

A RESEARCH ON THE DETERMINATION AND EFFECTIVENESS OF TOURISM POTENTIAL IN KYRGYZTAN

Erkan Akgöz*
Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Konya,
Türkiye

Akif Korkmaz
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Sosyal Bilimler
Enstitüsü Bışkek/Kırgızistan

*İletişim yazarı: eakgoz@selcuk.edu.tr

Abstract: This study was conducted to determine the tourism potential of Kyrgyzstan and to investigate its effectiveness. Apart from the magnificent nature of Kyrgyzstan, its historical and cultural richness, its unique mountains and lakes, it has an important potential for health tourism. Despite all this wealth, Kyrgyzstan cannot yet benefit from tourism at the desired level. For this reason, this study has been prepared to determine the tourism potential of Kyrgyzstan and to evaluate it in a sustainable way. The relevant national and international literature was first examined and a questionnaire form was prepared for the research. The survey consists of four parts and 36 questions in total. 400 people were reached in Bishkek in April-May 2019. Frequency analysis, t-test and ANOVA tests were applied using the data obtained. As a result of the t-test, there was no significant difference in the opinions of the participants about their gender and Kyrgyz tourism. Significant differences were found in variables such as age, education and working time. Some deficiencies are suggested as a reason for this. There are different suggestions to eliminate them. It is recommended to accurately determine the historical and cultural values of Kyrgyzstan in order to benefit from the desired tourism level. The importance of presenting the determined touristic values with effective promotion and marketing strategies is also emphasized. It also focuses on creating a positive tourism image of Kyrgyzstan. For this, it is stated that tourists visiting the country should be hosted in the best way and quality service should be provided.

Keywords: Kyrgyzstan, Tourism, Tourism Potential

KIRGIZİSTAN'IN TURİZM POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ VE ETKİNLİĞİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Özet: Bu çalışma Kırgızistan'ın turizm potansiyelini belirlemek ve etkinliğini araştırmak için yapılmıştır. Kırgızistan'ın muhteşem doğası, tarihi ve kültürel zenginlikleri, eşsiz dağları ve gölleri haricinde sağlık turizmi açısından da önemli bir potansiyele sahiptir. Bunca zenginliğe rağmen Kırgızistan, turizmden henüz arzu edilen düzeyde yararlanamamaktadır. Bundan dolayı hazırlanan bu çalışma Kırgızistan'ın turizm potansiyeli belirlemek ve sürdürülebilir bir şekilde değerlendirilmesi için hazırlanmıştır. Araştırma için öncelikle ilgili ulusal ve uluslararası literatür titizlikle taranmış ve amacına uygun anket soru formu hazırlanmıştır. Anket soru formu dört bölüm ve toplam 36 sorudan oluşmaktadır. Bışkek'te Nisan-Mayıs 2019 tarihlerinde 400 kişiye ulaşılmıştır. Elde edilen veriler kullanılarak frekans analizi, t testi ve Anova testleri uygulanmıştır. Yapılan t testi sonucunda katılımcıların cinsiyetleri ile Kırgızistan turizmi hakkındaki düşüncelerinde anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Yaş, eğitim durumu ve çalışma süresi gibi değişkenlerde ise anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Araştırma sonucunda Kırgızistan'ın turizm potansiyelini etkin kullanabilmesi için farklı öneriler sunulmaktadır. Turizmde istenilen düzeyde yararlanabilmek için öncelikle Kırgızistan'ın tarihi ve kültürel değerlerinin doğru bir şekilde tespit edilmesi önerilmektedir. Tespit edilen turistik değerlerin etkin bir tanıtım ve pazarlama stratejileriyle sunulmasının önemine de dikkat çekilmektedir. Ayrıca Kırgızistan ile ilgili olumlu bir turizm imajının oluşturulmasına da vurgu yapılmaktadır. Bunun için de ülkeyi ziyaret eden turistlerin en iyi şekilde ağırlanması ve kaliteli hizmet sunulması gerektiği ifade edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kırgızistan, Turizm, Turizm Potansiyeli

1. GİRİŞ

Turizm, insanların farklı nedenlerden dolayı olağan çevrelerinin dışındaki ülkelere veya bölgelere hareketini gerektiren sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgu şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tür faaliyetlere katılanlar ise turist veya gezici olarak kabul edilmektedir (UNWTO, 2019).

Turizm faaliyetleri ilk çağlarda ticari amaçlar nedeniyle gerçekleştirilmiştir. Orta çağa gelindiğinde dini yerleri ziyaret etmek için de insanlar turizme katılmışlardır. Kültürel amaçlı turizm hareketlerinin ise yeniçağda başladığı görülmektedir. Seyahat ve rekreasyon amaçlı turizm hareketleri ise yakın çağda gerçekleşmeye başlamıştır. Zamanla değişen ve gelişen turizm faaliyetleri geniş bir

insan kitlesine hitap etmektedir. Dolayısıyla turizm dinlenme, spor, eğlence, sağlık, inanç, sosyal, kültürel, doğal ve tarihi yerleri ziyaret gibi etkinlikleri içermektedir. Bu yönüyle önemli bir ekonomik faaliyet olan turizm, bacasız sanayi olarak adlandırılmaktadır (Tıraş ve Besnek, 2017).

Turizm sektörü ülkelerin ödemeler dengesine, bölgesel gelişmeye ve istihdama katkı sağlamaktadır. Bu nedenle turizm hareketleri ülkenin doğal ve yapay değerlerinin kullanılmasyla istihdam sağlamaya ve gelirin adaletli bir şekilde dağıtılmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca turizm sektörünün özelliğinden dolayı gelişme hareketleri endüstriyel alanlardan kırsal bölgelere taşınmaktadır. Turizme açılan kırsal alanların kalkınması, bölge halkının kamu hizmetlerinden daha fazla faydalanmasına vesile olmaktadır. Az gelişmiş veya gelişmekte olan destinasyonlar doğal çevre, dağlar, göller, deniz, iklim, tarihi eserler ve kültür gibi sahip oldukları değerleri turistik ürün olarak kullanarak ekonomilerini güçlendirmektedirler (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002). Kalkınma aracı olarak kullanılan turizm sektörü; doğal, kültürel ve tarihi yönden zengin turizm potansiyeline sahip olan ülkelere önemli düzeyde döviz girdisi sağlamakta, ulusal ekonominin kalkınmasına ve büyümesine katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle turizm çoğu ülke için önemli bir gelir kaynağı olmaktadır (Aydın ve Gencür, 2015). Dünya ekonomisi açısından vazgeçilmez bir sektör olan turizm gelirlerini yükseltmek, doğal kaynakları en iyi şekilde değerlendirmek, bölgelerarası gelişmişlik düzeyini dengelemek için önemli bir rol üstlenmektedir (Uğuz, 2011).

Kırgızistan hem zengin kültürel varlıkları, hem de henüz keşfedilmemiş doğal güzelliklerinden dolayı özellikle yabancı turistler tarafından tercih edilen ülke konumundadır. Ancak alt ve üst yapı sorunlarının yanı sıra nitelikli iş gücü eksikliği, tanıtım, reklam ve pazarlama yetersizlikleri turizmden arzu edilen sonuçların elde edilmesini engellemektedir. Bu olumsuzluklara rağmen turizm Kırgızistan'da yatırım ve kalkınma planlarında öncelikli sektörlerden biri olarak belirlenmiştir. Bu yönüyle bakıldığında ülkede turizmin gelişmesi için kamu ve özel sektör tarafından yoğun bir çaba gösterildiği belirtilmektedir (Erdem ve Bakkal, 2019).

