlerin hem de dil ve dinlerin birbirleriyle etkileşim halinde olarak yayılmasında bir köprü vazifesi görmektedir (Bik, 2012: 7,8; Ablayeva, 2013: 1).

İpek Yolu sayesinde ekonomi canlanıp kentler kurulmuş ve uygarlıklar gelişmiştir. Bu yol sayesinde kültürler birbirleriyle etkileşim içerisinde olmuş ve birbirlerini tanıyarak ortak bir kültürün zeminini oluşturmuşlardır. Çin, İpek Yoluna olan ilginin artmasında öncü olan ülkelerdendir. Ticarette önemli bir nokta olan bu yol zaman içerisinde kültürel faaliyetler ve beraberinde turizm etkinliklerini getirmiştir. İpek Yolu'nun ticaret yolu üzerinde olması nedeniyle buralara birçok kervansaraylar yapılmış ve konaklama hizmeti sağlanmaya başlanmıştır. Türkiye'nin de bu konuda köprü vazifesi görmesi mimari ve kültürel anlamda turizmin gelişmesine ve İpek Yolu'nun bir turizm çeşidi olarak adlandırılmasına katkı sağlamıştır. Turizm kavramı insanların sürekli yaşadıkları yerlerden başka bir yer görmek istemeleri sonucunda ortaya çıkmış bir kavramdır. İnsanlar çok farklı sebeplerden dolayı turizm hareketliliğine katılma gereği duymaktadır. Bunlardan en önemlisi insanın merakı, bilinmeyeni görme, tanıma ve yeni yerler keşfetme isteğidir. Turizm, farklı kültürleri tanımamıza, kültürlerarası iletişimin artmasına ve insanların-toplumların

birbirleriyle tanışarak uyum ve anlayış içerisinde yaşamasına olanak sağlar. Toplumların geçen zamanla çağdaşlaşması turizmi önemli hale getirmiştir. Eski zamanlarda insanların bir yerden bir yere gitmeleri büyük uğraşlar sonucunda olabiliyorken bu duruma neden olan genelde göçler ve savaşlardı. Gelişen toplumlar, artan gelir düzeyi, teknolojik ilerlemeler insanların farklı kültürleri görmelerine, tanımalarına ve bilinmeyeni keşfetmelerine imkan tanımıştır. Buda turizm sektörünün ortaya çıkmasındaki en önemli etkendir. Turizm olgusunun ortaya çıkması birçok farklı iş kolununda ortaya çıkmasına ve istihdamın arttırılıp turizm sektöründeki gelişmelere fırsat tanımıştır.

Türkiye sahip olduğu doğal, kültürel, tarihi değerler sayesinde önemli turizm çekiciliklerine sahip bir yerdir ve bu alanda birçok çalışma ve yatırımlar yapılarak kazanç elde edilmeye başlanılmıştır. Turistlerin ilgi odağı sadece Türkiye ile sınırlı kalmamakta geçmişlerini, tarihi-kültürel değerlerini de tanıyıp bilmek istemektedirler. Buda beraberinde Türk Dünyası ve Turizm olgusunu getirmektedir. Türk Dünyası Çin'den başlayarak Türkiye'ye kadar uzanmakta bunun içerisine Balkanlarda dahil edilebilmektedir. Burada daha önce yaşamış olan Türk halkları ve bırakmış oldukları izler, yapmış oldukları yapıtlarla bir Türklük göstergesidir. Bu sebepten dolayı Türk Dünyası tarihsel anlamda önem taşıyan İpek Yolu ile benzerlik göstermekte, son zamanlarda ise turizmde markalaşma kavramı ile ipek yolunun da bir turizm markası haline gelmesine sebep olmaktadır. Türk Dünyasında yapılan turizm etkinlikleri, yansıttıkları kültürleri ve İpek Yolu için yapılan projeler göz önüne alındığında bütün bunlar bir turizm faaliyeti olarak adlandırılmaktadır. İpek Yolunun Doğu ile Batı arasında bir köprü vazifesi görmesi, ticaret yolu olması sebebiyle kültürlerin kaynaşmasına olanak tanıyarak kültür turizmine imkan vermiştir. Bilimsel ve teknolojik gelişmeler, dini inanışlar İpek Yolu sayesinde geniş bir coğrafyaya yayılarak Türk Dünyasında İpek Yolu'nun bir turizm markası haline gelmesinde etkili olmuştur. Aynı zamanda İpek Yolu, bir ticaret yolu olması ve dini inanışlardan kaynaklı olarak birçok savaşın yaşanmasında da kilit noktadadır (Atasoy, 2012, s. 1-7).

