ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI
ATATURK UNIVERSITY PUBLICATIONS

Araştırma Makalesi *Research Article* DOI: 10.5281/zenodo.15766663

Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Namangan'ın (Özbekistan) Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi

Evaluation of Namangan's (Uzbekistan) Gastronomy Tourism Potential within the Scope of Sustainable Tourism

Ümit SORMAZ[1,2]
Aida İMOMALİEVA[3]

[1]Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye
[2]Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Bişkek, Kırgızistan
[1]Necmettin Erbakan University, Tourism Faculty, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Konya, Türkiye
[2]Kyrgyz-Turkish University, Tourism Faculty, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Bishkek, Kyrgyzstan
(Sorumlu Yazar-Corresponding Author)
usormaz@erbakan.edu.tr

[3] Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Antalya, Türkiye
[3]Akdeniz University, Social Sciences Institute, Department of Tourism Managment, Antalya, Türkiye

Geliş Tarihi/Received 22.05.2025
Kabul Tarihi/Accepted 24.06.2025
Yayın Tarihi/ Publication Date 30.06.2025

Atıf: Sormaz, Ü., & İmomalieva, A. (2025). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Namangan'ın (Özbekistan) Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Journal of Silk Road Tourism Research,* 5(1), 30-42

Cite this article:
Sormaz, Ü., & İmomalieva, A. (2025). Evaluation Of Namangan's (Uzbekistan) Gastronomy Tourism Potential Within The Scope Of Sustainable Tourism. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 5(1), 30-42

Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License.

ÖZ

Bu araştırma, Özbekistan'ın Namangan şehrinin gastronomi turizmi potansiyelini sürdürülebilir turizm perspektifinden SWOT analizi ile değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Namangan, zengin yerel mutfağı ve kültürel mirası ile gastronomi turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Araştırma, Namangan'ın içsel faktörleri (güçlü ve zayıf yönleri) ile dışsal faktörleri (fırsatlar ve tehditler) şehrin tüm turizm paydaşlarının değerlendirmeleri ile detaylı bir şekilde ele alarak, bölgenin gastronomi turizmi için mevcut durumu ve gelişim olanaklarını incelemektedir. İçsel faktörler (güçlü ve zayıf yönleri) 4 kategori ve 12 ifade altında toplanırken dışsal faktörler (fırsatlar ve tehditler) ise 6 kategori ve 11 ifade altında toplanmıştır. İçsel faktörlerden güçlü yönler arasında ülkenin en büyük ikinci şehri olması, verimli arazilere ve önemli tarihi eser yapılara sahipliği, iç ve dış turizm için yeterli alt yapıya sahip olması konuları vurgulanırken en büyük zayıf yön olarak reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği ve yabancı turistlerin diğer şehirleri tercih etmesi vurgusu yapılmıştır. Diğer yandan, tarihi mutfak kültürü ve yemek çeşitliliği en büyük fırsat olarak vurgulanırken mutfak kültürünün unutulmaya yüz tutuyor olması ise en önemli tehdit olarak görülmekte olduğu belirlenmiştir.

Sonuç olarak, bu araştırma, Namangan ilinin gastronomi turizmi alanındaki gelişim fırsatlarını ortaya koyarak, sürdürülebilir turizm stratejilerinin oluşturulmasına katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sürdürülebilir turizm, Gastronomi, Gastronomi turizmi, SWOT analiz, Namangan.

ABSTRACT

This research aims to evaluate the gastronomic tourism potential of Namangan city in Uzbekistan from a sustainable tourism perspective through a SWOT analysis. With its rich local cuisine and cultural heritage, Namangan holds great potential for gastronomic tourism. The study examines the region's internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) in detail, based on evaluations from all tourism stakeholders in the city, to assess the current status and development prospects of gastronomic tourism in the area. Internal factors (strengths and weaknesses) are categorized into 4 categories and 12 statements, while external factors (opportunities and threats) are categorized into 6 categories and 11 statements. Among the strengths, key points highlighted include Namangan being the second largest city in the country, possessing fertile lands and important historical structures, and having sufficient infrastructure for both domestic and international tourism. The most significant weakness identified is the inadequacy of advertising, promotion, and marketing activities, as well as foreign tourists preferring other cities. On the other hand, the historical culinary culture and variety of dishes are emphasized as the greatest opportunity, while the risk of this culinary culture being forgotten is identified as the major threat.

As a result, this research aims to contribute to the creation of sustainable tourism strategies by revealing the development opportunities for gastronomic tourism in Namangan Province.

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

Giriş

Kültür turizmi, seyahatin en eski biçimlerinden biridir ve dünyanın çoğu yerinde turizm sektörünün temel direği olmaya devam etmektedir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'ne göre (2018); kültür turizmi tüm uluslararası turizmin yaklaşık %40'ını oluşturmaktadır. Gastronomi, destinasyonların son yıllarda önem verdiği, turist ziyaretini arttırmak için yatırımlar yaptığı bir kültür turizm örneği olarak ön plana çıkmaktadır. Esas olarak; "*belirli kültürleri temsil eden otantik mutfak aktivitelerini deneyimlemek için seyahat etmek*" olarak tanımlanan gastronomi turizmi, küresel turizm endüstrisi içinde dinamik bir segment haline gelmiştir. Günümüzde turistler, giderek daha derin kültürel deneyim sağlayan otantik ve sürdürülebilir turizme yönelik daha geniş eğilimleri yansıtan mutfak deneyimlerini talep etmektedir (Hall ve Sharples, 2003).

Gastronomi turizmi, kültürel sürdürülebilirlik için gerekli kültürel anlatılar olarak yiyecek ve mutfak kültürünü ve geleneklerini vurgulayarak somut olmayan mirasın korunmasına aktif olarak katkıda bulunmaktadır (Boniface, 1995). Gastronomi turizminin kültür turizmi içinde ki önemini vurgulamayı hedefleyen bu araştırma; Özbekistan'ın Namangan şehrinin gastronomi turizmi potansiyelini sürdürülebilir turizm perspektifinden SWOT analizi ile değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, Özbekistan'ın Namangan şehrinin gastronomi turizmi SWOT analizi yöntemi ile incelenmesi ve bölgede görev yapan turizm profesyonellerinin uzman görüşleri doğrultusunda sahip olduğu güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerinin tespit edilerek zayıf yönlerin güçlü, güçlü yönlerinin ise daha da güçlü gelmesi, fırsatlarının bölgede turizm açısından üstünlük sağlayabilecek bir şekilde kullanılması ve tehditlerinin bu üstünlüğü engellemesinin önüne geçilebilecek şekilde minimize edilmesi için öneriler geliştirilmesi hedeflenmiştir.

Gastronomi turizminin önemi, çağdaş turizm yönetimi içinde o denli belirgindir ki, birçok politika ve sektör stratejisinin ve gündeminin (özellikle Ortak Tarım Politikası, Avrupa Gastronomi Bölgeleri ağı ve UNESCO'nun Gastronomi Şehirleri programı gibi) temelini oluşturmaya başlamıştır (De Jong vd., 2018). Özbekistan, zengin kültürel mirası ve doğal turizm cazibe merkezlerinin zenginliği, benzersiz Dünya Mirası Alanları ve ayırt edici turizm varlığıyla diğer Orta Asya ülkeleriyle entegre olmuş, dünyanın dört bir yanından turistlerin büyük ilgisini çeken son yılların gözde turizm destinasyonlarından biridir (Buriyev vd., 2020). Ancak, literatürde daha çok ülkenin belirli şehirlerinin ön plana çıkarabilecek çalışmalara yer verildiği ve Namangan şehrinin turizmini geliştirmek üzere çalışmaların yetersiz olduğu, şehrin tarihi ve doğal güzelliklerine odaklanıldığı, buna rağmen gastronomisi ile ilgili araştırma eksikliği olduğu belirlenmiştir. Bu araştırma, literatürdeki bu boşluğu dolduracaktır.

