



Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

Ziyaretçi deneyimleri üzerine nitel bir araştırma: Gökgöl Mağarası örneği

A qualitative research on visitor experiences: The case of Gökgöl Cave

Sibel Özdemir^{1*}

¹Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Devrek Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri, sibel.ozdemir@beun.edu.tr, 0000-0003-0700-0823

MAKALE BİLGİSİ ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler:
Ziyaretçi deneyimi, Mağara turizmi,
Zonguldak Gökgöl Mağarası

Key Words:
Visitor experience, Cave tourism,
Zonguldak Gökgöl Cave

Gönderme Tarihi / Received Date:
08.10.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date:
15.03.2025

Yayınlanma Tarihi / Published Online:
30.06.2025

DOI:
[10.53601/tourismandrecreation.1563257](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1563257)

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, Gökgöl Mağarası'nı ziyaret eden kişilerin deneyimlerini etkileyen olumlu ve olumsuz faktörleri belirlemektir. Araştırma kapsamında, TripAdvisor web sitesinde Gökgöl Mağarası hakkında yapılmış 130 olumlu ve olumsuz yorum içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Verilerin analizi, MAXQDA programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analiz sürecinde en sık tekrar eden kelimeler tespit edilmiş ve bu kelimeler kullanılarak bir kelime bulutu oluşturulmuştur. Araştırmada Gökgöl Mağarası'na ilişkin ziyaretçi deneyimlerini analiz etmek amacıyla 2 ana tema belirlenmiştir. Olumlu görüşler ana teması altında 7 alt tema ve 156 kod tespit edilmiştir. Bu alt temalar sırasıyla doğal oluşumlar, ışıklandırma, yürüyüş yolu ve platformlar, etkileyici atmosfer, kolay ulaşım, aile dostu deneyim ve mekânın temizliği olarak belirlenmiştir. Olumsuz görüşler ana teması altında ise 6 alt tema ve 71 kod yer almaktadır. Bu alt temalar; sıcaklık ve giyim uyarıları, dar geçişler ve hareket kısıtlılığı, sosyal tesis eksikliği, giriş ücreti ve ücretlendirme, bakım eksikliği ve tabela sorunları olarak tanımlanmıştır. Olumlu görüşlerde en sık "ışıklandırma" (n=46) ve "etkileyici atmosfer" (n=32) yer almakta, bunları "doğal oluşumlar" (n=30) ve "yürüyüş yolu ve platformlar" (n=22) takip etmektedir. Olumsuz görüşler kapsamında ise ziyaretçiler tarafından en sık dile getirilen kodlar "sıcaklık ve giyim uyarıları" (n=34) ile "dar geçişler ve hareket kısıtlılığı" (n=13) olarak tespit edilmiştir. Araştırmanın bulguları doğrultusunda ilgili kurum ve kuruluşlara çeşitli iyileştirme önerileri sunulmuştur.

ABSTRACT

The objective of this study is to ascertain the positive and negative factors that influence the experiences of individuals who visit Gökgöl Cave. In the course of the research, the content analysis method was employed to analyse 130 positive and negative comments about Gökgöl Cave on the TripAdvisor website. The data were subjected to analysis using MAXQDA software. In the course of the analysis, the most frequently occurring words were identified, and a word cloud was constructed based on these words. The study identified two principal themes for the analysis of visitor experiences of Gökgöl Cave. Seven sub-themes and 156 codes were identified under the main theme of positive views. The sub-themes were identified as follows: natural formations, lighting, walking paths and platforms, impressive atmosphere, ease of access, family-friendly experience, and cleanliness of the place. A total of six sub-themes and 71 codes were identified under the main theme of negative opinions. These sub-themes were defined as follows: temperature and clothing warnings; narrow passages and restricted movement; lack of social facilities; entrance fee and pricing; and lack of maintenance and signage problems. The most frequently expressed positive views were related to lighting (n = 46) and the impressive atmosphere (n = 32), followed by natural formations (n = 30) and walkways and platforms (n = 22). With regard to the negative opinions expressed, the most frequently mentioned codes by visitors were 'temperature and clothing warnings' (n = 34) and 'narrow passages and restricted movement' (n = 13). In line with the findings of the research, a number of suggestions for improvement were presented to the relevant institutions and organisations.

1. Giriş

Son yıllarda internetin hızlı gelişimi, dijital iletişim olanaklarını önemli ölçüde artırmıştır. Buna paralel olarak, sosyal medya platformlarının yaygınlaşması, kullanıcıların deneyimlerini çevrimiçi ortamda paylaşmalarını

kolaylaştırmıştır. Çevrimiçi yorumlar, tüketicilerin satın alma ve seyahat kararlarını etkileyen en önemli faktörlerden biri haline gelmiştir (Niu & Fan, 2018). Özellikle TripAdvisor gibi platformlar, turistlerin destinasyon seçimi ve deneyim değerlendirme süreçlerinde belirleyici bir rol oynamaktadır

(Ayeş vd., 2013; Cenni & Goethals, 2017). Bu platformlar aracılığıyla yapılan yorumlar, destinasyonların güçlü ve zayıf yönlerinin analiz edilmesine olanak tanırken, aynı zamanda potansiyel ziyaretçilerin algılarını ve tutumlarını doğrudan etkilemektedir (Kim vd., 2015; Narangajavana vd., 2017).

Turizm araştırmalarında ziyaretçi deneyimleri, destinasyonların sürdürülebilir gelişimi ve pazarlama stratejilerinin belirlenmesi açısından önemli bir konudur (Lee vd., 2022; Nilashi vd., 2018; Sop vd., 2020). Daha önce yapılan çalışmalarda, çevrimiçi platformlardaki ziyaretçi yorumlarının turist davranışlarını şekillendirdiği ve destinasyonların imajını güçlendirmede önemli bir kaynak olduğu ortaya konmuştur. Örneğin, Sop vd. (2020) çevrimiçi yorumların destinasyon yönetim stratejilerinde nasıl kullanılabileceğini vurgulamış; Narangajavana vd. (2017) ise bu yorumların tüketici davranışları üzerindeki etkisini ele almıştır. Bu bağlamda, ziyaretçi deneyimlerinin analiz edilmesi, destinasyonların olumlu yönlerinin pekiştirilmesine ve eksik yönlerinin iyileştirilmesine katkı sağlamaktadır (Kim vd., 2015; Narangajavana vd., 2017). Literatürde, mağara turizmi ve ziyaretçi deneyimlerini ele alan çalışmaların sınırlı sayıda olması, bu alanda daha fazla araştırma yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır (Ceylan 2007; Çelikoğlu & Atış 2015; Karadeniz vd. 2009; Özşahin 2013; Özşahin & Kaymaz 2014; Sever 2008). Ulusal literatürde mağara turizmi üzerine yapılan araştırmalar genellikle mağaraların turizm potansiyelini incelemeye odaklanmıştır. Sever (2008) Malatya'daki Polat Mağarası'nı Karadeniz vd. (2009) Zonguldak'taki Gökgöl Mağarası'nı, Özşahin ve Kaymaz (2014) Mersin'deki Gilindire/Aynalıgöl Mağarası'nı, Çelikoğlu ve Atış (2015) ise Bartın'daki Gürcüoluk Mağarası'nın turizm potansiyelini araştırmıştır. Ayrıca Özşahin (2013) Hatay'daki Çan Mağarası'nın jeomorfolojik özelliklerini incelemiştir. Ceylan (2007) ise Antalya'daki Zeytintaşı Mağarası'nın korunmasıyla ilgili çeşitli önerilerde bulunmuştur. Özellikle çevrimiçi platformlarda paylaşılan mağara turizmi deneyimlerinin destinasyon yönetimi ve geliştirilmesine yönelik etkileri bağlamında gerçekleştirilen araştırmaların az olduğu görülmektedir (Kodaş, 2024). Kodaş (2024) çalışmasında çevrimiçi platformlarda paylaşılan mağara otel deneyimlerinin hatırlanabilirlik boyutlarını incelemiş ve bu deneyimlerin destinasyon yönetimi bağlamında önemli bir veri kaynağı olduğunu vurgulamıştır. Bu bağlamda, bu çalışma literatürdeki söz konusu boşluğu doldurmayı hedeflemenin yanı sıra mağara turizminin sürdürülebilir yönetimi ve destinasyon pazarlama stratejilerine etkilerini daha derinlemesine analiz etmeyi amaçlamaktadır. Gökgöl Mağarası örneğinden elde edilen bulguların, destinasyon yönetimi stratejilerinin geliştirilmesine ve ziyaretçi memnuniyetinin artırılmasına yönelik önemli katkılar sunacağı öngörülmektedir. Sonuç olarak, mağara turizminin potansiyelini ortaya koymak ve çevrimiçi platformlardaki ziyaretçi yorumlarının bu alandaki önemine dikkat çekmek amacıyla yapılan bu çalışma, Gökgöl Mağarası gibi özel bir destinasyonun ziyaretçi deneyimlerini detaylı bir şekilde analiz ederek bölgesel turizm yönetimine katkı sunmayı hedeflemektedir. Bu araştırma, yalnızca bölgeye yönelik stratejik öneriler geliştirmekle kalmayacak, aynı zamanda mağara turizmiyle ilgili gelecekteki çalışmalara da rehberlik edeceği düşünülmektedir.

2. Kuramsal Çerçeve

2.1. Mağara ve Mağara Turizmi

Mağara 'İnsanların geçişine olanak sağlayacak büyüklükte bir ağza sahip kayaç içinde oluşmuş bir yeraltı boşluğu'dur. Ayrıca doğal yollar dışında insanlar tarafından açılmış olan oyuklar, girikler, hücreler veya galeriler de mağara olarak adlandırılmaktadır (Karadeniz vd., 2009). Mağaralar yeryüzü altında, dağlarda, kaya dirseklerinde veya benzeri yerlerde bulunan doğal ya da insan yapımı oyuklar, girikler, hücreler veya galeriler olarak da tanımlanmaktadır (Ozansoy & Mengi, 2006). Mağaralar, geçmişte insanların ilk konaklama yerleri olup, doğal oluşumları, etkileyici unsurları ve sundukları görsel estetikleriyle dikkat çekmektedir (Soykan vd., 2008). Mağaralarda bulunan çeşitli şekil ve oluşumlar, insanlarda keşfetme ve gözlem yapma arzusunu tetikleyerek bu alanla ilgili turizm araştırmalarını da şekillendirmiştir (Koçan, 2012). Kayaçların içinde oluşmuş ve ziyarete açık olan mağaralar, doğal yapıları ve özgün görsel özellikleriyle turizmde önemli bir yer edinmiştir (Uluslan & Batman, 2010). Yer yüzeyinde bulunan doğal oluşumların yeraltında da varlık göstermesi, insanlarda sürekli bir hayranlık ve ilgi uyandırmaktadır (Soykan vd., 2008). Doğal yapıların bozulmamış ve korunmuş olması, mağaraların ziyaretçiler nezdinde çekiciliğini artıran önemli bir faktördür. Bu bağlamda, mağaralar, bir bölgenin doğal turistik ürün potansiyelinin ayrılmaz bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Mağaraların bu turistik ürün potansiyeli, "mağara turizmi" kavramını ortaya çıkarmıştır. Batman ve Eraslan (2007), mağara turizmini "yeryüzü altında oluşan boşlukların ziyaret edilmesi" olarak tanımlarken, Usta (2008) bu kavramı "sağlık ve merak amacıyla mağaralara yapılan seyahatler" şeklinde ifade etmiştir. Yozcu (2020) ise mağara turizmini, "mağaraların jeolojik, ekolojik ve kültürel değerleri nedeniyle inanç, kültür, eğitim, spor, macera ve eğlence amaçlı ziyaret edilmesi" olarak tanımlamıştır.