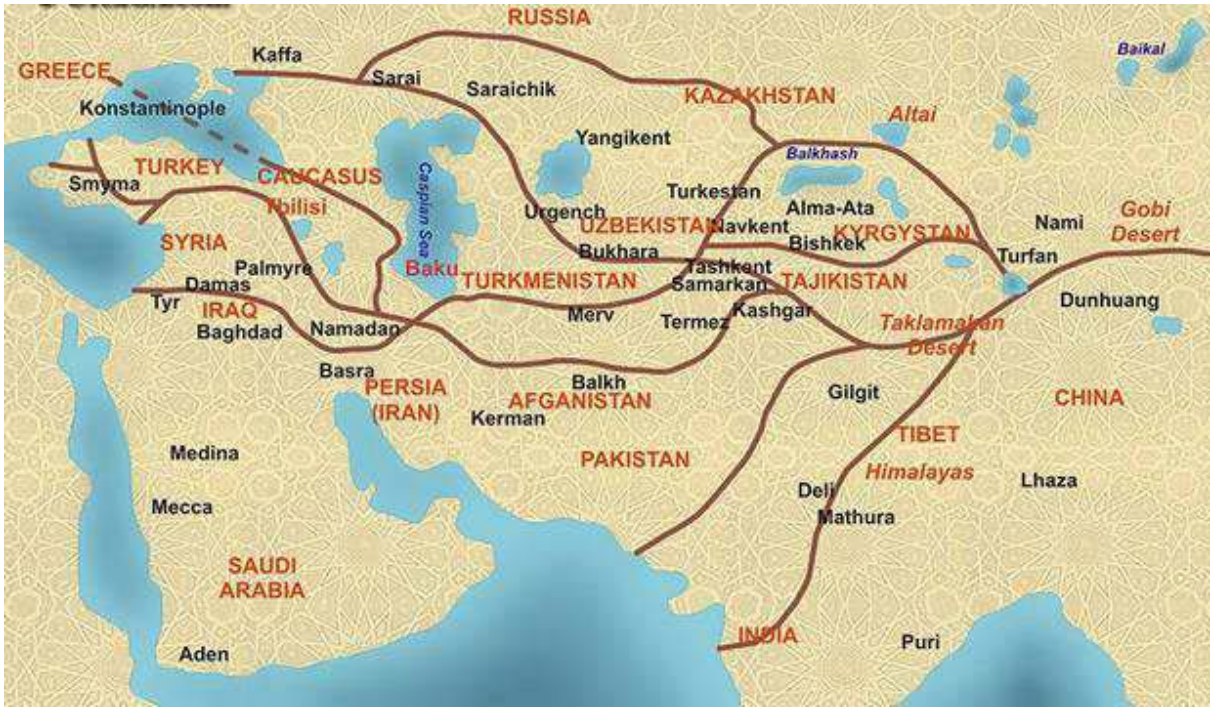
''Yenilik, pazardaki bir gereksinim sentezlenmesi ve gereksinime yanıt veren ürünün üretilmesidir''(Doğan, 2008: 21). Yenilik, toplumun beklentileri, istek ve ihtiyaçları doğrultusunda yapılmakta olup insan yaşamında büyük kolaylıklar ve farklılaşmalar sağlamaktadır. Yenilik devamlılık gerektirir ve önemli olan fayda sağlamasıdır. Turizm sektörü rekabetin en yoğun olduğu sektördür ve sektörel anlamda yenilik en önemli rekabet aracıdır. Turizm pazarındaki yerini kaybetmek istemeyen işletmeler rekabet edebilmek için rakiplerine ayak uydurabilmeli, yenilikçilik anlayışıyla ürün ve hizmet üretmelidir. Aynı zamanda günümüzdeki değişikliklere ayak uydurarak, müşterilerin talepleri doğrultusunda hareket edip yenilikçilik anlayışıyla üretilen ürün ve hizmetlerin müşteriye ulaştırılması ve satış sonrası memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi için yapılan tüm faaliyetler pazarlama olarak tanımlanmaktadır. Pazarlama anlayışı müşteri odaklı etkinlikler ve faaliyetler içermektedir (Altun İpek, 2016: 10; Çetin, 2017: 71,72).