2. KIRGIZİSTAN'IN TURİZM VARLIKLARI

Bir ülkenin veya bölgenin sahip olduğu turizmin ham maddeleri ya da kaynakları, turizm potansiyeli olarak kabul edilmektedir. Bu kaynak veya ham maddelerin işlenip değerlendirilmesi, turizm arzını doğurmakta ve arttırmaktadır. Bununla birlikte bir ülkenin, bölgenin veya yörenin turistik potansiyeli turistik ana hammaddelerden ve kaynaklardan meydana gelmektedir (Ünlüönen vd., 2007).

Tarihi zenginlikleri, kültürel yapısı ve doğal güzellikleri ile pek çok turizm çekiciliğine sahip Kırgızistan, turizm sektöründe henüz gelişme aşamasındadır. Kırgızistan, tatil ve dinlenme amacıyla Issık Göl; eko turizm açısından Sarı Çelek; kış ve kayak turizmi için Karakol gibi önemli destinasyonlara sahiptir. Termal tesisleri ve dünyanın en büyük ceviz ormanlarından biri olan Arstanbap'ın bulunduğu Calal-Abad sağlık turizminde ön plana çıkmaktadır. Ayrıca ülkede rafting, yayla, dağ ve av turizmi gibi alternatif turizm çeşitleri de bulunmaktadır. Başkent

Bişkek ise Kırgızistan'ın en önemli iş turizm merkezleri arasında gösterilmektedir (Erdem vd., 2015).

Ülkede var olan nehirler, göller, dağlar ve bakir doğal alanlar nedeni ile Kırgızistan, Orta Asya'nın İsviçre'si şeklinde tanımlanmaktadır (Palmer, 2007). Kırgızistan'da dört mevsim karla kaplı olan Tanrı Dağları kış turizmi açısından muhteşem bir potansiyel oluşturmaktadır. Kırgızistan göçebe kültürü merak eden turistler için en uygun destinasyonlardandır. Turistlere modern dünyadan uzakta Bozü'de (Kıl Çadır) geceleme, ata binme, kımız içme ve yerel yiyecekleri tatma imkânı sunulmaktadır (Yeşiltaş, 2009). Ayrıca diğer destinasyonlarda olduğu gibi Kırgızistan'ın turizm arzı da "beşeri", "doğal" ve "turizm işletmeleri" şeklinde değerlendirilmektedir (Akgöz vd., 2018).

Kırgızistan antik dönemlere uzanan tarihi geçmişe sahip bir coğrafyada yer almaktadır. Bu durum ülkede 5000'den fazla arkeolojik ve tarihi yapının bulunmasına sebep olmaktadır. Kırgızistan'ın farklı bölgelerinde M.Ö. 2000-3000 yıllarında yapıldığı tahmin edilen, kayalara işlenmiş resimler bulunmaktadır. Petroglif olarak isimlendirilen işlenmiş taşlar Kırgızistan'da Saymaluu-Taş olarak da bilinmektedir. Kırgız dilinde desenli taş manasına gelen Saymaluu-Taş aynı zamanda Fergana vadisinde 3000-3200 m. rakımda binlerce hiyeroglifin olduğu bir kanyonun da adıdır (Akgöz vd., 2018).

Karahanlılar döneminin ilk mimari eserlerinden olan Burana Minaresi Kırgızistan'daki en ünlü arkeolojik anıtlar arasında yer almaktadır. Bu minarenin bulunduğu yer Balasagun şehrinin kalıntıları olarak bilinmektedir. Kırgız hükümeti 1976 yılının Aralık ayında çıkardığı bir kararname ile Burana Minaresi ve çevresini devlet koruması altına almıştır. Bu alan Burana Açık Hava Müzesi olarak düzenlenmiş, Cumhuriyet Mimari ve Arkeoloji Kurumuna bağlanmıştır (Törökan Uulu, 2015). Ayrıca Orta Asya'nın kesme taştan yapılan tek binası olan Taş-Rabat Kırgızistan'ın Çin sınırında yer almaktadır. 10. yüzyıl sonu ile 11. yüzyıl başlarında yapıldığı tahmin edilen ve sağlam duran taş anlamına gelen yapı ülkedeki önemli tarihi eserlerdendir (Alparslan, 2006).

Bara-Kuh dağının eteğinde 3000 yıl önce kurulmuş olan Oş (Osh), Asya'nın en eski şehirlerindedir. Süleyman Şeyh'in 14. Yüzyılda buraya defnedilmesinden sonra dağın ismi Taht-i Süleyman olarak değişmiştir. Süleyman Tepesinde yer alan türbe, bölgedeki inanç turizminin merkezlerindedir (İnce vd., 2019).

Karakol bölesinde yerleşik hayata geçen Türkler toprağın ellerini siyaha boyadığını görünce buraya siyah el anlamına gelen Karakol adını vermişlerdir. Sovyet döneminde bölgenin adı Prezhevalsk olarak değiştirilmiştir. Kırgızistan'ın 1991 yılında bağımsızlığını ilan etmesinden sonra tekrar şehre eski adı olan Karakol ismi verilmiştir. Bir tek çivi kullanılmadan tamamen ahşaptan yapılan Dungan Camii ve 1871 de inşa edilmiş olan Hristiyan kilisesi Karakol'daki en önemli mimari eserlerdir (Akgöz vd., 2018).

Türkler tarafından 6. ve 12. yüzyıllar arasında Orta Asya'da yapılan, taşlara işlenmiş insan figürleri olan Balballar, Türk savaşçılarını simgelemektedir. Bu eserler Kırgızistan'ın Issık Göl, Talas, Bişkek ve Tanrı Dağları bölgelerinde

görülmektedir. Kırgızistan'da 500 civarı balbal olduğu tahmin edilmektedir (Alparslan, 2006).

İpek Yolu'nun merkezinde yer alan Kırgızistan'ın tarihi ve kültürel değerleri ana kervan yolları üzerindedir. İpek Yolu'nun geçtiği bölgelerde bulunan turistik kaynaklar, önemli bir turizm potansiyeli oluşturmaktadır (Kulnazarova, 2010).

Destinasyona ait gelenekler, görenekler, folklorik öğeler, dini inançlar, ibadet tarzları, müzik ve dans türleri, eğlence kültürü, yaşam biçimi ve yeme-içme alışkanlıkları soyut ya da manevi değerleri ifade etmektedir (Akgöz vd., 2018). Bu bakımdan da oldukça zengin potansiyele sahip olan Kırgızistan'ın en önemli folklorik değeri Manas Destanı'dır. İlyada ve Odyssea destanları toplamının yirmi (20) katı olan Manas Destanı dünyadaki en uzun destan olarak kabul edilmektedir (İnce vd., 2019). Günümüzde "Manasçı" tarafından özel etkinliklerde söylenen Manas Destanı turistler tarafından oldukça ilgi görmektedir.

