



Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi

www.turib.org



Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Bişkek İli'nin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi*

Ümit SORMAZ**, Nurudin KIDIRALIYEV^b, Sapargül TURDUBEKOVA^c, Nadira TURGANBAEVA^d,
Dinara İSOKAVA^e, Gülmira SAMATOVA^f

^a Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye ve Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Bişkek, Kırgızistan, usormaz@erbakan.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7514-1500

^b Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Bişkek, Kırgızistan, nurudin.kidiraliyev@manas.edu.kg, ORCID: 0000-0002-6168-8772

^c Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Bişkek, Kırgızistan, sapargul.turdubekova@manas.edu.kg, ORCID: 0000-0001-5623-8147

^d Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Bişkek, Kırgızistan, nadira.turbanbaeva@manas.edu.kg, ORCID: 0000-0002-7620-9236

^e Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Bişkek, Kırgızistan, dinara.isakova@manas.edu.kg, ORCID: 0000-0003-1623-4509

^f Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Bişkek, Kırgızistan, gulmira.samatova@manas.edu.kg, ORCID: 0000-0002-7237-9510

Öz
Turizm endüstrisi son yıllarda önemli ölçüde gelişmiştir. Turizm işletmeleri ile yerel yönetimler yaptıkları yatırımlar, düzenledikleri etkinlikler ve gerçekleştirdikleri tanıtım ve pazarlama faaliyetleri ile destinasyonların turizm açısından gelişmesini arzu etmektedirler. Farklı alanlarda uygulanan ve belirli projelerin, kararın ve politikaların belirlenmesinde sistematik bir şekilde kullanılan SWOT analizi, son yıllarda turizmin gelişimi amacıyla turizm endüstrisinde de uygulanmaktadır. Bu çalışma, Bişkek ilinin sürdürülebilir turizm kapsamında gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi amacıyla yürütülmüştür. Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar çerçevesinde, Bişkek ilinin gastronomi turizminin geliştirilmesinde Bişkek ili turizm paydaşlarına öneriler geliştirilmesi hedeflenmiştir. Araştırmaya, Bişkek il merkezinde hizmet veren 247 turizm işletmesini temsilen turizm işletmecileri veya yöneticileri dahil edilmiştir. Katılımcılar ile daha önceden hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüşme formu ile görüşme yapılmıştır. Araştırma sonucunda; Bişkek ili gastronomi turizminin güçlü yönü olarak “yerel halkın konukseverliği” (%77.7), geliştirilmeye açık yönü olarak “uluslararası restoran derecelendirme sisteminin olmaması” (%65.2) belirlenmiştir. Bişkek ili gastronomi turizminin sahip olduğu fırsat olarak “turizmin sürekli gelişmesi” (%63.6) ve tehdit olarak “turizm eğitimi almış personelin sektörde istihdam olmaması” (%55.9) tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda Bişkek ilinin gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sürdürülebilir turizm, Gastronomi turizmi, SWOT analizi, Bişkek.

Jel kodu: L83, Z32, Z30

Evaluation of The Gastronomy Tourism Potential of Bishkek Within The Scope of Sustainable Tourism with SWOT Analysis

Abstract

The tourism industry has developed significantly in recent years. Tourism businesses and local governments want destinations to develop in terms of tourism, with the investments they make, the events they organize, and the promotion and marketing activities they carry out. SWOT analysis, which is applied in different areas and used to systematically evaluate certain projects, decisions and policies, has been applied for the development of tourism industries in recent years. This study was carried out to evaluate the gastronomic tourism potential of Bishkek within the scope of sustainable tourism with SWOT analysis. Within the framework of the results obtained within the scope of the research, it is aimed to develop suggestions for the tourism stakeholders of Bishkek in the development of gastronomic tourism in Bishkek. Tourism operators or managers representing 247 tourism enterprises serving in the city center of Bishkek were included in the research. The participants were interviewed with a semi-structured interview form prepared in advance. As a result of the research; the strength of gastronomic tourism in Bishkek was determined as “hospitality of the local people” (77.7%), and the weakness was determined as “the absence of an international restaurant rating system” (65.2%). As the opportunity of gastronomic tourism in Bishkek; “continuous development of tourism” (63.6%) and “lack of employment of personnel who have received tourism training” (55.9%) were determined as threats. According to the research results; suggestions have been developed for the development of gastronomic tourism in Bishkek.

Keywords: Tourism, Sustainable tourism, Gastronomy tourism, SWOT analysis, Bishkek.

Jel Code: L83, Z32, Z30

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 31.05.2023

Birinci Düzeltme : 15.06.2023

Kabul : 15.07.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Sormaz, Ü., Kidiraliyev, N., Turdubekova, S., Turganbaeva, N., İsoakava, D., & Samatova, G. (2023). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Bişkek İli'nin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(3), 137-154

* Bu araştırmanın etik kurul izini Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun (BAYEK) 31 Mart 2023 tarihli 2023-3 nolu toplantı kararı ile alınmıştır.

** Sorumlu yazar e-posta: Ü. Sormaz (usormaz@erbakan.edu.tr)

1. Giriş

Turizm endüstrisi son yıllarda önemli ölçüde gelişmiştir. Dünya genelinde birçok ülke ekonomisi büyük ölçüde turizm sektörü gelirlerine bağlı olduğundan turizm endüstrisinin ülke ekonomisine olan katkısı büyük ölçüde yükselmiştir (Butowski, 2018; Camarda & Grassini, 2003; Grelaud & Ziveri, 2020; Nezha ve diğerleri, 2021). Turistik yiyecek tüketiminin küresel olarak destinasyonlar üzerindeki önemli etkileri son zamanlarda turizm bağlamında vurgulanmıştır (Mak ve diğerleri, 2012; Kafadar & Sormaz, 2022).

Uygulamada turizm, çeşitli deneyim biçimlerinde yer alan somut ve soyut varlıkların bir karışımıdır. Günümüzde turizm profesyonelleri kadar bilim camiası da gastronomi turizmi gibi turizmin birçok farklı yönünü veya türünü tanımakta ve dünya çapında turizmin hızlı gelişimini desteklemek için araçlar sağlamaya çalışmaktadır. Eşitsiz gelişme ile ilgili önemli olumsuz sosyal ve çevresel etkiler de rapor edilmiş olsa da, bu gelişme açıkça ekonomik faydalar ve yerel ve bölgesel kalkınma ile ilişkilidir. Bu olumsuz etkileri en aza indirmek için sürdürülebilir kalkınma politikaları hâlihazırda uygulanmaktadır. Bu bağlamda gastronomi turizmi, mevsimsellik sorununun çözümüne de katkı sağlayabilecek alternatif bir sürdürülebilir turizm biçimidir (Pavlidis & Markantonatou, 2020).

Yerel kalkınmanın veya yerel ekonomik kalkınmanın temel özellikleri, ekonomik büyümeyi teşvik etmek ve yerel ekonomik tabanı çeşitlendirmektir. Çalışmalar, mevcut ekonomik krizin, yenilikçi alternatifler için yerel bir arayışa nasıl yol açtığını göstermektedir. Günümüzde bunlardan biri de bölgede her türden gastronomik faaliyetlerde bulunmaktır (Ramukumba ve diğerleri, 2012; Londoño, 2015). Gastronomi turizminin hizmet ekonomisinden deneyim ekonomisine geçişte tüm gereksinimleri karşıladığı belirtilmektedir (Nesterchuk ve diğerleri., 2021). Bu araştırma, Bişkek ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin sürdürülebilir turizm açısından SWOT analizi yöntemi ile değerlendirilmesi ve geliştirilmesine yönelik turizm paydaşlarına öneriler sunabilmek amacı ile yürütülmüştür. Bişkek, son dönemlerde Orta Asya'da turizm sektörü açısından cazibe merkezlerinden biri haline gelmiştir. Ancak, Bişkek şehrinde diğer özel ilgi turizmi alanlarının gelişimi gibi gastronomi turizminin de geliştirilmesi için daha bilinçli, planlı ve stratejik önlemlerin alınması zaman, emek ve sermaye gibi parametrelerin etkili kullanılması için önemlidir. Bu nedenle, araştırma sonucunda geliştirilen öneriler doğrultusunda atılacak adımlar, gerçekleştirilecek projeler ve yapılacak yatırımlar şehrin gastronomi turizminin daha kısa sürede ve daha etkili bir biçimde gelişmesine katkı sağlayacaktır.