Kavramsal Çerçeve

Gastronomi Kavramı ve Önemi

Kelime anlamı olarak; "sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi" olarak tanımlanan gastronomi (TDK, 2024) kavram olarak ise; Scarpato (2000); "gıdanın hazırlanması, üretimi ve sunumu ile mutfak ve diyet özelliklerini yansıtan bakımın mükemmelliği" şeklinde tanımlarken, Richards (2003) ise; "yemek hazırlama, pişirme, sunum ve tüketimin bir yansıması" olarak yorumlamıştır. Kelime yapısı olarak gastronomi; Yunancada "mide" (gaster) ve "kanun" (nomas) kelimelerinin bir araya gelmesi ile oluşmuştur (Güzel Şahin ve Ünver, 2015). Kelime ilk kez 1801 tarihinde Fransa'da Jacques Berchoux tarafından yayınlanan bir şiirin başlığında kullanılmıştır (Scarpato, 2002).

Yeme ve içme sanatını inceleyen bir disiplin olarak görülen gastronomi (Kivela ve Crotts, 2006) günümüzde, yiyeceklerin ve içeceklerin hazırlanması sırasında hijyen ve temizlik ilkelerince yönlendirilen ve belirli sistematik bir düzene bağlı olan mutfak sanatı ve yemek kültürünü kapsamaktadır (Hatipoğlu, 2014). Belirli bir bölge ya da ülkenin mutfağını, mutfak kültürünü, beslenme alışkanlıklarını ve mutfak yöntem ve tekniklerini ayırt etmeye hizmet eden gastronomi, mutfak ve kültür arasında ki karmaşık olan mutfak ilişkisini araştırması, bölgenin ve ülkenin yemeklerini incelemesi ve bunu sanatsal bir şekilde ifade etmesi bakımından kültür ve turizm alanında önemli bir disiplindir (Cömert ve Durlu Özkaya, 2014). Bu bakımdan özel ilgi turizmi olarak; tarımsal üretimin, tarihi özgünlüğün, kültürel mirasın, turizm hizmetlerinin ve altyapısının sunulmasını kapsayan gastronomi turizminin gelişmesi açısından da önemli bir roldedir (Yüncü, 2009).

Gastronomi Turizmi

"Bir destinasyona özgü yiyecek ve içecekleri keşfetme ve tatma amacıyla seyahat etmek, kalıcı ve ender gastronomi tecrübelerinin tadını çıkarmak" olarak tanımlanan gastronomi turizmi (Wolf, 2006) temel motivasyon faktörü özel bir yemeği tatmak veya üretilmesini görmek ya da deneyimlemek amacıyla, yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmek olan bir özel ilgi turizmi çeşididir (Cömert ve Özkaya, 2014).

Gastronomi turizmi; yerel, bölgesel ve uluslararası seyahatler sırasında otantik, çekici ve unutulmaz yiyecek ve içecek deneyimi kazanmak amacıyla seyahat motivasyonu içermektedir. Aynı zamanda, bu turizm çeşidine katılan gastro-turistler için yiyeceğin ve

içeceğin seyahat motivasyonu olduğunu, yiyecek ve içecek mekanlarının ise gastronomik alanda deneyimler kazanmak için bir araç işlevi gördüğü vurgulanmaktadır (Williams vd., 2014).

Son yıllarda, birbirinden ayrılmaz bir şekilde bir bütün haline de gelen turizm ve gastronomi kavramları turist deneyimlerinin önemli bir parçası olmasının yanında araştırmacılar tarafından da ilgi duyulan bir alan olmuştur (Surenkok vd., 2010). Özellikle, bölge imajını güçlendirerek markalaşmayı sağlayan yöresel yemekler turizm, şarap ve yemek meraklıları için büyük bir önem taşımaktadır (Green ve Dougherty, 2008). Bu nedenle, destinasyonların turistik ürünlerini geliştirmek için gastronomiden faydalanılması gerekmektedir. Özellikle de, sadece bir yere ya da bölgeye özgü yiyecek ve içecekleri deneyimleme için motivasyon sağlayarak seyahate çıkan turistler için yöresel lezzetler bazen tesadüfen de olsa uğradıkları bir yere tekrar ziyaretlerini bile sağlayabilmektedir (Demirbilek, 2018).

SWOT Analizi

Stratejik yönetim aracı olan SWOT analizi bir organizasyonun güçlü (Strengths) ve zayıf (Weaknesses) yönleri ile sahip olduğu fırsatlar (Opportunities) ve tehditleri (Threats) analiz etmek için etkili bir yöntemdir (Leiber vd., 2020; Sabbaghi ve Vaidyanathan, 2004).

Genel olarak; bir sistemin güçlü yönlerini gösterdiği gibi zayıflıklarını ve dış çevreden gelen fırsat ve tehditleri de belirleyerek yöneticilere mümkün olan en iyi kararın verilmesine yardımcı olan SWOT analizi (Wang vd., 2015), 21. yüzyıldan itibaren destinasyonlar için turizm sektörünün mevcut durumunun tespit edilmesi ve gelişiminin sağlanması için bilimsel araştırmalarda da uygulanan bir yöntem olmuştur.

Dünya Ekonomik Forumu'nda (2025) yayınlanan Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi (TTDI) 2024' ün en iyi turizm ekonomileri ülkelerinde yer alan ülkelerden olan İspanya'da (Amador Hidalgo ve Arjona Fuentes, 2013; Vázquez de la Torre vd., 2013; Hanifayev, 2023), İtalya'da (Lovrinović, 2024; Teglaş ve Cordoş, 2024), Çin'de (Yang vd., 2024; Zhiqiang vd., 2024) bu çalışmalar yapıldığı gibi bu listeye giremeyen ülkelerden Endonezya (Tampubolon vd., 2025; Tjahyanityasa vd., 2025), Cezayir (Souiher vd., 2025), Ukrayna (Бобеляк, 2025), Yunanistan (Prokopiou vd., 2019; Vourdoubas, 2025), Tayland (Berndt vd., 2025), Slovakya (Marčeková vd., 2024) gibi ülkelerde de uygulanmıştır. Araştırmanın yürütüldüğü Özbekistan'da turizmin geliştirilmesi açısından SWOT analizi çalışmaları Makhamatjanovich (2025), Shermahmatovich (2025), Matniyozov ve Matyakubov (2022), Turdibekov ve Ibrokhimov (2020) tarafından yürütülmüştür. Ancak, Namangan şehri özelinde yürütülen herhangi bir çalışma yoktur. Bu nedenle, bu araştırma literatürdeki bu boşluğu dolduracaktır. Bu açıdan araştırma, Namangan şehrinin gastronomi turizmi durumunu SWOT analizi ile değerlendirerek şehrin gastronomi turizmi için mevcut potansiyelini belirlemeye ve arttırmaya yönelik şehrin tüm turizm paydaşlarına yönelik bulgular ve öneriler geliştirmeyi hedeflemektedir.

