

## YÖRESEL YEMEKLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZME ETKİSİ: KIRGIZ MUTFAĞI ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

Erkan AKGÖZ<sup>2</sup>

Kımbat ASANOVA<sup>3</sup>

Kıyal AŞKANBEAVA<sup>4</sup>

### ÖZET

Avrasya uygarlıklarının temelini oluşturan ve oldukça zengin bir kültürel birikime sahip olan Kırgızistan daha çok coğrafi yapısı, tarihi ipek yolu ve göçebe kültürü ile tanınmaktadır. Oysa ilgili alan yazın incelendiğinde birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, onların beslenme alışkanlıklarını etkileyen ve onlardan etkilenen Kırgızistan mutfağı ile ilgili çalışmalar henüz arzu edilen düzeyde olmadığı görülmektedir. Bundan dolayı bu çalışma Kırgız mutfak kültürünün zenginliğini ve etkilerini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmada öncelikle Kırgız mutfak kültürü tespit edilmiş ve Kırgızistan turizmine olan etkileri araştırılmıştır. Araştırma için gerekli olan veriler Nisan 2018’de yapılan alan araştırmasından elde edilmiştir. Elektronik ortamda değerlendirilen veriler ile yöresel yemeklerin destinasyonları beş (5) farklı boyutta (kültürel, sosyal, sağlık, ekonomik ve tanıtma) etkilediği tespit edilmiştir. Genel olarak olumlu yönde katkı sağlayan yöresel yemekler ile ilgili düşüncelerin cinsiyete, medeni duruma, eğitim durumuna ve gelir seviyesine göre farklılık gösterdiği de belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kırgızistan, sürdürülebilir turizm, yöresel yemek

### THE IMPACT OF THE LOCAL FOOD TO THE SUSTAINABLE TOURISM: THE CASE OF KIRGS COUSINE

### ABSTRACT

Kirghizstan which constitute the basic of Eurasian civilization and its rich cultural background is usually known with its topography, Silk Road and nomad culture. When reviewing the relevant literature it can be seen that amount of the studies about Kirghizstan Cousin is not desired level although Kirghizstan hosted many civilizations and affected their feeding behavior in its history. To full fill this gap this study’s purpose revealing the richness of Kirghizstan Cousin and determine its effects to the tourism. The data required for the research were obtained from the field survey conducted in April 2018. After evaluating the data in the electronic environment, It was determined that the local dishes affect the destinations in five (5) different dimensions (cultural, social, health, economic and promotion). It was also determined that the opinions about local dishes that contribute positively in general differ according to gender, marital status, education level and income level.

**Key Words:** Kirghizstan, sustainable tourism, local food

### GİRİŞ

Günümüzde milyonlarca insan sürekli yaşadıkları yerleri geçici olarak terk edip başka mekânlara seyahat etmektedirler. Yer değişimi esnasında birçok işletme tarafından sunulan ulaşım, konaklama, eğlence ve yiyecek-içecek hizmetlerden yararlanırlar (Kozak, 2012). Farklı

<sup>1</sup> Bu çalışma 30 Ekim-3 Kasım 2018 tarihinde IV. International Akademik Research Congress 2018’de sözlü olarak sunulmuştur.

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Selçuk Üniversitesi, eakgoz@hotmail.com

<sup>3</sup> Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, e-posta: kymbat168@gmail.com

<sup>4</sup> Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, e-posta: sadykbekova95@gmail.com

nedenlerle turizme katılanların temel amacı; dinlenme ve eğlenmenin yanı sıra değişik yerleri görmek, çeşitli kültürel etkinliklere katılmak, farklı kişi ve destinasyonları tanımaktır. Bundan dolayı turizmi basit bir yer değiştirme faaliyeti olarak değerlendirmek yanlış olur. Turizm ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri de olan bir faaliyettir.

Turizm insanlara hem başka ülkenin, hem kendi ülkesinin güzelliklerinin farkına vararak, geçmişten günümüze kadar kalmış tarihi ve kültürel mirasın korunup yaşanmasına vesile olur, gelecek nesillere bırakılmasına yardımcı olur. Tüm bunlar sürdürülebilir turizmin ana amaçlarından (Bozok & Kahraman, 2015). Sürdürülebilir turizm, tarihi, kültürel, doğal ve toplumsal değerleri koruyarak kullanan, turistik faaliyetleri destinasyonun tümünde, yılın 365 günü ve herkesin faydalanmasına imkân tanımaktadır.

Turizm sektöründe turistlerin birçok ihtiyacı karşılanmaktadır. Bunlardan birisi de yiyecek ve içeceklerdir. Turistler bazen sadece değişik yiyecek ve içecekleri tatmak, farklı mutfak kültürlerini tanımak için turizm faaliyetine katılmaktadırlar. Her milletin kendine has mutfak kültürü bulunmaktadır. Kırgız mutfağı da zengin ve özel mutfaklardandır. Göçebe kültürüne sahip olduğundan ve iklim şartlarından dolayı genel olarak et, süt ve unlu mamuller kullanılarak hazırlanan yüksek kalorili yiyecekler tüketilmektedir. Tüketilen yiyecek ve içeceklerin en temel özelliklerinden birisi de doğal olmasıdır. Hazırlanan bu çalışma, zengin ve otantik özellikleri olan, Kırgız mutfak ürünlerinin sürdürülebilir turizm ürünü olarak değerlendirilmesine katkı sağlamak amacıyla hazırlanmıştır.

### KIRGIZ MUTFAĞI

İpek yolunun kesiştiği noktada yaşayan Kırgızlar, Orta Asya'daki en eski halk olarak kabul edilmektedir (Eshaliev, 2011). Kırgız halkının beslenme alışkanlıkları ve mutfak kültürü hakkında henüz yeterli düzeyde çalışmalar bulunmamaktadır. Yapılan incelemeler sonucunda Kırgız halkının özellikle kırsal kesimlerde daha çok çorba türü sulu yemeklerin tüketildiği görülmektedir. Bunun sebebi olarak da az malzeme ile daha çok kişiyi doyurma isteğinin olduğu düşünülmektedir (Toygar & Toygar, 2018).