Gökgöl Mağarası, Zonguldak iline bağlı Erçek Mahallesi sınırları içerisinde, Ankara-Zonguldak karayolunun Zonguldak girişinde, şehir merkezine 5 kilometre mesafede konumlanmıştır. Zengin jeolojik çeşitliliği ile öne çıkan mağara, içerisinde sarkıt, dikit, sütun ve damlataşı gibi dikkat çekici oluşumlar barındırmaktadır. 2001 yılında turizme açılan mağara, 2001-2008 yılları arasında resmi kayıtlara göre toplam 217.991 ziyaretçiyi ağırlamıştır. Gökgöl Mağarası gerek estetik oluşumları gerekse erişilebilir konumu nedeniyle, tanıtım faaliyetlerinin artırılması durumunda Zonguldak turizmine önemli katkılar sunma potansiyeline sahiptir. Bununla birlikte, Türkiye'de mağara turizmi bağlamında önemli bir destinasyon olarak değerlendirilmektedir (Çakmak, 2021; Karadeniz vd., 2009; Kültür Portalı, 2024; Zonguldak Valiliği, 2024). Gökgöl Mağarası, 1994 yılında Zonguldak İl Turizm Müdürlüğü tarafından ele alınmış ve Nazik vd. (1995) tarafından aynı yıl jeolojik incelemeleri gerçekleştirilmiştir. 1995 yılında yayımlanan "Zonguldak Yakın Çevresinin Doğal Mağaraları" başlıklı MTA (Maden Tetkik ve Arama) raporu, mağaranın doğal özelliklerini ve turizm potansiyelini ortaya koymuştur. Aralık 1997'de Zonguldak İl Özel İdaresi tarafından mağaraya yönelik yatırımlar başlatılmıştır. Bu süreçte, MTA Jeolojik Etütler Dairesi Başkanlığı'na bağlı Mağara Araştırma Grubu

tarafından projelendirme çalışmaları yapılmış ve mağarada 875 metrelik yürüyüş yolu, köprüler, su kanalları, aydınlatma ve ses donanımları gibi altyapı düzenlemeleri gerçekleştirilmiştir. Tüm bu çalışmalar sonucunda Gökgöl Mağarası, 21 Haziran 2001 tarihinde turizme açılmıştır. Mağarada, farklı aydınlatma konseptleri, engelli erişimine uygun yürüyüş yolları, cam köprüler, seyir terasları ve yeni eklenen hediyelik eşya satış alanı, ziyaretçi merkezi, tuvalet ve otopark gibi olanaklar bulunmaktadır. Ankara-Zonguldak karayolunun hemen yanında konumlanması ve Zonguldak şehir merkezine yakınlığı, mağarayı ulaşılabilir bir turizm destinasyonu haline getirmiştir. Gökgöl Mağarası, sahip olduğu endüstriyel ve jeolojik miras unsurları ile hem bölgesel turizmde hem de Türkiye genelinde mağara turizmi açısından önemli bir değer sunmaktadır (Çolak, 2012; VisitZonguldak, 2024).

2.2. Ziyaretçi Deneyimi ve Çevrimiçi Yorumların Önemi

Ziyaretçi deneyimi, tüketicilere sunulan bilgi, duysal uyarılar ve duygusal unsurların birleşimiyle oluşan karmaşık bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Holbrook ve Hirschman (1982), tüketici deneyimini yalnızca fonksiyonel bir süreç olarak değil, aynı zamanda estetik, sembolik ve duygusal boyutları içeren bir yapı olarak ele almıştır. Bu çerçevede, ziyaretçi deneyimi, duysal ve duygusal tepkiler, ürün veya hizmetle kurulan etkileşim ve bireysel algılar sonucunda şekillenmektedir. Turizm bağlamında ise, bir destinasyondan

elde edilen fiziksel ve duygusal deneyimlerin bir bütünü olarak tanımlanmaktadır. Ziyaretçi deneyimi, yalnızca tüketim sürecini değil, bireysel tatmin ve anlam yaratma süreçlerini de kapsayan bir dinamiğe sahiptir (Pine & Gilmore, 1998).

Ziyaretçi deneyimi, turizm sektöründe üretim ve tüketim süreçlerinin eş zamanlı gerçekleşmesiyle ortaya çıkmakta ve bireysel özellikler, hizmet kalitesi, destinasyonun fiziksel koşulları ve çevresel faktörlere bağlı olarak farklılık göstermektedir (Oral & Çelik, 2013). Kişisel algılara dayalı olarak şekillenen bu deneyim, diğer tüketiciler üzerinde bir algı ve imaj yaratarak destinasyonun genel algısını ve tercih edilme potansiyelini doğrudan etkileyebilmektedir. Kim ve Perdue (2013), deneyimin yalnızca destinasyon seçiminde değil, aynı zamanda ziyaret sonrası memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde de belirleyici bir role sahip olduğunu ifade etmektedir.

Ziyaretçi deneyimlerinin duygusal boyutları, destinasyonda geçirilen süre boyunca hissedilen mutluluk, hayranlık veya hayal kırıklığı gibi duygularla yakından ilişkilidir (Hosany & Gilbert, 2010). Destinasyonun sunduğu hizmet kalitesi, fiziksel ortamın özellikleri ve sosyal etkileşimler, ziyaretçi deneyimini şekillendiren temel unsurlar arasında yer almaktadır. Bigné vd. (2005), deneyimlerin destinasyonun algılanan kalite düzeyi ile güçlü bir ilişki içerisinde olduğunu ortaya koymuştur.

Son yıllarda çevrimiçi platformlar, ziyaretçi deneyimlerinin paylaşılmasında ve değerlendirilmesinde önemli bir araç haline gelmiştir. TripAdvisor gibi platformlarda yapılan çevrimiçi yorumlar, tüketicilerin bir destinasyon hakkındaki algısını şekillendiren ve karar verme süreçlerini etkileyen önemli bir referans kaynağı olarak değerlendirilmektedir (Morgan vd., 2003; Sparks vd., 2013; Zhang vd., 2007; Ödemiş, 2024). Çevrimiçi yorumlar, ziyaretçi deneyimlerini geniş kitlelere ulaştırmakta, destinasyonların tanıtım stratejilerinde ve turistik algının oluşturulmasında kritik bir rol oynamaktadır (Şahin vd., 2020).

Gökgöl Mağarası bağlamında, çevrimiçi yorumların analizi ziyaretçilerin deneyimlerini yansıtmaları açısından önemli bir veri kaynağı oluşturmaktadır. Bu yorumlar, mağaranın doğal yapısı, fiziksel koşulları ve hizmet kalitesi gibi farklı unsurlara ilişkin ziyaretçi görüşlerini içermektedir. Çevrimiçi platformlarda paylaşılan bu yorumlar, mağaranın güçlü ve geliştirilmesi gereken yönlerini ortaya koymakta ve potansiyel ziyaretçiler için bilgi sağlamaktadır. Gökgöl Mağarası'nın çevrimiçi yorumlar üzerinden değerlendirilmesi hem destinasyonun turizmdeki algısını anlamak hem de bölgesel turizme katkı sağlamak adına stratejik bir öneme sahiptir.

Tablo 1. Ziyaretçilere Ait Demografik Bilgiler

		Sıklık	%
Cinsiyet	Erkek	87	58,8
	Kadın	29	19,6
	Belirtilmemiş	14	9,4
	Toplam	130	100
Yaşadığı Şehir	İstanbul	27	%20,8
	Zonguldak	22	%16,9
	Ankara	13	%10,0
	İzmir	9	%6,9
	Kocaeli	3	%2,3
	Sakarya	3	%2,3
	Bursa	3	%2,3
	Denizli	2	%1,5
	Adana	2	%1,5
	Tekirdağ	2	%1,5
	Antalya	2	%1,5
	Hatay	1	%0,8
	Samsun	1	%0,8
	Manisa	1	%0,8
	Bartın	1	%0,8
	Aydın	1	%0,8
	Isparta	1	%0,8
	Rize	1	%0,8
	Balıkesir	1	%0,8
	Mersin	1	%0,8
	Yozgat	1	%0,8
	Kütahya	1	%0,8
	Belirtilmemiş	31	%23,8
	Toplam	130	% 100
Tripadvisor Katılım Düzeyi	1. Seviye	5	%3,8
	2. Seviye	12	%9,2
	3. Seviye	28	%21,5
	4. Seviye	23	%17,7
	5. Seviye	25	%19,2
	6. Seviye	37	%28,5
	Toplam	130	% 100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2. Çevrimiçi Yorumların Değerlendirme Puanına Göre Dağılımı

Değerlendirme Ökütleri	Yorum Sayısı	%
Mükemmel	102	78,46
Çok iyi	24	18,46
Ortalama	4	3,08
Kötü	0	0
Berbat	0	0
Toplam	130	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

2.3. Mağara Turizmi ve Ziyaretçi Deneyimine Yönelik Çalışmalar

Bu çalışmada Gökgöl Mağarası'nın ziyaretçileri tarafından TripAdvisor platformu üzerinde yapılan çevrimiçi yorumlar incelenmiştir. Literatürde mağaracılık ve turizm ilişkisini ele alan çeşitli çalışmaların farklı bakış açılarıyla değerlendirildiği görülmektedir. Arpacı vd. (2012), Ceylan (2007), Ceylan ve Demirkaya (2006), Karadeniz vd. (2009), Knežević ve Žiković (2011), Özdemir (2010), Öcal ve Özcan (2013), Rindam (2014), Russell ve MacLean (2008), Sever (2008) gibi çalışmalar mağaraların turizm potansiyelini ele almıştır. Bunun yanı sıra Cigna & Forti (2013), Faille vd. (2015), Novas vd. (2017), Pavlovich (2003), Pingbin vd. (2012), Pulido-Bosch vd. (1997) ise turizmde kullanılan mağaraların etkilerini ve alınabilecek önlemleri ele almıştır. Ayrıca Doorne (2000), Lobo (2015), Šebela ve Turk (2014) mağaraların taşıma kapasitelerini değerlendirmiş; Wanhill (2000), Bekdemir vd. (2004) mağaraların turistik destinasyonlarda nasıl turistik ürün haline getirilebileceğini araştırmıştır. Ceylan (2007), Duval (2007), Lobo ve Moretti (2009) ise turizm amaçlı kullanılan mağaraların korunması konusunda çeşitli öneriler sunmuştur.

Mağara turizmine yönelik çalışmalar, genellikle mağaraların turizm potansiyelini, ziyaretçilerin motivasyonlarını ve yerel ekonomiye katkılarını ele almaktadır. Kim vd. (2008), mağara ziyaretçilerinin motivasyonlarını dört gruba ayırarak, sosyo-demografik farklılıkların ziyaretçi tercihlerinde ve memnuniyet düzeylerinde belirleyici olduğunu ortaya koymuştur. Soykan vd. (2008) ve Karadeniz vd. (2009), mağaraların turizme kazandırılmasının yerel ekonomiye katkı sağlama potansiyeline dikkat çekmiş, yeterli tanıtımın bu süreçte kritik bir rol oynadığını vurgulamıştır. Knežević ve Žiković (2011), mağara turizminin geliştirilmesiyle mağara mirasının korunması arasındaki ilişkinin önemine işaret etmiş, mağaraların sürdürülebilir turizm bağlamında değerlendirilmesi gerektiğini belirtmiştir.

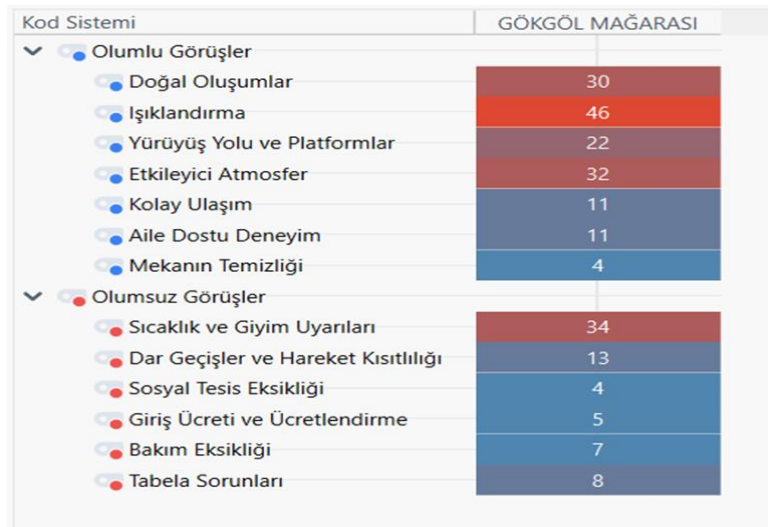
Wasti ve Acharya (2011), mağara turizminin ekonomik katkılarını incelerken, yerel halk için istihdam yaratma

potansiyelini de ön plana çıkarmıştır. Öcal ve Özcan (2013), mağaraların tanıtım eksikliklerinin giderilmesi durumunda turizm açısından daha etkin bir şekilde kullanılabileceğini savunmuştur. Akca vd. (2016), literatürde mağara ziyaretçileri ve turizm destinasyonlarında karşılaşılan sorunlara ilişkin çalışmaların yetersizliğine dikkat çekerek bu alanda daha fazla araştırma yapılması gerektiğini ifade etmiştir. Bu çalışmalar mağaraların tanıtım, yönetim ve sürdürülebilir turizm stratejileri ile daha geniş bir turistik değer sunabileceğini göstermektedir. Gökgöl Mağarası bağlamında bu çıkarımlar mağaranın tanıtım faaliyetlerinin artırılması, ziyaretçi deneyimlerinin geliştirilmesi ve sürdürülebilir bir turizm planının benimsenmesi gerektiğini işaret etmektedir. Bu tür stratejik yaklaşımlar hem yerel ekonomiye hem de bölgesel turizm gelişimine katkı sağlayabilir.