Namangan

Özbekistan'ın doğuda yer alan Fergana Vadisi'nin kuzeyinde bulunan 7.900 km^2 bir alana sahip Tacikistan ve Kırgızistan ülkelerine komşu şehridir (URL-2, 2025). Etimolojik olarak Namangan kelimesi Farsça'da "namak" (tuz) ve "kon" (maden ocağı) kelimelerinin bir araya gelmesinden "Namakkon" olarak kullanılmıştır. Geçen süre içerisinde "Namangan" olarak yerleşmiştir (URL-2, 2025).

Namangan mutfağı, Özbekistan geleneksel mutfak kültürünün izlerini taşımaktadır. Yemekleri ise yine Özbekistan'ın geleneksel yemeklerinden olan mantı, çuçvera, şurpa, pilav gibi yemekler ile ön plana çıkmaktadır (URL-2, 2025; URL-3, 2025).

Yöntem

Araştırmanın Amacı ve Modeli

Araştırma; Özbekistan'ın Namangan şehrinin gastronomi turizmi açısından hem mevcut durumunun belirlenmesi hem de şehrin sahip olduğu içsel (güçlü-zayıf yönler) ve dışsal (fırsatlar-tehditleri) faktörlerin belirlenerek incelenmesi, mevcut durumun sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi amacıyla yürütülmüştür. Bu amaçla, araştırmada stratejik analiz metodolojisi uygulanmıştır.

Araştırmanın modeli üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm Özbekistan gastronomi turizmini ortaya koymaktadır. İkinci bölüm ise; Namangan şehrinin gastronomi turizminin stratejik durum analizini ele alır ve potansiyel performansını ortaya çıkarmak için SWOT analizini sonucu bulguları ortaya koyar. Üçüncü ve son bölüm, Namangan şehri gastronomi turizmi potansiyelinin Özbekistan içindeki yerini, mevcut yapısal sorunlarla olan ilişkisini, gelişiminin önündeki meseleleri ve zorlukları ortaya koyarak çözüm önerileri geliştirir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, nitel araştırma yöntemi olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel yöntemlerde en yaygın kullanılan bu

teknik ile örneklem grubun bakış açıları ve algıları, değerleri ve duyguları ile önceki deneyimlerinin ortaya çıkarılması hedeflenir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Araştırmada, "derinlemesine görüşme tekniği" uygulanmıştır. Bu teknikle ise, araştırılması hedeflenen konu açık uçlu sorular ile daha kapsamlı bir şekilde ve tüm boyutları ile incelenmektedir (Tekin, 2006).

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmada evren; Namangan şehrinde faaliyet gösteren turizm sektöründe çalışan ve sektöre katkı sağlayan tüm turizm profesyonelleridir. Ancak; araştırmada zaman, ulaşılabilirlik, maliyet gibi karşılaşılan bazı kısıtlılıklar örneklemin turizm işletmelerinde üst ve orta düzey yöneticileri ile sınırlı tutulmasını gerektirmiştir. Namangan şehrinde faaliyet gösteren turizm işletmelerine yönelik resmi bir istatistiğe ulaşılamadığından evren tam olarak belirlenememiştir. Ancak, internette hizmet veren derecelendirme ve değerlendirme sitelerinden Namangan şehrinde faaliyet gösteren işletme sayıları şu şekilde tespit edilmiştir (Tablo 1).

Ancak, bu sitelerde çalışan sayısı yer almadığı ve resmi sitelerde buna ilişkin bir istatistik olmadığı için evren tam olarak belirlenememiştir. Örneklem ise; bu işletmelerde çalışan üst ve orta düzey yöneticilerden araştırmaya katılmaya gönüllü 20 turizmci dahil edilmiştir. Mason (2010), nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünün en az 15 olmasını önermektedir. Bu nedenle, araştırma da gerçekleştirilen görüşme sayısı yeterlidir.

Tablo 1. *Namangan Şehrinde Faaliyet Gösteren İşletme Sayıları*

Turizm İşletmeleri	**n**	**%**
Konaklama işletmesi	6	17,1
Restoran işletmesi	11	31,4
Diğer yiyecek ve içecek işletmeleri	10	28,6
SPA & Sağlıklı yaşam merkezi	1	2,9
Seyahat acentesi	4	11,4
Diğer	3	8,6
TOPLAM	**35**	**100.0**

Veri Toplama ve Değerlendirme

Araştırmada verilerin toplanması sürecinde görüşmeler 15-30 Ocak 2025 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırma öncesinde, turizm işletmelerinde görevli üst ve orta düzey yöneticiler ile araştırma ile ilgili bilgilendirmeler yapılmış ve gönüllü olan yöneticiler ile görüşülmüştür.

Araştırmaya katılmaya gönüllü yöneticilerin kendileri için uygun olan gün ve saat için verdikleri randevularda çalıştıkları işletmelerinde görüşülmüştür. Görüşmelerin en kısası 19 ve en uzunu 55 dakika sürmüştür. Görüşme süresi ortalaması 36 dakika olduğu belirlenmiştir.

Ulaşılan verilerin değerlendirilmesinde içerik analizi yöntemi uygulanmıştır. Görüşme sonucunda veriler belirli temalar altında toplanmış ve kendi içerisinde maddelenmiştir.

Araştırmada Sınırlılıkları

Araştırmada, katılımcılara ulaşmada temel bir takım sınırlılıklarla karşılaşılmıştır. Bu sınırlılıkların başında zaman kısıtlılığı gelmektedir. Yöneticiler misafir yoğunluğundan dolayı görüşme için zaman problemi yaşamaktadırlar. Bu nedenle, birçok yönetici görüşme talebini reddetmiş, kabul edenler de hızlı bir görüşme talebi iletmiştir. Bu sınırlılık nedeni ile araştırmada veri toplama zamanı sezon dışı olarak kabul edilen ocak ayı seçilmiştir.

Araştırmada, başka bir sınırlılık ise mali kısıtlılıklardır. Görev yapılan üniversitelerin Namangan bölgesinden uzak olması ve araştırma için herhangi bir kurum ya da kuruluştan maddi desteğin olmaması mali kısıtlılık nedeni olmuştur. Bu sınırlılık nedeni ile veri toplama süreci on beş gün ile sınırlı tutulmuştur.

Araştırmada, bir diğer sınırlılık ise dil problemidir. Görüşme soruları öncelikle Türkçeden Özbek diline çevrilmiş, soruların tam anlaşılabilir olması için 5 katılımcı ile test edilmiştir. Gerekli düzenlemeler tekrar yapıldıktan sonra görüşmelere başlanmıştır. Ayrıca, araştırmada katılımcılar Namangan şehrinde hizmet veren turizm işletmelerinde görevli Namangan doğumlu ya da bu şehirde en az 10 yıl yaşayan üst ve orta düzey yöneticiler ile sınırlandırılmıştır. İşletme yöneticilerinin görüşme sırasındaki düşünce ve önerilerinin profesyonel turizm tecrübe ve bilgilerinin şehrin yapısını da düşünerek elde edilmesi hedeflenmiştir.

Veri Analizleri ve Değerlendirilmesi

Araştırmada elde edilen verilerin değerlendirilmesi dört aşamada gerçekleşmiştir.