Köklü bir geçmişe sahip olan halkın kendine ait özel örf, adet, gelenek ve göreneklere bulunmaktadır. Bu durum doğal olarak mutfak kültürüne de yansımaktadır. Kırgız mutfağının temel felsefesi; hazırlanması basit, kalorisi ve besin değeri yüksek olan yiyecek ve içeceklerin tüketilmesidir. Ayrıca göçebe kültürünü devam ettirdiklerinden yolculuk esnasında “*gülazık*” adı verilen yiyecek tercih edilmektedir. *Gülazık* olarak kabul edilen yiyeceğin uzun süre tokluk hissi vermesinden dolayı tercih edildiği tahmin edilmektedir (Tilekeeva, 2015).

Göçebe ve savaşçı bir hayat süren Kırgız halkı için at, koyun, sığır gibi hayvanlar hem beslenme hem de yaşam tarzı açısından ayrı bir öneme sahiptir. Bu unsurlar mutfak kültürüne de yansımaktadır. Kırgız mutfağının mevsimsel özellikleri bulunmaktadır. İlkbahar ve yaz aylarında genel olarak taze et ve süt ürünlerinden yiyecekler tercih edilirken, içecek olarak ise özellikle mayıs-haziran aylarında kırsal sütünden hazırlanan “*kımız*”, diğer aylarda ise “*çalap*” ismi verilen ayran içilmektedir. Kımız sadece içecek olarak değil, tedavi edici özelliğinden dolayı ilaç olarak da kullanılmaktadır. Kış dönemlerinde ise içecek olarak “*bozo*” içilmektedir (Tilekeeva, 2015; Gülcan vd., 2018).

Kırgız mutfağının en önemli özelliklerinden birisi de misafir ağırlamadır. Kırgız kültüründe konuk kutsaldır. Evde misafirin olması en önemli mutluluk kaynaklarından. Eskiden herhangi bir eve misafir geldiğinde hem misafirin hem de binek olarak kullanmış olduğu atın yedi (7) gün boyunca en iyi şekilde ağırlanması gerekmekteydi. Bu gelenek Kırgızistan'ın bazı kırsal bölgelerinde halen daha devam etmektedir. Her evde aniden gelecek

misafirler için mutlaka hazırda yiyecek ve içecekler saklanmaktadır. Misafirlere ikram edilen yiyecek ve içeceklerin bir kısmının beyaz renkli (kırmızı, süt, ayran, yoğurt vb.) olması gerekmektedir. Çünkü beyaz iyiliğin, saflığın, temizliğin ve bereketin sembolü olarak kabul edilmektedir. Öyle ki her hangi bir eve yılan bile girse, ev sahibi yılanı dokunulmaz hatta un, ayran veya süt ikram edilmektedir (Tilekeeva, 2015).

Diğer mutfak kültürlerinde olduğu gibi zengin Kırgız mutfağında da bir takım özel hazırlıklar yapılmaktadır. Bu hazırlıklar genel olarak kış hazırlığı ile özel gün ve organizasyonlar (toylar) için yapılan hazırlıklar şeklinde sınıflandırılmaktadır. Kış aylarında hayvanlar zayıf ve bakımsız olduklarından etleri pek lezzetli olmaz. Bu düşünceden dolayı genel olarak “*sür*” (tuzlu kurutulmuş et), “*çuçuk*” (sucuk) ve “*sogum*” (kış için özel olarak beslenen inek ve at gibi hayvanların etleri) gibi etler sonbahar aylarından hazırlanır ve kış için saklanır. Bu işlemler eş, dost ve akrabalar ile imece usulü gerçekleşir. Kırgızistan’ın birçok bölgesinde evlerde “*sogum*” için özel alanlar yapılmıştır. Buna benzer özel saklama alanları günümüz şartlarında bile kullanılmaktadır (Tilekeeva, 2015).

Kırgız mutfağında hazırlanan masanın görselliği ve yiyecek-içecek çeşitliliği önemlidir. Kış aylarında doğal olarak sebze ve meyve çeşidi sınırlıdır. Bundan dolayı diğer mutfaklarda olduğu gibi Kırgız mutfağında da kış için sebze ve meyvelerin kurutulması veya konservesi yapılarak kış için hazırlanmaktadır. Rubleva’ya (2015) göre Kırgızistan’ın oldukça zengin kültürel birikimi bulunmaktadır. Bu zenginlik kendisini özel günlerde (toylarda) daha fazla hissettirmektedir. Özel günlerin (toyların) en fazla önemsenen konusu ise mutfak/sofra kültürüdür. Çünkü toylar için özel sofralar hazırlanır. Sofrada genel olarak “*ustukan*” (parça et) ve “*boorsok*” (hamur kızartması) gibi hamur işlerinden hazırlanan yiyecekler bulunmaktadır. Bununla birlikte “*tattuu*” veya “*şirinlik*” adı verilen bal, reçel, çikolata, gofret, bisküvi ve şeker gibi tatlılar yer almaktadır. Bu yiyecekler misafirin saygınlığına göre ikram edilmektedir.

Kırgız mutfağında genel olarak et, süt ve un ile hazırlanan yiyecekler servis edilmektedir. Yukarıda bahsedilen yiyecekler haricinde en fazla tüketilen yöresel yiyecekler ise aşağıdaki gibi özetlenebilir (Gülcan, Erdem, & Eren, 2018):

**Mantu:** Orta Asya halklarının geleneksel yemeğidir. İnce yuvarlak hamur içine et, soğan ve baharat karışımıyla hazırlanan ve özel kazanlarda buhar ile pişirilen bir yemektir.

**Samsa:** Mayalanmış hamurun içerisine kıyma veya kuşbaşı et, soğan ve çeşitli baharatlar konularak tandırda pişirilen bir et yemeğidir. Günün her saatinde ve daha çok aperatif yiyecek olarak tüketilir.

**Kuurma Şorpo:** Et suyu, patates, havuç, soğan ve çeşitli baharatlarla hazırlanan bir çorba çeşididir. Genel olarak kaynatma ve kavurma çorba olmak üzere iki şekilde hazırlanmaktadır.

**Plov (Pilav):** Tüm Orta Asya’da tercih edilen bir yemektir. Özgön pilavı olarak bilinen ve birçok halk türkülerine de konu olmaktadır. “*Hayatında son günün kalsa bile pilav ye, cebinde bir kuruş paran kalsa da pilav ye*” gibi pilav ile ilgili çeşitli Kırgız atasözleri vardır. Pilavın hazırlanmasında Özgön pirinci ve et temel malzeme olarak kullanılmaktadır. Bunların içerisine havuç, soğan, sarımsak ve kimyon ilave edilmektedir.