2. Literatür Taraması

2.1. Gastronomi Kavramı ve Gastronomi Turizmi

Her ne kadar birçok kaynak gastronomiyi sadece yeme içme sanatı olarak tanımlasa da aslında edebiyat, tarih, psikoloji, felsefe, sosyoloji, beslenme, tıp, biyoloji, kimya, tarım, müzik ve jeoloji ile doğrudan ilgili disiplinlerarası bir bilim ve sanat dalıdır (Kivela & Crotts, 2006). Gastronomi, mümkün olabilecek en iyi şekilde beslenme ile insan sağlığını korumayı, yaşamdan ve yemekten zevk alınmasının sağlanmasını amaçlamaktadır. Sağlıklı bir ortamda üretilen ve diğer duyuları da (görme ve dokunma gibi) tatmin edecek şekilde özel bir şekilde sunulmaya hazır yiyecek ve içecekler de gastronomi ile yakından ilgili konular arasında yer almaktadır (Sormaz ve diğerleri, 2016).

Günümüzde gastronomi turizmi küresel bir trend ve dünya turizminin en dinamik gelişen sektörlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Nesterchuk ve diğerleri, 2021). Mutfak, bir toplumun sahip olduğu farklı kimliklerin bir araya geldiği yerdir. Mutfak, gündelik hayatın, dini inançların, alışkanlıkların, gelenek ve

göreneklerin aynasıdır (Sormaz ve diğerleri, 2016). Birçok yemek türü ve gastronomi alışkanlığı bölge ve ülkelerle yakından ilişkilidir. İtalya pizza ve makarnayla, İngiltere balık ve patatesle, Yunanistan souvlaki ve musakkayla, İsveç'in batı kıyısı kabuklu deniz ürünleriyle ve Norveç'te Voss smalahove ile kolayca ilişkilendirilir (Gyimóthy & Mykletun, 2009).

Gastronomi turizminin temeli, bölgesel özelliklerle tanımlanan ve bölgeye turist çekebilen otantik bir üründür. Gastronomi turizminin; politika geliştirme ve entegre planlama, ürün geliştirme ve paketleme, promosyon ve pazarlama, dağıtım ve satış, turizm destinasyonlarındaki operasyonlar ve hizmetler gibi turizm değer zincirindeki temel faaliyetlerle bağlantılı olduğu için önemi bir çok yerde vurgulanmaktadır (Nesterchuk ve diğerleri, 2021).

2.2. Gastronomi ve Sürdürülebilir Turizm

Günümüzde yerel gıdaya olan ilgi, çevre, etik, sürdürülebilirlik ve yerel sağlık konularıyla ilgili konuların yanı sıra tüketicilerin yerel ağları ve ekonomileri destekleme ve karbon ayak izlerini azaltma istekleri ile açıklanmaktadır (Pesonen ve diğerleri, 2011).

Gıda, sosyal ve kültürel bir miras olmanın yanı sıra vazgeçilmez bir metadır. Gıdanın toplumda çok işlevli birleştirici bir rol oynadığı ve sürdürülebilir gıda sistemlerinin sürdürülebilir toplulukları desteklediği öne sürülmüştür. Gıda, yaşam tarzlarını, sağlığı ve alışkanlıkları olduğu kadar toprak, su, enerji, ulaşım ve ekosistem hizmetleri için tasarım modelini de etkilemektedir (Pavlidis & Markantonatou, 2020). Kendi içinde niş bir pazar olan gastronomi turizmi destinasyon turizminin genişlemesinde önemli faktörleri ele almaktadır. Büyük ölçüde yeme kültürü tarafından etkilenmekte olan gastronomi turizmi, toplumun eğilimleri ve kitle iletişim araçları ile tüketici alışkanlıklarında ki değişim, uzun süreli seyahat, ev dışında yemek yeme, küreselleşme süreci ve çok kültürlülüğün büyümesi, daha sağlıklı ve daha çeşitli beslenme için daha yüksek kaliteli gıda ihtiyacı gibi sürdürülebilirlik için önemli olan faktörlerden de etkilenmektedir (Gajic, 2015). Gastronomi turizmi özgünlük, kültür ve geleneklere ilgi ve saygı, sağlıklı yaşam tarzı, sürdürülebilirlik, deneyim ve izlenimler gibi yeni trendlerle ilişkili tüm geleneksel değerleri birleştirmektedir. Son yıllarda gastronomi, belirli bir bölgenin kültürü ve yaşam tarzı ile tanışmanın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir (Hegarty & O'Mahony, 2001; Sormaz ve diğerleri., 2016).

2.3. SWOT Analizi

SWOT (Güçlü ve Zayıf Yönleri, Fırsatlar ve Tehditler) analizi, belirli bir statükoyu analiz etmek için kullanılan bir araştırma yöntemidir. SWOT matrisi olarak da bilinen SWOT analizi, belirli bir kararı, projeyi veya politika direktifini sistematik bir şekilde değerlendirmek için iş alanında sıklıkla kullanılmış ve doğal kaynak yönetimine kadar genişletilmiştir (Schmoltd ve diğerleri., 2001).

İlk olarak 1970'lerde işletme yönetimi için bir araç olarak kullanılan SWOT analizi bir kuruluşun, endüstrinin, şirketin, sektörün veya ekosistemin "güçlü yönlerini" (S), "zayıf yönlerini" (W), "fırsatlarını" (O) ve "tehditlerini" (T) değerlendirmek amacıyla uygulanmaktadır (Gao & Peng, 2011). Bu teknik, mevcut ve gelecekteki potansiyelin daha iyi yönlendirilmesine ve tanımlanmasına olanak tanıyan dahili (güçlü ve zayıf yönler) ve harici (fırsatlar ve tehditler) faktörleri değerlendirmek için kullanılmaktadır (Nezha ve diğerleri, 2021).

Sürdürülebilir turizmin değerlendirilmesinde de kullanılan bu yöntem (NOAA, 2011) SWOT matrisi olarak sunulduğunda çevresel yönetimi ve planlamayı içeren stratejik planlamada kullanılabilir (Scolozzi & Schirpke, 2016; Zavadskas ve diğerleri, 2011). Özellikle turizm sektörünün farklı düzeylerde karşılaştığı zorlukları daha iyi anlamak için kullandığı gibi (Goranczewski & Puciato, 2010; Kantawateera ve diğerleri,

2013; Mohezar ve diğerleri, 2017; Mondal, 2017; Tambunan, 2020) gastronominin ve destinasyonun gastronomi turizminin farklı düzeylerde karşılaştığı zorlukları daha iyi anlamak ve geliştirmek amacıyla kullanılmıştır (Çelebi & Sormaz, 2021; Deniz & Atışman, 2017; Teyin ve diğerleri, 2021).

3. Yöntem

3.1. Araştırma Amacı ve Modeli

Araştırmada; Bişkek ilinin sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi potansiyelinin mevcut güçlü-zayıf yönlerinin ve sahip olduğu fırsat-tehditlerinin tespit edilmesi amacıyla yürütülmüştür. Araştırmanın sonucunda ise, hem Bişkek ili hem de bölge için sürdürülebilirlik kapsamında gastronomi turizminin gelişmesinde tüm Bişkek ili turizm paydaşlarına yönelik gastronomi turizmi stratejileri ve politikaların belirlenmesi ve geliştirilmesi hedeflenmiştir.

3.2. Araştırmada Evren ve Örneklem

Bişkek ilinde faaliyet gösteren turizm işletmeleri araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenini oluşturan işletmelere ait bilgiler Kırgız Cumhuriyeti Ulusal İstatistik Komitesi'nden edinilmiştir (National Statistical Committee of the Kyrgyz Republic, 2022). Bişkek ilinde faaliyet gösteren turizm işletmelerine ait bilgiler verilmiştir (Tablo 1).