Türklerin Ergenekon'dan çıkışını simgeleyen Nevruz bayramı, asırlar boyu sürdürülen bir gelenektir. İlk olarak Orta Asya'da ortaya çıkan Nevruz bayramının M.Ö. IV. yüzyıldan beri kutlandığı söylenmektedir (Kafkasyalı, 2005). Aynı şekilde Kırgızların İslamiyet öncesi dini inanç ve adetlerine göre düzenlenen Üylönü Toy (Düğün) bir tür evlilik törenidir. Ayrıca Kırgızistan'da çocuklar için Beşik Toy adı verilen beşiğe yatırma töreni de yapılmaktadır. Ata baba mirası olan ve kutsal bir eşya olduğuna inanılan beşik, çocuğun büyüüp gelişmesini sağlayan bebek yatağı olarak tanımlanmaktadır (Jumabaev, 2006).

Türk kültürüne ait geleneksel spor oyunlarının (okçuluk, atlı oyunlar, güreş, avcılık vb.) sergilendiği bir organizasyon olan Dünya Göçebe Oyunları 2014, 2016 ve 2018 yıllarında Kırgızistan'ın Issık Göl bölgesinde Çolpon Ata ve Kırçın yaylasında düzenlenmiştir. Oyunlara 2014 yılında 19, 2016 yılında 62, 2018 yılında ise 77 ülke katılmıştır. Bu bakımdan Dünya Göçebe Oyunları kısa tarihine rağmen katılımcı ülke sayısı bazında Kış Olimpiyatlarını yakalamıştır (Buyar vd., 2019). Bu durum Dünya Göçebe Oyunları'nın Kırgızistan turizmi açısından önemini ortaya koymaktadır.

Kırgızistan planör, bisiklet, binicilik, trekking, rafting, kayak ve dağcılık gibi farklı turizm çeşitlerinin birlikte değerlendirildiği ender ülkelerdendir. Mükemmel doğal güzelliklere sahip yedi bölgeden oluşan Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'in bulunduğu Çüy bölgesi doğa ve dağ turizmi açısından elverişli alanlara sahiptir. Bişkek'in güneyinde yer alan Ala Arça Milli Parkı'nda dağ yürüyüşü, dağ bisikleti, doğa turizmi ve rafting gibi turizm çeşitleri yapılmakla birlikte piknik alanı olarak da tercih edilmektedir. Ayrıca yine başkentin güneyinde yer alan sıra dağlar kış ve kayak sporları açısından çok önemlidir (Akgöz

vd., 2018). Issık Göl Bölgesi "Kırgızistan'ın incisi" olarak tanımlanmakta ve adını bölgede yer alan dünyanın ikinci büyük krater gölü olan Issık Göl'den almaktadır. Issık Göl yaz aylarında dinlenme ve eğlenme amaçlı seyahat eden yerli ve yabancı turistler tarafından en fazla tercih edilen bölgesidir (Azhimadina, 2012). Bu bölge Kırgızistan'ın en çok turist çeken turizm destinasyonudur.

Kırgızistan'ın güneydoğusunda yer alan Narın bölgesi mağara ve vadi gibi doğal güzelliklerle öne çıkmaktadır. Özellikle Narın bölgesinde bulunan tektonik göller önemli cazibe kaynakları olarak gösterilmektedir. Çatır-Göl ve Son Göl bölgedeki en önemli göllerdir (Akgöz vd., 2018). Manas Destanı'ndaki olayların geçtiği Talas bölgesine "Manas'ın karargâhı" denilmektedir. Talas Bölgesi; Beştaş Nehri ve Gölü, Karakol Yaylası ve 250'den fazla ırmağa sahiptir. Bölgenin coğrafyası alternatif turizm çeşitleri açısından da son derece elverişli ve önemlidir (Alparslan, 2006).

Kırgızistan'ın ikinci büyük bölgesi olan Oş (Osh) özellikle dağ ve kış turizmi açısından önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Oş bölgesinde bulunan dağların sahip olduğu akarsular, krater göller, bitki türleri ve diğer su kaynakları bölgenin çekiciliğini arttırmaktadır. Bu bölgede en çok ziyaretçi çeken doğal rekreasyon alanları Kırgız Ata Yaylası, Abşır Ata Şelalesi ve Kara Koy Yaylası'dır (Akgöz vd., 2018).

Batken Bölgesi sadece Afganistan ve Batken'de yetişen, endemik bir bitki olan Aygül Gülü ile ün kazanmıştır. Batken'de bulunan şifalı sular ve termal zenginlikler bölgenin bir diğer önemli özelliğidir. Ayrıca Kırgızistan'ın güneybatısında yer alan Calal-Abad bölgesi doğal kaynakları, ceviz ormanları, bakır madenleri ve kaplıcaları ile zengin bir bölgedir. Şehirden yaklaşık 5 km uzaklıkta Calal-Abad kaplıcası bulunmaktadır. Kaplıcalar uygun iklim şartlarından dolayı termal ve rekreasyon turizmi için elverişlidir. Bölgede bulunan önemli ceviz ormanları Arstanbap ve Kara – Almadır (Minbaeva, 2010).

3. KIRGIZİSTAN'IN TURİZM VERİLERİ

Kırgızistan turizmde son yıllarda gelişme göstermeye başlayan bir ülkedir. Kırgızistan'da faaliyet gösteren turizm işletmelerine ait veriler Tablo 1'de yer almaktadır. Ülkede 2019 verilerine göre 3728 işletme faaliyet göstermektedir. Bu işletmelerin içinde seyahat acenteleri 2680 işletme ile başı çekmektedir. Seyahat acentelerini 495 işletme ile restoranlar takip etmektedir. Bunun yanı sıra 194 otel işletmesi ile 78 sanatoryum ve kurort işletmesi hizmet sunmaktadır. Bunların dışında kalan, turizm işletmeleri ve dinlenme tesisleri olarak ifade edilen 259 işletme daha bulunmaktadır. Doğa koruma alanları ve milli parkların sayısı ise 22 olarak görülmektedir.

Tablo 1. Kırgızistan'ın Kayıtlı Turizm İşletmeleri

İşletme Türü	2015	2016	2017	2018	2019
Oteller	146	157	168	181	194
Turiz. İşl. Ve Dinlenme Tesisleri*	210	224	230	244	259
Restoranlar	393	411	424	457	495
Seyahat Acenteleri	2.172	2.274	2.402	2.499	2.680
Sanatoryum ve Kurortlar	75	73	75	78	78
Doğa Koruma Alanları ve Milli Parklar	19	19	19	22	22
Toplam	3.015	3.158	3.318	3.481	3.728

Kaynak: Kırgızistan Milli İstatistik Komitesi Turizm Verileri, (2020)

Tablo 2'de Kırgızistan'da faaliyet gösteren turizm işletmelerinin bölgesel dağılımı verilmektedir. Turizm destinasyonu niteliği olan bölgelerde turizm işletmelerinin sayısının yüksek olduğu görülmektedir. Kırgızistan'daki

turizm işletmeleri başkent Bışkek'te yoğunlaşmaktadır (otel: 125, restoran: 436, seyahat acentesi: 2006, sanatoryum ve kurort:22). Issık göl bölgesi ise turizm işletmeleri ve dinlenme tesisleri (117) bazında ön plana çıkmaktadır.