1. Demografik bilgilerin "frekans analizi" ile değerlendirilmesi (Tablo 2).

2. Mesleki bilgiler (Tablo 3) ile işletme bilgilerinin (Tablo 4) "frekans analizi" ile değerlendirilmesi.

3. SWOT analizinde içsel (güçlü-zayıf yönler) faktörlerin "içerik analizi" ile değerlendirilmesi (Tablo 5).

4. SWOT analizinde dışsal (fırsatlar-tehditleri) faktörlerini "içerik analizi" ile değerlendirilmesi (Tablo 6).

Bulgular

Araştırmaya katılan gönüllülerin %70,0'i erkek ve %30,0'u kadındır. Katılımcıların %55,0'inin 31-45 yaş arasında olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, sadece %45,0'inin Namangan şehrinde doğduğu, %55,0'inin ise Namangan dışında farklı illerde doğduğu, %25,0'inin 10-20 yıldır Namangan şehrinde yaşadığı tespit edilmiştir. Eğitim düzeyleri %50,0'sinin önlisans/lisans derecesine sahip olan katılımcıların %60,0'ının mesleki bir diplomaya da sahip oldukları anlaşılmaktadır (Tablo 2).

Tablo 2. *Demografik Bilgiler*

	n	%		n	%
Cinsiyet			**Doğum Yeri**		
Kadın	6	30,0	Namangan	9	45,0
Erkek	14	70,0	Diğer	11	55,0
Yaş			**Namangan'da Yaşam**		
18-30	2	10,0	10-20 yıl	5	25,0
31-45	11	55,0	21-30 yıl	4	20,0
46-60	4	20,0	31 yıl ve daha fazla	2	10,0
61 ve üstü	3	15,0	Namangan doğumlu	9	45,0
Eğitim			**Mesleki Eğitim**		
İlköğretim	2	10,0	Mesleki diploma	12	60,0
Ortaöğretim	5	25,0	Mesleki kurs belgesi	1	5,0
Ön Lisans/Lisans	10	50,0	Diğer	5	25,0
Lisansüstü	3	15,0	Sahip değil	2	10,0
TOPLAM	**20**	**100,0**	**TOPLAM**	**20**	**100,0**

Katılımcıların %50,0'sinin konaklama işletmesinde çalıştığı, %65,0'inin üst düzey yönetici pozisyonunda görev yaptığı, %40,0'ının sektörde 11-20 yıl arası süre çalışmakta olurken %60,0'ının Namangan'da 21 yıldan daha fazla süredir çalışmakta olduğu belirlenmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. *Mesleki Bilgiler*

	n	%		n	%
Çalıştığı İşletme			**Sektörde Çalışma Süresi**		
Konaklama işletmesi	10	50,0	10 yıldan az	5	25,0
Restoran işletmesi	6	30,0	11-20 yıl	8	40,0
Seyahat acentası	2	10,0	21-30 yıl	3	15,0
Diğer	2	10,0	30 yıldan fazla	4	20,0
Görevdeki Pozisyon			**Namangan'da Çalışma Süresi**		
Üst düzey yönetici	13	65,0	11-20 yıl	8	40,0
Orta düzey yönetici	7	35,0	21 yıldan fazla	12	60,0
TOPLAM	**20**	**100,0**	**TOPLAM**	**20**	**100,0**

Katılımcıların görev yaptıkları işletmelerin %65,0'inin bağımsız işletme olup herhangi bir zincire bağlı olmadıkları, %50,0'sinin işletme müdürü tarafından yönetildiği ve %65,0'inin şubesinin olmadığı belirlenmiştir (Tablo 4).

Tablo 4. *İşletme Bilgileri*

	n	%
Sahiplik Yapısı		
Uluslararası zincire bağlı	3	15,0
Ulusal zincire bağlı	4	20,0
Bağımsız	13	65,0
Yönetim Şekli		
Yatırımcı	5	25,0
Departman müdürleri	5	25,0
İşletme müdürü	10	50,0
Şube Sayısı		
Yok	13	65,0
1-5 şube	5	25,0
6-10 şube	2	10,0
TOPLAM	**20**	**100,0**

Katılımcıların; Namangan şehrinin gastronomi turizmi açısından içsel faktörlere (güçlü-zayıf yönleri) ilişkin verdikleri görüşler 4 kategori ve 12 ifade altında toplanmıştır (Tablo 5).

Tablo 5. *SWOT Analizinde İçsel (Güçlü-Zayıf Yönler) Faktörler*

Kategori	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
Jeopolitik Konumu ve Demografik Yapısı	**1.** Özbekistan'ın en büyük ikinci şehri	**1.** Reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yetersizliğinden özellikle yabancı turistlerin diğer illeri tercih etmesi
	2. Kırgızistan'ın Oş ve Tacikistan'ın Dustlik sınır kapılarına yakınlığı	**2.** Bu bölgelere giden toplu taşıma araçlarının modernleşememesi
	3. Fergana vadisinde yer alması	**3.** Vadiye düzenlenen grup gezilerinde Namangan şehri konaklamalarının diğer illere nazaran az tutulması
	4. Özbek'ler başta olmak üzere Kırgız, Tacik, Rus, Kazak, Uygur, Türk gibi etnik grupların bir arada yaşaması	**4.** Başkent Taşkent'te daha fazla sayıda ve yüksek nitelikte konaklama tesisinin olması sebebi ile turistlerin konaklamalarını Taşkent şehrinde tercih etmesi
	5. Başkent Taşkent'e yakın olması	
Doğal ve Tarihi Özellikler	**1.** Özbekistan'ın en verimli yeşil arazilerine sahip olması	**1.** Tarihi mekanlardan bazılarının ücretli olması
	2. Çiçekler şehri olarak anılması	**2.** Ücretli mekanların özellikle yerli turistlerce talep görmemesi
Turizm ve Turistik Faaliyetler	**1.** Şehir merkezinde bulunan yaklaşık 600 cami, 20 medrese ile İslamiyet'in önemli bir merkezi	**1.** Diğer dinlere ait merkez ve ibadethanelerin sayıca yetersiz olması
	2. Turizme yönelik türbeler, anıtlar, parklar, müzeler, çarşı ve pazar gibi alanlara sahip	**2.** Konaklama tesislerinin yetersiz sayı ve nitelikte olması
	3. Turizm işletmeleri çeşitliliğine sahip olması	**3.** Restoran işletmelerinin niteliklerinin düşük olması
Ulaşım İmkanları	**1.** İç turizmi etkileyen, A-373 karayolu ile Taşkent (280 km) ve Oş (120), M-39 karayolu ile Semerkand (465 km) şehirlerine ulaşım	**1.** Karayollarında meydana gelen tamirat-tadilat faaliyetlerinde alternatif karayollarının olmaması.
	2. Dış turizmi etkileyen, Nemengan Uluslararası Havalimanı'nın faaliyette olması.	**2.** Nemengan Uluslararası Havalimanı, iç hat sadece Taşkent şehri ve dış hat sadece Moskova, St. Petersburg, Novosibirsk ve Yekaterinburg şehirlerine seferlerin düzenleniyor olması.