Tablo 1. Bişkek İli Turizm İşletmeleri

	n	%
Aşkana (yöresel restoran)	173	6.1
Banket Hall (toplu yemek işletmeleri)	156	5.5
Çayhana (yöresel restoran)	304	10.7
Fast Food restoran (hızlı hazır restoran)	809	28.4
Restoran	161	5.6
Otel	246	8.6
Diğer yiyecek ve içecek işletmeleri	1002	35.1
TOPLAM	2851	100.0

Araştırmaya, Bişkek ilinde faaliyet gösteren ve restoran hizmeti veren aşkana, banket hall, çayhana, restoran (n; 794) ve bünyesinde restoran hizmeti veren otel işletmeleri (n; 159) dâhil edilmiştir. Araştırmanın örneklemini ise, Bişkek il merkezinde restoran hizmeti veren ve araştırmanın evrenini oluşturan 794 restoran işletmesi ve 159 otel işletmesinden araştırmaya katılmaya gönüllü olan otel ve restoran işletmeleri yönetici ya da işletmecisi pozisyonunda görevli olan toplam 247 kişi oluşturmuştur.

3.3. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel yöntem ile desenlenmiş araştırmalarda incelenen olgu ya da olay hakkında derin bir algıya ulaşma gayreti söz konusudur (Morgan, 1996). Nitel araştırmalarda olay ve algıların doğal ortamında ve sosyal gerçeklikte derinlemesine olacak şekilde incelenmesinin temel alınması, farklı disiplinleri birleştiren bütüncül bir bakış açısına da sahip olan araştırmaların yürütülmesine imkân sağlamaktadır. Bu nedenle nitel araştırma, genellikle gözlem, görüşme, doküman ve söylev analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanılması esasına dayanmaktadır (Hatch, 2002; Merriam & Grenier, 2019).

Sosyal bilimler alanından görüşme yöntemi sık sık kullanılan bir veri toplama tekniğidir (Kozak, 2001). Görüşme tekniği, araştırmaya dahil olan katılımcıların belirli bir durum ya da konu hakkındaki duygu ve düşüncelerinin anlaşılması amacıyla yapılmaktadır. Bilgi toplamak amacı ile gerçekleştirilen ve bir sohbet niteliğinde olan görüşme yöntemi, araştırmaya dahil edilenlerin belirli bir konu veya durum hakkındaki duygu ve düşüncelerinin anlaşılması etkinliğidir (Berg & Lune, 2015; Karataş, 2017).

Araştırmada veri toplamak amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formu daha önce yürütülen araştırmalarda (Çelebi & Sormaz, 2021; Öz ve diğerleri, 2023; Özkan ve diğerleri, 2019; Sandıkçı ve diğerleri, 2022; Teyin ve diğerleri, 2021; Yeşiltaş ve diğerleri, 2009) kullanılan sorulardan derlenerek hazırlanmıştır.

Araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formu üç bölümden oluşmuştur.

- Katılımcıların kişisel bilgilerine ulaşılmasını amaçlayan; demografik bilgiler bölümü (3 soru)
- Katılımcıların mesleki bilgilerine ulaşılmasını amaçlayan; mesleki bilgiler bölümü (4 soru)
- Katılımcıların çalıştıkları işletmelere dair bilgilere ulaşılmasını amaçlayan; işletme bilgileri bölümü (6 soru)
- Bişkek ili gastronomi turizminin güçlü-zayıf yönleri ile sahip olduğu fırsatlar-tehditlere ulaşılmasını amaçlayan; SWOT analizi bölümü (4 soru)yer almaktadır.

Araştırmada veriler 01-30 Mayıs 2023 tarihleri arasında araştırmaya katılmaya gönüllü turizm işletmelerinin yöneticileri ve işletmecinin çalıştıkları işletmelerinde araştırmacılar tarafından yüz yüze görüşülerek ulaşılmıştır.

3.4. Verilerin Değerlendirilmesi

Bu yöntem, kendi içerisinde ayrı ayrı yürütülen iki analiz aşamasına dayanmaktadır:

1. İlk adım, SWOT' un amaçlarına göre "güçlü ve zayıf yönler" üzerine bir tartışmayı içeren iç faktörleri (yerel analiz) analiz etmek.
2. İkinci adım, SWOT' un amaçlarına göre ilgili "fırsatlar ve tehditler" (olumlu/olumsuz çerçeve koşulları, potansiyel şanslar ve riskler) hakkında bir tartışma içeren dış faktörleri (küresel analiz) analiz etmektedir (Harfst ve diğerleri, 2010). İç ve dış çevresel faktörlerin taranması, sürdürülebilir kalkınmanın bir bileşeni olan stratejik planlama sürecinin önemli bir parçasıdır. Stratejik ortamın böyle bir analizi, bir stratejinin formüle edilmesinde ve seçilmesinde etkilidir (Reihanian ve diğerleri, 2012). Bişkek ilinin gastronomi turizminin tespit edilmesi amaçlanan çalışmada gastronomi turizminin ilk olarak iç faktörleri güçlü (S) ve zayıf (W) yönler sınıflandırıldıktan sonra dış faktörler olan fırsatlar (O) ve tehditler (T) sınıflandırılmıştır.

4. Bulgular

Araştırmaya katılanların %25.1'i otel işletmelerinde (n:62) ve %74.9'u restoran işletmelerinde (n:185) çalışmaktadır. Araştırmaya gönüllü olarak katılan turizm işletmeleri işletmeci ya da yöneticilerinin demografik bilgileri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

	Otel İşletmeleri		Restoran İşletmeleri		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Cinsiyet						
Kadın	24	38.7	60	32.4	84	34.0
Erkek	38	61.3	125	67.6	163	66.0
Yaş						
18-30 yaş	9	14.5	21	11.4	30	12.2
31-45 yaş	17	27.5	66	35.7	83	33.6
46-60 yaş	25	40.3	84	45.4	109	44.1
61 yaş ve üstü	11	17.7	14	7.5	25	10.1
Eğitimi						
İlköğretim	6	9.7	29	15.7	35	14.2
Ortaöğretim	17	27.5	87	47.0	104	42.1
Önlisans	29	46.8	47	25.4	76	30.8
Lisans	10	16.0	22	11.9	32	12.9
TOPLAM	62	100.0	185	100.0	247	100.0

Tablo 2’de, katılımcıların %34.0’ü kadın (n:84) ve %66.0’sı erkektir (n:163). Katılımcıların %44.1’i 46-60 yaş aralığında olup %42.1’i ortaöğretim mezunudur. Tablo 3’te katılımcılara ait mesleki bilgiler yer almaktadır.

Tablo 3. Mesleki Bilgiler

	Otel İşletmeleri		Restoran İşletmeleri		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Mesleki Eğitim						
Mesleki diploma	8	12.9	25	13.5	33	13.4
Kurs bitirme belgesi	11	17.7	31	16.8	42	17.0
Herhangi bir belgesi yok	43	69.4	129	69.7	172	69.6
İşletmedeki Pozisyonu						
Yönetici	47	75.8	43	23.2	90	36.4
İşletmeci	15	24.2	142	76.8	157	63.6
Sektörde Çalışma Süresi						
5 yıldan daha az	14	22.6	37	20.0	51	20.6
6-10 yıl	19	30.6	40	21.6	59	23.9
11-20 yıl	23	37.1	86	46.5	109	44.1
21-30 yıl	6	9.7	22	11.9	28	11.4
Şu an ki İşletmede Çalışma Süresi						
5 yıldan daha az	20	32.3	43	23.2	63	25.5
6-10 yıl	16	25.8	72	38.9	88	35.6
11-20 yıl	21	33.9	54	29.2	75	30.4
21 yıldan daha fazla	5	8.0	16	8.7	21	8.5
TOPLAM	62	100.0	185	100.0	247	100.0

Tablo 3'te, katılımcıların %69.6'sının herhangi bir belgesi olmadığı, %63.6'sının işletmeci pozisyonunda işletmede çalıştığı, %44.1'inin sektörde 11-20 yıldır çalışmakta olduğu ve %35.6'sının şu an ki işletmesinde 6-10 yıldır çalışmakta olduğu tespit edilmiştir. Tablo 4'te işletmelere ait bilgiler yer almaktadır.