3. Yöntem

Bu çalışmanın amacı, Zonguldak Gökgöl Mağarası'na yapılan ziyaretçi deneyimlerini incelemek, yorumlarda öne çıkan olumlu ve olumsuz unsurları belirlemek ve mağara için çözüm önerileri geliştirmektir. Çalışmanın örneklemini Zonguldak'taki Gökgöl Mağarası ile ilgili olarak www.tripadvisor.com web sitesinde yer alan çevrim içi yorumlar oluşturmaktadır. Veri toplamak için TripAdvisor web sitesi tercih edilmiştir. Bu tercih birkaç nedenden dolayı yapılmıştır. İlk olarak TripAdvisor sitesi turizm araştırmalarında tüketici davranışlarını incelemek için sıkça kullanılmaktadır (Dinçer & Alrawadie, 2017). Ayrıca TripAdvisor'ın kullanımının kolay olması ve tüketicilerin rahatça yorum yapabilmesi veri toplama sürecini basit ve erişilebilir kılmaktadır (Buluk & Boz, 2016; Filieri vd., 2018). Araştırma, nitel araştırma deseni kapsamında içerik analizi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada ele alınan ana problem, Gökgöl Mağarası'nı ziyaret eden kişilerin deneyimlerini etkileyen olumlu ve olumsuz unsurların neler olduğudur. Araştırmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

- Zonguldak Gökgöl Mağarası'na yönelik ziyaretçi deneyimlerinde öne çıkan olumlu ve olumsuz görüşler nelerdir?



Görsel 1. Gökgöl Mağarası Ziyaretçi Yorumlarına Dayalı Ana Tema, Alt Tema ve Kod Sayısı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

temalara bağlı olarak ilgili alt temaların tespit edilmesinde kullanılmaktadır (Şahin & Baştopuz, 2021). Tablo 1’de ziyaretçilere ait demografik bilgilere yer verilmiştir. Tablo 1’e göre, 130 ziyaretçinin %58,8’i erkeklerden oluşurken, kadın ziyaretçilerin oranı %19,6 olarak gözlemlenmiştir. Gökgöl Mağarası’nı ziyaret edenlerin TripAdvisor üzerindeki yorumları incelendiğinde, ziyaretçilerin en yüksek oranda İstanbul’dan (%20,8) geldiği, bunu Zonguldak’ın (%16,9) takip ettiği tespit edilmiştir. Ankara ise %10,0 oranı ile üçüncü sırada yer almaktadır. İzmir %6,9 oranında temsil edilirken, Kocaeli, Sakarya ve Bursa gibi şehirlerin her birinin %2,3 oranında olduğu görülmüştür. En düşük oranlar arasında Hatay, Samsun, Manisa, Bartın, Aydın, Isparta, Rize, Balıkesir, Mersin, Yozgat ve Kütahya gibi şehirler yer almakta olup, bu şehirlerin her biri %0,8 oranında katkıda bulunmuştur. Ayrıca, ziyaretçilerin %23,8’inin şehir bilgisi belirtmediği dikkat çekmektedir. TripAdvisor kullanıcılarının katılım seviyelerine göre yapılan değerlendirmede, en yüksek katılım %28,5 ile 6. seviyede gerçekleşmiştir. Bu oranı %19,2 ile 5. seviye ve %17,7 ile 4. seviye takip etmektedir. %21,5 oranıyla 3. seviye dördüncü sırada yer alırken, %9,2 ile 2. seviye ve %3,8 ile 1. seviye en düşük katılım seviyelerini oluşturmaktadır. Çevrimiçi yorumların değerlendirme puanlarına göre dağılımı ise Tablo 2’de detaylı olarak sunulmuştur.

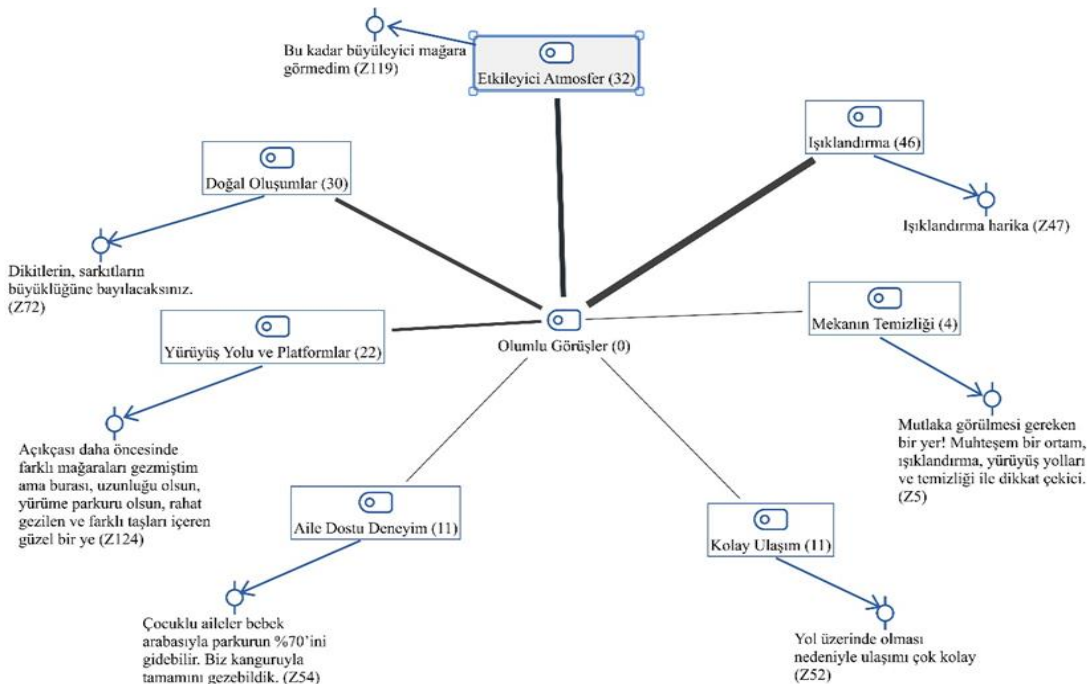
Tablo 2’de Gökgöl Mağarası’nın değerlendirme ölçütlerine göre, 102 yorum %78,46 oranıyla "Mükemmel," 24 yorum %18,46 oranıyla "Çok iyi," 4 yorum %3,08 oranıyla "Ortalama" olarak değerlendirilmiştir. "Kötü" ve "Berbat" değerlendirmeleri yapılmamıştır. Tablo 3’te çevrimiçi yorumlarda en sık kullanılan ilk 50 kelimeye yer verilmiştir.

Görsel 1’de, tümevarım yaklaşımı esas alınarak ziyaretçi yorumlarından kodlar türetilmiş ve bu kodlar belirli alt temalar

altında gruplanmıştır. Analiz sonucunda, ziyaretçi yorumları olumlu ve olumsuz görüşler olmak üzere iki ana tema altında toplanmıştır. Olumlu görüşler ana teması altında toplamda 7 alt tema belirlenmiştir. Bunlar; doğal oluşumlar (30 kod), ışıklandırma (46 kod), yürüyüş yolu ve platformlar (22 kod), etkileyici atmosfer (32 kod), kolay ulaşım (11 kod), aile dostu deneyim (11 kod) ve mekânın temizliği (4 kod). Olumsuz görüşler ana teması altında ise toplamda 6 alt tema yer almıştır. Bunlar; sıcaklık ve giyim uyarıları (34 kod), dar geçişler ve hareket kısıtlılığı (13 kod), sosyal tesis eksikliği (4 kod), giriş ücreti ve ücretlendirme (5 kod), bakım eksikliği (7 kod) ve tabela sorunları (8 kod). Kodlardan oluşturulan bu alt temalar, yorumların içeriğine dayanarak iki ana tema altında sınıflandırılmış ve Gökgöl Mağarası’na yönelik ziyaretçi deneyimlerini anlamaya yönelik bir çerçeve sunmuştur.

Tablo 3’te en sık kullanılan kelimelerden "mağara" 85 kez (%2,18), "güzel" 57 kez (%1,46), ve "mutlaka" 51 kez (%1,31) geçmiştir. "Zonguldak" 46 kez (%1,18), "gerekli" ve "için" 35’er kez (%0,90) kullanılmıştır. Daha az sıklıkta kullanılan kelimeler arasında ise "harika" ve "soğuk" 22’şer kez (%0,56), "görülmesi" ve "yürüyüş" 20’şer kez (%0,51) geçmiştir. En düşük sıklıkta ise "kesinlikle" 11 kez (%0,28) yer almıştır. Kelime bulutuna ilişkin görsel Görsel 2’de yer almaktadır.

Gökgöl Mağarası’na ilişkin ziyaretçi deneyimleri olumlu ve olumsuz görüşler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Olumlu görüşler arasında, "ışıklandırma" (n= 46) ve "etkileyici atmosfer" (n= 32) alt temaları öne çıkmaktadır. Bu bulgular mağaranın görsel sunumunun ve atmosferinin ziyaretçiler tarafından en beğenilen unsurlar arasında yer aldığını göstermektedir. Diğer öne çıkan alt temalar arasında "doğal oluşumlar" (n= 30) ve "yürüyüş yolu ve platformlar" (n= 22) yer almakta olup, bu durum ziyaretçilerin mağaranın doğal



Şekil 1. Olumlu Görüşler Ana Temasına İlişkin Ziyaretçi Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod Bölümler Modeli

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 4. Ziyaretçilerin Olumlu Görüşlerine Yönelik Bulgular

Ana Kategoriler	Yorumlar
Işıklandırma	"Işıklandırması muhteşem, fotoğraf için çok güzel bir nokta....". (Z22) "... Harika bir ışıklandırma var, bravo! ...". (Z23) "... Oldukça uzun bir mağara ve ışıklandırması çok güzel yapılmış. Yürüyüş parkurunun sağ tarafından dere akıyor ve ışıklandırmayla beraber çok güzel bir ambiyans oluşturuyor....". (Z77)
Etkileyici Atmosfer	"..... ile muhteşem bir görsel şölen sunuluyor". (Z29) "Çok etkileyici bir ambiyansa sahip; harika bir doğal güzellik" (Z58) "....Adeta büyüledim....". (Z71) "Bu kadar büyüleyici mağara görmedim....". (Z119)
Doğal Oluşumlar	"..... Her türden sarkıt ve dikit görebilirsiniz.....". (Z75) "..... Tarihi ve yapı şekli ile sarkıtları en iyi durumda gördüm....". (Z82) "..... Sarkıt ve dikitler muazzam". (Z108)
Yürüyüş Yolu ve Platformlar	"parkuru olsun, rahat gezilen ve farklı taşları içeren güzel bir yer" (Z24) ".....yürüyüş parkuru çok iyi.....". (Z25) ".... Çok da güzel yürüyüş yolu yapılmış....". (Z72)
Kolay Ulaşım	"Şehre yakın bir lokasyonda yer alıyor.....". (Z21) "Yol üzerinde olması nedeniyle ulaşımı çok kolay..." (Z52) "Çarşıdaki otobüslerle yaklaşık 10 dakikalık bir yolun sonunda gelebiliyorsunuz....". (Z56)
Aile Dostu Deneyim	"Yolun ilk kısmı yaklaşık 5/3'ü bebek arabası veya tekerlekli sandalye ile gezilebiliyor, kalan kısım merdivenli". (Z42) ".... Çocuklu aileler bebek arabasıyla parkurun %70'ini gidebilir. Biz kanguruyla tamamını gezebildik." (Z54) "Yürüyerek gezilebilen bir mağara olması, çocukları bile götürebilmeniz açısından çok farklı bir deneyim..." (Z112)
Mekânın Temizliği	"Mağaranın içinin bakımı çok iyi.....". (Z33) "..... Temizliği, görülmesi gereken bir doğa harikası..." (Z30) ".... Bu kadar temiz ve ...". (Z13)

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

yapısını ve yürüyüş yollarını olumlu değerlendirdiğini göstermektedir. Buna karşılık, olumsuz görüşlerde en yüksek frekansa sahip alt temalar "sıcaklık ve giyim uyarıları" (n= 34) ve "dar geçişler ve hareket kısıtlılığı" (n= 13) olarak öne çıkmaktadır. Bu bulgular, mağaranın fiziksel koşullarının bazı ziyaretçiler için zorlayıcı olduğuna işaret etmektedir. Özellikle sıcaklık farkları ve mağara içindeki dar alanların, ziyaretçi memnuniyetini olumsuz etkileyen unsurlar arasında olduğu anlaşılmaktadır.