**Lagman:** Kırgız mutfağına has et ve hamur bu yemeğin de temel malzemesidir. Lagman hazırlanırken özel olarak hazırlanan erişte tipi hamur haşlanıp üzerine özel doğranıp hazırlanmış et parçaları ilave edilerek servis edilen bir yemektir.

**Beş Parmak:** İsmi yemeğin el yani beş parmak ile yenilmesinden almaktadır. Kırgız mutfağında özel misafirler için hazırlanan bu yemeğin temel malzemeleri de et ve hamurdur. İnce ince erişte şeklinde doğranan ve haşlanmış hamurun üzerine, haşlanan ve genel olarak elle ince ince doğranan etler ilave edilerek tüketilen bir yemek türüdür.

**Kuurdak:** Kırgızistan'ın en eski ve en çok sevilen yemeklerinden birisidir. Genel olarak inek veya koyun etinden hazırlanır. İçerisine isteğe bağlı olarak patates, kuru soğan ve çeşitli yeşillikler ilave edilerek servis edilir.

### ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Yerel yemeklerin sürdürülebilir turizme etkisini ölçmek için hazırlanan bu çalışma aşağıda belirtilen metodolojiye göre gerçekleştirilmiştir.

#### Araştırmanın Amacı

Kırgızistan, “deniz-güneş-kum” (sea-sun-sand) 3S olarak kabul edilen klasik turizm açısından dezavantajlı konuma sahiptir. Bu olumsuzluğa rağmen stratejik konumu, doğal güzellikleri, zengin tarihi ve çeşitli kültürel değerleri bakımından ise önemli turizm potansiyeline sahiptir. Ancak Kırgızistan turizm ile ilgili istatistikler incelendiğinde bu zenginliklerden yeterli düzeyde yararlanılmadığı görülmektedir. Bunun en önemli nedeni ise sürdürülebilir turizm anlayışına uygun alternatif turistik ürünlerin kullanılmamasıdır. Oysa Kırgızistan gibi az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerin kalkınması için turizm oldukça avantajlı bir sektördür. Çünkü Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'ne göre; herhangi bir destinasyonu ziyaret eden turistler 11 farklı alanda yaptıkları harcama yapmaktadır. Bu harcamalar 21 farklı sektörü etkilemekte ve en son yararlananlar açısından 47 farklı iş koluna katkı sağlamaktadır (Yıldız, 2011). Dolayısıyla hazırlanan bu çalışma, yöresel yemeklerin turistik ürün olarak kullanılmasının önemine dikkat çekmek, sektörler arası bağlantının kurulması ve yeni istihdam alanlarının oluşmasına katkı sağlamak amacıyla hazırlanmıştır.

#### Araştırmanın Yöntemi

Hazırlanan bu çalışmada öncelikle ilgili literatür (Şengül vd., 2016; Alyakut & Üzümcü, 2017; Türköz vd., 2017; Zağralı & Akbaba, 2015) incelenerek araştırmanın amaç ve hipotezlerine uygun anket soru formu hazırlanmıştır. Anket soru formunda araştırma kapsamında yer alanların demografik özellikleri ile yöresel yemeklerin kültürel, sosyal, ekonomik, tanıtıma ve sağlığa etkilerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Hazırlanan anket soru formları 2018 ilkbahar döneminde Bişkek'i ziyaret eden ve yerel yemekleri tercih eden turistlere uygulanmıştır. Anket formunda toplam 29 soruya yer verilmiştir. Bu sorulardan 4 tanesi kişilerin demografik özellikleri, diğerleri ise yerel yemekler ile ilgilidir. Sorular 5'li likert ölçeğine göre: 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Orta Düzeyde Katılıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklinde derecelendirilmiştir. Yüz yüze gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda 400 kişiye ulaşılmıştır. Elde edilen veriler elektronik ortama kayıt edilerek değerlendirilmiştir.

#### Araştırmanın Hipotezleri

Herhangi bir araştırmanın amacına uygun sonuç ve öneriler sunabilmesi için öncelikle konu ile ilgili hipotezlere ihtiyaç duyulmaktadır. Alan yazın incelenerek aşağıdaki hipotezler belirlenmiştir.

**H<sub>1</sub>:** Yöresel yemeklerle ilgili düşünceler cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>2</sub>:** Yöresel yemeklerle ilgili düşünceler medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>3</sub>:** Yöresel yemeklerle ilgili düşünceler eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>4</sub>:** Yöresel yemeklerle ilgili düşünceler, maddi duruma yani aylık gelire göre farklılık göstermektedir.

### Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Kırgızistan'ı ziyaret eden turistler oluşturmaktadır. Ancak Kırgızistan'ın coğrafi şartları ve ulaşım imkânları dikkate alındığında, tüm bölgelere ulaşmak oldukça zordur. Bundan dolayı örneklem olarak en fazla turist ziyaret ettiği Bişkek tercih edilmiştir. Evren büyüklüğü 1 000 000'dan fazla olan çalışmalar için  $\pm$  % 5 payı ile 384 kişiye ulaşılması gerektiği ifade edilmektedir (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2014). Bundan dolayı kolayda örneklem yöntemi ile 400 turistten geri dönüş sağlanmıştır.

### Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma, yerel yemeklerden yararlanan yabancı turistlerle sınırlıdır. Diğer sınırlılıklar aşağıdaki gibi özetlenmektedir:

- Araştırma hazırlanan anketteki sorular ile sınırlıdır.
- Bu çalışma sadece Bişkek'e gelen turistlerle sınırlıdır.
- Araştırma, anket sorularına verilen cevaplar ile sınırlıdır.
- Araştırma sonuçları, bu çalışmada yapılan analizlerle sınırlıdır.

## ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Yapılan araştırmanın bulguları madde analizi, t testi ve Anova testi yapılarak elde edilmiştir. Bunlarla ilgili aşağıdaki tablolar hazırlanmıştır.