2. LITERATÜR

2.1. İpek Yolu

Milletlerarası ilişkilerde ve çok eski dönemlerden beri ticaret yolu olma özelliğinden dolayı İpek Yolu önemli bir konumda yer almaktadır. Adını bu yol üzerinden ticareti yapılan ipekten almıştır. Doğu ile Batı arasında bir köprü vazifesi gören bu yol dinlerin, dillerin, ticaretin ve ekonomik ilişkilerin aktarımında oldukça önemli bir yere sahiptir. Ayrıca kültürlerin etkileşiminde ve göçlerde İpek Yolunun önemi oldukça fazladır (Demirler, 2015: 1).

Şekil 1. İpek Yolu Güzergahları



Kaynak: Ablayeva, 2013.

Son zamanlarda turistlerin ziyaret güzergâhları arasında bulunan İpek Yolu bir turizm çeşidi olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Doğu ile Batı arasında önemli bir ilişki kuran bu yol kültürlerin, inançların, düşüncelerin birbirlerine aktarımında önemli roller üstlenmiştir. Bu etkileşimlerden dolayı günümüzde ilgi görmeye başlayan Tarihi İpek Yolu'nun turizme kazandırılması ve farklı bir konsept oluşturmak için projeler yapılmakta olup bu sayede kültürel miraslarımızın da korunması amaçlanmaktadır (Boz, 2004: 143,144).

2.2. Yenilik Ve Yenilikçilik Kavramı

Yenilik, bir ürünün ya da hizmetin pazara sunulması, daha önce keşfedilmemişi ortaya çıkarmak olarak tanımlanmaktadır. Yenilik, yeni ürün ve hizmet oluşturmak olabileceği gibi var olanlar için yeni kullanım alanları geliştirilmesi şeklinde de yapılabilmektedir (Adabalı, 2015: 6,7).

Yenilikçiliği ise, yeni düşünceleri benimseyip, yeniliğe açık olarak denenmemişi deneme ve yeni fikirleri destekleme olarak tanımlamak mümkündür. Aynı zamanda yenilikçilik yeni fikirler geliştirerek ihtiyaçlara yanıt vermek olarak da görülmektedir. Yenilikçilik rekabette üstün konuma gelmesinde önemli bir kavramdır (Aslan, 2017: 45,46).

2.3. Pazarlama

Bir ürünün tanıtımında ve fiyatlandırılmasında önemli yer tutan pazarlama faaliyetleri ürünün tasarımı, ambalajlanması ile pazarlama yeniliği adını almaktadır. Pazarlama yeniliği ile ürün tasarımlarında farklılaşma sağlayıp ürünün pazardaki konumunun arttırılması ve ürünlerin pazarda yeni bir şekilde konumlandırılması amaçlanmaktadır (Köksal, 2008: 34).