Kod-alt kod-bölümler modeli kullanılarak her bir alt temanın ne sıklıkla kodlandığı belirlenmiş ve ziyaretçilerin bu alt temalar hakkındaki görüşleri analiz edilmiştir. Olumlu görüşler temaası çerçevesinde ziyaretçilerin görüşlerinin nasıl dağıldığını ve hangi alt temaların öne çıktığı Şekil 1'de

sunulmuştur. Bu model ziyaretçilerin olumlu görüşler hakkındaki yorumlarının sıklığını ve içeriğini sistematik bir şekilde ortaya koymaktadır. Şekil 1'de yer alan analiz sonuçlarına göre, ziyaretçilerin olumlu görüşlerinde öne çıkan alt kodlar "ışıklandırma" (n=46) ve "etkileyici atmosfer" (n= 32) olmuştur. Bu bulgular, mağaranın ambiyansı ve ışıklandırmasının ziyaretçiler tarafından en beğenilen özellikler arasında yer aldığını göstermektedir. Ayrıca, "doğal oluşumlar" (n=30) ve "yürüyüş yolu ve platformlar" (n= 22) kodları, ziyaretçilerin mağaranın doğal yapısını ve yürüyüş yollarını olumlu değerlendirdiğini ifade etmektedir. Diğer alt kodlar arasında "kolay ulaşım" (n= 11), "aile dostu deneyim" (n= 11) ve "mekânın temizliği" (n= 4) gibi görüşler yer almakta olup, mağaranın ulaşılabilirliği, aile dostu yapısı ve

Tablo 5. Ziyaretçilerin Olumsuz Görüşlerine Yönelik Bulgular

Ana Kategoriler	Yorumlar
Sıcaklık ve Giyim Uyarıları	"..... İçerisi çok soğuk, sıkı giyinin.". (Z17) "....Ayrıca yanınıza bir hurka almanız da öneririm, çünkü Temmuz ayında bile içerisi çok soğuk geldi bana" (Z53) "..... Tek sıkıntı, içeri girilirken soğuk olduğu uyarısı yapılmalı; içerisi ile dışarı arasındaki sıcaklık farkından insan üşüyeabiliyor" (Z100)
Dar Geçişler ve Hareket Kısıtlılığı	"..... Zira bazen tavanın yüksekliği 1,5 metreye kadar düşüyor..." (Z41) ".... Bazı noktalarda tavan yüksekliği 1,50 metreye düşüyor; boyunuz uzunsa veya dikkatsizseniz, girişten ücretsiz kask alın.....". (Z42) "Bazı noktalar başınız çarpabilecek kadar yakın; onun için girişte baret veriyorlar. Yürüdüğünüz yerin altından su akıyor,". (Z47)
Tabela Sorunları	"... Doğru dürüst tabelası bile yok, zor bulduk ama gezdik.". (Z18) "..... Ancak mağaranın dış girişi ve tabelası çok vasat. Hiç dikkat çekmiyor. Özellikle niyet edip gelmekse göremezdik. Yolda da sadece küçük bir tabela vardı.". (Z31) "..... Ana sorun konum belirleyici tabela eksikliği idi.". (Z46)
Bakım Eksikliği	"..... WC var, ancak çok bakımsız ve tadilat gerekiyor. Girişteki görevli 2019 Temmuz itibarıyla kapatılıp yürüyüş yolunun kısmının uzatılacağını ve etrafta tadilat yapılacağını söyledi; bu bilgi doğruysa iyi olur. (Z27) "....Çıkışta WC'ler vs. berbat durumda (maalesef), girmeden başka bir yerde ihtiyacınızı görüp girin derim..." (Z92) "..... Biraz bakım yapılsa çevre illerden bayağı turist gelir". (Z104)
Giriş Ücreti ve Ücretlendirme	"... Çoğu gezi yerlerinde hoş olmayan ve insanlara caydırıcılık veren sıkıntı; gezi ücretleri. Yaradan her şeyi bedava bizlere sunuyor ama insanlar iki taş döşedik, merdiven yaptık gerekçesiyle vatandaşın fahiş gezi ücreti alıyor. Ticarethanemi burası 1-2 TL yetmiyordu. Gezilesi bir yer..." (Z68) ".....Öncelikle giriş ücreti; sivil 10 TL, öğrenci 5 TL, müze kartı geçerli değil.....". (Z77) "Müzekart geçmiyor.....Giriş ücreti de düşük bir ücret". (Z126)
Sosyal Tesis Eksikliği	"..... Mutlaka bir sosyal tesis yapılmalı. Mağara içine gösterilen özen, dışına da gösterilmeli". (Z30) ".... Tek eksik şimdilik kafeterya, WC gibi sosyal alan yok. Ancak proje kapsamında olduğunu söyledi yetkili". (Z51) ".....Herşey çok güzel fakatve sosyal tesis şart.....". (Z62)

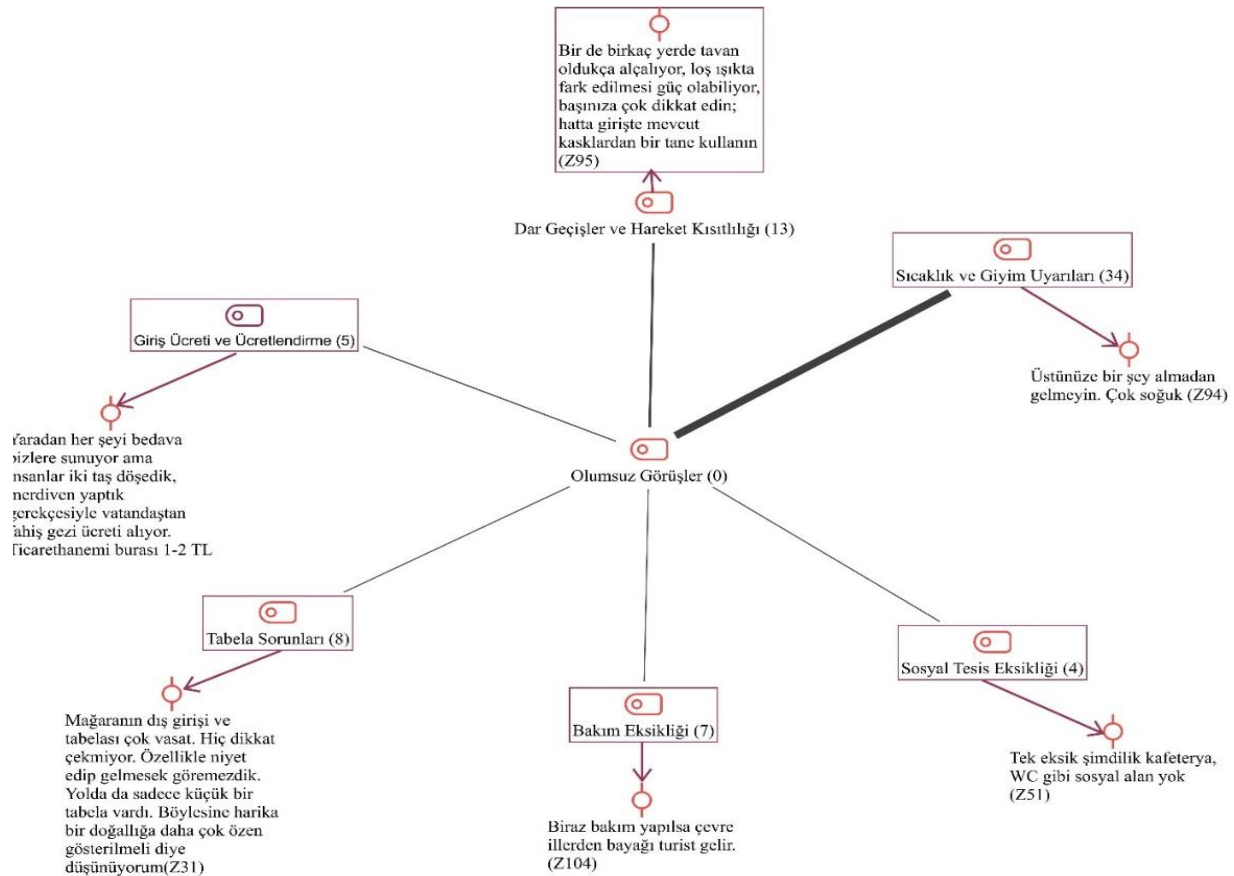
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

temizliği olumlu geri bildirimler arasında öne çıkmıştır. Bahsedilen alt kodların ziyaretçilerin deneyimlerine etkisini daha iyi anlamak için bazı ziyaretçi yorumları doğrudan alıntı yapılarak kodlanmış ve analiz edilmiştir. Bu yöntem ziyaretçilerin deneyimlerini daha net bir şekilde ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ziyaretçi yorumları, Z1'den Z130'a kadar numaralandırılmış ve metne dâhil edilmiştir. Bu alt kodlara ilişkin detaylı açıklamalar ve ziyaretçi görüşleri, Tablo 4 ve Tablo 5' te kapsamlı bir şekilde değerlendirilmiştir. Aşağıda yer alan tablolarda tüm kategorilere ait olumlu ve olumsuz kullanıcı değerlendirmelerine ait örneklerle yer verilmiştir. Ziyaretçilerin olumlu değerlendirmelerine yönelik bulgular Tablo 4 'te yer almaktadır.

- **Işıklandırma:** Gökgöl Mağarası'nın ışıklandırması ziyaretçiler tarafından oldukça övgü almıştır. Z22 ve Z23 numaralı yorumlarda mağaranın fotoğraf çekimi için ideal bir ışıklandırmaya sahip olduğu belirtilirken Z77 numaralı yorumda yürüyüş parkurunun yanında akan dereyle birlikte ışıklandırmanın harika bir ambiyans yarattığı vurgulanmıştır. Genel olarak mağaranın atmosferini güçlendiren ve ziyaretçilere görsel bir şölen sunan başarılı bir ışıklandırma düzenlemesi yapılmıştır.
- **Etkileyici Atmosfer:** Ziyaretçiler Gökgöl Mağarası'nın atmosferini büyüleyici bulmuşlardır. Z29, Z58, Z71 ve Z119 numaralı yorumlarda mağaranın etkileyici ambiyansı ve görsel şölen sunan doğal yapısı ön plana çıkarılmıştır. Ziyaretçilerin mağarayı benzersiz ve

büyüleyici bir deneyim olarak tanımlamaları, bu atmosferin turistik açıdan önemli bir cazibe unsuru olduğunu göstermektedir.

- **Doğal Oluşumlar:** Mağaranın doğal oluşumları özellikle sarkıt ve diktleri ziyaretçiler tarafından büyük bir hayranlıkla karşılanmıştır. Z75, Z82 ve Z108 numaralı yorumlarda bu doğal yapıların zenginliği, iyi korunmuş olması ve görkemli yapısı övülmüştür. Ziyaretçilerin bu tür doğal detaylara verdikleri önem Gökgöl Mağarası'nın doğa turizmi açısından değerini artırmaktadır.
- **Yürüyüş Yolu ve Platformlar:** Mağaranın yürüyüş yolları ve platformları ziyaretçiler tarafından rahat ve keyifli bir gezi imkânı sunduğu için beğenilmiştir. Z24, Z25 ve Z72 numaralı yorumlarda parkurun iyi düzenlendiği yürüyüşün rahat olduğu ve mağaranın keşfedilmesi için uygun bir yapı sağladığı belirtilmiştir.
- **Kolay Ulaşım:** Gökgöl Mağarası, merkezi bir konumda yer alması ve ulaşımın kolay olmasıyla ziyaretçiler için cazip bir destinasyon haline gelmiştir. Z21, Z52 ve Z56 numaralı yorumlarda mağaranın şehre yakınlığı ve otobüslerle kısa bir sürede ulaşılabilir olması vurgulanmıştır. Bu durum ziyaretçiler açısından büyük bir avantaj sağlamaktadır.
- **Aile Dostu Deneyim:** Gökgöl Mağarası, aileler için uygun bir gezi noktası olarak tanımlanmaktadır. Z42 ve



Şekil 2. Olumsuz Görüşler Ana Temasına İlişkin Ziyaretçi Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod Bölümler Modeli

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Z54 numaralı yorumlarda mağaranın büyük bir kısmının bebek arabası ya da tekerlekli sandalye ile gezilebildiği, dolayısıyla çocuklu aileler için rahat bir ortam sunduğu belirtilmiştir. Z112 numaralı yorumda ise yürüyüş parkurunun çocuklarla da rahatça gezilebileceği vurgulanarak bu deneyimin aileler için özel bir fırsat sunduğu ifade edilmiştir.