Tablo 2. Kırgızistan'daki Turizm İşletmelerinin Bölgelere Göre Dağılımı (2019)

İşletme Türü	Bölgeler							Toplam
	Batken	Celal-Abad	Issık Göl	Naryn	Talas	Çüy/Bışkek	Oş Bölgesi	
Oteller	5	11	27	4	1	132	13	194
Turiz. İşl. Ve Dinlenme Tesisleri	4	27	117	13	1	76	21	259
Restoranlar	1	14	9	3	1	453	14	495
Seyahat Acenteleri	12	63	226	51	10	2119	199	2.680
Sanatoryum ve Kurortlar	4	8	17	2	2	35	10	78
Doğa Koruma Alanları ve Milli Parklar	3	6	3	3	2	2	3	22

Kaynak: Kırgızistan Milli İstatistik Komitesi Turizm Verileri, (2020)

Kırgızistan'a gelen turist sayıları ise Tablo 3'de görülmektedir. 2014 yılında Kırgızistan'a gelen turist sayısı 1.245.000 iken 2018 yılında bu rakam 1.380.400 kişiye ulaşmıştır. Tablo 3 incelediğinde Kırgızistan'a gelen turist sayısında artış diğer ülkeler ile kıyaslandığında oldukça düşük olduğu anlaşılmaktadır. Kırgızistan'a gelen turist

sayısındaki artışın yavaş olmasının sebepleri sırasıyla turizm standartlarının olmaması, işletmelerde kalifiye eleman istihdam etme sıkıntısı, alt yapı yetersizliği ile tanıtım ve pazarlama eksikliği olarak gösterilebilir.

Tablo 3. Yıllara Göre Kırgızistan'a Gelen Turist Sayısı (Milyon)

Yıllar	2014	2015	2016	2017	2018
Turist sayısı	1245	1265	1273	1375	1380,4
Resmi Turizm İşletmeleri (Kayıtlı)	698	706,4	627,6	728	749,9
Resmi Olmayan Turizm İşletmeleri (Kayıtlı Olmayan)	547	558,7	645,6	647	630,5

Kaynak: Kırgızistan Milli İstatistik Komitesi Turizm Verileri, (2020)

Turizm sektörünün Kırgızistan ekonomisindeki (GSYİH) payı Tablo 4'te gösterilmiştir. Turizmden elde edilen gelir 2014 yılında 17.318.2 milyon Som iken, 2018 yılında

27.777.6 milyon Som'a yükselmiştir. Turizmin Kırgızistan ekonomisindeki payı 2013 yılında % 4,3'lük bir orana sahipken 2018 yılında bu oran % 5 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4. Kırgızistan Turizminin Gelişim Göstergeleri (Milyon Som)

Yıllar	2014	2015	2016	2017	2018
Turizmin Katma Değeri	17.318.2	20.331.4	21.673.8	26.323.1	27.777.6
Katma Değeri %	4.3	4.7	4.6	5.0	5.0

Kaynak: Kırgızistan Milli İstatistik Komitesi Turizm Verileri, (2020)

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma Kırgızistan'ın turizm potansiyeli belirlemek ve sürdürülebilir bir şekilde değerlendirilmesine katkı sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmanın evrenini olarak

Kırgızistan'da turizm bölümü olan üniversiteler oluşturmaktadır. Örneklem ise Bışkek şehrinde bulunan ve turizm bölümü olan üniversiteler seçilmiştir. Hazırlık ve birinci sınıf öğrencilerinin objektif olmayacağı düşünüldüğünden değerlendirme dışında bırakılmıştır.

* Kırgızistan Milli İstatistik Komitesi pansiyonlar, tatil köyleri, konuk evleri ve kamplar vb. konaklama işletmelerini "Turizm İşletmeleri ve Dinlenme Tesisleri" kategorisinde ifade etmektedir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu ilgili alan yazın incelenerek Doğan ve Yıldız (2007) ile Meriç (2007) tarafından yapılan çalışmalardan yararlanılarak araştırmacılar tarafından geliştirilmiş ve iki dilde (Türkçe, Rusça) çoğaltılmıştır. Anket formu dört (4) bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine yönelik altı (6); ikinci bölümde Kırgızistan'ın mevcut turizm potansiyelini belirlemek amacıyla on (10); üçüncü kısımda Kırgızistan'ın turizm değerlerinin pazarlanması ile ilgili sekiz (8); son bölümünde ise Kırgızistan'a olan turizm talebini artırmaya yönelik önerileri belirlemeye yönelik on iki (12) ifadeye yer verilmiştir. Toplam otuz altı (36) sorudan oluşan anket formu ile Bişkek'te Nisan-Mayıs 2019 tarihlerinde 400 kişiye ulaşılmıştır. Geri dönen anket formlarından hatalı ve eksik bilgi içerenler çıkarıldıktan sonra 317 tanesi değerlendirmeye alınmıştır.

Araştırmanın amacına uygun olarak tamamlanması için bir takım varsayımlara göre analizlerin yapılmalıdır. Bu amaç doğrultusunda araştırma için belirlenen hipotezler aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

- H1:** Turizm ile ilgili düşünceleri, cinsiyete göre farklılık gösterir.
H2: Turizm ile ilgili algıları, yaş durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.
H3: Turizm ile ilgili algıları, öğrenim görülen bölüme göre farklılık gösterir.
H4: Turizm ile ilgili düşünceleri, eğitim görülen sınıfa göre farklılık gösterir.
H5: Turizm ile ilgili algıları, sektördeki çalışma süresine göre farklılık gösterir.
H6: Turizm ile ilgili düşünceleri, eğitim durumuna göre farklılık gösterir.

Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek için frekans analizi yapılmıştır. Verilerin güvenilirlik analizlerini cronbach's alpha katsayısı ile ölçülmüştür. Belirlenen hipotezleri test etmek için de t testi ile anova testleri tercih edilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen verilerde eğitim durumu değişkeni ile ilgili cevap sayısı bazı gruplarda 30'dan az olduğu için parametrik olmayan testlerden Kruskal-Wallis H testi kullanılmıştır.

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırma kapsamında elde edilen veriler, amacına uygun analiz ve tablolar hazırlanarak değerlendirilmiştir. Çalışmada öncelikle güvenilirlik analizi, sonrasında da ise frekans, betimleyici ve farklılık testleri yapılmıştır.

5.1. Araştırmanın Güvenilirlik Analizleri

Alan araştırmalarında elde edilen verilerin güvenilir olup olmadığını belirlemek için Cronbach's Alpha Katsayısı kontrol edilmektedir. Yapılan test sonucunda elde edilen veriler eğer 0,00-0,40 arasında ise güvenilir olmadığı; 0,41-0,60 arasında düşük güvenilirlikte; 0,61-0,80 arasında değer elde edilmişse orta güvenilirlikte; 0,81-1,00 arası bir değer almış ise yüksek derecede güvenilir olduğu kabul edilmektedir (Kılıç, 2016: 48). Araştırma kapsamında yer alan verilerin Cronbach's Alpha Katsayısı değerleri aşağıdaki Tablo 5'de yer almaktadır. Tablo 5 incelendiğinde

Kırgızistan'ın mevcut turizm potansiyeli ile ilgili ifadelerin orta derecede, diğer bölümlerdeki ifadelerin ise yüksek derecede güvenilirlik değerine sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla elde edilen veriler ilgili analizlerin yapılması için yeterli düzeyde güvenilirliğe sahiptir.