### Araştırmanın Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi

Araştırmanın güvenilirliği Cronbach's Alpha katsayısı ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda ankette yer alan soruların güvenilirliği ile ilgili sonuçlar aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

**Tablo 1:** Güvenilirlik Testi

Cronbach's Alpha	n sayısı
87,3	25

Hair vd. (2010) göre Cronbach's Alpha katsayısı, 0.40'dan küçük olması ölçeğin güvenilir olmadığı, 0.40-0.60 arasının düşük güvenilirlikte olduğu, 0.60-0.80 arası değer güvenilir olduğu, 0.80-1.00 arasındaki değer ise yüksek güvenilirliğe karşılık geldiği kabul edilmektedir. Araştırmanın güvenilirlik katsayısı 0.87 olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla araştırma verilerinin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir.

### Araştırmanın Demografik Bulguları

Araştırma ile ilgili demografik özellikler incelendiğinde, katılımcıların % 52,6'sı kadın, diğerlerinin ise erkek olduğu, 2 kişinin ise bu soruya cevap vermediği görülmektedir. Araştırmaya katılanların % 62,9'u evli, % 37,1'i ise bekârdır. Araştırma kapsamında yer alan kişilerin eğitim durumu incelendiğinde ise; ilk sırada lisans mezunlarının (% 42,3) olduğu, daha sonra ise sırasıyla ön lisans (% 31,7), lisansüstü (% 17,8) ve lise (% 8,2) mezunlarının olduğu, 2 kişinin ise eğitim durumu ile ilgili soruyu cevapsız bıraktığı tespit edilmiştir. Aylık gelir incelendiğinde ise en büyük oran (% 23,5) ile 1001-1500 dolar gelire sahip olanların

olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre Kırgızistan'ı genel olarak evli, orta düzey sayılabilecek gelire sahip ve eğitim düzeyi yüksek kişiler ziyaret etmektedirler.

**Tablo 2:** Araştırmanın Demografik Bulguları

		N	%
Cinsiyet	Erkek	184	47,4
	Bayan	204	52,6
Medeni Durum	Evli	244	62,9
	Bekâr	144	37,1
Eğitim Düzeyi	Lise	32	8,2
	Ön lisans	123	31,7
	Lisans	164	42,3
	Lisansüstü	69	17,8
Gelir Düzeyi	500 dolar ve az	66	17,0
	501-1000 dolar	80	20,6
	1001-1500 dolar	91	23,5
	1501-2000 dolar	59	15,2
	2001-2500 dolar	47	12,1
	2501-3000 dolar	45	11,6

### Araştırmanın Madde Analizi

Araştırmada yer alan ifadelerin madde analizi ile ilgili bilgiler Tablo 3'te yer almaktadır. Buna göre kültür boyutu ile ilgili en yüksek değer "*Bölgenin kültürünü tanımak için yöresel yemekleri tercih ederim*" (4,308) ifadesine aittir. Sosyal boyut ile ilgili en büyük oran "*Geleneksel etkinliklerde yapılan yemekleri tercih ederim*" (4,030) ile "*Ülkenin beslenme kültürü, yaşam şekliyle ilgili yemekleri tercih ederim*" (4,030) ifadelerinin olduğu görülmektedir. Ekonomik boyutu ile ilgili en yüksek değer "*Bütçeme uygun olan yemekleri tercih ederim*" (4,253) ifadesine aittir. Tanıtım boyutu ile ilgili en yüksek ortalama "*Yöresel yemekler bölgeye turist gelmesine yardımcı olur*" (4,373) ifadesinde toplanmaktadır. Sağlık boyutu ile ilgili en yüksek değer de "*Taze ve besleyici olduğunu düşündüğüm yöresel yemekleri tercih ederim*" (4,595) ifadesine ait olduğu görülmektedir.

**Tablo 3:** Madde Analizi ile ilgili Ortalama ve Standart Sapma Dağılımı

	İfadeler	Ort.	SS.
Kültürel Boyutu	Bölgenin kültürünü tanımak için yöresel yemekleri tercih ederim	<b>4,308</b>	0,938
	Yeni lezzetler keşfetmek için yöresel yemekleri tercih ederim	4,200	0,884
	Bölgeye has özel bir deneyim yaşamak için yöresel yemekleri tercih ederim	4,180	0,877
	Yöreyle has yemeklerin yapıldığı yerleri tercih ederim	3,958	1,012
	İlk defa gördüğüm yöresel yemekleri tercih ederim	3,830	1,204
	Damak tadıma uygun (daha önce yediğim) yemekleri tercih ederim	3,948	1,023
Sosyal Boyutu	Geleneksel etkinliklerde yapılan yemekleri tercih ederim	<b>4,030</b>	0,901
	Tarifini öğrenmek istediğim yemekleri tercih ederim	3,455	1,223
	Ülkenin beslenme kültürü, yaşam şekliyle ilgili yemekleri tercih ederim	<b>4,030</b>	0,917
	Özel gün ve haftalarda yapılan yiyecekleri daha fazla tercih ederim	3,923	1,039
Ekonomik Boyutu	Fiyatı düşük olan yiyecekleri tercih ederim	2,808	1,135
	Bütçeme uygun olan yemekleri tercih ederim	<b>4,253</b>	0,852
	Yüksek fiyatlı yiyecekleri tercih ederim	2,943	1,195
	Ünlü insanların yemek yediği işletmeleri tercih ederim	2,895	1,286



Boyut	Ortalama	Standart Sapma	
Tanıtım Boyutu	Yöresel yiyecekler sosyal ve kültürel tanıtıma yardım eder	4,130	0,894
	Yöresel yiyecekler bölgenin coğrafi tanıtımında katkıda bulunur	4,155	0,911
	Yöresel yemekler bölgeye turist gelmesine yardımcı olur	<b>4,373</b>	0,872
Sağlık Boyutu	Sağlıklı olduğunu düşündüğüm yemekleri tercih ederim	4,543	0,663
	Taze ve besleyici olduğunu düşündüğüm yöresel yemekleri tercih ederim	4,595	0,585
	Temiz ve hijyenik olduğunu düşündüğüm yemekleri tercih ederim	<b>4,723</b>	0,501
	Helal olduğunu düşündüğüm yemekleri tercih ederim	4,413	0,982
	GDO'suz yemekleri tercih ederim	4,305	0,871
	Proteini değeri yüksek yemekleri tercih ederim	4,010	0,947
	Karbonhidrat değeri yüksek yemekleri tercih ederim	3,850	1,010
	Kolesterolsüz yemekleri tercih ederim	3,960	1,116

Tablo 4 incelendiğinde, yöresel yemekler ile ilgili olumlu düşüncelerin en yüksek oranının sağlık boyutunda toplandığı görülmektedir. En düşük ortalamanın ise ekonomik boyuta ait olduğu anlaşılmaktadır. Yöresel yemekler ile ilgili tercihlerin genel olarak sağlıkla ilgili konuların ön planda olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca tanıtımı etkin yapılan ve kültürel değer taşıyan yöresel yemekler destinasyon için ayrı bir cazibe unsuru olabilmektedir.