- *Mekânın Temizliği:* Ziyaretçiler Gökgöl Mağarası'nın temizliğinden oldukça memnun kalmışlardır. Z33 ve Z30 numaralı yorumlarda mağaranın iç bakımının çok iyi yapıldığı ve temizliğin etkileyici olduğu belirtilmiştir. Z13 numaralı yorumda da mağaranın temizliği övülmüş, doğanın bu harikasının görülmeye değer olduğu vurgulanmıştır.

Şekil 2'de görüldüğü üzere, olumsuz görüşler ana teması altında yer alan alt temalar kodlama sıklığına göre sırasıyla; "sıcaklık ve giyim uyarıları" (n=34), "dar geçişler ve hareket kısıtlılığı" (n=13), "tabela sorunları" (n=8), "bakım eksikliği" (n=7), "giriş ücreti ve ücretlendirme" (n=5), ve "sosyal tesis eksikliği" (n=4) olarak sıralanmıştır. Bahsedilen alt temaların ziyaretçilerin deneyimlerine etkisini daha iyi anlamak için ziyaretçi yorumlarından bazıları doğrudan alıntı yapılarak kodlanmış ve aktarılmıştır. Ziyaretçilerin olumlu değerlendirmelerine yönelik bulgular Tablo 5 'te yer almaktadır.

- *Sıcaklık ve Giyim Uyarıları:* Gökgöl Mağarası'nın içerisi, özellikle yaz aylarında dışarıya göre oldukça soğuk olabiliyor. Z17, Z53 ve Z100 numaralı yorumlarda ziyaretçilere mağaranın iç sıcaklığının düşük olduğu belirtilerek sıkı giyinmeleri ya da yanlarına bir hırka almaları tavsiye edilmiştir. Ayrıca dışarıya ile içerisi arasındaki sıcaklık farkına dikkat edilmesi gerektiği ve bu konuda uyarı yapılmasının faydalı olacağı vurgulanmıştır.
- *Dar Geçişler ve Hareket Kısıtlılığı:* Mağarada bazı noktaların dar ve tavanın düşük olduğu görülmektedir. Z41, Z42 ve Z47 numaralı yorumlarda, tavan yüksekliğinin yer yer 1,5 metreye kadar düştüğü belirtilmiş, ziyaretçilerin bu noktalarda dikkatli olmaları ve girişte verilen kaskı kullanmaları gerektiği hatırlatılmıştır. Ziyaretçilerin dikkat etmemesi durumunda başlarını çarpma riski olduğu ifade edilmiştir.
- *Tabela Sorunları:* Gökgöl Mağarası'na ulaşım konusunda tabela eksikliği, ziyaretçilerin karşılaştığı sorunlardan biridir. Z18, Z31 ve Z46 numaralı yorumlarda mağaranın girişinde ve yol boyunca yeterli yönlendirici tabelaların olmadığı bu yüzden ziyaretçilerin mağarayı bulmakta zorluk yaşadıkları belirtilmiştir. Tabela eksikliği, mağaranın tanıtımı ve ulaşılabilirliği açısından önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmiştir.
- *Bakım Eksikliği:* Ziyaretçiler mağara çevresindeki bakım eksikliklerinden şikâyet etmişlerdir. Z27, Z92 ve Z104 numaralı yorumlarda özellikle WC'lerin bakımsız olduğu, tadilat gerektirdiği ve mağara çevresinin daha iyi bakımla çok daha fazla turist çekebileceği belirtilmiştir. Mağaranın içerisine gösterilen özenin dış alanlarda da

gösterilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

- *Giriş Ücreti ve Ücretlendirme:* Z68, Z77 ve Z126 numaralı yorumlarda giriş ücretlerine dair farklı görüşler yer almaktadır. Z68 numaralı yorum, yüksek ücretlerden şikâyet ederken, Z77 ve Z126 numaralı yorumlar giriş ücretinin uygun olduğunu belirtmiştir. Bunun yanı sıra müze kartın geçerli olmaması bazı ziyaretçiler için olumsuz bir nokta olarak görülmüştür.
- *Sosyal Tesis Eksikliği:* Z30, Z51, Z62 ve Z104 numaralı yorumlarda, Gökgöl Mağarası çevresinde sosyal tesis eksikliği vurgulanmıştır. Ziyaretçiler mağara çevresinde kafeterya, WC gibi sosyal alanların olmadığını belirtmiş ve bu tür tesislerin yapılmasının turizm açısından faydalı olacağını ifade etmişlerdir.

5. Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmanın temel amacı Zonguldak Gökgöl Mağarası'na yönelik ziyaretçi yorumlarını TripAdvisor platformundan analiz ederek olumlu ve olumsuz deneyimlerin belirlenmesi ve mağaranın turizm potansiyelinin anlaşılmasıdır. Araştırma nitel veri analizi yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilmiş olup ziyaretçilerin çevrimiçi yorumlarından elde edilen veriler ışığında mağaranın ziyaretçi deneyimlerine dair kapsamlı bir değerlendirme sunmaktadır. Elde edilen bulgular ışığında çalışmanın ana sonuçları özetlenmiş, bu sonuçların literatürdeki diğer araştırmalarla nasıl ilişkilendiği tartışılmış ve araştırmanın pratik ile teorik katkıları değerlendirilmiştir.

Gökgöl Mağarası'nı ziyaret edenlerin cinsiyet dağılımına bakıldığında, erkek ziyaretçilerin daha yüksek oranda olduğu görülmektedir. TripAdvisor yorumlarına göre toplamda 130 ziyaretçinin %58,8'ini erkekler, %19,6'sını ise kadınlar oluşturmaktadır. Bu fark Gökgöl Mağarası'nın genellikle erkekler tarafından daha fazla tercih edildiğine işaret etmektedir. Kadın ziyaretçilerin oranının düşük olması, mağaranın tanıtımında ya da ilgi çekiciliğinde cinsiyet temelli farklılıkların etkili olabileceğini düşündürmektedir. Bunun yanı sıra ziyaretçilerin %21,6'sının cinsiyet bilgisi belirtilmemiştir. Bu durum, analizde tam bir değerlendirme yapmayı zorlaştıran bir unsur olarak dikkat çekmektedir. Bu bulgu Rachmawati ve Sunkar (2013)'ün turistik alanlara yönelik ziyaretçi profilini inceledikleri araştırma ile paralellik göstermektedir. Söz konusu çalışmada turistik destinasyonların cinsiyet dağılımlarında belirgin farklılıklar olabileceğini ve bu farklılıkların destinasyonun türü, tanıtımı ve fiziksel özellikleriyle ilişkili olabileceğini ortaya koymuşlardır. Gökgöl Mağarası bağlamında da erkek ziyaretçilerin ağırlıklı olması, mağaranın bu özelliklerle ilişkili olarak farklı bir ziyaretçi profiline hitap ettiğini düşündürmektedir.

Ziyaretçilerin geldikleri şehirlere bakıldığında, İstanbul'un %20,8 ile en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. İstanbul'u sırasıyla %16,9 oranla Zonguldak ve %10 oranla Ankara takip etmektedir. Bu durum, mağaranın özellikle büyük şehirlerde tanınan bir destinasyon olduğunu göstermektedir. Zonguldak'ın ise mağaranın bulunduğu il olması nedeniyle doğal olarak yüksek bir ziyaretçi oranına sahip olduğu söylenebilir. İzmir'den gelen ziyaretçiler %6,9'luk bir oranla dördüncü sırada yer alırken diğer şehirlerarasında Kocaeli, Sakarya ve Bursa %2,3 oranla eşit

seviyededir. Hatay, Samsun, Manisa gibi şehirlerden gelen ziyaretçiler ise %0,8 oranında daha düşük bir dağılıma sahiptir.

Ziyaretçilerin TripAdvisor üzerindeki katılım düzeyine bakıldığında çoğunluğunun yüksek katılım seviyelerinde olduğu görülmektedir. Bu durum yorumların genellikle deneyimli kullanıcılar tarafından yapıldığını ve dolayısıyla yüksek güvenilirlik düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Yorumların büyük bir kısmı ziyaretçilerin deneyimlerini detaylı bir şekilde aktardığı ve mağaranın çeşitli yönlerini değerlendirdiği anlaşılmaktadır. Gökgöl Mağarası ziyaretçileri mağarayı genel olarak olumlu değerlendirmişlerdir. 102 ziyaretçi, mağarayı %78,46 oranıyla "mükemmel" olarak nitelendirirken, 24 ziyaretçi %18,46 oranında "çok iyi" değerlendirmesi yapmıştır. Bununla birlikte sadece 4 ziyaretçi %3,08 oranında mağarayı "ortalama" olarak değerlendirmiştir. Bu veriler mağaranın genel anlamda ziyaretçilerin beklentilerini karşıladığı ve oldukça olumlu bir deneyim sunduğunu göstermektedir. Ayrıca hiçbir ziyaretçinin mağara için "kötü" ya da "berbat" değerlendirmesi yapmamış olması, mağaranın yüksek bir memnuniyet oranına sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Ziyaretçi yorumlarındaki dil analizi mağara ile ilgili en sık kullanılan kelimelerin "mağara" (%2,18), "güzel" (%1,46) ve "mutlaka" (%1,31) olduğunu göstermektedir. Bu kelimelerin sıklığı ziyaretçilerin mağara hakkında olumlu bir dil kullandığını ve ziyaretin etkileyici olduğunu vurguladıklarını ortaya koymaktadır. "Zonguldak" (%1,18) kelimesinin de sıkça kullanılması, mağaranın bu şehirle özdeşleştiğini ve yerel bir turizm unsuru olarak önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Diğer sık kullanılan kelimeler arasında "harika", "soğuk", "görülmesi" ve "yürüyüş" gibi terimler yer almaktadır. Bu kelimeler mağaranın doğal yapısı içerisindeki hava koşulları ve ziyaretçilerin yürüyüş deneyimlerine dair önemli bilgiler sunmaktadır. Öte yandan "kesinlikle" kelimesi %0,28 oranında en düşük sıklıkta yer almış olup ziyaretçilerin mağara ziyaretini şiddetle önerdiklerini ifade etmektedir.