Tablo 5. Anketin Güvenilirlik Katsayıları

	N	Cronbach's Alpha K.
Kırgızistan'ın Mevcut Turizm Potansiyeli ile İlgili ifadeler	10	0,631
Kırgızistan'ın Turizm Varlıklarının Pazarlanması ile İlgili ifadeler	8	0,837
Kırgızistan'a Yönelik Turizm Talebinin Artırılması ile İlgili ifadeler	12	0,915

5.2. Demografik Analizler ve Bulguları

Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek için frekans analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda hazırlanan Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun kadınlardan (% 72,2) oluştuğu anlaşılmaktadır. Araştırma kapsamında yer alanların tamamına yakını (289 kişi) lisans düzeyinde eğitim gördükleri ve genelinin 23 yaşından küçük olduğu, sadece % 8,5'inin 24 yaşından büyük olduğu tespit edilmiştir. Sektör deneyimi ile ilgili soruya on (10) kişi cevap vermemiş, geri kalanların da % 36,6'sı (116 kişi) bir (1) sezon, % 29,3'ü (93 kişi) de iki (2) sezonluk tecrübeye sahip olduklarını belirtmişlerdir. Araştırma kapsamında yer alanların demografik özellikleri ile ilgili diğer veriler ise aşağıdaki Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Demografik Bulgular

	N	%	
Cinsiyet	Erkek	88	27,8
	Kadın	229	72,2
Yaş	18-20	112	35,3
	21-23	178	56,2
	24 ve üstü	27	8,5
Eğitim Durumu	Ön Lisans	23	7,3
	Lisans	289	91,2
	Lisansüstü	5	1,6
Bölüm	TRO	134	42,3
	STR	83	26,2
	GMS	100	31,5
Sınıf	2. sınıf	113	35,6
	3. sınıf	129	40,7
	4. sınıf	70	22,1
	Cevapsız	5	1,6
	1 sezon	116	36,6
Çalışma Süresi	2 sezon	93	29,3
	3 sezon	66	20,8
	4 ve üstü	32	10,1
	Cevapsız	10	3,2

5.3. Betimleyici Analizler ve Bulguları

Araştırma kapsamında yer alan kişilerin hem Kırgızistan'ın mevcut turizm potansiyeli ve bu potansiyelin pazarlanması hem de ülkeye olan turizm talebinin artırılması ile ilgili düşünceleri de araştırılmıştır. Bu amaç doğrultusunda

betimleyici analizler yapılmış ve üç (3) farklı tablo ile durum özetlenmeye çalışılmıştır.

Katılımcıların Kırgızistan'ın mevcut turizm potansiyeli hakkındaki düşünceleri beş (5) ifade de orta, diğer ifadelerde ise iyi düzeydedir. Çünkü tanımlayıcı bulguların aritmetik ortalamaları; 1.00-1.80; “çok kötü”, 1.81-2.60; “kötü”, 2.61-3.40; “orta”, 3.41- 4.20; “iyi” ve 4.21-5.00; “çok iyi/mükemmel” şeklinde kabul edilmektedir (Yaman ve

Tekin, 2010). Bundan dolayı katılımcılar en fazla olumlu görüşü “*Kırgızistan doğal kaynakları ve alternatif turizm türleri ile yeterli potansiyele sahiptir*” (4,077) ifadesi ile belirtmişlerdir. En az önemsedikleri konu ise “*Kırgızistan'ın turizm alt yapısı turizmin geliştirilmesi açısından yeterlidir*” (2,725) ifadesidir. Araştırma kapsamında yer alanların Kırgızistan'ın turizm potansiyeli ile ilgili diğer düşünceleri ise aşağıdaki *Tablo 7*'de yer almaktadır.

Tablo 7. Kırgızistan Mevcut Turizminin Potansiyeli ile İlgili Düşünceler

Kırgızistan'ın mevcut turizm potansiyeli ile ilgili ifadeler	N	Ort.	SS.
1. Kırgızistan'da Turizm Bakanlığı, turizmi geliştirme görevini yerine getirmektedir.	316	3,054	0,96
2. Kırgızistan'ın turizm alt yapısı turizmin geliştirilmesi açısından yeterlidir.	316	2,725	1,106
3. Kırgızistan'ın ekonomik gelişimi için öncelikli sektör turizmdir.	315	3,521	1,101
4. Kırgızistan doğal kaynakları ve alternatif turizm türleri ile yeterli potansiyele sahiptir.	312	4,077	0,952
5. Kırgızistan'da turizmin geliştirilmesine yönelik kanunlar vardır.	317	3,322	0,963
6. Kırgızistan'ın alt yapı eksikliği turizmi olumsuz yönde etkilemektedir.	317	3,703	0,900
7. Kırgızistan'ın arazi yapısı ulaşımı olumsuz etkilemektedir.	315	3,149	1,016
8. Kırgızistan turistler için güvenli bir ülkedir.	316	3,468	1,025
9. İpek Yolu Kırgızistan turizminin gelişmesine katkı sağlamaktadır.	317	3,823	0,948
10. Kırgızistan ulusal ve uluslararası alanda yeterince tanınmaktadır.	317	2,972	1,065

Araştırmaya katılan kişilerin Kırgızistan'ın turizm değerlerinin pazarlanması ile ilgili düşünceleri genel olarak “iyi” (3.41- 4.20), iki ifade de ise “çok iyi/mükemmel” (4.21-5.00) düzeydedir. Katılımcıların turizm değerlerinin pazarlanmasında en önemli unsurun “*Kırgızistan'ın turizm işletmeleri uluslararası standartlara uygun hizmet sunmalıdır*” (4,244) olduğu görülmektedir. “*Kırgızistan*

turizminde farklılaştırılmış fiyat politikaları uygulanmalıdır” (3,797) ifadesi ise pazarlama açısından en az önemsenen konudur. Araştırmaya katılanların Kırgızistan'ın turizm varlıklarının etkin bir şekilde değerlendirilmesine ilişkin diğer görüşleri *Tablo 8*'de gösterilmektedir.