Kategoriler; "jeopolitik konumu ve demografik yapısı", "doğal ve tarihi özellikler", "turizm ve turistik faaliyetler" ve "ulaşım imkanları" başlıklarıdır. Jeopolitik konumu ve demografik yapısı kategorisinde; "Özbekistan ülkesinin ikinci büyük şehri olması" durumunu güçlü, "reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yetersizliğinden özellikle yabancı turistlerin diğer illeri tercih etmesi" durumu zayıf yön olarak vurgulanmıştır. Doğal ve tarihi özellikler kategorisinde; "Özbekistan ülkesinin en verimli yeşil arazilerine sahip olması" durumunu güçlü ve "tarihi mekanlardan bazılarının ücretli olması" durumu zayıf yön olarak ön plana çıkmıştır. Turizm ve turistik faaliyetler kategorisinde; "şehir merkezinde bulunan yaklaşık 600 cami, 20

medrese ile İslamiyet'in önemli bir merkezi olması" durumu güçlü ve "diğer dinlere ait merkez ve ibadethanelerin sayıca yetersiz olması" durumu zayıf yön olarak belirtilmiştir. Ulaşım imkanları kategorisinde ise; "iç turizmi etkileyen, A-373 karayolu ile Taşkent (280 km) ve Oş (120), M-39 karayolu ile Semerkand (465 km) şehirlerine ulaşım imkanı" güçlü ve "karayollarında meydana gelen tamirat-tadilat faaliyetlerinde alternatif karayollarının olması" zayıf yön olarak bildirilmiştir (Tablo 5).

Katılımcıların; Namangan şehrinin gastronomi turizmi açısından dışsal faktörlerine (fırsatlar-tehditler) ilişkin verdikleri görüşler 6 kategori ve 11 ifade altında toplanmıştır (Tablo 6).

Kategoriler; "mutfak ve yemekler", turizm işletmeleri", "yetersiz reklam, tanıtım ve pazarlama", "ulaşım imkanları", "ekonomik nedenler" ve "eğitim ve personel" başlıklarıdır. Mutfak ve yemekler kategorisinde; "tarihe dayanan mutfak kültürü" maddesi fırsat ve "mutfak kültüründe bazı ritüellerin uygulanmaması ve unutulmaya yüz tutacak olması" maddesi ise tehdit olarak bildirilmiştir. Turizm işletmeleri kategorisinde; "turizm işletmeleri turistlerce ulaşılabilirliğinin (mesafe, ekonomik, fırsat gibi) mümkün olması" bir fırsat, "menülerde Namangan yemekleri başta olmak üzere yöresel yemeklerin azalması" ise tehdit olarak görülmüştür. Yetersiz reklam, tanıtım ve pazarlama kategorisinde; "Özbekistan turizminin son yıllarda talep görmesi" fırsat ve "talebin Taşkent, Semerkand, Buhara, Hive gibi şehirler ile sınırlı kalması" ise tehdit olarak bildirilmiştir. Ulaşım imkanları kategorisinde; "mevcut havaalanının faaliyette olması" fırsat ve "sefer sayısı ve rotalarının yetersizliği" tehdit olarak vurgulanmıştır. Ekonomik nedenler kategorisinde; "turizm yatırımlarının turizm talebi gören şehirlere yapılması" bir fırsat ve "turizm tesislerinin sayı ve nitelik olarak yetersiz olması" bir tehdit olarak görülmektedir. Eğitim ve personel kategorisinde; "bölgede eğitim kurumlarının faaliyet göstermesi" fırsat iken "turizm eğitimi veren eğitim kurumunun olmaması" tehdit olarak algılanmıştır (Tablo 6).

Tablo 6. *SWOT Analizinde Dışsal (Fırsatlar-Tehditler) Faktörler*

Kategori	Fırsatlar	Tehditler
Mutfak ve Yemekler	**1.** Tarihe dayanan mutfak kültürü	**1.** Mutfak kültüründe bazı ritüellerin uygulanmaması ve unutulmaya yüz tutacak olması
	2. Yemek çeşitliliği	**2.** Turizmin gelişmesi ile Özbekistan'a ait bir çok yemek çeşidi komşu ülkelerde de uygulanmaktadır (Ör: Buhara pilavı, Özbek mantısı gibi)
Turizm İşletmeleri	**1.** Turizm işletmeleri turistlerce ulaşılabilirliğinin (mesafe, ekonomik, fırsat gibi) mümkün olması	**1.** Menülerde Namangan yemekleri başta olmak üzere yöresel yemeklerin azalması
Yetersiz Reklam, Tanıtım ve Pazarlama	**1.** Özbekistan turizminin son yıllarda talep görmesi	**1.** Talebin Taşkent, Semerkand, Buhara, Hive gibi şehirler ile sınırlı kalması
	2. Uluslararası fuarlarda tanıtım fırsatı	**2.** Ekonomik nedenlerle fuarlara katılım sağlanamaması
Ulaşım İmkanları	**1.** Mevcut havaalanının faaliyette olması	**1.** Sefer sayısı ve rotalarının yetersizliği
	2. Karayolu ve raylı taşımacılığın faaliyette olması	**2.** Karayollarının bakımsız, raylı taşımacılığın yoğun olması
Ekonomik Nedenler	**1.** Turizm yatırımlarının turizm talebi gören şehirlere yapılması	**1.** Turizm tesislerinin sayı ve nitelik olarak yetersiz olması
	2. Ulusal ve uluslararası zincir işletmelerin yatırım için talep göstermemesi	**2.** Ulusal ve uluslararası platformlarda yatırım teşviklerinin olmaması
Eğitim ve Personel	**1.** Bölgede eğitim kurumlarının faaliyet göstermesi	**1.** Turizm eğitimi veren eğitim kurumunun olmaması
	2. Genç nüfusun çok olması	**2.** İşletmelerin yetişmeye açık turizm eğitimi almakta olan stajyer statüsünde eleman bulamaması

Tartışma

Orta Asya'nın diğer ülkeleri ile entegre olan Özbekistan, zengin kültürel mirası olan ülkedir. Doğal turizm merkezleri, Dünya Mirası alanları ile birçok ülkeden turist talebi olan bir ülkedir.

İstatistik Ajansı'na göre, Özbekistan'ı Ocak-Kasım 2024 tarihleri arasında 7.3 milyon uluslararası turist ziyaret etmiştir. Bu rakamlar bir önceki yılın aynı zaman dilimine kıyasla 1.15 milyon ziyaretçi veya %19'luk bir büyümeyi yansıtmaktadır (URL-1, 2025). Turizm sektöründe böyle muazzam bir potansiyele sahip Özbekistan'ın turizm potansiyelini geliştirmek için çeşitli çalışmalar yapılmış ve devam etmesi de önerilmiştir (Hiro, 2011; Jumayev, 2020; Karimov vd. 2022; Khamidov, 2017).

Gastronomi ile turizm arasındaki ilişki birçok farklı boyuttan incelenmiştir. Ancak, mevcut değerlendirmeler genellikle gastronomi turizmi araştırmalarının kapsamlı bir genel görünümünü sunmaktan ziyade, belirli tematik ya da disipliner ilgi

alanlarına (özellikle turizm pazarlaması ve yönetimi paradigmaları çerçevesinde) odaklanma eğilimindedir. Örneğin, önceki çalışmalar yiyecek turizminin başarısında kritik faktörleri (Henderson, 2009; Hiamey vd., 2021; Long vd., 2023), soyut gastronomik miras ile yer tanıtımında yenilik arasındaki ilişkileri (Shakya ve Vagnarelli, 2024; Qiu vd., 2022), ayrıca gastro-turizmin ulaşım ve güvenlik gibi temel altyapılar aracılığıyla nasıl geliştirilebileceğini ve sürdürülebileceğini (Williams vd., 2014) ortaya koymuştur (De Jong vd., 2018). Araştırmamız, Namangan destinasyonunun gastronomi turizmini ayrıntılı bir şekilde irdelemek üzere yürütülmüştür. SWOT analizinin uygulandığı araştırmada şehrin tüm turizm paydaşlarına ulaşılmaya çalışılmış, gastronomi turizmi potansiyeli üzerine derinlemesine ve kapsamlı sonuçlara ulaşılması hedeflenmiştir.