3. Yöntem

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi tekniği kullanılmıştır. İnternet siteleri taranarak İpek Yolu'nun Türkiye'de ve diğer ülkelerde nerelerden geçtiği belirlenip bu yol üzerinde bulunan otellerin yenilikçi pazarlama hareketine ne derece ve ne gibi yenilik konseptleriyle katıldıkları saptanıp turizm üzerine etkileri incelenmiştir.

3.1. Amacı

Doğu ile Batı arasında köprü vazifesi gören, kültür ve medeniyetlerin etkileşiminde önemli bir yere sahip, ticari ve ekonomik anlamda değerli olan İpek Yolu'nun turizm açısından yenilikçi bir yaklaşımla pazarlanmasına yönelik önerilerin geliştirilmesidir.

3.2. Önemi

İpek Yolu bir ticaret yolu olmasından dolayı kültürler arası etkileşim sağlayarak toplumların birbirlerini tanımalarına ve hoşgörünün gelişmesine imkan tanımaktadır. Bu yolun tarihi ve kültürel değerleri bakımından yeniden canlandırılması ve bu doğrultuda İpek Yolu Turizmi kavramının ortaya çıkarılarak yenilikçi bir yaklaşımla pazarlanması açısından önem arz etmektedir.

4. Bulgular

Türkiye

Adapazarı **Ramada Sakarya Hotel:** Tesiste teknolojinin oteller için sunduğu en yeni ürünler kullanılarak misafir memnuniyetinin en yükseğe çıkarılması hedeflenmekte.	**Bursa/Mudanya** **Trilyalı Otel:** Osmanlı yalı tarzı, bugünün modern yaşam felsefesi ile birleştirilmiş. **Otantik Gemi Otel:** Gemiden Otele Otantik Bir Yolculuk.	**Kastamonu** **İksir Resort Town:** Geleneksel dekorasyona dikkat edilerek hazırlanmış konağın dekorasyonunda özellikle geleneksel detaylar korunmaya çalışılmış, odalarda dantel perdeler, el işi örtüler kullanılmıştır. **Uğurlu Konakları:** Bir dönemin ağırbaşlı kent yaşamını yansıtan konaklar, özgün yapısına uygun olarak özenle restore edilmiştir. Tarihin soluğunu hissederek, günümüzün konforunu yaşatır.
Amasya **Helkıs Konağı:** Osmanlı mimarisine sahip bir konak. 'Zamanında durup dinlendiği yerler vardır.'	**Bursa/İznik** **Seyir Butik:** Ev Oteli tarzıyla dekore edilip eski bir İznik evi yenileyerek yapılmış. 'Otel Konforu ve Ev Rahatlığı'	**Mardin** **Kasr-ı Nehroz Hotel:** Çağdaş mimariye sahip bir otel. **Dara Konağı:** Odalar isimlerini Mardin tarihinde iz bırakmış medeniyetlerden almaktadır. Suit odalarda geçmiş çağların lirizmini yansıtan yatak şekilleri bulunmaktadır.
Ankara **And Butik Hotel:** Ankara Kalesi'ne bir kültür mekanı kazandırılmıştır.	**Diyarbakır** **Kent Otel:** İç dekorasyonunda Diyarbakır evlerini yansıtan otelin avlusu ve şark köşesi bulunmaktadır.	**Nevşehir** **Argos In Cappadocia – Kapadokya:** Eski bir manastırda yeraltı odaları, lüks restoranı, şarap mahzeni ve sayısız aktivite. **Museum Hotel:** Türkiye'nin ilk Relaix&Chateaux hizmet kalitesine sahip oteli ünvanına sahip. Müze konseptli.