Tablo 8. Kırgızistan Turizm Varlıklarının Pazarlanması İle İlgili Düşünceler

Kırgızistan'ın turizm varlıklarının pazarlanması ile ilgili ifadeler	N	Ort.	SS.
1. Ülke turizmi için pazarlama stratejileri kamu ve özel sektör ile birlikte yapılmalıdır.	317	3,849	0,932
2. Etkin pazarlama stratejileriyle Orta Asya turizminde önemli pay sahibi olabilir.	317	4,019	0,864
3. Kırgızistan turizmde bir marka olabilmek için kaynaklarını etkin kullanmalıdır.	314	4,242	0,882
4. Kırgızistan turizminin etkin pazarlanabilmesi için olumlu bir imaj oluşturulmalıdır.	316	4,187	0,858
5. Kırgızistan turizminde farklılaştırılmış fiyat politikaları uygulanmalıdır.	315	3,797	0,88
6. Hedef pazarlardan turist getiren aracı kurumlar teşvik edilmelidir.	317	4,038	0,856
7. Kırgızistan'da turizm yatırımcılarına kolaylıklar sağlanmalıdır.	313	3,987	0,964
8. Kırgızistan'ın turizm işletmeleri uluslararası standartlara uygun hizmet sunmalıdır.	315	4,244	0,914

Katılımcıların Kırgızistan'ın turizm talebinin arttırılmasına yönelik düşünceleri de araştırılmıştır. Yapılan çalışma sonucu aşağıdaki *Tablo 9*'da yer almaktadır. İlgili tablo incelendiğinde araştırmaya katılanların Kırgızistan'ın turizm talebinin arttırılması ile ilgili en olumlu görüşleri “*Kaliteli hizmet için turizm eğitimine daha fazla önem verilmelidir*”

(4,508) ifadesidir. Katılımcıların en olumsuz görüş belirttiği konu ise “*Alternatif tur güzergâhları belirlenerek turistlerin konaklama süresi arttırılmalıdır*” (4,044) ifadesidir. Katılımcıların Kırgızistan'ın turizm talebinin arttırılması hakkındaki diğer düşünceleri *Tablo 9*'da belirtilmektedir.

Tablo 9. Kırgızistan Turizmine Olan Talebin Arttırılmasına Yönelik Düşünceleri

Kırgızistan'a yönelik turizm talebinin arttırılması ile ilgili ifadeler	N	Ort.	SS.
1. Kırgızistan'a ait alternatif turistik ürün çeşitlendirilmesi yapılmalıdır.	317	4,082	0,767
2. Dağ ve kış turizmi için alternatif turizm merkezleri oluşturulmalıdır.	317	4,319	0,793
3. Issık Göl'de rekreasyon alanlar oluşturulmalıdır.	317	4,221	0,876
4. Termal turizm tesislerinin sayısı ve hizmet kalitesi arttırılmalıdır.	316	4,187	0,843
5. Uluslararası fuarların düzenlenmesi için gerekli alt ve üst yapı çalışmaları yapılmalıdır.	317	4,297	0,853
6. Tarihi alanlar restore edilerek turizme kazandırılmalıdır.	316	4,250	0,868
7. Alternatif tur güzergâhları belirlenerek turistlerin konaklama süresi arttırılmalıdır.	317	4,044	0,888
8. Kırgız kültürüne ait eserlerin sergilenebileceği müzeler geliştirilmelidir.	317	4,293	0,900
9. Dünya Göçebe Oyunları gibi uluslararası sosyo-kültürel etkinlikler düzenlenmelidir.	317	4,410	0,843
10. Turizm destinasyonlarına ulaşım imkânları geliştirilmelidir.	317	4,369	0,803
11. Turistler ve işletmeciler için uluslararası standartlara uygun yasalar çıkarılmalıdır.	317	4,284	0,843
12. Kaliteli hizmet için turizm eğitimine daha fazla önem verilmelidir.	317	4,508	0,825

5.4. Farklılık Analizleri ve Bulguları

Araştırma kapsamında yer alanların Kırgızistan turizmi ile ilgili düşüncelerinin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Anova ve t testleri uygulanmıştır. Yapılan testler ile araştırmanın hipotezleri doğrulanmaya çalışılmıştır.

Katılımcıların Kırgızistan turizmi ile ilgili düşüncelerinde cinsiyet değişkenine göre herhangi anlamlı bir farklılık olup olmadığı t testi ile belirlenmiştir. Yapılan test sonucunda farklı cinsiyete sahip katılımcıların Kırgızistan turizmi ile ilgili düşüncelerinde herhangi anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuç araştırmanın H_1 numaralı hipotezinin *ret edildiğini* kanıtlamaktadır.

Tablo 10. Kırgızistan Turizmi İle İlgili Algıların Cinsiyet Değişkenine Göre Karşılaştırılması

	Cinsiyet	N	Ort	F	SD.	P																
Kırgızistan'ın Mevcut Turizm Potansiyeli ile İlgili Düşünceler	Erkek	88	3,369	6,157	315	0,794																
	Kadın	229	3,385				Kırgızistan'ın Turizm Varlıklarının Pazarlanması ile İlgili Düşünceler	Erkek	88	3,990	3,506	315	0,334	Kadın	229	4,063	Kırgızistan'a Yönelik Turizm Talebinin Arttırılması ile İlgili Düşünceler	Erkek	88	4,200	2,962	315
Kırgızistan'ın Turizm Varlıklarının Pazarlanması ile İlgili Düşünceler	Erkek	88	3,990	3,506	315	0,334																
	Kadın	229	4,063				Kırgızistan'a Yönelik Turizm Talebinin Arttırılması ile İlgili Düşünceler	Erkek	88	4,200	2,962	315	0,203	Kadın	229	4,298						
Kırgızistan'a Yönelik Turizm Talebinin Arttırılması ile İlgili Düşünceler	Erkek	88	4,200	2,962	315	0,203																
	Kadın	229	4,298																			

Kırgızistan turizmi hakkındaki düşüncelerin katılımcıların yaş değişkenine göre anlamlı bir değişiklik gösterip göstermediğini analiz etmek için de Anova Post Hoc testlerinden Tukey uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda aşağıda yer alan tablo hazırlanmıştır. Tablo 11 incelendiğinde katılımcıların farklı yaş gruplarında olması sadece turistik ürün ve hizmetlerin pazarlanması ile ilgili düşüncelerinde farklılık göstermektedir. (p=0,011).

Farklılığın 21-23 yaş grubunda yer alanlar ile 24 ve üstü yaşa sahip olanlardan kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Bu durum araştırmanın H_2 numaralı hipotezinin *kabul edildiğini* açıklamaktadır. Farklı yaş gruplarında yer alan kişilerin Kırgızistan'ın mevcut turizm potansiyeli ve talebin arttırılması ile ilgili düşüncelerinde ise herhangi anlamlı bir farklılık görülmemektedir.

Tablo 11. Kırgızistan Turizmi İle İlgili Algıların Yaş Değişkenine Göre Karşılaştırılması

	Yaş Grubu	N	Ort.	SS.	F	P	Açıklama
Kırgızistan'ın Mevcut Turizm Potansiyeli ile İlgili Düşünceler	A 18-20	112	3,414	0,404	0,455	0,635
	B 21-23	178	3,366	0,505			
	C 24 ve üstü	27	3,337	0,654			
Kırgızistan'ın Turizm Varlıklarının Pazarlanması ile İlgili Düşünceler	A 18-20	112	4,107	0,513	4,600	0,011	B<C
	B 21-23	178	3,964	0,648			
	C 24 ve üstü	27	4,296	0,603			
Kırgızistan'a Yönelik Turizm Talebinin Arttırılması ile İlgili Düşünceler	A 18-20	112	4,253	0,484	0,550	0,578
	B 21-23	178	4,265	0,677			
	C 24 ve üstü	27	4,389	0,701			

Araştırma kapsamında farklı bölümlerde turizm eğitimi alan kişilerin görüşleri de değerlendirilmiştir. Farklı bölümlerde öğrenim görenlerin turizm ile ilgili düşünceleri de Anova Post Hoc testlerinden Tukey ile incelenmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda araştırma kapsamında yer alan kişiler farklı bölümlerde öğrenim görseler de Kırgızistan'ın

turizm potansiyeli, pazarlanması ve talebin arttırılması ile ilgili görüşlerinde anlamlı farklılık görülmemiştir. Yapılan değerlendirme H_3 numaralı hipotezin *ret edildiği* sonucunu vermektedir.