SWOT analizi, destinasyonların mevcut durumunun ortaya konulması ile destinasyonların turizm sektörü için tüm özelliklerin kavranması, gerekli tedbirlerin alınarak hazırlıkların yapılması, dolayısıyla destinasyonun turizm sektörü bakımından gelişimi için son derece önemli çalışmalardır. Destinasyonlarda araştırmacılar bu konuda araştırmalarına devam etmekte ve turizmin gelişimine katkı sağlayabilecek sonuçlar çıkartıp öneriler geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu konuda yapılan bazı araştırmalar; Londoño (2011) Katalonya/İspanya'nın, Tomescu ve Botezat (2014) Romanya'nın, Chaigasem ve Tunming (2019) Tayland'ın, Lulcheva (2020) Bulgaristan'ın, Raynaldi vd. (2023) Endozya'nın Sumedang bölgesinde, Safira (2025), Endonezya'da bulunan Surabaya Blauran Pazarı'nın gastronomi turizmini değerlendirmek amacıyla SWOT analizi çalışmaları yürütmüşlerdir. Orta Asya ülkelerinde ise; Sormaz vd. (2023) Kırgızistan'ın Bişkek şehrinin, Sormaz vd. (2024) Kazakistan'ın Almatı şehrinin gastronomi turizmi potansiyelini araştırmıştır. Özbekistan'ın ise; Patterson ve Tureav (2020) ve Utkir ugli Karimov vd. (2022) kültürel turizm için stratejiler geliştirirken Salahodjaev vd. (2020) Özbekistan ziyaretçilerinin önerilerini belirlemiştir. Karimov vd. (2021) Özbekistan'ın turizm istihdamı ve ekonomiye etkisi üzerine araştırma yürütmüştür.

Sonuç ve Öneriler

Araştırmanın sonucunda, Namangan şehrinin gastronomi turizmi için uygulanan SWOT analizinde içsel faktörleri (güçlü-zayıf yönler) olarak "jeopolitik konumu ve demografik yapısı", "doğal ve tarihi özellikler", "turizm ve turistik faaliyetler" ve "ulaşım imkanları" olmak üzere 4 kategoride toplanmıştır. Şehrin güçlü yönleri (Strengths) olarak ön plana; ülkenin ikinci büyük şehri ve en verimli yeşil arazilerine sahip olması, şehir merkezinde bulunan İslamiyet dini mimarisi ile önemli bir merkez olması ve diğer şehirlere ulaşım imkanları üzerinde durulmuştur. Zayıf yönler (Weaknesses) ise; reklam ve tanıtım faaliyetlerin yetersizliği ve buna bağlı olarak ta yabancı turistlerin özellikle diğer şehirleri tercih etmesi, tarihi mekanların ziyaretinde ücret talep edilmesi ve İslamiyet dışında ki diğer dinlere ait mimari yapının eksikliği, karayollarında diğer şehirlere ulaşımda alternatif yol eksikliği konuları üzerinde durulmuştur.

Namangan şehrinin gastronomi turizmi için uygulanan SWOT analizinde dışsal faktörler (fırsatlar-tehditler) olarak "mutfak ve yemekler", turizm işletmeleri", "yetersiz reklam, tanıtım ve pazarlama", "ulaşım imkanları", "ekonomik nedenler" ve "eğitim ve personel" olmak üzere 6 kategoride toplanmıştır. Araştırma bulgularında Namangan şehrinin fırsatları (Opportunities) olarak tarihe dayanan mutfak kültürüne sahipliği, işletmelere turistlerce ulaşılabilirliği kolaylığı, ülkenin son yıllarda artan turist sayısı, faaliyetini sürdüren bir uluslararası havaalanının olması, devam eden turizm yatırımları ve eğitim kurumlarının olması konuları üzerinde durulmuştur. Tehditleri (Threats) olarak ise; mutfak kültüründe bazı ögelerin uygulanmaması ve unutulmaya yüz tutması, menülerde yöresel yemeklerin azalması, turist taleplerinin daha çok belirli şehirlerde yoğunlaşması, ulaşımda sefer ve rota eksiklikleri, turizm işletmelerinin sayı ve nitelik olarak yetersiz olması ve turizm eğitimi veren kurumların olmaması konuları üzerinde durulmuştur. Ayrıca, komşu şehirlerde yer alan işletmeler yöresel yiyecekleri menülerinde daha fazla yer vermeleri de tehditler arasında görülmektedir.

Araştırmanın sonuçları doğrultusunda son yıllarda gastronomi turizminin önemini anlayan tüm destinasyonlarda olduğu gibi Namangan şehrinin gastronomiye önem vermesi ve gastronomi turizminin gelişmesi yönünde girişimlerde ve teşviklerde bulunması önerilir. Bu çerçevede şu öneriler geliştirilebilir;

- Namangan şehrinde görevli yerel yönetimlerce turizm masası kurulmalı ve şehrin gastronomisinin geliştirilmesi için etkinlikler (panel, festival, yemek yarışması gibi) organize etmesi önerilir.
- Turizm masasının şehirde bulunan tüm turizm paydaşlarını (işletmeci, yatırımcı, yönetici, akademisyen gibi) bir araya getirerek gastronomi turizmini geliştirmek konusunda projeler yönetmesi önerilir.
- Namangan şehrinde faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarına turizm, gastronomi, aşçılık gibi turizm sektörünü birleştirebilecek dernek, vakıf, federasyon, lokal gibi örgütler kurulmasını teşvik etmesi önerilir.
- Araştırma sonucunda belirlenen güçlü yönler kullanılarak fırsatlar arttırılmalı, zayıf yönler azaltılmalı ve tehditler ortadan kaldırılmalıdır. Ayrıca, Namangan şehri gastronomi turizminin geliştirilmesi için daha geniş kapsamlı araştırmalar yapılmalıdır.

- Şehirde hizmet veren turizm işletmeleri şehrin gastronomi turizminin geliştirilmesinde gerçekleştirilecek olan etkinlik, proje gibi organizasyonlara aktif olarak katılmaları sağlanmalıdır. Turizm işletmelerinin sektörün önemli temsilcisi olduğu unutulmalı ve destekleri alınmalıdır.
- Şehirde turizm eğitimi veren kurum sayısı ve niteliği artırılmalıdır. Bunun için yerel yönetim yetkililerinin öncülüğünde ülke yönetiminden destek sağlanmalıdır.
- Şehirde hizmet veren uluslararası statüde ve deneyime sahip turizm işletmelerinin şube açmaları ve hizmet vermeleri için her platformda gerekli süreç yönetilmelidir. Bu tür işletmeler, bölgede turizm alan öğrencilerin istihdamında da önemli rol oynayacağı unutulmamalıdır.