Tablo 4. İşletme Bilgileri

	Otel İşletmeleri		Restoran İşletmeleri		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Sahiplik Yapısı						
Ulusal Zincire Bağlı	14	22.6	115	62.2	129	52.2
Bağımsız	48	77.4	70	37.8	118	47.8
Şube Sayısı						
Yok	48	77.4	70	37.8	118	47.8
1-5 şube	9	14.5	68	36.8	77	31.2
6-10 şube	5	8.1	37	20.0	42	17.0
11-20 şube	0	0.0	10	5.4	10	4.0
Hizmet Süresi						
1 yıldan az	7	11.3	11	5.9	18	7.3
1-4 yıl	7	11.3	37	20.0	44	17.8
5-9 yıl	12	19.4	89	48.1	101	40.9
10-14 yıl	31	50.0	30	16.2	61	24.7
15 yıl ve üzeri	5	8.0	18	9.8	23	9.3
Personel Sayısı						
10 kişiden az	9	14.5	24	13.0	33	13.4
10-49 kişi	14	22.6	106	57.3	120	48.6
50 kişiden fazla	39	62.9	55	29.7	94	38.0
Yönetim Şekli						
Yatırımcı yönetir	6	9.7	29	15.7	35	14.2
Departman şefleri yönetir	42	67.7	21	11.4	63	25.5
İşletme müdürü yönetir	14	22.6	135	72.9	149	60.3
TOPLAM	62	100.0	185	100.0	247	100.0

Tablo 4'te, katılımcıların %52.2'sinin ulusal zincire bağlı işletmeler olduğu, %47.8'inin şubesinin olmadığı, %40.9'unun sektörde 5-9 yıl hizmet verdiği, %48.6'sının 10-49 kiki personeli olduğu ve %60.3'ünün işletme müdürü tarafından yönetildiği belirlenmiştir. Bişkek ilinin gastronomi turizmi bakımından güçlü yönlerine ait işletme temsilcilerinden elde edilen bilgiler tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Bişkek İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Güçlü Yönleri

Güçlü Yönler	n	%
1. Yerel halkın konuksever olması	192	77.7
2. Yerel halkın birkaç yabancı dilli konuşabilmesi	140	56.7
3. Yiyecek ve içecek işletmelerinin hizmet odaklı çalışması	135	54.5
4. Yiyecek ve içecek işletmelerinin yerel ürünleri kullanabilmesi	119	48.2
5. Yiyecek ve içecek işletmelerinin işletme derecelendirme sitelerindeki puanlarının yüksek olması ve yorumlarının iyi olması	103	41.7
6. Bölgenin tarihi geçmişi	84	34.0
7. Kolay ve hızlı ulaşım imkânı	79	31.9
8. Yiyecek ve içecek işletmelerinin kaliteli ürün sunabilmesi	71	28.7
9. Yerel ve bölgesel olarak yeşil alanların ve parkların yeterli sayı ve nitelikte olması	55	22.3
10. Bölgenin Türk tarihi açısından önemi	32	13.0

Gastronomi turizmi açısından Bişkek ilinin güçlü yönleri değerlendirildiğinde; yerel halkın konuksever olması (%77.7), yerel halkın birkaç yabancı dili konuşabilmesi (%56.7), yiyecek ve içecek işletmelerinin hizmet odaklı çalışması (%54.5), yiyecek ve içecek işletmelerinin yerel ürünleri kullanabilmesi (%48.2), yiyecek ve içecek işletmelerinin işletme derecelendirme sitelerindeki puanlarının yüksek olması ve yorumlarının iyi olması (%41.7), bölgenin tarihi geçmişi (%34.0), kolay ve hızlı ulaşım imkânı (%31.9), yiyecek ve içecek işletmelerinin kaliteli ürün sunabilmesi (%28.7), yerel ve bölgesel olarak yeşil alanların ve parkların yeterli sayı ve nitelikte olması (%22.3) ve bölgenin Türk tarihi açısından önemli olması (%13.0) olarak belirlenmiştir (Tablo 5). Bişkek ilinin gastronomi turizmi açısından zayıf yönlerine dair ait katılımcılardan elde edilen bilgiler Tablo 6'da yer almaktadır.

Yerel halkın konuksever olması yerli turistlerin Bişkek ilini tercih etmelerinde en büyük etmendir. Şehri ziyarete gelen yabancı turistler ile yerel halkın farklı diller konuşabilmesi yetenekleri sayesinde iletişim kurabilmeleri özellikle yöresel restoran işletmeleri açısından önemlidir. Bu güçlü yön sayesinde yabancı turistlere Bişkek ili yöresel lezzetlerin tanıtımı, hazırlanması, sunumu gibi yabancı turistlerin restoranlardan beklentilerini karşılayabilmek mümkün olmaktadır.

Tablo 6. Bişkek İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Zayıf Yönleri

Zayıf Yönler	n	%
1. Uluslararası restoran derecelendirme sisteminin olmaması	161	65.2
2. Restoran fiyatlarının yüksek olması	154	62.3
3. Turizm teşviklerinin yetersiz olması	144	58.3
4. Gastronomi turlarının düzenlenmemesi	137	55.5
5. Uluslararası zincir restoran ve konaklama işletme sayısının yetersizliği	110	44.5
6. Bölgeye ait geleneksel ve yöresel yemek çeşitliliğinin az olması	85	34.4
7. Konaklama fiyatlarının yüksek olması	82	33.1
8. Şehri ziyarete gelen yerli ve yabancı turistlerin şehirde yeterince konaklamaması	81	32.8
9. Bölge gastronomisini tanıttığı festival, yarışma gibi etkinliklerin olmaması	68	27.5
10. Yetişmiş personelin Rusya, Türkiye, Almanya gibi ülkelere göç etmesi	41	16.6
11. Turizm profesyonellerinin eksikliği	20	8.1

Gastronomi turizmi açısından Bişkek ilinin zayıf yönleri değerlendirildiğinde; uluslararası restoran derecelendirme sisteminin olmaması (%65.2), restoran fiyatlarının yüksek olması (%62.3), turizm teşviklerinin yetersiz olması (%58.3), gastronomi turlarının düzenlenmemesi (%55.5), uluslararası zincir restoran ve konaklama işletme sayısının yetersizliği (%44.5), bölgeye ait geleneksel ve yöresel yemek çeşitliliğinin az olması (%34.4), konaklama fiyatlarının yüksek olması (%33.1), şehri ziyarete gelen yerli ve yabancı turistlerin şehirde yeterince konaklamaması (%32.8), bölge gastronomisini tanıttıcı festival, yarışma gibi etkinliklerin olmaması (%27.5), yetişmiş personelin Rusya, Türkiye, Almanya gibi ülkelere göç etmesi (%16.6) ve turizm profesyonellerinin eksikliği (%8.1) olarak belirlenmiştir (Tablo 6).

Ülkede maalesef restoran derecelendirme sistemi bulunmamaktadır. Bu zayıf yön turistlerin restoran işletmesi seçiminde sadece restoran değerlendirme sitelerindeki yorumlara güvenmelerini mecbur bırakmaktadır. Ayrıca, ülkede gıda maddelerinin ülke talebini karşılayacak oranda yetişmemesi, bu gıda maddelerinin komşu ülkelerden ithal edilmesine ve restoran satış fiyatlarının artmasına neden olmaktadır. Ülke yönetimi ve yerel yönetimlerin turizm işletmeleri için yeterli teşvik paketleri hazırlamaması da yeni işletmelerin açılmamasının, açılanların ise kendilerini yenileyememelerine neden olmaktadır.