Olumlu unsurlar arasında ışıklandırma, doğal oluşumlar, yürüyüş yolları, kolay ulaşım, aile dostu deneyim ve mekânın temizliği gibi faktörler öne çıkmıştır. Özellikle ışıklandırma ziyaretçiler tarafından en çok beğenilen özelliklerden biri olmuştur. Mağaranın ışıklandırma düzeni ziyaretçilerin büyük bir kısmı tarafından övgüyle karşılanmış ve 130 yorumun 46'sında bu konudan olumlu bahsedilmiştir. Işıkların mağaranın hem atmosferini güçlendirmiş hem de ziyaretçilerin fotoğraf çekme deneyimini olumlu yönde etkilemiştir. Yürüyüş parkuru boyunca akan dereyle birlikte ışıklandırmanın yarattığı atmosfer mağaranın görsel açıdan da ilgi çekici olmasını sağlamıştır. Doğal oluşumlar ise mağarayı ziyaret edenlerin en çok hayran kaldığı unsurlar arasında yer almaktadır. Ziyaretçilerin 30'unun doğrudan yorumlarında bahsettiği sarkıtlar, dikitler ve diğer doğal yapılar Gökgöl Mağarası'nın benzersiz doğal yapısını gözler önüne sermektedir. Bu oluşumlar hem iyi korunmuş olmaları hem de mağaranın doğal güzelliklerine katkı sağlamaları nedeniyle ziyaretçilerin ilgisini çekmiştir. Ziyaretçiler mağaranın doğal yapısının korunmuş olmasının, bu alanın cazibesini artıran en önemli unsurlardan biri olduğunu ifade etmişlerdir. Benzer çalışma Atsan ve Çetinsöz (2019) Aynalıgöl Mağarası'nın

turist motivasyonları üzerine yaptıkları çalışmada ziyaretçilerin mağaranın doğal güzellikleri, büyüklüğü ve doğal çekiciliğini olumlu olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Ek olarak Görmez ve İşcen (2020) Burdur İnsuyu Mağarası ziyaretçi deneyimlerini inceledikleri çalışmada sarkıt ve dikitler, aydınlatma, yürüyüş yolları gibi faktörlerin ziyaretçileri olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Ziyaretçiler ayrıca mağara içerisindeki yürüyüş yolları ve platformlar hakkında da olumlu geri bildirimler vermiştir. Bu unsurlar 22 ziyaretçi tarafından dile getirilmiş olup, yürüyüş yollarının rahatlığı ve mağaranın keşfedilmesi için uygun bir yapı sunduğu vurgulanmıştır. Yürüyüş parkurunun iyi düzenlenmiş olması ziyaretçilerin mağarayı daha rahat bir şekilde gezmesini ve doğal güzellikleri daha kolay keşfetmesini sağlamaktadır. Bu durum mağaranın daha geniş bir ziyaretçi kitlesi tarafından tercih edilmesine katkıda bulunmuştur (Görmez & İşcen, 2020). Ziyaretçilerin öne çıkardığı diğer olumlu unsurlar arasında kolay ulaşım ve aile dostu deneyim yer almaktadır. 11 ziyaretçi mağaranın şehre olan yakınlığını ve toplu taşıma araçlarıyla kolayca ulaşılabilir olmasını vurgulamış, bu durum mağarayı ziyaret edenler açısından büyük bir avantaj olarak görülmüştür. Özellikle çocuklu aileler için mağaranın uygun bir gezi noktası olduğu yürüyüş parkurunun bebek arabası veya tekerlekli sandalye ile gezilebileceği ifade edilmiştir. Bu da mağaranın aileler için rahat bir ziyaret imkânı sunduğunu göstermektedir. Bu bulgular, Görmez ve İşcen'in (2020) çalışmasıyla paralellik göstermektedir. Söz konusu çalışmada ziyaretçilerin kolay ulaşım, doğal güzellikler ve aile dostu bir deneyimi vurguladığı görülmektedir. Her iki çalışmanın da mağaraların sürdürülebilir turizm yönetimi kapsamında korunması ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması gerektiği sonucuna varması bu paralellliği açıkça ortaya koymaktadır.

Mekânın temizliği ziyaretçilerin 4'ü tarafından vurgulanmış olup, mağaranın bakımlı ve temiz olması, ziyaretçilerin genel memnuniyetini artıran faktörlerden biri olmuştur. Mağaranın iç bakımı ve temizliği doğa harikası bir yapının korunması açısından önem arz etmekte ziyaretçilerin mağarayı görmeye değer bulmalarını sağlamaktadır. Bu sonuç, Jeong ve Lee (2006) ile Brida vd. (2013)'ün yaptıkları çalışmalarda ortaya koyulan bulgularla kısmen benzerlik göstermektedir. Söz konusu çalışmalarda, mağaraların doğal oluşumlarının ve benzersiz atmosferlerinin turistler için çekici bir özellik olduğu, aynı zamanda keşif, macera ve eğlence unsurlarıyla ziyaretçi deneyimini zenginleştirdiği belirtilmiştir. Gökgöl Mağarası'nda da benzer şekilde, doğal yapının korunması ve estetik özelliklerin vurgulanması, ziyaretçi memnuniyetini artırarak turistik bir cazibe merkezi olma potansiyelini güçlendirmektedir.

Gökgöl Mağarası'na ilişkin olumsuz yorumlarda mağaranın bazı eksiklikleri de dile getirilmiştir. Olumsuz düşünceler, ziyaretçi deneyimlerini negatif yönde etkileyen önemli faktörlerdir ve bu unsurların belirlenip ortadan kaldırılması ziyaretçi memnuniyetini artırmak için kritik öneme sahiptir (Aylan, 2019). Bu olumsuz görüşlerin başında sıcaklık ve giyim uyarıları gelmektedir. Ziyaretçilerin 34'ü, mağaranın iç sıcaklığının oldukça düşük olduğunu ve bu konuda yeterli bilgilendirmenin yapılmadığını ifade etmiştir. Mağaranın iç kısmındaki soğuk hava, özellikle hazırlıksız gelen ziyaretçiler

için rahatsızlık verici bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, sıcaklık konusunda ziyaretçilere daha iyi bilgilendirme yapılması gerektiğini göstermektedir. Diğer bir olumsuz unsur ise dar geçişler ve hareket kısıtlılığı olarak öne çıkmıştır. Ziyaretçilerin 13'ü, mağara içerisindeki bazı dar geçişlerin zorlayıcı olduğunu ve bu durumun özellikle yaşlı veya hareket kabiliyeti kısıtlı bireyler için sorun teşkil ettiğini ifade etmiştir. Karadeniz vd. (2009) yapmış olduğu çalışmada, mağaranın dar geçişleri ve fiziksel koşullarının bazı ziyaretçiler için zorlayıcı olabileceğini belirtmiştir. Bu yönüyle araştırma ile benzerlik taşımaktadır.

Giriş ücreti ve ücretlendirme politikası ise ziyaretçiler tarafından eleştirilen bir diğer konudur. Ziyaretçilerin 5'i, mağara için talep edilen giriş ücretinin yüksek olduğunu belirtmiş ve bu durumun ziyaretçilerin memnuniyetini olumsuz yönde etkilediğini dile getirmiştir. Köroğlu vd. (2014) çalışmasında turistik mekânlarda giriş ücretlerinin makul seviyede tutulmasının ziyaretçi deneyimini olumlu etkileyebileceğini belirtmiştir. Ongun vd. (2021) çalışmasında da turistik destinasyonlarda yüksek giriş ücretlerinin ziyaretçi sayısını ve memnuniyetini olumsuz yönde etkileyebileceği ifade edilmiştir. Bu yönüyle araştırma ile benzerlik taşımaktadır. Ayrıca tabela sorunları da ziyaretçiler tarafından olumsuz olarak değerlendirilmiştir. Karadeniz vd. (2009), çalışmasında Gökgöl Mağarası'nda yönlendirme tabelalarının eksikliği ve yetersiz bilgilendirme nedeniyle ziyaretçilerin zorlandığını vurgulamıştır. Özen (2021) ise turistik destinasyonlarda tabela eksikliklerinin ziyaretçilerin deneyimini olumsuz etkilediğini ve bu durumun turizm destinasyonlarının algılanan değerini azaltabileceğini belirtmiştir. Söz konusu çalışmalar bu yönüyle araştırma ile benzerlik taşımaktadır.

Gökgöl Mağarası ziyaretçilerinin deneyimlerine dayanarak yapılan bu araştırma mağaranın turistik potansiyelini artırmak için hem olumlu hem de olumsuz yönlerine dikkat çekmektedir. Olumlu yönler arasında ıslıklandırma, doğal oluşumlar, yürüyüş yolları ve platformlar öne çıkarken; olumsuz yönler arasında sıcaklık, dar geçişler ve sosyal tesis eksiklikleri dikkat çekmektedir. Mağaranın sunduğu eşsiz doğal güzellikler ve ziyaretçilerin olumlu deneyimleri mağaranın turistik cazibesini artırırken, olumsuz yönlerin giderilmesi de ziyaretçi memnuniyetini daha da yükseltecek önemli adımlar olarak değerlendirilmektedir. Bu bulgular ışığında mağaranın turistik potansiyelini artırmaya yönelik çeşitli öneriler geliştirilmiştir. Öncelikle ziyaretçilerin mağara içindeki düşük sıcaklıklardan rahatsızlık duyduğu görülmüştür. Bu nedenle mağaranın girişinde iç ortam sıcaklıkları hakkında daha ayrıntılı bilgilendirme yapılmalı ve ziyaretçilere uygun giyim önerileri sunulmalıdır. Ayrıca dar geçitler konusunda da uyarılar yapılmalı ve yaşlılar veya hareket kısıtlılığı olan ziyaretçiler için alternatif güzergâhlar oluşturulmalıdır. Ziyaretçiler tarafından sıkça dile getirilen olumsuz geri bildirimlerden biri, Gökgöl Mağarası'ndaki tabela eksikliğidir. Bu eksiklik ziyaretçilerin mağara içinde yönlerini bulmalarını zorlaştırarak deneyimlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu olumsuzluğun giderilmesi için mağara içinde ve çevresinde belirgin, çok dilli yönlendirme tabelaları yerleştirilmeli ve ziyaretçilerin rotayı kolayca takip etmeleri sağlanmalıdır. Özellikle önemli noktalar çıkış yolları ve acil durum güzergâhları net bir şekilde işaretlenmelidir.

Bunun yanı sıra, mağaranın doğal ve jeolojik özellikleri hakkında bilgilendirici tabelalar eklenerek ziyaretçilere hem eğitimsel hem de görsel bir deneyim sunulabilir. Bu tür iyileştirmeler, ziyaretçilerin mağara gezisini daha sorunsuz ve keyifli bir hale getirecek olumsuz geri bildirimlerin azalmasına katkı sağlayacaktır.

Araştırma sonuçları mağaranın ıslıklandırmasının ziyaretçiler tarafından en beğenilen unsurlardan biri olduğunu göstermektedir. Bu olumlu deneyimi sürdürebilmek adına mevcut ıslıklandırma düzeni korunmalı ve doğal oluşumların öne çıkmasını sağlayacak yeni aydınlatma teknikleri kullanılmalıdır. Aynı zamanda mağaranın doğal yapısının bozulmadan korunmasına özen gösterilmeli ve bu konuda ziyaretçilere bilgilendirme yapılmalıdır. Ziyaretçilerin bazıları mağaranın giriş ücretinin yüksek olduğunu dile getirmiştir. Bu durumun mağaranın ziyaretçi sayısını olumsuz etkileyebileceği göz önünde bulundurularak daha uygun fiyatlandırma stratejileri benimsenebilir. Örneğin öğrencilere, çocuklara ve ailelere yönelik indirimli tarifeler sunulabilir. Ayrıca mağara ziyaretine ek olarak çevredeki diğer turistik yerlerle entegre paket turlar düzenlenebilir. Mağaranın özellikle büyük şehirlerden gelen ziyaretçiler arasında popüler olduğu görülmüştür. Bu durumu daha da geliştirmek için mağaranın dijital platformlarda ve sosyal medyada daha etkin bir şekilde tanıtılması gerekmektedir. Ziyaretçilerin çevrimiçi yorumları mağaranın olumlu yönlerini vurgulayarak daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayabilir. Ayrıca mağara ziyaretlerinin rehberli turlarla desteklenmesi ziyaretçilerin daha zengin bir deneyim yaşamasına katkı sağlayacaktır. Bu öneriler, Gökgöl Mağarası'nın turizm potansiyelini artırmak ve ziyaretçilerin daha iyi bir deneyim yaşamasını sağlamak için atılabilecek adımlar niteliğindedir.

5.1. Pratik Çıkarımlar

Gökgöl Mağarası'na yönelik ziyaretçi yorumlarının analizine dayanarak turizm yöneticileri ve bölge planlamacıları için çeşitli pratik öneriler geliştirilmiştir. Bu öneriler mağaranın turizm potansiyelini artırmaya yönelik somut adımları içermektedir. Ziyaretçiler tarafından sıkça dile getirilen yön bulma sorunları, mağara içerisinde ve çevresinde daha fazla yönlendirme tabelası yerleştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Tabelaların çok dilli ve belirgin olması ziyaretçilerin mağara deneyimini kolaylaştıracaktır. Mağaranın düşük sıcaklıklarının ziyaretçiler üzerinde olumsuz bir etki bıraktığı görülmüştür. Bu durumun önüne geçmek için mağaranın girişinde sıcaklık bilgilendirmesi yapılmalı ve ziyaretçilere uygun giyim önerileri sunulmalıdır. Mağara içerisinde dar geçitler nedeniyle bazı ziyaretçilerin zorlandığı tespit edilmiştir. Özellikle yaşlılar ve hareket kısıtlılığı olan bireyler için alternatif güzergâhlar oluşturularak mağara daha erişilebilir hale getirilebilir. Giriş ücretinin yüksek bulunması ziyaretçi memnuniyetini olumsuz etkileyen unsurlardan biri olmuştur. Daha uygun fiyatlandırma stratejileri geliştirilerek öğrencilere, ailelere ve çocuklara özel indirimler sunulması ziyaretçi sayısını artırabilir. Mağaranın büyük şehirlerden gelen ziyaretçiler arasında popüler olduğu bulgusuna dayanarak dijital platformlar ve sosyal medya aracılığıyla tanıtım çalışmaları artırılabilir. Ziyaretçilerin olumlu deneyimlerini paylaşmaları teşvik edilerek mağaranın bilinirliği geniş kitlelere

ulaştırılabilir. Bu pratik çıkarımlar Gökgöl Mağarası'nın turistik cazibesini artırmak ve ziyaretçi memnuniyetini en üst düzeye çıkarmak için uygulanabilir stratejiler sunmaktadır.