Antalya	**İstanbul**	**Trabzon**
Mardan Palace: Antik Osmanlı Saray mimarisi. **Maxx Royal Golf Resort – Belek:** Dünya standartlarında 18 delikli golf sahası. **Orange Country Resort Hotel:**16. yüzyılın Amsterdam mimarisi. **Mediterra Art Hotel:** Osmanlı kültürü, Osmanlı tarzı odalar. **Royal Taj Mahal:**Etkileyici mimari tarzı. Tasarım konseptli. **Transatlantik Hotel&Spa:** Yat limanı şeklinde özel olarak tasarlanmış otel. **Adam&Eve Hotel:** ‘‘Özel Sınıf’’’ kategorisinde, kendini ‘’yıldızsız’’ olarak konumlayan, tasarım ödüllü otel.	**Misa Hotel:** Tarihi dokuda yenilikçi tasarım. Hayal gücünüzdeki rahatlık. **Nordstern Hotel Galata:** Neogotik tarzı yansıtmaktadır. **Turquhouse Boutique Hotel:** 18. yüzyıl Osmanlı Mimarisini yansıtan İstanbul Konaklarının restorasyonu ve yeniden yorumlanmasıyla günümüze tarihi bir değer olarak aktarılmıştır. **Peradays Hotel:** Her biri kendine özgü bir tarza sahip 9 farklı süite sahiptir. 'Gri Su sistemine sahiptir.’ ‘Enerji Tasarruflu Ürünler’ kullanmayı tercih ediyor.	**Yalı Park Otel:** Modern ve fonksiyonel dizayn. **Mell Boutique Hotel:** Kendine özgü mimarisi ve yalnız Mell Hotel için tasarlanmış olan mobilya, aydınlatma ve diğer özel tasarım

Diğer Ülkeler

Özbekistan **Hotel Bibikhanum:** Otelde geleneksel mimari formları ön plandadır. **Ichan Qal’a Hotel:** Antik Hiva’nın ruhu, gelenekleri, gücü ve kültürüyle oluşturulmuş mimari bir mucize.	Moğolistan **Urgoo Boutique Hotel:** İtalyan tarzında iç mekanlara sahip. Kırgızistan Otağı	Azerbaycan **Shah Palace Hotel:** Doğal ahşap, mermer ve taş ile lüks bir şekilde dekore edilmiştir. **Bakü Palace Hotel:**19. yüzyıldan kalma bina.

K. Komil Bukhara Boutique Hotel: 19. yüzyıldan kalma bir ev. Oryantal yaşam. **Lotte City Hotel Tashkent Palace**: Özbekistan kültür mirası binası olarak tasarlanmıştır. Klasik ve sofistike iç mekanları bir araya getirerek tamamen yenilenmiştir. **Minzifa Hotel:** Geleneksel Buhara tarzında dekore edilmiştir. Ulusal heykeller ve antika ev eşyaları ile donatılmıştır. **Bibi-Khanym Hotel:** Geleneksel Özbek tarzında dekore edilmiştir. **Lyabi-House Hotel:** Geleneksel bir şekilde dekore edilmiştir.	Kazakistan **Soluxe Hotel Almaty:** Çin vazolarıyla süslenen iç diyan. Restoranında ağırlıklı olarak Çin yemekleri sunulmaktadır. Mildom Premium Hotel: Modern dizayn. **Otrar Hotel:** Eski bir Sovyet binasının modernize edilmiş hali.	**Fairmont Bakü, Flame Towers:** Çağdaş tasarım, konforlu odalar, yenilikçi anlayış.

5. Sonuç Ve Öneriler

Bu çalışmada İpek Yolu Turizminin Yenilikçi Bir Yaklaşımla Pazarlanması ele alınmış olup bu kapsamda İpek Yolu'nun Türkiye ve diğer ülkelerde nerelerden geçtiği belirlenip bu yol üzerinde bulunan otellerdeki yenilikçi pazarlama uygulamaları ortaya konulmuştur.

Türkiye'ye bakıldığında İpek Yolu üzerinde bulunan otellerdeki yenilikçi pazarlama anlayışları: teknolojik yenilikler, kültürü yansıtması, Osmanlı mimarisi, çağdaş mimari, tarihi doku, iç ve geleneksel dekorasyon, yeraltı odaları, konsept ve tasarım odaklılık, enerji tasarruflu ürünler kullanmayı tercih eden oteller şeklinde sıralanmaktadır.