Bişkek ilinin gastronomi turizmi açısından barındırdığı fırsatlar Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7. Bişkek İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Barındırdığı Fırsatlar

Fırsatlar	n	%
1. Turizmin sürekli gelişimi	157	63.6
2. Yerel kültürün korunması ve geleneksele bağlı kalınması	135	54.7
3. Turizmin gelişimini destekleyebilecek STK'ların var olması	110	44.5
4. Şehrin doğal ekosisteminin korunması ve ekosistem için oluşabilecek tehditlerin önlenmesinde çaba harcanması	104	42.1
5. Araştırmaya açık turizm alanlarının olması	82	33.2
6. Gastronomi işletmelerinin açılması ve çalıştırılmasında potansiyelin olması	63	25.5
7. Şehrin alternatif turizm imkanları (dağ turizmi, sağlık turizmi, kış turizmi gibi)	49	19.8

Araştırma gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen verilerin Bişkek ilinin gastronomi turizmi açısından fırsatlarına yönelik değerlendirmelerin içerik analizleri incelendiğinde; turizmin sürekli gelişimi (%63.6), yerel kültürün korunması ve geleneksele bağlı kalınması (%54.7), turizmin gelişimini destekleyebilecek STK'ların var olması (%44.5), şehrin doğal ekosisteminin korunması ve ekosistem için oluşabilecek tehditlerin önlenmesinde çaba harcanması (%42.1), araştırmaya açık turizm alanlarının olması (%33.2), gastronomi işletmelerinin açılması ve çalıştırılmasında potansiyelin olması (%25.5) ve şehrin alternatif turizm imkânları (dağ turizmi, sağlık turizmi, kış turizmi gibi) (%19.8) olarak belirlenmiştir (Tablo 7).

Bişkek ili turizm çeşitliliğinin artması ve ili tercih eden yerli ve yabancı turist için alternatif turizm çeşitliliğinin oluşturulabilmesi ilin en büyük turizm fırsatı olarak görülmektedir. Ayrıca, yerel halkın geçiş dönemlerinde (doğum, düğün, ölüm gibi) gelenek ve göreneklerini devam ettirmeleri, yaz dönemlerinde yaylalarda geleneksel Kırgız Bozüyüklerinde yaşamaları gibi yerel kültürü yaşamaya devam etmeleri gastronomi turizmi açısından fırsatlar olarak değerlendirilmektedir. Turizmi destekleyecek STK'ların hızlı bir şekilde oluşumu ve turizm paydaşları ile birlikte hareket edebilmeleri de yine fırsatlar arasında gösterilmiştir.

Bişkek ilinin gastronomi turizmi açısından barındırdığı tehditleri Tablo 8'de gösterilmektedir.

Tablo 8. Bişkek İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Potansiyel Tehditleri

Tehditler	n	%
1. Turizm sektörüne yönelik eğitim alan yetişmiş personelin sektörde çalışmaya devam etmemesi	138	55.9
2. Kış mevsiminde yaşanan hava kirliliği nedeni ile bu dönem yabancı turist sayısında ki düşüş	112	45.3
3. Yabancı turistler için yeterli kalite otel ve restoran işletmesi sayısının az olması	85	34.4
4. Yoğun araç trafiği	51	20.6
5. Restoran işletmelerinde iş gören devir hızının yüksek olması	37	14.9

Bişkek ilinin gastronomi turizmi açısından potansiyel tehditlerine değerlendirildiğinde; turizm sektörüne yönelik eğitim alan yetişmiş personelin sektörde çalışmaya devam etmemesi (%55.9), kış mevsiminde yaşanan hava kirliliği nedeni ile bu dönem yabancı turist sayısında ki düşüş (%45.3), yabancı turistler için yeterli kalite otel ve restoran işletmesi sayısının az olması (%34.4), yoğun araç trafiği (%20.6) ve restoran işletmelerinde iş gören devir hızının yüksek olması (%14.9) olarak belirlenmiştir (Tablo 8).

Bişkek ilinde turizm alanında eğitim almış personel kariyer, ekonomik, ailevi gibi farklı nedenler ile farklı ülkelerde turizm sektöründe çalıştığı gibi ülke içinde turizm dışında farklı sektörlerde istihdam olmaları, Bişkek ilinde faaliyet gösteren turizm işletmelerinin nitelikli personel bulamamasına neden olmaktadır. Bu durum, ilin nitelikli turizm hizmeti vermesini önemli ölçüde tehdit etmektedir.

Bişkek ili yılın birçok ayı bölgenin en temiz havasına sahiptir. İlin genelinde kış mevsiminde konutlarda doğalgaz kullanılmaktadır. Ancak, kış aylarında müstakil konutlarda kullanılan farklı ve kalitesiz yakıtlar, araç yoğunluğundan oluşan egzoz gazları gibi havanın kirlenmesine neden olan faktörler nedeniyle il merkezine kış mevsiminde yerli ve yabancı turist gelişini azaltıcı tehdit unsurudur. Ülke ve yerel yönetimlerin bu konuda önlemler alması gerekmektedir.

5. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Gastronomi turizmi, turizmin çeşitlendirilmesi için son yıllarda oldukça popüler olmuş ve tüm atılan adımlarda ön plana çıkmış olup, aynı zamanda şehirlerin kendi kültürlerini tanıtmaya fırsatını da sunmuştur (Bozkurt ve diğerleri, 2019). Araştırmamızda, Bişkek ilini temsilen otel (%25.1) ve restoran (%74.9) işletmelerinde yönetici ya da işletmeci pozisyonunda görevli toplam 247 kişi katılmıştır. Araştırma sonucunda, yerel halkın konuksever olması (%77.7), yerel halkın birkaç yabancı dili konuşabilmesi (%56.7) ve yiyecek ve içecek işletmelerinin hizmet odaklı çalışması (%54.5) Bişkek ilinin gastronomi turizmi açısından güçlü yönleri iken (Tablo 5) ve uluslararası restoran derecelendirme sisteminin olmaması (%65.2), restoran fiyatlarının yüksek olması (%62.3) ve turizm teşviklerinin yetersiz olması (%58.3) Bişkek ilinin gastronomi turizmi açısından zayıf yönleri olarak belirlenmiştir (Tablo 6). Kushniruk ve Rutynskyi (2021), destinasyonda faaliyet gösteren restoran çeşitliliğinin olmasının ve bu restoranların altyapılarının güçlü olmasının yöre yemeklerinin, gastronomisinin gelişimine etkisi olduğunu vurgulamaktadır. Dolayısı ile restoranların var olması, çeşitliliği ve alt yapısının güçlü ve yeterli olması gastronomi turizmi açısından da bölgenin güçlü yönü olarak değerlendirilebilir. Akturfan ve diğerleri, (2022) destinasyonun sahip olduğu farklı özel ilgi turizm etkinliklerinin ve restoran kalitesinin bölgenin gastronomi turizmi açısından güçlü yönleri olarak değerlendirildiğini vurgulamaktadır.

Bölgenin sahip olduğu yemekler ve yiyecekler bir destinasyonun tercih edilmesinde önemli bir faktör olduğundan (Björk & Kauppinen-Räisänen, 2016) gastronomi turizminin gelişiminde en güçlü yönlerden biri

olarak kabul edilebilir (Kafadar & Sormaz, 2022). Bu nedenler, yerel turistik ürünlerin ortaya çıkarılması, tanıtılması ve pazarlanması ile sadece turizm veya gastronomi değil, aynı zamanda bölgesel kalkınma için de bir itici güç olarak kabul edilebilir (Angler, 2015).