Tablo 12. Kırgızistan Turizmi İle İlgili Algıların Öğrenim Görülen Bölüme Göre Karşılaştırılması

		N	Ort.	SS.	F	P
Kırgızistan'ın Mevcut Turizm Potansiyeli ile İlgili Düşünceler	TRO	134	3,377	0,484	0,447	0,640
	STR	83	3,346	0,465		
	GMS	100	3,414	0,509		
Kırgızistan'ın Turizm Varlıklarının Pazarlanması ile İlgili Düşünceler	TRO	134	4,086	0,679	1,018	0,362
	STR	83	3,965	0,453		
	GMS	100	4,050	0,615		
Kırgızistan'a Yönelik Turizm Talebinin Artırılması ile İlgili Düşünceler	TRO	134	4,284	0,661	0,127	0,881
	STR	83	4,242	0,412		
	GMS	100	4,278	0,697		

Araştırma çerçevesinde turizm eğitimi alanlardan hazırlık ve birinci (1.) sınıf öğrencileri değerlendirme dışında bırakılmıştır. Katılımcıların sınıf değişkenine göre düşüncelerinde herhangi anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla Anova Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Test sonucunda hazırlanan tablo

incelendiğinde katılımcılar farklı sınıflarda turizm ile ilgili öğrenim görmelerine rağmen Kırgızistan turizmi hakkındaki düşüncelerinde anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($p>0,05$). Bu sonuç araştırmanın H_4 numaralı hipotezinin *ret edildiği* sonucunu ifade etmektedir.

Tablo 13. Kırgızistan Turizmi İle İlgili Algıların Sınıf Değişkenine Göre Karşılaştırılması

	Sınıfı	N	Ort.	SS.	F	P
Kırgızistan'ın Mevcut Turizm Potansiyeli ile İlgili Düşünceler	2. Sınıf	113	3,422	0,493	1,101	0,334
	3. Sınıf	129	3,335	0,475		
	4. Sınıf	70	3,407	0,484		
Kırgızistan'ın Turizm Varlıklarının Pazarlanması ile İlgili Düşünceler	2. Sınıf	113	4,015	0,637	0,491	0,612
	3. Sınıf	129	4,075	0,531		
	4. Sınıf	70	3,995	0,686		
Kırgızistan'a Yönelik Turizm Talebinin Artırılması ile İlgili Düşünceler	2. Sınıf	113	4,250	0,577	0,539	0,584
	3. Sınıf	129	4,244	0,551		
	4. Sınıf	70	4,334	0,782		

Kırgızistan'da turizm oldukça yeni ve gelişmeye açık bir sektördür. Bu özelliğinden dolayı iş gücü devir hızı oldukça yüksektir. Çalışanların sadece % 10,1'i 4 sezon veya daha fazla sezon sektörde çalıştıklarını beyan etmişlerdir. Bunların turizm ile ilgili düşüncelerinde farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla da Anova Post Hoc

testlerinden Tukey yapılmıştır. Analiz sonucunda hazırlanan tablo aşağıda yer almaktadır. Tablo 14 incelendiğinde kişilerin sektör deneyimleri farklı olsa da turizm ile ilgili düşüncelerinde anlamlı bir farklılığın olmadığı anlaşılmaktadır. Bu durumda H_5 hipotezi *reddedilmiştir*.

Tablo 14. Kırgızistan Turizmi İle İlgili Algıların Sektör Deneyimlerine Göre Karşılaştırılması

		N	Ort.	SS.	F	P
Kırgızistan'ın Mevcut Turizm Potansiyeli ile İlgili Düşünceler	1 sezon	116	3,415	0,479	0,420	0,739
	2 sezon	93	3,388	0,485		
	3 sezon	66	3,372	0,463		
	4 ve üstü	32	3,309	0,578		
Kırgızistan'ın Turizm Varlıklarının Pazarlanması ile İlgili Düşünceler	1 sezon	116	4,018	0,628	0,625	0,599
	2 sezon	93	4,049	0,522		
	3 sezon	66	4,108	0,610		
	4 ve üstü	32	3,936	0,808		
Kırgızistan'a Yönelik Turizm Talebinin Artırılması ile İlgili Düşünceler	1 sezon	116	4,256	0,605	1,105	0,347
	2 sezon	93	4,278	0,526		
	3 sezon	66	4,351	0,609		
	4 ve üstü	32	4,109	0,922		

Araştırma kapsamında elde edilen verilerde eğitim durumu değişkeni ile ilgili cevap sayısı bazı gruplarda 30'dan az olduğu için parametrik olmayan testlerden Kruskal-Wallis H testi yapılmıştır. Çünkü parametrik testlerin uygulanabilmesi için her bir grubun asgari örnek sayısının 30 olması, dağılımın normal olması ve gruplar arası varyansın eşit olması gerekmektedir (Saruhan ve Özdemirci, 2013:214).

Yapılan analiz sonucunda Tablo 15 hazırlanmıştır. Söz konusu tablo incelendiğinde katılımcıların Kırgızistan turizmi ile ilgili düşüncelerinde herhangi anlamlı bir farklılık görülmemektedir ($p>0,05$). Bu durum araştırma için belirlenen H_6 numaralı hipotezin *kabul edilmediğini* ifade etmektedir.

Tablo 15. Kırgızistan Turizmi İle İlgili Algıların Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

	Kırgızistan'ın Mevcut Turizm Potansiyeli	Kırgızistan'ın Turizm Varlıklarının Pazarlanması	Kırgızistan'ın Turizm Talebinin Artırılması
Ki Kare	2,145	4,784	2,603
SD	2	2	2
Anlamlılık	0,342	0,091	0,272

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma Kırgızistan'ın mevcut turizm potansiyelini belirlemek, pazarlama etkinliğini sağlamak ve turizm talebini artırmaya yardımcı olmak amacıyla hazırlanmıştır. Yapılan çalışma sonucunda Kırgızistan'ın muhteşem doğası, tarihi ve kültürel zenginlikleri, eşsiz dağları ve gölleri ile birlikte sağlık turizmi açısından da önemli bir potansiyele sahip olduğu anlaşılmaktadır. Araştırma kapsamında Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'te turizm eğitimi alan ve turizm tecrübesine sahip kişilere ulaşılmış ve onların verdiği bilgilere göre değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışma kapsamında yer alan kişiler farklı demografik özelliklere sahip olsalar da Kırgızistan turizmi ile ilgili düşüncelerinde sadece yaş değişkenine göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Diğer değişkenlerde ise herhangi anlamlı bir farklılık görülmemektedir.