İpek Yolu üzerindeki diğer ülkelere bakıldığında ise yenilikçi pazarlama anlayışları: geleneksel mimari, gelenek-kültür, modern dizayn, çağdaş ve geleneksel tasarım, yenilikçi anlayış şeklinde olduğu görülmektedir.

Genel itibari ile bakıldığında ise Türkiye ve diğer ülkelerdeki İpek Yolu üzerinde bulunan otellerin yenilikçi pazarlama anlayışları geleneksel ve modern mimarinin özelliklerini kullanarak kendi konseptlerini oluşturmak ve var olan eski yapıtlarını da bu yönde işlevselleştirmektir. Teknolojik yeniliklerden her an yararlanılmaktadır. Enerji bakımından tasarruf sağlamaya çalışan ve bu alanda çalışmalar yapmakta olan otellerde vardır.

Araştırmanın yalnızca İpek Yolu üzerinde bulunan yenilikçi pazarlama anlayışını belirlemiş oteller üzerinde yapılmış olması araştırmanın kısıtlılığını oluşturmaktadır. Canlanan bu yolun ve üzerinde faaliyet gösteren otellerin turizme artı bir kazanç olabilmesi için benzer çalışmaların yürütülmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

1. ABLAYEVA, A. (2013). *Kazakistan Turizminde İpek Yolu'nun Yeri Ve Önemi.* İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

2. ADABALI, M. M. (2015). *Otel İşletmelerinde Yenilikçi (İnovativ) Oda Ürünlerine İlişkin Tüketici Algıları: Yenilik İhtiyacı Ve Yenilik Algısı Değerlendirmesi.* Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

3. ALTUN, İPEK, Z. H. (2016). *Turizm Destinasyonları İçin Pazarlama Stratejileri: Doğu Karadeniz Bölgesinde Destinasyon Pazarlama Stratejileri Üzerine Bir Uygulama.* Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Trabzon.

4. ASLAN, E. (2017). *Kırsal Turizmde Yenilik Ve Kırsal Turizm İşletmecilerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler (Katılımcılara Ve İşletmelere İlişkin) Açısından İncelenmesi: Kocaeli/Kartepe Örneği.* Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli.

5. Atasoy, F. (2012). Doğa, Kültür ve Tarih Turizminin Birliğe Katkısı ''İpek Yolu Üzerinde Türklüğün Kendisini Keşfi'', Türk Ocakları Genel Merkezi "Dilde Fikirde İşte Birlik Sempozyumu" (s. 1-7). Ankara.

6. BİK, H. M. (2012). *Tarihte İpek Yolunda Ortaya Çıkan Dinler.* Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe Ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı, Dinler Tarihi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

7. BOZ, M. (2004). *Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi.* Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama Bilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.

8. ÇETİN, A. (2017). *Konaklama İşletmelerinde Örgüt Kültürü Ve Yenilikçilik İlişkisi: Muğla Örneği.* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Muğla.

9. DEMİRLER, M. (2015). *Tarihi İpek Yolu'nun Yeniden Canlandırılması Ve Türkiye Ekonomisine Etkisi*. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Tokat.

10. DOĞAN, H. (2008). *Pazarlama Anlayışında Yeni Ürün Geliştirme Ve Bolu İlinde Ekmek İle İlgili Bir Uygulama.* Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Bolu.

11. KÖKSAL, A. S. (2008). *Pazarlamada Yenilik Ve Uygulama Örnekleri.* Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Programı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

İNTERNET KAYNAKLARI

https://blog.biletbayi.com/bakude-kalinir-otel-tavsiyeleri.html Erişim Tarihi: 29.12.2018.

https://www.tatilsepeti.com/konsept-oteller Erişim Tarihi: 27.12.2018.