Araştırma sonucunda, turizmin sürekli gelişimi (%63.6), yerel kültürün korunması ve geleneksele bağlı kalınması (%54.7) ve turizmin gelişimini destekleyebilecek STK'ların var olması (%44.5) Bişkek ilinin gastronomi turizmi açısından barındırdığı fırsatlar iken (Tablo 7), turizm sektörüne yönelik eğitim alan yetişmiş personelin sektörde çalışmaya devam etmemesi (%55.9), kış mevsiminde yaşanan hava kirliliği nedeni ile bu dönem yabancı turist sayısında ki düşüş (%45.3) ve yabancı turistler için yeterli kalite otel ve restoran işletmesi sayısının az olması (%34.4) Bişkek ilinin gastronomi turizmi açısından barındırdığı potansiyel tehditleri olarak belirlenmiştir (Tablo 8). Indra ve diğerleri, (2022) bölgede otellerin, alışveriş merkezlerinin, yemek alanlarının, müzelerin, ATM alanlarının olması bölge turizmini geliştirmeye potansiyelinin olduğunu vurgulamaktadır.

Yeme içme kültürü ve yemek ve içecekler turistleri bir destinasyona çeken en önemli unsurlar olduğundan hiç şüphesiz gastronomi turizminin gelişiminde önemli bir potansiyeldir (López-Guzmán & Sánchez-Cañizares, 2012). Nurwitasari (2015) çalışmasında, halkın mutfak turizmi anlayışının yerel mutfak merkezlerine yapılan ziyaretlerle sınırlı olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca, gastronomi turizminin, yerel bölgenin potansiyel zenginliklerini ve kültürel çekiciliklerini arttırabileceğini vurgulamaktadır. Bu nedenle, bu unsurların mutfak potansiyeli ile birleştirme yoluyla daha fazla turist çekmek için teşvik edilmesinin bölge gastronomi turizmi açısından potansiyel olduğunu vurgulamaktadır.

Araştırmada elde edilen sonuçlar doğrultusunda Bişkek ilinin gastronomi turizminin geliştirilmesi için şu öneriler geliştirilmiştir;

Bişkek ili gastronomi turizminin tespit edilen güçlü yönlerinin geliştirilmesi için;

- Yerel halkın sahip olduğu konuksevirliliği turizm işletmelerine de yansıtılması ve işletmelerin hizmet odaklı politika izlemesi,
- Yerel halktan birkaç yabancı dili konuşabilenlerin turizm işletmelerinde istihdamının sağlanması,
- Yiyecek ve içecek işletmelerinin kullandıkları gıda maddelerinde yerel ürünlerin kullanımının teşvik edilmesi, bu yöntem ile yiyecek ve içecek işletmelerinin ürün kalitesinin daha da arttırılması ve işletme yöneticilerinin yerel kalkınma için bilgilendirilmesi,
- Yiyecek ve içecek işletmelerinin derecelendirme sitelerinde yer alan olumsuz yorumları ile düşük puanlarının analizinin yapılması, yorumlarının daha olumlu ve puanların daha yüksek olması için çalışmaların işletme yöneticileri ve akademisyenlerce planlanması,
- Bölgenin tarihi geçmişini turizm açısından daha aktif kullanımının sağlanması,
- Bölgenin sahip olduğu yeşil alan ve parklardan turizm sektöründe daha fazla yararlanılmasının sağlanması,
- Türk tarihi ve dünyası için önemli bir merkez olan Bişkek ilinin Türk dünyası için cazibe merkezi haline gelmesi için çalışma ve projelerin geliştirilmesi.

Bişkek ili gastronomi turizminin tespit edilen zayıf yönlerinin geliştirilmesi için;

- Uluslararası derecelendirme sistemlerinin (Michelin Yıldızı, World's 50 Restaurants, Forbes Travel Guide, Gault & Millî, Zagat gibi) Bişkek iline gelmesi veya aktif olarak kullanılması,
- Restoran fiyatlarının misafirlere göre makul fiyatlara çekilmesi, restoran servis ücreti olarak alınan ücretin yüzdelerle düşürülmesi,
- Turizm teşviklerinin devlet yetkililerince artırılması ve işletmelerce kendilerini ve hizmetlerini geliştirilmesinde kullanılmasının sağlanması ve bunun denetiminin yapılması,
- Bölgede gastronomi turlarının düzenlenmesi, tanıtımının ve pazarlamasının ulusal ve uluslararası turizm platformlarında yapılması,
- Uluslararası zincir turizm işletmelerinin Bişkek ilinde şubelerini açması için görüşmelerin yapılması ve teşvik edilmeleri,
- Bölgeye ait geleneksel ve yöresel yemeklerin ve çeşitliliğin artırılmasına yönelik devlet kurumları ile akademisyenlerin çalışmalarda bulunmaları, unutulmuş ya da unutulmaya yüz tutan Kırgız yemeklerinin tespit edilip tekrar menülerde yer verilmesine yönelik projelerin geliştirilmesi,
- Konaklama fiyatlarının misafirlerin tercih edebileceği seviyelere çekilmesinde çalışmaların yapılması ve gerekli sistemlerin (yeşil otel, eko-hotel gibi) geliştirilmesi,
- Şehri ziyarete gelen yerli ve yabancı turistlerin şehirde konaklama gece sayısının artırılmasında ve dolayısıyla şehirde yapacağı harcama oranının artırılmasına yönelik çalışmaların yapılması (etkinliklerin düzenlenmesi, özel ilgi turizminin artırılması gibi),
- Bölge gastronomisinin tanıtım ve pazarlamasında gastronomi etkinliklerinin (festival, yarışma, panel çalıştay, sempozyum, kongre gibi) nitelik ve nicelik olarak artırılması,
- Bişkek ilinde faaliyet gösteren eğitim kurumlarının turizm profesyonellerini yetiştirmesi ve bu personelin Bişkek ili dışına çıkmasının engellenmesi için imkanlarının geliştirilmesi.

Bişkek ili gastronomi turizminin tespit edilen fırsatlarının artırılması ve geliştirilmesi için;

- Bişkek ilinde turizm sektörünün gelişimi için tüm turizm paydaşlarının koordinasyonunun sağlanması,
- Geleneklerine bağlılığın devamının sağlanması ve önünde ki engellerin kaldırılması, gelecek nesilde bu özelliğin devamı için eğitim müfredatlarında yer verilmesi,
- Turizmin gelişiminde önemli bir rol üstlenen STK'ların daha aktif olmasının sağlanması,
- Şehrin mevcut ekosisteminin korunmasında turizm paydaşlarının yerel yönetimlerle birlikte çalışması,
- Araştırmaya açık turizm alanları için bölgenin akademisyenlerinin çalışmaları ve geliştirecekleri projeler ile alternatif turizm alanları ve turistik ürünlerin geliştirilmesi, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri ile yerli ve yabancı turist için cazibe merkezi olmasının sağlanması,
- Her geçen gün sayısı artan gastronomi ve yiyecek ve içecek işletmelerinin niceliklerinin yanında niteliklerinin de artmasının sağlanması.

Bişkek ili gastronomi turizminin tespit edilen potansiyel tehditlerin azaltılması ve önüne geçilmesi için;

- Turizm eğitimi alan yetişmiş personelin sektörde devam etmemesine neden olan etmenlerin tespit edilmesi ve bunların kaldırılarak personelin devamının sağlanması,
- Kış mevsiminde yaşanan hava kirliliğinin azaltılması ya da giderilmesinde yerel yönetimlerin çalışmalar yapması,
- Yüksek kalite düzeyinde hizmet veren otel ve restoran işletmelerin sayısının arttırılması, mevcut işletmelerinin hizmet kalitelerinin arttırılmasında işletme yöneticileri ile birlikte çalışılması,
- Restoran işletmelerinde yaşanan personel yüksek devir hızının düşürülmesine yönelik işletme yöneticileri ile birlikte çalışılması.

Bişkek ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirildiği ve geliştirilebilmesi için öneriler geliştirilen bu araştırma, belirli bir zaman dilimi içerisinde ve sınırlı sayıda gönüllü katılımcılar ile yürütülmüştür. Gelecekte yürütülecek benzer çalışmaların hem daha geniş bir zamanda diliminde hem daha fazla işletme temsilcisinin katılımının sağlanması ile farklı veri toplama yöntemlerinin de uygulanacağı daha geniş kapsamlı olarak yapılabilecek ve Kırgızistan'ın farklı illeri ile kıyaslanabilmesi mümkün olabilecektir.