5.2. Teorik Çıkarımlar

Araştırmada ziyaretçi deneyimini olumlu yönde etkileyen temel faktörler arasında doğal oluşumların etkileyiciliği, mağara içi aydınlatma düzenlemeleri, yürüyüş yollarının erişilebilirliği, mekânsal atmosfer ve algılanan çevresel kalite öne çıkmıştır. Daha önce yapılan mağara turizmi çalışmaları mağaraların jeomorfolojik özelliklerini ve turizm potansiyelini ele alırken (Özşahin & Kaymaz, 2014; Sever, 2008), bu araştırma ziyaretçi yorumlarına dayalı olarak mağara deneyiminin duysal ve fiziksel bileşenlerini daha ayrıntılı şekilde ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra ziyaretçi deneyimini olumsuz etkileyen unsurlar arasında sıcaklık farkları, dar geçişler, sosyal tesis eksikliği, yönlendirme tabelalarının yetersizliği ve giriş ücretlendirmesi gibi faktörler dikkat çekmektedir. Önceki çalışmalar genellikle mağara turizminin ekonomik ve çevresel yönlerine odaklanırken (Knežević & Žiković, 2011; Soykan vd., 2008), bu çalışma ise ziyaretçi algıları üzerinden mağara deneyiminin iyileştirilmesi gereken yönlerine ışık tutmaktadır. Bu bulgulara göre mağara turizmi alanında faaliyet gösteren destinasyon yöneticileri için çeşitli çıkarımlar sunmaktadır. Özellikle, mağara içi aydınlatmanın mekânsal algı üzerindeki etkisi, doğal oluşumların ziyaretçi deneyimindeki rolü ve yürüyüş yollarının erişilebilirliğinin ziyaretçi memnuniyetini nasıl şekillendirdiği konularında yeni perspektifler sağlamaktadır. Araştırma, mağara turizminin sürdürülebilir yönetimi açısından doğal unsurların korunması, ziyaretçi beklentilerini karşılayacak altyapının geliştirilmesi ve yönlendirme sistemlerinin iyileştirilmesi gibi stratejilerin önemini vurgulamaktadır.

5.3. Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle, veri toplama süreci sadece TripAdvisor üzerindeki yorumlarla sınırlı kalmıştır. Diğer çevrimiçi platformlar veya doğrudan ziyaretçi anketleri gibi ek veri kaynakları kullanılarak daha geniş bir veri seti elde edilebilir. Ayrıca çalışmada sadece ziyaretçi yorumlarına dayalı olarak veri analizi yapılmış olup, ziyaretçilerin doğrudan görüşleri veya anketler aracılığıyla elde edilecek verilerle daha kapsamlı bir analiz yapılabilir. Gelecek çalışmalarda, farklı turizm destinasyonlarına yönelik benzer nitel analizlerin yapılması, çevrimiçi yorumların ve ziyaretçi deneyimlerinin daha geniş bir perspektiften değerlendirilmesi açısından faydalı olabilir. Ayrıca hem online hem de yüz yüze veri toplama yöntemlerinin kombinasyonu ile daha kapsamlı ve detaylı bir araştırma yapılabilir.

Etik Beyan: Bu çalışmada ulusal ve uluslararası araştırma ve yayın etiğine uyulduğunu yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde TO&RE Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazar (lar) na aittir.

Yazar Katkı Beyanı: Yazarın katkı oranı %100'dür.

Çıkar Beyanı: Çalışma tek yazarlı olduğundan çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Akca, H., Sayili, M., & Cafri, R. (2016). Analysing expenditure of same-day visitors in cave tourism: The case of Turkey. *Tourism Economics*, 22(1), 47-55. <https://doi.org/10.5367/te.2014.0413>.
- Arpacı, Ö., Zengin, B., & Batman, O. (2012). Karamanın mağara turizmi potansiyeli ve turizm açısından kullanılabilirliği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 59-64.
- Atsan, M., & Çetinsöz, B. C. (2019). Mağara turizmini tercih eden turistleri motive eden faktörler: Aynalıgöl (Gilindire) mağarasına yönelik bir içerik analizi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(2), 260-272. <https://doi.org/10.24288/jtr.526951>
- Ayeh, J. K., Au, N., & Law, R. (2013). Do we believe in TripAdvisor?: Examining credibility perceptions and online travelers' attitude toward using user-generated content. *Journal of Travel Research*, 52(4), 437-452. <https://doi.org/10.1177/0047287512475217>
- Aylan, S. (2019). Ulubey kanyonlarına yönelik sosyal medyada yapılan ziyaretçi yorumlarının içerik analizi: TripAdvisor.com örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2582- 2598. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.488>
- Aylan, S., & Kaya, İ. (2020). Bir hüzün turizmi destinasyonu olarak Ulucanlar Cezaevi Müzesi ziyaretçilerinin elektronik yorumlarının içerik analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 488-504. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.32>
- Batman, O., & Eraslan, İ. (2007). *Spor turizmi*, İçinde, M. Bulu & İ. Eraslan (Eds.), Sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmede turizm sektörü sektörel stratejiler ve uygulamalar, ss. 198-221. İstanbul: URAK.
- Bekdemir, Ü., Sever, R., Uzun, A., & Elmacı, S. (2004). Yıldızkaya mağarası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 9(12), 309-324. <https://doi.org/10.17719/jisr.20154115049>
- Bigne, J. E., Andreu, L. & Gnoth, J. (2005). The Theme Park Experience: An Analysis of Pleasure, Arousal and Satisfaction, *Tourism Management*, 26, 833-844.
- Brida, J. G., Disegna, M., & Vachkova, T. (2013). Visitor satisfaction at the museum: Italian versus foreign visitors. *BEMPS – Bozen Economics & Management Paper Series*, 2, 1-25.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Buluk, B., & Boz, M. (2016). Online seyahat acenteleri aracılığıyla seyahat satın almada turist memnuniyeti: İstanbul örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 504-529. <https://doi.org/10.14230/joiss266>
- Cenni, I., & Goethals, P. (2017). Negative hotel reviews on TripAdvisor: A cross-linguistic analysis. *Discourse, Context & Media*, 16, 22-30. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.01.004>
- Ceylan, S. (2007). Zeytintaşı mağarası (Serik-Antalya). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12(17), 223-242.
- Ceylan, S., & Demirkaya, H. (2006). Dim Mağarasının (Alanya) kaynak değerleri, turizmde kullanımı ve sürdürülebilirliği. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 11(15), 1-15.
- Cigna, A. A., & Forti, P. (2013). Caves: The most important geotouristic feature in the world. *Tourism and Karst Areas*, 6(1), 9-26.
- Cohen, J. (1960). A coefficient of agreement for nominal scales. *Educational and Psychological Measurement*, 20(1), 37-46.
- Çakmak, T. F. (2021). Zonguldak ilinin endüstriyel miras turizmi

- üzerine bir tur rotası. *Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 150-161.
- Çelikoğlu, Ş., & Atış, E. (2015). Gürcüoluk mağarası ve turizm potansiyeli. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(41), 682-691. <https://doi.org/10.17719/jisr.20154115049>
- Çolak, B. (2012). *Gökçöl mağarası duraylılığının analitik ve sayısal çözümleme yöntemleriyle değerlendirilmesi*, Yüksek lisans tezi. Bülent Ecevit Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Maden Mühendisliği Anabilim Dalı, Zonguldak.
- Çuhadar, Y., & Coşkun, İ. O. (2022). Kırsal turizm faaliyetlerinin yöre halkının ekonomik refahına etkisi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(2), 799-818.
- Dinçer, M. Z., & Alrawadieh, Z. (2017). Negative word of mouth in the hotel industry: A content analysis of online reviews on luxury hotels in Jordan. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(8), 785-804.
- Doorne, S. (2000). Caves, cultures and crowds: Carrying capacity meets consumer sovereignty. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(2), 116-130.
- Duval, M. (2007). Tourism and preservation policies in karst areas: Comparison between the Škocjan caves (Slovenia) and the Ardèche Gorge (France). *Acta Carsologica*, 35(2), 23-35.
- Faillie, A., Bourdeau, C., & Deharveng, L. (2015). Weak impact of tourism activities on biodiversity in a subterranean hotspot of endemism and its implications for the conservation of cave fauna. *Insect Conservation and Diversity*, 8(3), 205-215.
- Filieri, R., & McLeay, F. (2014). E-WOM and accommodation: An analysis of the factors that influence travelers' adoption of information from online reviews. *Journal of Travel Research*, 53(1), 44-57. <https://doi.org/10.1177/0047287513481274>
- Filieri, R., Hofacker, C.F., & Alguezaui, S. (2018). What makes information in online consumer reviews diagnostic over time? The role of review relevancy, factuality, currency, source credibility, and ranking score. *Computers in Human Behavior*, 80, 122-131.
- Gretzel, U., & Yoo, K. H. (2008). Use and impact of online travel reviews. *İçinde, Information and Communication Technologies in Tourism 2008* (ss. 35-46). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-211-77280-5_4
- Görmez, F., & İşçen, M. (2020). Mağara turizmüne yönelik ziyaretçi deneyimlerinin incelenmesi: Burdur İnsuyu Mağarası örneği. *Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi*, 2(3), 166-176. <https://doi.org/10.33793/sosguz>
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140. <https://doi.org/10.1086/208906>
- Hosany, S. & Gilbert, D. (2010). Measuring Tourists' Emotional Experiences Toward Hedonic Holiday Destinations. *Journal of Travel Research*, 49(4), 513-526.
- Jeong, J.-H., & Lee, K.-H. (2006). The physical environment in museums and its effects on visitors' satisfaction. *Building and Environment*, 41(7), 963-969.
- Karadeniz, V., Çelikoğlu, Ş., & Akpınar, E. (2009). Gökçöl Mağarası ve turizm potansiyeli. *Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 4(8), 1621-1641.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kim, D., & Perdue, R. R. (2011). The influence of image on destination attractiveness. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(3), 225-239.
- Kim, S. S., Kim, M., Park, J., & Guo, Y. (2008). Cave tourism: Tourists' characteristics, motivations to visit, and the segmentation of their behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(3), 299-318.
- Kim, B., Kim, S., & Heo, C. Y. (2016). Analysis of satisfiers and dissatisfiers in online hotel reviews on social media. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(9), 1915-1936. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2015-0177>
- Knežević, R., & Žiković, R. G. (2011). Analysis of the condition and development opportunities of cave tourism in Primorsko-Goranska County. *Turizam*, 15(1), 11-25.
- Koçan, N. (2012). Karaca Mağarası'nın (Gümüşhane) alternatif turizm kapsamında değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 37-44.
- Kodaş, D. (2024). Nevşehir Kentindeki Kapadokya Mağara Otellerine Yönelik Hatırlanabilir Misafir Deneyimlerinin İncelenmesi. *Kent Akademisi*, 17(6), 2103-2114. <https://doi.org/10.35674/kent.1491092>
- Kültür Portalı. (2024, Ağustos). *Gökçöl Mağarası*, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/zonguldak/gezilecekler/gokgol-magarası>, Erişim Tarihi: 18.08.2024.
- Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33, 159-174.
- Lee, J., Benjamin, S., & Childs, M. (2022). Unpacking the emotions behind TripAdvisor travel reviews: The case study of Gatlinburg, Tennessee. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 23(2), 347-364.
- Lobo, H. A. S. (2015). Tourist carrying capacity of Santana cave (PETAR-SP, Brazil): A new method based on a critical atmospheric parameter. *Tourism Management Perspectives*, 16, 67-75.
- Lobo, H. A. S., & Moretti, E. C. (2009). Tourism in caves and the conservation of the speleological heritage: The case of Serra da Bodoquena (Mato Grosso do Sul State, Brazil). *Acta Carsologica*, 38(2-3), 265-276.
- MAXQDA. (2024, Ağustos). *MAXQDA*. Maxoda <https://www.maxqda.com/tr/#>, Erişim Tarihi: 21.08.2024.
- Morgan, N. J., Pritchard, A., & Piggot, R. (2003). Destination branding and the role of the stakeholders: The case of New Zealand. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 285-299.
- Narangajavana, Y., Fiol, L. J. C., Tena, M. Á. M., Artola, R. M. R., & García, J. S. (2017). The influence of social media in creating expectations. An empirical study for a tourist destination. *Annals of Tourism Research*, 65, 60-70.
- Nazik, L., Mengi, H., Özel, E., Bircan, A., & Beydeş, S. (1995). *Zonguldak yakın çevresinin doğal mağaraları*. MTA Raporu, Derleme No: 9764, Ankara.
- Nilashi, M., Ibrahim, O., Yadegaridehkordi, E., Samad, S., Akbari, E., & Alizadeh, A. (2018). Travelers decision making using online review in social network sites: A case on TripAdvisor. *Journal of Computational Science*, 28, 168-179.
- Niu, R. H., & Fan, Y. (2018). An exploratory study of online review management in hospitality services. *Journal of Service Theory and Practice*, 28(4), 496-520. <https://doi.org/10.1108/JSTP-11-2016-0205>
- Novas, N., Gazquez, J., MacLennan, J., García, R., Fernandez-Ros, M., & Manzano-Agugliaro, F. (2017). A real-time underground environment monitoring system for sustainable tourism of caves. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2707-2721.
- Ongun, U., Kervankıran, İ., & Çuhadar, M. (2021). Kültür ve kırsal turizm destinasyonlarına yönelik çevrimiçi yorumlarının