**Tablo 4:** Boyutlara Ait Toplam Madde Analizi Ortalama ve Standart Sapma Dağılımı

Boyutlar	Ort.	SS.
Kültürel	4,070	0,739
Sosyal	3,859	0,798
Ekonomik	3,224	0,616
Tanıtma	4,219	0,793
Sağlık	4,300	0,542

#### Araştırma İle İlgili T Testi Analizi

Çalışmanın bu bölümünde, araştırma ile ilgili hipotezler test edilmiştir. Katılımcıların cinsiyetleri ve medeni durumları ile ilgili yöresel yemekler hakkındaki düşüncelerini belirlemek için Bağımsız Örneklerde t-Testi yapılmıştır. Bu test sonucunda aşağıdaki tablolar hazırlanmıştır.

Hazırlanan Tablo 5'te kişilerin cinsiyeti ile yöresel yemeklerin etkileri hakkındaki düşüncelerinde anlamlı bir farklılığın olup olmadığı araştırılmıştır. Buna göre yöresel yemeklerin sosyal ve sağlık boyutları ile ilgili düşüncelerde kişilerin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Diğer boyutlarda ise herhangi anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Bu sonuç araştırmanın  $H_1$  numaralı hipotezinin  **kabul edildiğini** kanıtlamaktadır.

**Tablo 5:** Cinsiyet ile Boyutlar Arasındaki İlişki

Cinsiyet ile Boyutlar Arasındaki İlişki						
		N	Ort.	SS.	F Değeri	Anlamlılık
Kültürel	Erkek	190	4,059	0,750	0,011	0,786
	Bayan	209	4,079	0,732		
Sosyal	Erkek	190	3,729	0,786	0,467	<b>0,002</b>

	Bayan	209	3,977	0,792		
<b>Ekonomik</b>	Erkek	190	3,191	0,623	0,008	0,310
	Bayan	209	3,254	0,609		
<b>Tanıtma</b>	Erkek	190	4,191	0,791	0,002	0,514
	Bayan	209	4,243	0,797		
<b>Sağlık</b>	Erkek	190	4,195	0,592	12,937	<b>0,000</b>
	Bayan	209	4,395	0,473		

Medeni duruma ile boyutlar arasındaki ilişkiyi incelemek için aş Tablo 6 hazırlanmıştır. Bu tabloya göre ekonomik boyut açısından evli ve bekârlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (p=0,007). Diğer boyutlar da ise kişilerin medeni durumları farklı olsa da yöresel yiyecekler ile ilgili düşüncelerinde herhangi anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Bu sonuç araştırma için belirlenen hipotezlerden **H<sub>2</sub>** numaralı hipotezin **kabul edildiğini** göstermektedir.

**Tablo 6:** Medeni Durum ile Boyutlar Arasındaki İlişki

Medeni Durum ile Boyutlar Arasındaki İlişki						
		N	Ort.	SS.	F Değeri	Anlamlılık
<b>Kültürel</b>	Evli	247	4,059	0,744	0,131	0,688
	Bekâr	153	4,089	0,734		
<b>Sosyal</b>	Evli	247	3,843	0,800	0,227	0,605
	Bekâr	153	3,886	0,795		
<b>Ekonomik</b>	Evli	247	3,289	0,585	1,919	<b>0,007</b>
	Bekâr	153	3,119	0,650		
<b>Tanıtma</b>	Evli	247	4,226	0,834	1,919	0,816
	Bekâr	153	4,207	0,724		
<b>Sağlık</b>	Evli	247	4,320	0,509	5,142	0,345
	Bekâr	153	4,267	0,590		

### Araştırma İle İlgili Farklılık Analizleri

Yapılan bu çalışmada yöresel yemeklerin sürdürülebilir turizme etkileri ile ilgili düşüncelerin eğitim durumu ve gelir seviyesine göre farklılık gösterip göstermediği de araştırılmıştır. Farklılıkları analiz etmek için Anova'nın Post-Hochberg testlerinden en çok tercih edilen Scheffe kullanılmıştır.

Kişilerin yöresel yemekler ile ilgili düşüncelerinde eğitim durumlarına göre farklılık olup olmadığını araştırmak için Tablo 7 hazırlanmıştır. Hazırlanan bu tabloya göre kişilerin farklı eğitim durumlara sahip olmaları, yöresel yemeklerin sosyal boyutu (p=0,179) haricindeki tüm boyutlarda farklı düşüncede oldukları görülmektedir. Bu sonuçlar araştırmanın **H<sub>3</sub>** numaralı hipotezinin **kabul edildiğini** göstermektedir.

**Tablo 7:** Eğitim Düzeyi ile Boyutlar Arasındaki İlişki

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	Anlamlılık
<b>Kültürel</b>	Gruplar Arası	11,859	3	3,953	<b>0,000</b>
	Gruplar İçi	204,805	392	,522	
	Toplam	216,664	395		
<b>Sosyal</b>	Gruplar Arası	3,139	3	1,046	0,179
	Gruplar İçi	249,772	392	,637	
	Toplam	252,911	395		
<b>Ekonomik</b>	Gruplar Arası	3,565	3	1,188	<b>0,024</b>
	Gruplar İçi	147,082	392	,375	
	Toplam	150,647	395		



<b>Tanıtm</b>	Gruplar Arası	14,046	3	4,682	<b>0,000</b>
	Gruplar İçi	236,633	392	,604	
	Toplam	250,679	395		
<b>Sağlık</b>	Gruplar Arası	5,279	3	1,760	<b>0,000</b>
	Gruplar İçi	111,462	392	,284	
	Toplam	116,741	395		

Kişilerin eğitim durumları ile yöresel yemeklerle ilgili düşüncelerindeki farklılığın kaynağını belirlemek için de aşağıdaki tablo hazırlanmıştır.