Destek Bilgisi: Bu çalışmanın hazırlanması süresince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Etik Kurul Onayı: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 05.04.2023 tarih ve R.30.2023/BAYEK-5319 sayılı kararı ile etik kurul izni alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: 1. Yazar: %40, 2. Yazar: %20, 3. Yazar: %10, 4. Yazar: %10, 5. Yazar: %10, 6. Yazar: %10.

Kaynakça

- Akturfan, M., Çınar, Z., & Özata, E. (2022). Karaman ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *GastroMedia Journal*, 1(1), 19-29.
- Angler, K. (2015). Craft wines -with question marks. In V. Oraszi (Ed.). *Grapes, wine, tourism: studies on viticulture, viticulture and wine tourism* (18-34). Pécs: Pécs University.
- Berg, B.L., & Lune, H. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (Çev. Aydın H.). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Björk, P., & Kauppinen-Räisänen, H. (2016). Exploring the multi-dimensionality of travellers' culinary-gastronomic experiences. *Current Issues in Tourism*, 19(12), 1260-1280.
- Bozkurt, İ., Yıldırım, E., & Dağ, T. (2019). Mardin ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi: SWOT analizi örneği. In O. Emir (Ed.), 20. *Ulusal - 4. Uluslararası Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı* (pp.339-346). *Anadolu Üniversitesi Basım Evi*, Eskişehir.
- Butowski, L. (Ed.). (2018). *Mobilities, Tourism and Travel Behavior - Contexts and Boundaries*. InTech. doi: 10.5772/intechopen.68212
- Camarda, D., & Grassini, L. (2003). Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region. In *Conference on the Relationships between Global Trades and Local Resources in the Mediterranean Region, Rabat (Morocco)*, CIHEAM-IAMB.
- Çelebi, E., & Sormaz, Ü. (2021). SWOT analysis of gastronomy tourism in Balıkesir province gulf districts within the scope of sustainable tourism. *Tourism Economics, Management and Policy Research (TEMAPOR)*, 1(1), 20-30.
- Deniz, T., & Atışman, E. (2017). Kayseri ilinin gastronomi turizmine yönelik bir SWOT analizi çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 56-65.
- Gajic, M. (2015). Gastronomic tourism-a way of tourism in growth. *Quaestus Multidisciplinary Research Journal*, 6, 155-166.
- Gao, C.Y., & Peng, D.H. (2011). Consolidating SWOT analysis with nonhomogeneous uncertain preference information. *Knowledge-Based Systems*, 24(6), 796-808.
- Goranczewski, B., & Puciato, D. (2010). SWOT analysis in the formulation of tourism development strategies for destinations. *Turyzm/Tourism*, 20(2), 45-53.
- Grelaud, M., & Ziveri, P. (2020). The generation of marine litter in Mediterranean island beaches as an effect of tourism and its mitigation. *Scientific Reports*, 10(1), 20326.
- Gyimóthy, S., & Mykletun, R.J. (2009). Scary food: Commodifying culinary heritage as meal adventures in tourism. *Journal Vacation Marketing*, 15(3), 259-273.
- Harfst, J., Wirth, P., Lintz, G., & Bieberstein, C. (2010). Strengths, weaknesses, opportunities and threats of European mining regions (SWOT Report I) (pp. 103). Germany, Dresden: Leibniz Institute of Ecological and Regional Development (IOER).
- Hatch, J.A. (2002). *Doing qualitative research in education settings*. New York, USA: State University of New York Press.

- Hegarty, J.A., & O'Mahony, G.B. (2001). Gastronomy: A phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. *International Journal of Hospitality Management*, 20(1), 3-13.
- Indra, F., Juliana, J., Hubner, I., & Sitorus, N.B. (2022). Development of gastronomic tourism potential in Pontianak West Kalimantan. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 1(5), 28-42.
- Kafadar, A.M.H., & Sormaz, U. (2022). Determining innovative applications in restaurant businesses: The case of Istanbul. *GastroMedia Journal*, 1(2), 1-13.
- Kantawateera, K., Naipinit, A., Sakolnakorn, T.P.N., Churngchow, C., & Kroeksakul, P. (2013). A SWOT analysis of tourism development in Khon Kaen, Thailand. *Asian Social Science*, 9(17), 226.
- Karataş, Z. (2017). Sosyal bilim araştırmalarında paradigma değişimi: Nitel yaklaşımın yükselişi. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 68-86.
- Kivela, J., & Crotts, J.C. (2006). Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kozak, N. (2021). *Bilimsel araştırma tasarım yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kushniruk, H., & Rutynskyi, M. (2022). Development of the infrastructure of Turkish restaurants in the tourist center of Eastern Europe: The case of Kyiv. *GastroMedia Journal*, 1(1), 1-18.
- López-Guzmán, T., & Sánchez-Cañizares, S. (2012). Culinary tourism in Córdoba (Spain). *British Food Journal*, 114(2), 168-179.
- Londoño, M.D.P.L. (2015). Promoting gastronomic tourism to foster local development: The stakeholder's perspective. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 6(11), 54-74.
- Mak, A.H., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171-196.
- Mason, J. (2017). *Qualitative researching*. London, UK: Sage Publication.
- Merriam, S.B., & Grenier, R.S. (2019). *Qualitative research in practice: Examples for discussion and analysis*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.
- Mohezar, S., Moghavvemi, S., & Zailani, S. (2017). Malaysian Islamic medical tourism market: A SWOT analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 8(3), 444-460.
- Mondal, M.S.H. (2017). SWOT analysis and strategies to develop sustainable tourism in Bangladesh. *UTMS Journal of Economics*, 8(2), 159-167.
- Morgan, D.L. (1996). *Focus groups as qualitative research (C. 16)*. New York: Sage Publications.
- National Statistical Committee of the Kyrgyz Republic (2022, December 16). The list of tourism business. Retrieved from <http://www.stat.kg/en/opendata/>.
- Nesterchuk, I., Balabanyts, A., Pivnova, L., Matsuka, V., Skarha, O., & Kondratenko, I. (2021). Gastronomic tourism: Features and development tools. *Linguistics and Culture Review*, 5(S4), 1871-1885.
- Nezha, M., Rossi, A., El Khalidi, K., Pavel, A. B., El Ouaty, O., & Fekri, A. (2021). A SWOT analysis to understand the impact of tourism industry on the three pillars social economy and environment. In *SHS Web of Conferences*. EDP Sciences.