Etik Kurul Onayı: *5237 sayılı Türk Ceza Kanunu Madde 90, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri ve Türkiye'nin taraf olduğu anlaşmalar gereğince insandan anket, mülakat, odak grup çalışması, deney vb. yollarla veri toplanmasını içeren çalışmalarda Etik Kurul Onay Belgesi alınması zorunludur. 2020 yılı öncesinden tamamlanmış çalışmalardan Etik Kurul Onay Belgesi istenmemektedir.*

Etik Onayı: *Bu çalışmanın tüm aşamalarında etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun Journal of Tourism Research'in hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk yazarlara aittir.*

Yazar Katkıları: *Fikir-ÜS; Tasarım-ÜS; Denetleme-ÜS; Kaynaklar-ÜS; Veri Toplanması ve/veya İşlemesi-Aİ; Analiz ve/ veya Yorum-Aİ; Literatür Taraması-ÜS; Yazıyı Yazan-ÜS; Eleştirel İnceleme-Aİ*

Hakem Değerlendirmesi: *Dış bağımsız.*

Çıkar Çatışması: *Yazarlar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.*

Finansal Destek: *Yazarlar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.*

Ethics Committee Approval: *In accordance with Article 90 of the Turkish Penal Code No. 5237, TR Index Ethics Committee Criteria of the Council of Higher Education and the agreements to which Turkey is a party, it is mandatory to obtain an Ethics Committee Approval Certificate for studies involving data collection from humans through surveys, interviews, focus group studies, experiments, etc. For studies completed before 2020, an Ethics Committee Approval Document is not required.*

Ethics Approval: *The author(s) confirm that ethical principles have been adhered to throughout the course of this study. In the event that this is not the case, the responsibility lies with the authors and not with the Journal of Tourism Research.*

Author Contributions: *Concept -ÜS; Design-ÜS; Supervision-ÜS; Resources-ÜS; Data Collection and/or Processing-Aİ; Analysis and/or Interpretation-Aİ; Literature Search-Aİ; Writing Manuscript-Aİ; Critical Review-ÜS*

Peer-review*: Externally peer-reviewed.*

Conflict of Interest: *The authors have no conflicts of interest to declare.*

Financial Disclosure: *The authors declared that this study has received no financial support.*

KAYNAKÇA

Amador Hidalgo, L., & Arjona Fuentes, J. M. (2013). Sustainable rural tourism in Andalucía: A Swot Analysis. *International Journal of Advances in Management and Economics*, (1), 123-136.

Berndt, P., Intararuang, T., & Kleebbuabarn, N. (2025, March). *Swot analysis of wonder mountaın resort, chonburı provınce*. In International Conference Actual Economy: Local Solutions for Global Challenges (pp. 214-214).

Boniface, P. (1995). *Managing Quality Cultural Tourism*. Routledge.

Buriyev, K., Rakhmanova, F., & Tashnazarova, L. S. (2020). *Analysis of the impact of tourism- related industries on employment in Uzbekistan*. Samarkand State Institute of Architecture and Civil Engineering, Samarkand, Republic of Uzbekistan.

Chaigasem, T., & Tunming, P. (2019). A local cuisine tourism approach to authenticity and a sense of place for Postmodern gastronomy in I-SAN Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, 8*(4), 1-14.

Cömert, M., & Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 2*(2), 62-66.

De Jong, A., Palladino, M., Puig, R. G., Romeo, G., Fava, N., Cafiero, C., ... & Sjölander-Lindqvist, A. (2018). Gastronomy tourism: An interdisciplinary literature review of research areas, disciplines, and dynamics. *Gastronomy and Tourism, 3*(2), 131-146.

Demirbilek, E. (2018). *Gastronomi festivallerinin başarısını etkileyen faktörler: Ege Bölgesi örneği* (Tez No: 531749). [Yüksek Lisans Tezi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Green, G. P., & Dougherty, M. L. (2008). Localizing linkages for food and tourism: Culinary tourism as a community development strategy. *Community Development, 39*(3), 148-158.

Güzel Şahin, G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon pazarlama aracı olarak "gastronomi turizmi": İstanbul'un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, *3*(2), 63-73.

Hall, C. M., & Sharples, L. (2004). *The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste*. In Food tourism around the world (pp. 1-24). London: Routledge.

Hanifayev, F. (2023). Strategic analysis of an industry's macroenvironment based on the Spanish Tourism industry in the years of 2020-2022.

Hatipoğlu, A. (2014). Osmanlı saray mutfağı'nın gastronomi turizmi çerçevesinde incelenmesi (Tez No: 366951). [Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis–where are we now? A review of academic research from the last decade. *Journal of Strategy and Management, 3*(3), 215-251.

Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British Food Journal, 111*(4), 317-326.

Hiamey, S. E., Amenumey, E. K., & Mensah, I. (2021). Critical success factors for food tourism destinations: A socio-cultural perspective. *International Journal of Tourism Research, 23*(2), 192-205.

Hiro, D. (2011). *Inside Central Asia: A Political and Cultural History of Uzbekistan, Turkmenistan, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Turkey, and Iran*. The Overlook Press.

Inoyatova, S. (2020). *Strengthening the Travel and tourism Industry of Uzbekistan: the Role of Cultural and Heritage Tourism*. Westminster International University in Tashkent (WIUT).

Jumayev, A. (2020). Statistical analyses of tourism in Uzbekistan: An empirical test of tourism A-B-C (T-ABC) Mode. *Bulletin of Science and Practice, 6*(2), 193-202.

Karimov, M. U., Abdurakhmanova, G. Q., Oqmullayev, R. R., & Jeong, J. Y. (2021). *The ımpact oftourism on employment and economic growth in Uzbekistan: An ARDL bounds testingapproach*. Dubai, United Arab Emirates. ACM International Conference Proceeding Series. USA.

Karimov, M., Kim, S.M., & Choi, C. (2022). Global stratigies for cultural tourism of Uzbekistan. *Spectrum Journal of Innovation, Reforms and Development, 7*,126-142.

Khamidov, O. (2017). *New Stage of Tourism Development in Uzbekistan: Actual Problems and Perspectives*. United Nations Department for Social and Economic Affairs, 18-24.

Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 30*(3), 354-377.

Leiber, T., Stensaker, B., & Harvey, L. C. (2020). *Bridging theory and practice of impact evaluation of quality management in higher education institutions: a SWOT analysis. In Impact evaluation of quality management in higher education*. Routledge.

Londoño, M. D. P. L. (2011). *Gastronomy tourism: An opportunity for local development in Catalonia?* A stakeholder analysis. 51st Congress of the European Regional Science Association: New Challenges for European Regions and Urban Areas in a Globalised World, 30 August- 3 September 2011, Barcelona, Spain.

Long, B., Yusof, N. S., Azmy, M. M., & Qin, X. (2023). The success of a food tourism destination: A systematic review. International *Journal of Professional Business Review, 8*(10), 25.

Lovrinović, G. (2024). *Specıfičnı oblıcı turızma u turıstıčkoj ponudı umaga* [Doctoral Dissertation, Karlovac University of Applied Sciences].

Lulcheva, I. (2020). Analysis of the state of culinary tourism in Bulgaria. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development, 20*(1), 309-314.

Makhamatjanovich, K. F. (2025). Prospects for tourism development in Uzbekistan. *INNUC, 1*(1), 36-40.

Marčeková, R., Malachovský, A., & Kvasnová, D. (2024, September). *Opportunities and Challenges in the Development of Film Tourism in Slovakia*. In International Conference of the International Association of Cultural and Digital Tourism (pp. 655-670). Cham: Springer Nature Switzerland.

Mashika, H. V. (2025). Transformation of the tourist and recreational potential of the Carpathian region in modern conditions. *Journal of Geology, Geography and Geoecology, 34*(1), 148-157.