Araştırmaya katılanların farklı eğitim seviyelerine sahip olmaları yöresel yemekler ile ilgili kültürel boyutta yer alan ifadeler hakkındaki düşüncelerinde anlamlı farklılığa neden olduğu görülmektedir. Bu farklılık genel olarak lise düzeyinde eğitim alanlar ile diğer eğitim seviyesine sahip olanlar arasında olduğu tespit edilmiştir. Yani lise düzeyinde eğitime sahip olanlar ile diğer seviyelerde eğitim alanlar arasında, yöresel yemeklerin kültürel boyutu ile ilgili düşüncelerinde anlamlı bir farklılık görülmektedir. Ekonomik boyut ile ilgili farklılığın kaynağı incelendiğinde ise; lise düzeyinde eğitime sahip olanlar ile ön lisans seviyesinde eğitime sahip olanlar arasında anlamlı bir farklılık oluşmakta, diğer eğitim seviyelerinde ise herhangi anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Kırgız mutfak kültürünün, tanıtmaya etkisindeki farklılığın kaynağı araştırıldığında ise ön lisans düzeyinde eğitim alanlar ile lisans ve lisansüstü eğitime sahip olanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Sağlık boyutu ile ilgili farklılıklar ise lise düzeyinde eğitim alanlar ile ön lisans ve lisans seviyesinde eğitim alanlar arasında olduğu görülmektedir. Diğer eğitim durumlarında ise herhangi anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

**Tablo 8:** Boyutlar ile Eğitim Düzeyi Arasındaki İlişki

Eğitim düzeyi		Kültürel Boyutu		Ekonomik Boyutu		Tanıtma Boyutu		Sağlık Boyutu	
		Ort. F.	P	Ort. F.	P	Ort. F.	P	Ort. F.	P
<b>Lise</b>	Ön lisans	-,528*	<b>0,003</b>	-0,355*	<b>0,034</b>	-0,426	0,051	-0,408*	<b>0,002</b>
	Lisans	-0,309	0,172	-0,223	0,305	-0,071	0,973	-0,265	0,080
	L. Üstü	-,608*	<b>0,001</b>	-0,238	0,329	-0,446	0,060	-0,399*	<b>0,006</b>
<b>Ön lisans</b>	Lise	,528*	<b>0,003</b>	0,355*	<b>0,034</b>	0,426	0,051	0,408*	<b>0,002</b>
	Lisans	0,220	0,089	0,132	0,349	0,355*	<b>0,002</b>	0,143	0,165
	L. Üstü	-0,080	0,906	0,116	0,646	-0,020	0,999	0,009	1,000
<b>Lisans</b>	Lise	0,309	0,172	0,223	0,305	0,071	0,973	0,265	0,080
	Ön lisans	-0,220	0,089	-0,132	0,349	-0,355*	<b>0,002</b>	-0,143	0,165
	L. Üstü	-,299*	<b>0,035</b>	-0,016	0,998	-0,375*	<b>0,009</b>	-0,134	0,367
<b>L. Üstü</b>	Lise	,608*	<b>0,001</b>	0,238	0,329	0,446	0,060	0,399*	<b>0,006</b>
	Ön lisans	0,080	0,906	-0,116	0,646	0,020	0,999	-0,009	1,000
	Lisans	,299*	<b>0,035</b>	0,016	0,998	0,375*	<b>0,009</b>	0,134	0,367

Aylık gelir durumuna göre yöresel yiyecekler ile ilgili düşüncelerde farklılığın olup olmadığını belirlemek için Post Hoc testlerinden en çok kullanılan Scheffe kullanılmıştır.

Yapılan işlem sonucunda aşağıdaki Tablo 7 hazırlanmıştır. Bu tabloya göre kişilerin gelir durumu ile yöresel yiyeceklerin kültürel boyutu hakkındaki düşüncelerinde anlamlı bir farklılığın olduğu, diğer boyutlarda ise herhangi bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuç araştırma öncesi belirlenmiş olan **H<sub>4</sub>** numaralı hipotezinin **kabul edildiğini** göstermektedir.

**Tablo 9:** Boyutlar ile Gelir Düzeyi Arasındaki İlişki

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	Anlamlılık
<b>Kültürel</b>	Gruplar Arası	11,170	5	2,234	<b>0,001</b>
	Gruplar İçi	206,930	394	,525	
	Toplam	218,100	399		
<b>Sosyal</b>	Gruplar Arası	4,271	5	,854	0,243
	Gruplar İçi	249,506	394	,633	
	Toplam	253,777	399		
<b>Ekonomik</b>	Gruplar Arası	6,143	5	1,229	0,066
	Gruplar İçi	145,032	394	,368	
	Toplam	151,175	399		
<b>Tanıtm</b>	Gruplar Arası	5,561	5	1,112	0,115
	Gruplar İçi	245,548	394	,623	
	Toplam	251,109	399		
<b>Sağlık</b>	Gruplar Arası	2,018	5	,404	0,230
	Gruplar İçi	114,979	394	,292	
	Toplam	116,997	399		

Kültürel boyut ile araştırmaya katılanların gelir düzeyindeki farklılıkların kaynağını belirlemek için de de Tablo 10 hazırlanmıştır. Hazırlanan bu tabloya göre aylık 501-1000 dolar gelire sahip olanlar ile aylık 2501-3000 dolar gelir elde edenler arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Diğer gelir durumuna sahip olanların düşüncelerinde ise herhangi anlamlı bir farklılık görülmemektedir.

**Tablo 10:** Kültürel Boyut ile Gelir Düzeyi Arasındaki İlişki

	Gelir Düzeyi	Ort. Farkl.	Std. Hata	P
<b>500 dolar ve az</b>	501-1000 dolar	0,163	0,119	0,864
	1001-1500 dolar	-0,036	0,115	1,000
	1501-2000 dolar	-0,011	0,129	1,000
	2001-2500 dolar	-0,235	0,135	0,699
	2501-3000 dolar	-0,383	0,135	0,154
<b>501-1000 dolar</b>	500 dolar ve az	-0,163	0,119	0,864
	1001-1500 dolar	-0,199	0,110	0,664
	1501-2000 dolar	-0,174	0,124	0,852
	2001-2500 dolar	-0,398	0,131	0,104
	2501-3000 dolar	-,546*	0,130	<b>0,004</b>
<b>1001-1500 dolar</b>	500 dolar ve az	0,036	0,115	1,000
	501-1000 dolar	0,199	0,110	0,664
	1501-2000 dolar	0,024	0,121	1,000