- incelenmesi: Şirince Köyü örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 219-235.
- Oral, S., & Çelik, A. (2013). Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin estetik deneyimleri üzerinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 170-190.
- Ozansoy, C., & Mengi, H. (2006). Mağara bilimi ve mağaracılık. TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları.
- Öcal, T., & Özcan, F. (2013). Çamlık Mağaraları ve turizm potansiyeli. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 28, 423-443.
- Ödemiş, M. (2024). Gastronomic image of Turkish baklava: analyzing user reviews on TripAdvisor. *Tourism and Recreation*, 6(1), 208-217. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1476935>
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Özen, İ. A. (2021). Evaluation of tourist reviews on TripAdvisor for the protection of the world heritage sites: Text mining approach. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 6(1), 37-46.
- Özşahin, E. (2013). Çan Mağarası'nın jeomorfolojik özellikler ve doğal risk açısından değerlendirilmesi (Harbiye-Antakya/Hatay). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 18(29), 135-154.
- Özşahin, E., & Kaymaz, Ç. K. (2014). Gilindre (Aynalıgöl) Mağarası'nın turizm potansiyeli (Aydıncık, Mersin). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19(31), 145-166.
- Pavlovich, K. (2003). The evolution and transformation of a tourism destination network: The Waitomo caves, New Zealand. *Tourism Management*, 24(2), 203-216.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.
- Pingbin, J., Zhiwei, F., & Maosheng, B. (2012). Karst cave tourism system in Zhejiang Province based on resource regional analysis. *Chinese Geographical Science*, 22(4), 496-506.
- Pulido-Bosch, A., Martin-Rosales, W., López-Chicano, M., Rodriguez-Navarro, C. M., & Vallejos, A. (1997). Human impact in a tourist karstic cave (Aracena, Spain). *Environmental Geology*, 31(3-4), 142-149.
- Rachmawati, E., & Sunkar, A. (2013). Consumer-based cave travel and tourism market characteristics in West Java, Indonesia. *Tourism and Karst Areas*, 6(1), 57-71.
- Rindam, M. (2014). Cave tourism: The potential of Asar cave as a natural tourism asset at Lenggong Valley, Perak. *SHS Web of Conferences EDP Sciences*, 12, 1-9.
- Russell, M. J., & MacLean, V. L. (2008). Management issues in a Tasmanian tourist cave: Potential microclimatic impacts of cave modifications. *Journal of Environmental Management*, 87(3), 474-483.
- Šebela, S., & Turk, J. (2014). Sustainable use of the Predjama Cave (Slovenia) and possible scenarios related to anticipated major increases in tourist numbers. *Tourism Management Perspectives*, 10, 37-45.
- Sever, R. (2008). Polat Mağarası ve turizm potansiyeli (Doğanşehir-Malatya). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 13(19), 251-266.
- Sop, S. A., Ongun, U., & Abalı, R. (2020). Müze deneyimini etkileyen unsurlar: Çevrimiçi yorumlar üzerine nitel bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1123-1138.
- Soykan, F., Karadeniz, N., & Soykan, E. (2008). The role of caves in nature tourism: A case study from Turkey. *Tourism Geographies*, 10(1), 72-85. <https://doi.org/10.1080/14616680701825244>
- Soykan, A., Efe, R., Sönmez, S., & Cürebal, I. (2008). Balıkesir ilinin mağara turizm potansiyeli. 3. *Ulusal Balıkesir Turizm Kongresi*. 17-19 Nisan 2008, ss. 393-400, Balıkesir.
- Şahin, E., & Baştopuz, M. (2021). Evaluation of love brands in Turkey with word association test in the scope of Twitter during the coronavirus period. *Pamukkale University Journal of Business Research*, 8(2), 326-345. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/piar>.
- Şahin, H., Çolakoğlu, O. E., Kılıçdere, S., & Atay, H. (2020). Investigation of social media reviews for 5 star hotel businesses in Kuşadası. *Tourism and Recreation*, 2(Özel sayı), 103-110.
- Sparks, B. A., Perkins, H. E., & Buckley, R. (2013). Online travel reviews as persuasive communication: The effects of content type, source, and certification logos on consumer behavior. *Tourism Management*, 39, 1-9.
- Taşkın, M., & Akçay, S. (2019). Torunlarına bakan büyükannelerin deneyimlerine ilişkin nitel bir araştırma. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 30(2), 583-606.
- Uluslan, Y., & Batman, O. (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(23), 243-260.
- Usta, Ö. (2008). *Turizm genel ve yapısal yaklaşım*. Detay Yayıncılık: Ankara
- VisitZonguldak, (2024, Ağustos). *Gökgöl Mağarası*. <https://www.visitzonguldak.com/place/gokgol-magarası>, Erişim Tarihi: 18.08.2024.
- Wanhill, S. (2000). Mines—a tourist attraction: Coal mining in industrial South Wales. *Journal of Travel Research*, 39(1), 60-69.
- Wasti, D., & Acharya, P. R. (2011). Cave tourism: An emergent opportunity: A case study in caves of Pokhara sub-metropolitan city, Nepal. *Paper presented at the Asian Trans-Disciplinary Karst Conference 2011*, Yogyakarta, Indonesia.
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2022). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 90, 104485. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104485>
- Yozcu, S. (2020). Türkiye mağara turizmine yönelik bir değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1493-1508.
- Zhang, W., Yu, C., & Meng, W. (2007). Opinion retrieval from blogs. In *Proceedings of the Sixteenth ACM Conference on Information and Knowledge Management* (pp. 513-516). Lisbon, Portugal.
- Zonguldak Valiliği. (2024, Ağustos). *Gökgöl Mağarası*, <http://www.zonguldak.gov.tr/gokgol-magarası>, Erişim Tarihi: 18.08.2024.

Extended Abstract

The analysis of visitor experiences at Zonguldak Gökgöl Cave, as conducted through a comprehensive examination of TripAdvisor reviews, reveals nuanced insights into how tourists perceive and interact with this subterranean attraction. The study utilized TripAdvisor as the primary data source due to its popularity and credibility among travelers, offering a broad spectrum of visitor feedback that is instrumental in understanding tourist experiences in an empirical context. Data collection spanned from August 29, 2024, to December 2, 2024, and involved a meticulous review of the available online comments to gain a comprehensive view of visitor sentiments.

The methodological approach adopted in this study involved the use of MAXQDA software, a powerful tool for qualitative data analysis. This software enabled the researchers to systematically categorize and interpret the textual data from the reviews. The analysis incorporated various qualitative techniques, including the generation of word clouds, which visually represented the frequency of terms used in the reviews. This method highlighted recurring themes and sentiments expressed by the visitors. Additionally, code frequency calculations provided quantitative insights into the prominence of specific aspects of the cave experience mentioned by reviewers. Code-subcode models offered a hierarchical understanding of the various elements of the visitor experience, while code co-occurrence models illustrated the relationships between different aspects of the reviews, revealing how certain features of the cave were perceived in conjunction with others.

The reliability of the coding process was assessed using the Kappa coefficient, which is a statistical measure of inter-rater agreement. The Kappa coefficient in this study was determined to be 0.73, which signifies a substantial level of agreement among coders and indicates the robustness of the qualitative analysis. This level of reliability ensures that the findings are consistent and credible, reinforcing the validity of the conclusions drawn from the review data.

The review sample consisted of 130 individual comments, with a majority of the reviewers being male, accounting for 58.8% of the total sample. The geographic distribution of reviewers showed significant representation from Istanbul (20.8%) and Zonguldak (16.9%), suggesting that the cave attracts visitors from both urban and local areas. The reviews were predominantly positive, with 78.46% of the comments categorized as "Excellent." This high percentage reflects a favorable overall perception of the cave experience. Notably, there were no reviews classified as "Poor" or "Terrible," indicating a generally high level of satisfaction among visitors.

The analysis of the review content revealed several recurring themes and terms that were frequently mentioned. Words such as "cave," "beautiful," and "must" appeared regularly, indicating that visitors commonly highlighted the cave's aesthetic appeal and its status as a recommended destination. The positive feedback often centered around specific aspects of the cave experience, such as the quality of lighting, which was praised for its ability to enhance the natural beauty of the cave formations. The strategic use of lighting not only illuminated the stalactites and stalagmites but also created a visually stunning environment that contributed to the overall appeal of the cave.

The natural formations within the cave were another focal point of positive feedback. Reviewers expressed admiration for the variety and preservation of the stalactites and stalagmites, which are central to the cave's geological interest. The cave's well-maintained walking paths and platforms were also highlighted as contributing to a comfortable and enjoyable visit. The accessibility of the cave was another aspect that received favorable comments, with visitors noting that the cave was easily reachable and accommodating for a broad range of visitors, including families with children.

Despite the overwhelmingly positive feedback, some reviews also pointed out areas for improvement. One common critique involved the cave's temperature, with several visitors reporting discomfort due to inadequate guidance on what to wear. The cave's natural temperature, which can be cooler than expected, was mentioned as a potential issue for visitors who may not have been prepared for the chill. This feedback suggests that providing more detailed information about appropriate clothing for cave visits could enhance the overall comfort of visitors.

Another area of concern raised in the reviews was related to the cave's layout, particularly the narrow passages and mobility constraints. Some visitors found these aspects challenging, which could impact their overall enjoyment of the experience. Addressing these concerns may involve improving the cave's infrastructure to accommodate a wider range of mobility needs and ensuring that the layout is accessible and comfortable for all visitors.

Overall, the study provides a comprehensive overview of visitor experiences at Gökgöl Cave, highlighting both its strengths and areas for improvement. The positive aspects of the cave, such as its stunning natural formations, effective lighting, and accessibility, contribute to a highly favorable visitor experience. However, the identified areas for improvement, including temperature management and layout adjustments, offer valuable insights for enhancing the cave's appeal and ensuring a more comfortable and enjoyable visit for future tourists.

The findings of this study are significant not only for the management and promotion of Gökgöl Cave but also for contributing to the broader understanding of visitor experiences in cave tourism. By addressing the areas identified for improvement and continuing to build on the cave's strengths, it is possible to enhance the overall visitor experience and attract a wider audience. The insights gained from this analysis can inform future developments and improvements, ensuring that Gökgöl Cave remains a popular and highly regarded destination for tourists.

In conclusion, this study demonstrates the value of leveraging online reviews to gain a nuanced understanding of visitor experiences. The use of qualitative data analysis tools such as MAXQDA enables a detailed exploration of visitor feedback, revealing key aspects of the cave experience that contribute to overall satisfaction. The positive feedback regarding the cave's natural beauty and accessibility underscores its appeal as a tourist destination, while the identified areas for improvement provide actionable insights for enhancing the visitor experience. As tourism continues to evolve, the insights from this study offer valuable guidance for optimizing the attractions and services offered at Gökgöl Cave, ultimately contributing to its success as a prominent destination in the region.