Araştırma verileri incelendiğinde Kırgızistan'ın oldukça zengin alternatif turizm türlerine sahip olduğu belirtilmektedir. Örneğin Kırgızistan için önemli bir turizm potansiyeline sahip Dünya Göçebe Oyunları, Olimpiyat Oyunları karşısında önemli bir organizasyondur (Orçan, 2018). Ayrıca Kırgızistan'ın doğal güzellikleri, kültürel zenginliği ve turizm faaliyetleri henüz bireysel olarak gerçekleştirildiğinden bozulmamış bir doğaya sahip olması da çevreci turistler için ilgi çekicidir. (Erdem & Bakkal, 2019). Kış turizm faaliyetleri ülke de gerçekleşen turizm etkinliklerini tüm yıla yayılmasına vesile olmaktadır (Tür, 2018). Bu açıdan değerlendirildiğinde ortalama 2 500 m. rakıma sahip Kırgızistan'da önemli kış turizm ve kayak merkezleri de bulunmaktadır. Tüm bu avantajlı duruma rağmen henüz bundan etkin faydalanamadığı da belirtilmektedir. Bunların giderilmesi için yapılması gerekenler aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Kırgızistan'ı ziyaret edenlerin hem sayısını hem de yapmış oldukları harcama miktarlarını artırabilmek için öncelikle turizm işletmelerinde uluslararası standartlara uygun ürün ve hizmetler sunulmalıdır.
- Turistler herhangi bir destinasyonu tercih ederken genel olarak imaja göre karar vermektedirler. Kırgızistan tarihi ipek yolu güzergâhında bulunması, tarihi ve kültürel zenginlikleri, muhteşem coğrafyası ile turizm için oldukça avantajlı konuma sahiptir. Bundan etkin bir şekilde yararlanabilmek için de imaj çalışmalarına ağırlık vererek uluslararası düzeyde marka destinasyon olmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır.
- Turizm ile ilgili veriler incelendiğinde Kırgızistan'da turizm faaliyetleri genel olarak kısa dönemlerde gerçekleştirildiği, konaklama süresinin de oldukça düşük olduğu anlaşılmaktadır. Bu sorunu

giderebilmek amacıyla alternatif tur güzergâhlarının belirlenerek konaklama süresi uzatılmalıdır.

- Tanıtım için ulusal ve uluslararası çeşitli etkinliklere ev sahipliği yapmak veya katılmak önemlidir. Ancak gerçek tanıtım destinasyonu ziyaret edenlerin memnun edilmesi ve gittikleri yerlerde destinasyon ile ilgili olumlu mesajlar vermesi ile gerçekleştirilir. Bu amaç doğrultusunda turizm eğitimine ağırlık verilerek misafirlere kaliteli hizmet sunulmalı ve misafir memnuniyeti üst seviyeye çıkarılmalıdır.

KAYNAKLAR

- Akgöz, E., Erdem, B., Gök, T., İnce, C., Alimov, U., Turganbaeva, N. Ve Asanova, K. (2018). *Kırgızistan'da Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması İle İlgili Bir Model Önerisi*. Bişkek: BYR Publishing.
- Alparıslan, F. (2006). *Kırgızistan Turizm Coğrafyası* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü.
- Aydın, A., & Gencür, A. S. (2015). Türkiye'nin Turizm Arzı, Piyasa Yapısı ve Global Riskler: Keşifsel Bir Yaklaşım. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 43-64.
- Azhimadina, R. (2012). *Kırgızistan'da Turizm Sektörünün Gelişmesinde Halkla İlişkilerin Rolü* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Buyar, C., Türkmen, M., & Useev, N. (2019). *Türk Halklarının Geleneksel Spor Oyunları III (Bildiri Kitabı)*. Bişkek.
- Doğan, S., & Yıldız, Z. (2007). Bölgesel Kalkınma, Turizmin İlişkisi ve Göller Bölgesi Kalkınmasında Alternatif Turizm Potansiyelinin Kullanılabilirliğine Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(6), 147-181.
- Erdem, B., & Bakkal, S. (2019). Kırgızistan'ı Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Memnuniyet Algıları. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15(2), 582-611.
- Erdem, B., Gülcan, B., Tokmak, C., Asanova, K., & Margazieva, N. (2015). Kırgızistan konaklama Sektöründe İnsan Kaynakları Profili Araştırması. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(3), 69-92.
- İnce, C., Matkerimova, B., & Kaparova, A. (2019). *Kırgızistan'ın Gastronomi Turizmi ve Haritası*. Bişkek: Byr Publishing House.
- Jumabaev, M. (2006). *Kırgız Gelenek ve İnançlarında Dini Ritüeller* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara : Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kafkasyalı, A. (2005). Türk Dünyasında Nevruz Geleneğine Toplu Bakış. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 149-172.

Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın Alfa Güvenirlik Katsayısı. *Journal of Mood Disorders*, 6(1), 47-48. doi:10.5455/jmood.20160307122823

Kulnazarova, A. (2010). Orta Asya Geçiş Ekonomilerinde Turizm Sektörünün Mevcut Durumu Ve Gelişme Olanakları: Kırgızistan Örneği (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Meriç, P. Ö. (2007). İzmir'de Turizm Sektörünün Geliştirilmesinde Turistik Ürün Çeşitlendirmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 298-316.

Minbaeva, A. (2010). Kırgızistan Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Uygulanabilecek Turistik Ürün Çeşitleri (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Orçan, M. (2018). Milli Kimlik İnşası Bakımından Dünya Göçebe Oyunları: Kırgızistan Örneği (s. 557-574). *Türk Halklarının Geleneksel Spor Oyunları III*, Bıkk: Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları

Öztürk, Y., & Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(2), 183-195.

Palmer, N. (2007). Ethnic Equality, National Identity and Selective Cultural Representation in Tourism Promotion: Kyrgyzstan, Central Asia. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 645-662.

Saruhan, Ş. C., & Özdemirci, A. (2016). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Stat.Kg. (2020). *Kırgızistan Milli İstatistik Komitesi Turizm Verileri*. 02 20, 2020 tarihinde [www.stat.kg: http://www.stat.kg/en/statistics/turizm/](http://www.stat.kg/en/statistics/turizm/) adresinden alındı

Tıraş, M., & Besnek, F. (2017). Osmaniye İli'nin Turizm Potansiyeli. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 757-777.

Törökan Uulu, E. (2015). Burana Müzesi ve Balasagın (Çev. Bilal Yıldız). *Amasya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2(4), 121-145.

Tür, E. (2018). Türkiye ve İsviçre'nin Kış Turizm Faaliyetleri Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Çalışma. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 10-31.

Uğuz, S. Ç. (2011). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Burhaniye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli. *Marmara Coğrafya Dergisi*(24), 332-353.

UNWTO. (2019). *Glossary of Tourism Terms*. 02 24, 2019 tarihinde [www.unwto.org: http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryterms.pdf](http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryterms.pdf) adresinden alındı

Ünlüöner, K., Tayfun, A., & Kılıçlar, A. (2007). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Yaman, S., & Tekin, S. (2010). Öğretmenler İçin Hizmet-İçi Eğitime Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirilmesi. *Bayburt Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(I-II), 76-88.

Yeşiltaş, M. (2009). Obstacles To The Tourism Development In Kyrgyzstan. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(22), 239-248.