	2001-2500 dolar	-0,199	0,128	0,789
	2501-3000 dolar	-0,347	0,127	0,192
<b>1501-2000 dolar</b>	500 dolar ve az	0,011	0,129	1,000
	501-1000 dolar	0,174	0,124	0,852
	1001-1500 dolar	-0,024	0,121	1,000
	2001-2500 dolar	-0,223	0,140	0,770
	2501-3000 dolar	-0,372	0,139	0,214
<b>2001-2500 dolar</b>	500 dolar ve az	0,235	0,135	0,699
	501-1000 dolar	0,398	0,131	0,104
	1001-1500 dolar	0,199	0,128	0,789
	1501-2000 dolar	0,223	0,140	0,770
	2501-3000 dolar	-0,148	0,146	0,959
<b>2501-3000 dolar</b>	500 dolar ve az	0,383	0,135	0,154
	501-1000 dolar	,546*	0,130	<b>0,004</b>
	1001-1500 dolar	0,347	0,127	0,192
	1501-2000 dolar	0,372	0,139	0,214
	2001-2500 dolar	0,148	0,146	0,959

### SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sosyal, kültürel, ekonomik, sağlık ve tanıtım gibi farklı etkileri olan bir faaliyettir. Turizm faaliyetine katılanlar destinasyonlara birçok açıdan fayda sağlamaktadır. Bu durum destinasyonlar arasında yoğun bir rekabetin yaşanmasına neden olmaktadır. Destinasyonların rekabet üstünlüğü kazanmasında gastronomik ürünlerin önemi her geçen gün artmaktadır. Çünkü turistler, destinasyon seçiminde birden fazla kriteri incelemektedir. Bunlardan birisi de yiyecek ve içecek hizmetleridir. Yiyecek ve içecekler hem destinasyona sürdürülebilir turizm açısından katkı sağlamak hem de turistlerin fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

Bu çalışma oldukça zengin özelliklere sahip olan Kırgız mutfağında kullanılan yöresel yemeklerin sürdürülebilir turizme etkisini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Yapılan çalışma sonucunda araştırma için belirlenmiş olan 4 hipotez test edilmiş ve hepsinin kabul edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma sonucunda yöresel yemeklerin sürdürülebilir turizme olan etkisi aşağıda belirtilen başlıklar altında incelenmiştir.

**a. Kültür Etkisi:** Kültür bir toplumun hayatına dair tüm etkinliklerin toplamıdır. Mutfak kültürü de bu bütünlük içinde yerini alan, geçmişten geleceğe aktarılan en zengin kültürel mirastır. Mutfak kültürü toplumun tükettiği yiyecek ve içecek malzemelerinin türlerini, üretim şekillerini, hazırlanmasını, pişirilmesini ve servis edilmesini içeren tüm faaliyetleri kapsamaktadır (Alyakut & Üzümcü, 2017). Yöresel yemekler ait oldukları kültürün önemli birer parçasıdır. Yöresel yemekler, destinasyonlar hakkında bilgi sahibi olabilmenin en etkin araçlarından.

Araştırmalar herhangi bir ülke, bölge veya yöreye ait mutfak kültürü, ilgili destinasyonu ziyaret eden yabancı turistlerin tatil deneyimlerinde önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir (Zağralı & Akbaba, 2015). Tablo 3 incelendiğinde araştırma kapsamında yer alan turistlerin kültürel boyutta yer alan ifadelerle vermiş oldukları cevaplar oldukça yüksek bir otalamaya sahiptir. Yani turistler artık klasik turizm anlayışını terk ettikleri; yeni lezzetler keşfetmek, farklı kültürleri yakından tanımak, alternatif deneyimler kazanmak amacıyla otantik yemeklerin bulunduğu yerleri ziyaret etmekte, yöresel yemeklerin hazırlanmasında aktif görev aldıkları görülmektedir.

**b. Sosyal Etkisi:** Turizm sektörünün birden fazla etkisi bulunmaktadır. Bunlardan birisi de sosyal etkileridir. Turistik destinasyonlarda bulunanlar, turistlerle yoğun iletişim içinde bulduklarından hem onlardan etkilenmekte, hem de onları farklı yönlerden etkilemektedirler. Bunlar yabancı dil öğrenme, geleneksel ürünlerin korunması ve geliştirilmesi, toplumsal barış ve huzur ortamının iyileştirilmesi şeklinde özetlenebilir.

**c. Ekonomik Etkisi:** Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) hazırlamış olduğu Gıda Turizminde Küresel Raporu (Global Report on Food Tourism) göre, turistlerin % 79'u destinasyon tercihlerini gastronomi olaylarının takvimine ve yerel mutfağın özelliklerine göre belirlemektedirler (UNWTO, 2012). Ayrıca konu ile ilgili literatür incelendiğinde turizm faaliyetine katılanların, toplam harcamalarının yaklaşık % 30'unu yiyecek ve içecek ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları anlaşılmaktadır. Turizmden elde edilen gelir sadece doğrudan turizm faaliyeti ile ilgilenenleri değil, diğer sanayi kuruluşlarının gelirlerini de etkilemektedir. Çünkü UNWTO'nun verilerine göre; turistik faaliyetlere katılanlar genel olarak 11 farklı alanda harcama yapmakta ve 21 farklı sektörü etkilemektedir. Yapılan tüm bu harcamalar sonucunda 47 değişik iş sahasında çalışanların gelirler elde etmesine katkı sağlamaktadır (Yıldız, 2011). Dolayısıyla yöresel yemeklerin destinasyonlarda sektörler arası bağlantı kurulması, yeni istihdam alanlarının oluşması ve sürdürülebilir kaynak oluşturulması açısından büyük katkıları bulunmaktadır.

**d. Sağlık Etkisi:** Günlük hayatta olduğu gibi turizm faaliyetine katılan herkesin en fazla dikkat ettiği konulardan birisi sağlıklı ve temiz ortamlarda tatil yapmak, ihtiyaçlarını karşılamaktır. Bu gerçeği fark eden turizm çalışanları, bu konuda daha duyarlı hareket etmektedirler. Çünkü sanitasyon ve hijyen kurallarına uygun sunulan hizmetler kaliteyi artırır, rekabet avantajı oluşturur. Oluşturulan nezih ortam sadece turizm faaliyetlerine katılanların değil, toplumun tamamının sağlığını da etkilemektedir.