Mason, M. (2010). Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews. *Forum: Qualitative Social Research, 11*(3), 1-19.

Matniyozov, M., & Matyakubov, U. (2022). Government support in developing rural tourism in Uzbekistan. *Science and Innovation, 1*(A5), 343-359.

Patterson, I. R., & Tureav, H. (2020). New developments in promoting tourism in Uzbekistan. *Journal of Tourismology, 6*(2), 201–219.

Prokopiou, D., Giannopoulos, K., Anagnostellos, K., Tselentis, B., & Mavridoglou, G. (2019). SWOT analysis of the tourist sector on Paros Island, Greece. *WIT Transactions on The Built Environment, 188*, 165-176.

Raynaldi, R., Bela, T., Turgarini, D., & Ruhimat, M. (2023). Educational and gastronomic tourism package development strategy Sumedang Larang Palace. *Journal of Tourism Education, 3*(2), 123-141.

Richards, G. (2003). *Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption?* Tourism and Gastronomy (pp. 17-34). Routledge.

Sabbaghi, A., & Vaidyanathan, G. (2004). SWOT analysis and theory of constraint in information technology projects. *Information Systems Education Journal, 2*(23), 1-19.

Safira, T. A. (2025). *Strategi pengembangan pariwisata gastronomi di kawasan pasar blauran kota surabaya*. [Doctoral Dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember].

Salahodjaev, R., Safarova, N., Usmanova, N. (2020). Determinants of tourism arrivals to Uzbekistan: Evidence from dyadic data. *Tourism Review International, 24*(4).

Scarpato, R. (2000). *New Global Cuisine: The perspective of postmodern gastronomy*. [Masters Thesis, RMIT University].

Scarpato, R. (2002). Gastronomy studies in search of hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 9*(2), 1-12.

Shakya, M., & Vagnarelli, G. (2024). Creating value from intangible cultural heritage-The role of innovation for sustainable tourism and regional rural development. *European Journal of Cultural Management and Policy, 14,* 12057.

Souiher, K., Belguesmia, S., Aouda, S., & Rezzaz, M. A. (2025). Digital infrastructure's impact on tourism services in Boumerdes. *Bulletin of the Serbian Geographical Society, 105*(1), 97-114.

Surenkok, A., Baggio, R., & Corigliano, M. A. (2010). Gastronomy and tourism in Turkey: The role of ICTs. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 567-578.

Shermahmatovich, B. R. (2025). Practical cooperation between UNWTO and Uzbekistan: A sustainable tourism perspective. *Indonesian Journal of Law and Economics Review, 20*(1), 10-21070.

Sormaz, Ü., Akturfan, M., & Top, B. (2024). Kazakistan Almatı şehrinin gastronomi turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Journal of Turkic Civilization Studies, 5*(1), 80-106.

Sormaz, Ü., Kıdıraliyev, N., Turdubekova, S., Turganbayeva, N., Isakova, D., & Samatova, G. (2023). Sürdürülebilir turizm kapsamında Bişkek şehrinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi, 3*(2), 137-154.

Şahin, G. G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon pazarlama aracı olarak "gastronomi turizmi": İstanbul'un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 3*(2), 63-73.

Tampubolon, L. R. R. U., Marwiyah, S., & Haryati, E. (2025). Integrating CBT and SWOT models for marine ecotourism management in Tlocor Indonesia. *Cogent Social Sciences, 11*(1), 2494713.

TDK (2024). *Güncel Türkçe Sözlük*. Türk Dil Kurumu. https://sozluk.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 15.01.2024).

Tekin, H. H. (2006). Nitel araştırama yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme. *İstanbul University Journal of Sociology, 3*(13), 101-116.

Teglaş, M. P., & Cordoş, R. C. (2024). Applied study on the initiation and plannıng of a cultural project. *Review of Management and Economic Engineering, 23*(4), 295-308.

Tjahyanityasa, W. F., Marwasta, D., & Harini, R. (2025). Strategies for handling the poor culture of slum communities, in Kenjeran Sub-district, Surabaya City. *Journal of Geosciences and Environmental Studies, 2*(2), 14-14.

Tomescu, A. M., & Botezat, E. A. (2014). *Culinary tourism in Romania-professional points of view. In Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija*. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry (p. 677). University of Rijeka.

Turdibekov, K. I., & Ibrokhimov, N. K. (2020). Strategic development of tourism taking into account regional features of the Republic of Uzbekistan. *Indonesian Journal of Law and Economics Review, 8*, 10-21070. https://doi.org/10.21070/ijler.2020.V8.523

Qiu, Q., Zuo, Y., & Zhang, M. (2022). Intangible cultural heritage in tourism: Research review and investigation of future agenda. *Land, 11*(1), 139.

UNWTO (2018). Asia Tourism Trends 2018 Edition. *Executive Summary*, 8-11.

URL-1 (2025, January 16). *Özbekistan'ın Turizm Patlaması, Travel and Tour World*. https://www.travelandtourworld.com.tr/news/article/uzbekistans-tourism-boom-reaches-new-heights-with-7-3-million-visitors-in-first-11-months-of-2024/

URL-2 (2025, January 16). *Nemengan*. https://tr.wikipedia.org/wiki/Nemengan_(il)

URL-3 (2025, January 16). *Namangan, Çiçekler Şehri*. https://uzbekistan.travel/tr/i/namangan/

Utkir ugli Karimov, M., Kim, S.M., & Choi, C. (2022). Global strategies for cultural tourism of Uzbekıstan. *Spectrum Journal of Innovation, Reforms and Developmenent, 7,* 126-142.

Бобеляк, М. В. (2025). Сільський зелений туризм: геопросторова організація та особливості впливу на соціально-економічний розвиток України.

Vázquez de la Torre, G., Hidalgo, L., & Arjona Fuentes, J. (2013). Sustainable rural tourism in Andalusia: A Swot analysis. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 2(1), 123-136.

Vourdoubas, J. (2025). The development of virtual tourism in the island of Crete, Greece: A SWOT analysis. *Engineering and Technology Journal, 10*(2), 3876-3885.

Wang, H., Li, C., & Zheng, Y. (2015). Space expression of industry status using GIS and SWOT analysis: Take the planning area in Lu'an as an example. *Wuhan University Journal of Natural Sciences*, *20*(5), 445-454.

Williams, H. A., Williams Jr, R. L., & Omar, M. (2014). Gastro-tourism as destination branding in emerging markets. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing, 4*(1), 1-18.

Wolf, E. (2006). *Culinary Tourism: The Hidden Harvest: A Dozen Hot And Fresh Reasons How Culinary Tourism Creates Economic and Community Development*. Kendall: Hunt publishing Company.

Yang, P., Zhang, M., Song, W., Fu, H., Wang, Y., & Shi, Y. (2024). Study on the development strategy of red tourism in hanzhong county based on SWOT analysis: Taking the Former Residence of Martyr Ting-ying He as an Example. 创意与创新 (英文版), *8*(6), 149-154.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınları.

Yüncü, H. R. (2009). *Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe Yaylası*. 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı.

Zhiqiang, S. H. E. N., Xuyang, G., Ming, N., Ran, A., Zhihao, X., & Yujie, T. (2024). Sustainable development of urban landscape construction and tourism in hefei, China: A SWOT and AHP analysis. *Journal of Resources and Ecology, 15*(6), 1722-1732.