- NOAA (2011, November 9). Assessment for sustainable tourism. Retrieved from http://sanctuaries.noaa.gov/management/international/pdfs/day2_assessment_manual.pdf.
- Nurwitasari, A. (2015). Pengaruh wisata gastronomi makanan tradisional sunda terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Kota Bandung. *Jurnal Barista*, 2(1), 93-102.
- Öz, H., Sormaz, Ü., Nizamlıoğlu, H., & Akdağ, G. (2023). Hatay ilinin gastronomi turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 7(1), 95-107.
- Özkan, M., Kasap, M., & Sormaz, Ü. (2019). Gaziantep ilinin coğrafi işaret alabilecek yemeklerinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. In *GANUD International Conference on Gastronomy, Nutrition and Dietetics Conference Proceeding (pp.143-158)*. Gaziantep: Iksad Publishing House.
- Pavlidis, G., & Markantonatou, S. (2020). Gastronomic tourism in Greece and beyond: A thorough review. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100229.
- Pesonen, J., Komppula, R., Kronenberg, C., & Peters, M. (2011). Understanding the relationship between push and pull motivations in rural tourism. *Tourism Review*, 66(3), 32-49.
- Ramukumba, T., Mmbengwa, V.M., Mwamayi, K.A., & Groenewald, J.A. (2012). Analysis of local economic development (LED) initiated partnership and support services for emerging tourism entrepreneurs in George municipality, Western Cape Province, RSA. *Tourism Management Perspectives*, 2, 7-12.
- Reihanian, A., Mahmood, N.Z.B., Kahrom, E., & Hin, T.W. (2012). Sustainable tourism development strategy by SWOT analysis: Boujagh National Park, Iran. *Tourism Management Perspectives*, 4, 223-228.
- Sandıkçı, M., Sormaz, Ü., Yılmaz, M., & Büyükyıldırım, C. (2022). Sürdürülebilir turizm kapsamında Afyonkarahisar ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. In *VI. International Gastronomy Tourism Studies Congress Proceeding Book (pp.98-110)*, Afyonkarahisar.
- Schmoltdt, D., Kangas, J., Mendoza, G., & Pesonen, M. (2001). *The analytic hierarchy process in natural resource and environmental decision making*. The Netherlands: Springer.
- Scolozzi, R., & Schirpke, U. (2016). Insight maker (S) to support the management of protected areas and related ecosystem services: Examples for recreational value. In *The 34th international conference of the system dynamics society (pp. 17-21)*. Netherlands: System Dynamics Society.
- Sormaz, U., Akmese, H., Gunes, E., & Aras, S., (2016). Gastronomy in tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 725-730.
- Tambunan, T.S. (2020). SWOT analysis for tourism development strategy of Samosir Regency. *The International Journal of Applied Business*, 4(2), 90-105.
- Teyin, G., Sormaz, Ü., Nizamlıoğlu, H.F., & Onur, N. (2021). Şile ilçesinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(4), 3018-3035.
- Yeşiltaş, M., Çeken, H., & Öztürk, İ. (2009). Karadeniz bölgesindeki turizm olanaklarının SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 250-269.
- Zavadskas, E. K., Turskis, Z., & Tamosaitiene, J. (2011). Selection of construction enterprises management strategy based on the SWOT and multi-criteria analysis. *Archives of Civil and Mechanical Engineering*, 11(4), 1063-1082.

Extensive Summary

Evaluation of The Gastronomy Tourism Potential of Bishkek Within The Scope of Sustainable Tourism with SWOT Analysis

Ümit SORMAZ¹, Nurudin KIDIRALIYEV, Sapargül TURDUBEKOVA, Nadira TURGANBAEVA,
Dinara İSOKAVA, Gülmira SAMATOVA

The tourism industry has developed significantly in recent years and the contribution of the tourism industry to the country's economy has greatly increased since the economies of many countries around the world are largely dependent on tourism sector revenues (Butowski, 2018; Camarda, & Grassini, 2003; Grelaud, & Ziveri, 2020; Nezha et al., 2021). Significant effects of tourist food consumption on destinations globally have recently been highlighted in the context of tourism (Mak, Lumbers & Eves, 2012; Kafadar & Sormaz, 2022).

The main features of local development or local economic development are to stimulate economic growth and diversify the local economic base. Studies show how the current economic crisis has led to a local search for innovative alternatives. One of them today is to carry out all kinds of gastronomic activities in the region (Ramukumba, Mmbengwa, Mwamayi, & Groenewald, 2012; Londoño, 2015). This research was carried out in order to evaluate the gastronomic tourism potential of Bishkek province in terms of sustainable tourism with the SWOT analysis method and to offer suggestions to tourism stakeholders for its development.

In the research; it was carried out to determine the current strengths and weaknesses of the gastronomic tourism potential of Bishkek province in terms of sustainable tourism and the opportunities-threats it has. As a result of the research, it is aimed to determine and develop gastronomic tourism strategies and policies for all Bishkek tourism stakeholders in the development of gastronomic tourism within the scope of sustainability for both Bishkek province and the region.

The universe of the research consists of tourism enterprises operating in Bishkek. The information about the businesses that make up the universe of the research was obtained from the National Statistics Committee of the Kyrgyz Republic (National Statistical Committee of the Kyrgyz Republic, 2022).

Aşkana, banquet hall, çayhana, restaurant (n: 794) and hotel businesses (n: 159) operating in Bishkek province and providing restaurant services were included in the research. The sample of the research, on the other hand, consisted of a total of 247 people working in the position of manager or operator of the hotel and restaurant businesses, who volunteered to participate in the research from 794 restaurant businesses and 159 hotel businesses that provide restaurant services in the city center of Bishkek.

In the research, interview technique, one of the qualitative research methods, was used. In studies designed with the qualitative method, there is an effort to reach a deep perception about the phenomenon or event examined (Morgan, 1996).

A semi-structured interview form was used to collect data in the research. The semi-structured interview form used was in previous studies (Çelebi & Sormaz, 2021; Öz, Sormaz, Nizamlıoğlu & Akdağ, 2023; Özkan, Kasap & Sormaz, 2019; Sandıkçı, Sormaz, Yılmaz & Büyükyıldırım, 2022; Teyin et al., 2021; Yeşiltaş, Ceken & Öztürk, 2009) were compiled from the questions used.

¹ Corresponding author at: Kırgızistan-Türkiye Manas University,
Tourism Faculty, E-Mail Address: usormaz@erbakan.edu.tr

The data in the research were obtained by face-to-face interviews by the managers of tourism enterprises that volunteered to participate in the research between 01-30 April 2023 and the researchers in the enterprises of the operators.

This method is based on two analysis stages that are carried out separately:

1. The first step is to analyze the internal factors (local analysis) including a discussion on “strengths and weaknesses” for the purposes of the SWOT.
2. The second step is to analyze external factors (global analysis), which includes a discussion of the relevant “opportunities and threats” (positive/negative framework conditions, potential chances and risks) for the purposes of the SWOT (Harfst, Wirth, Lintz, & Bieberstein, 2010). In the study, which aims to determine the gastronomic tourism of Bishkek, firstly, the internal factors of gastronomy tourism are classified as strengths (S) and weaknesses (W), and then external factors, opportunities (O) and threats (T), are classified.

Considering the strengths of Bishkek in terms of gastronomic tourism; the local people are hospitable (77.7%), the local people can speak a few foreign languages (56.7%), the service-oriented work of the food and beverage businesses (54.5%), the food and beverage businesses can use local products (48.2%), the business rating of the food and beverage businesses high scores and good comments on the websites (41.7%), the historical background of the region (34.0%), easy and fast transportation (31.9%), the ability of food and beverage businesses to offer quality products (28.7%), local and regional green areas and It has been determined that the parks are sufficient in number and quality (22.3%) and that the region is important in terms of Turkish history (13.0%).

When the weaknesses of Bishkek are evaluated; lack of international restaurant rating system (65.2%), high restaurant prices (62.3%), insufficient tourism incentives (58.3%), no gastronomy tours (55.5%), insufficient number of international chain restaurants and accommodation establishments (44.5%), The lack of traditional and local food variety (34.4%), the high accommodation prices (33.1%), the fact that domestic and foreign tourists visiting the city do not stay in the city enough (32.8%), there are no events such as festivals and competitions promoting the regional gastronomy (27.5%). Migration of trained personnel to countries such as Russia, Turkey, Germany (16.6%) and lack of tourism professionals (8.1%).

When the content analyzes of the evaluations regarding the opportunities of the province of Bishkek in terms of gastronomic tourism are examined; continuous development of tourism (63.6%), preservation of local culture and adherence to tradition (54.7%), existence of NGOs that can support the development of tourism (44.5%), efforts to protect the natural ecosystem of the city and prevent threats to the ecosystem (42.1%), it has been determined as the presence of tourism areas open to research (33.2%), the potential to open and operate gastronomy enterprises (25.5%), and the city’s alternative tourism opportunities (such as mountain tourism, health tourism, winter tourism) (19.8%).

Considering the potential threats of Bishkek in terms of gastronomic tourism; the fact that the trained personnel who received training for the tourism sector did not continue to work in the sector (55.9%), the decrease in the number of foreign tourists in this period (45.3%) due to the air pollution experienced in the winter season, the low number of hotels and restaurants of sufficient quality for foreign tourists (34.4%) , heavy vehicle traffic (20.6%) and high turnover rate (14.9%) in restaurant businesses.