**e. Tanıtım Katkısı:** Destinasyonların tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde son yıllarda en fazla tercih edilen ürün gastronomik ürünlerdir. Turistlere sunulan gastronomi ürünlerine olan talep ve bunun sonucunda ciddi anlamda olumlu veriler elde edilmektedir (Gülen, 2017). Günümüz turizm etkinlikleri incelendiğinde özellikler yerel ürünlerin turizmde kullanılmasının tanıtım katkılarını yadsınamayacak derecededir. Bu açıdan bölgeye özgü yemekler ile ilgili festival, fuar ve şenliklerin organize edilmesi bölgenin tanıtımını, bölgeyi ziyaret eden kişilerin hem sayısını hem de harcamalarını olumlu yönde etkileyecektir.

Sonuç olarak yöresel yemeklerin sürdürülebilir turizm kapsamında geliştirilmesi için Kırgızistan özelinde, Kırgız mutfak kültürünün güçlü yönlerinin belirlenmesi gerekmektedir. Gastronomi ile ilgili çeşitli organizasyonların düzenlenmesi yöresel ürünlerin hem korunması hem de geliştirilmesi açısından önemli avantajlar oluşturmaktadır. Ayrıca bu tür etkinliklere medyatik kişilerin davet edilmesi yöresel ürünler ile destinasyonların tanıtımını açısından da büyük önem arz etmektedir.

Destinasyonların uluslararası imaja sahip olması turizmden daha fazla faydalanmasına katkı sağlamaktadır. Bu konuda profesyonel yardım alınarak yöresel ürünler kullanılarak olumlu bir imajın oluşturulması, destinasyonun tamamı için büyük fayda sağlayacaktır. Turizm sayesinde özellikle yöre halkının yabancı dil bilgisinin artması bölgeyi ziyaret eden turistlerin memnun edilmesini kolaylaştırmaktadır. Memnun ayrılan turist destinasyon için en etkin tanıtım aracı olarak kabul edilmektedir.

#### KAYNAKLAR

Alkan, C. (2015). Sürdürülebilir Turizm: Alaçatı Destinasyonuna Yönelik Bir Uygulama. *Journal of Yasar University*, 10(40), 6692-6710.

- Alyakut, Ö., & Üzümcü, T. P. (2017, Mayıs 21). Gastronomi Turizmi Bağlamında Kandıra Beslenme Kültürü ve Unutulmaya Yüz Tutmuş Lezzetleri: Goncaaydın Köyü Örneği. *IV. Uluslararası Çoban Mustafa Paşa ve Kocaeli Tarihi-Kültürü Sempozyumu*. Kocaeli.
- Bozok, D., & Kahraman, K. (2015). Kırsal Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Rolü: Balıkesir. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(1), 85-90.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 8(32), s. 470-483.
- Coşkun, R., Altunışık, R., & Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Kitapevi.
- Çıkin, A., Çeken, H., & Uçar, M. (2009). Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi, Agro-Turizm ve Ekonomik Sonuçlar. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 15(1), 1-8.
- Doğan, S. (2010). Yiyecek İçecek İşletmelerinde satış çabalarında etik. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 242.
- Eshaliev, M. (2011). *Kırgız-Orta Asya'daki En Eski Ulus*. Aralık 11, 2017 tarihinde [http://kgghistory.akipress.org/unews/un\\_post:1050](http://kgghistory.akipress.org/unews/un_post:1050) adresinden alındı
- Gülcan, B., Erdem, B., & Eren, R. (2018). *Kırgızistan ve Türkiye Mutfak Kültürü:Seçme Tarifler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gülen, M. (2017). Gastronomi Turizm Potansiyeli ve Geliştirilmesi Kapsamında Afyonkarahisar İlinin Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-42.
- Hair, J. F., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kayri, M. (2009). Araştırmalarda Gruplar Arası Farkın Belirlenmesine Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Post-Hoc) Teknikleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 51-64.
- Kodali, R., & Routroy, S. (2006). Decision Framework for Selection of Facilities Location in Competitive Supply Chain. *Journal of Advanced Manufacturing Systems*, 5(1), 89-110.
- Kozak, M. (2012). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kültür ve Yaşam. (2018). Geleceğe Enerjimiz Kalsın 8 Madde ile Sürdürülebilirlik: <http://www.kulturveyasam.com/gelecege-enerjimiz-kalsin-8-madde-ile-surdurulebilirlik/> E. Tarihi: 12.02.2018.
- Minbaeva, A. (2010). Kırgızistan Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Uygulanabilecek Turistik Ürün Çeşitleri. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Rubleva, T. (2015). *Ev Konservesinin Sırları*. [www.mir24.tv/news/13133954/pyat-sekretov-domashnego-konservirovaniya](http://www.mir24.tv/news/13133954/pyat-sekretov-domashnego-konservirovaniya), E. Tarihi: 06.01.2018.
- Şengül, S., Türkay, O., & Genç, K. (2016). Yöresel Yemek Tercih Nedenleri ile Çevre Bilinci Arasındaki İlişkinin Tespit Edilmesi: Genç Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma. *16. Ulusal Turizm Kongresi* (s. 961-972). Çanakkale: Detay Yayıncılık.
- Tilekeeva, J. (2015). *Koçevaya Kuhnya*. Bişkek: Mara.

- Toygar, K., & Toygar, N. B. (2018). *Kırgız Mutfak Kültürü Üzerine Notlar*. <http://www.turkish-cuisine.org/print.php?id=52&link=http://www.turkish-cuisine.org/ottoman-heritage-3/kyrgyz-cuisine-52.html> E. Tarihi: 28.08.2018.
- Türköz, G., Bucak, T., & Turhan, N. (2017). Bölge Gastronomi Turizmi Üzerine Yöresel Ürün Festivallerinin Etkisi: Urla Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 230-240. doi:10.21325/jotags.2017.126
- TÜSAİD. (2012). *Sürdürülebilir Turizm*. İstanbul: Sis Matbaacılık Prom. Tanıtım Hiz. Tic. Ltd. Şti. <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/6030-surdurulebilir-turizm> E. Tarihi: 14.04.2018.
- UNWTO. (2012). *Global Report on Food Tourism*. World Tourism Organization, <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/amreports4-foodtourism.pdf>, E. Tarihi: 12.03.2018.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzeindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Zağralı, E., & Akbaba, A. (2015). Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 10(40), 6663-6644.