

Kars İlindeki Turistik Yerlerin Çevrimiçi Turist Yorumları Bağlamında İncelenmesi

(Investigation of Touristic Places in Kars Province in the Context of Online Tourist Comments)

Yağmur KERSE^a 

^a Dr. Öğr. Ü., Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, yağmurtarhan@hotmail.com

Öz

Bu çalışmanın amacı Kars ilindeki turistik yerlerin çevrimiçi yorumlarını incelemek ve bu doğrultuda paydaşlara öneriler sunmaktır. Bu kapsamda yaygınca kullanılan bir seyahat rehberi platformu olan Tripadvisor'da turistler tarafından en fazla beğenilen ilk 10 (on) yer hakkında, son iki yıl içerisinde yapılan çevrimiçi yorumlar değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmada toplanan verilerin analizinde sayısal hesaplamaların yanında MAXQDA programından yararlanılmıştır. Turistik yerlerle ilgili yapılan yorumlara içerik analizi yapılmış ve kelime bulutu oluşturulmuştur. Kelime bulutunda olumlu hisler çağrıştıran kelimelerin ön plana çıktığı görülmüştür. Yorumların içerikleri incelendiğinde de genel olarak turistlerin turistik yerleri çok beğendiği ve bölgeden memnun ayrıldıkları tespit edilmiştir. Tabela ve bilgilendirme yetersizliği ile yabancı dil bilen personelin istihdam edilmemesi öne çıkan eksiklikler olarak görülmüştür. Araştırma sonucunda belirlenen bir diğer eksiklik ise rehber hizmeti yetersizliği olmuştur. Araştırmada bu bulgular dikkate alınarak ele alınan turistik destinasyonlar özelinde yöneticilere öneriler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler:

Kars, Turizm, Tripadvisor, MAXQDA, İçerik Analizi

Makale türü:

Araştırma

Abstract

The aim of this study is to provide suggestions to stakeholders by examining the online reviews of touristic places in Kars. In this context, online comments made in the last two years about the top ten (10) places most liked by tourists on Tripadvisor, a widely used travel guide platform, were evaluated. In addition to numerical calculations, MAXQDA program was used in the analysis of the data collected in the research. Content analysis was made for the comments about touristic places and a word cloud was created. In the word cloud, it was observed that the words evoking positive feelings came to the fore. When the contents of the comments were examined, it was determined that the tourists generally liked the touristic places very much and they left the region satisfied. Insufficient signage and information, and the absence of foreign language-speaking personnel were seen as prominent deficiencies. Another deficiency determined as a result of the research was the insufficiency of guide service. Considering these findings in the research, suggestions were made to the managers in terms of the touristic destinations discussed.

Keywords:

Kars, Tourism, Tripadvisor, MAXQDA, Content Analysis

Paper type:

Research

Başvuru/Received: 21.08.2023 | Kabul/Accepted: 12.09.2023, iThenticate benzerlik oranı/similarity report: %10

Giriş

İnsanların farklı kültürleri tanıma hevesi ve dinlenme ve eğlenme isteği turizmin doğmasına vesile olmuştur. Genel olarak turizm gezmek, görmek, değişik kültürleri tanımak için gerçekleştirilen seyahat ve konaklamalar olarak tanımlanmaktadır (Emekli, 2006). İnsanlar gezmeye, görme, eğlenme, dinlenme gibi ihtiyaçlarını gidermek için turizm faaliyetlerine katılmaktadır. Turizm faaliyetleri sayesinde insanlar söz konusu ihtiyaçlarını karşılarken diğer taraftan gittikleri yerlerdeki kişiler ve toplumlar için de ekonomik fayda sağlamaktadır (Demir, 2017). Örneğin; hatırı sayılır döviz gelirleri, istihdam sağlama, ulaşım altyapılarının iyileştirilmesi, ekonomik büyüme ve refah artışı gibi katkılar sunmaktadır (Shang vd., 2023).

Yaratıldığı bölgeye önemli katkılar sunan turistik ürünlerin yapısı oldukça karmaşıktır. Birbirinden farklı turizm işletmeleri bileşik bir ürün olarak turistik ürünü üretebilmektedir (Akkılıç, 2003). Üretimdeki zorluğun yanında tüketimi de tüketiciler tarafından riskli olarak algılanmaktadır. Bu risk algısından dolayı satın alma kararından önce tüketiciler gidecekleri destinasyonlar hakkında daha önce oraya gidenlerin yorumlarını dikkate almaktadırlar (Çetin ve Dinçer, 2014: 36). Tüketicilerin tükettikleri mal ve hizmetlerle ilgili deneyimlerini diğerlerine aktarmaları ağızdan ağıza pazarlama faaliyeti olarak adlandırılmaktadır (Türk, 2020). Tüketici davranışını etkileyen en etkili faktörlerden biri olarak görülen ağızdan ağıza pazarlama bilhassa turizm veya konaklama hizmetleri gibi tüketiminden önce değerlendirilmesi zor olan soyut ürünlerde önemli bir role sahiptir (Huete-Alcocer, 2017). Çünkü soyut ürünlerde beklenen fayda somut ürünlerdeki kadar kesin ve net değildir. Soyut ürünlerin kalitesi hakkında tüketicilerin farklı görüşleri olabilmektedir. Bu nedenle tüketiciler yakın çevrelerinin ve başkalarının görüşlerinden etkilenmektedir (Ateşoğlu ve Bayraktar, 2011).

İnternet teknolojisindeki gelişmeler bireyler arasındaki bilgi alışverişinin yüz yüze ortamlardan internet ortamına taşınmasını sağlamıştır. Bu sayede insanlar istedikleri anda ve yerde çevrimiçi bilgi alışverişinde bulunabilmektedir (Akdoğan ve Akyol, 2016). Bu çevrimiçi iletişim biçimi elektronik ağızdan ağıza iletişim olarak bilinmekte ve çevrimiçi platformların ortaya çıkmasıyla birlikte özel bir önem kazanmaktadır. Bu platformlar, özellikle turizm endüstrisinde Web'deki en etkili bilgi kaynaklarından biri haline gelmiştir (Huete-Alcocer, 2017). Turistler, bu platformlarda kendileri gibi turistler yorum yaptığı için burada paylaşılan bilgileri daha güvenilir bulmaktadır (Dinçer ve Alrawadieh, 2017). Bu sebeple, insanlar ziyaret edecekleri ve kalacakları yerler hakkında araştırma yaparken çoğunlukla artık çevrimiçi yorumlara başvurmaktadır. Çevrimiçi yorumlar birçok kişi için güvenilir bir bilgi kaynağı olarak görülmekte ve satın alma kararını kolaylaştırmaktadır (Çuhadar vd., 2018). Nitekim yapılan araştırmalar, turistlerin yaklaşık %80'inin tatil rezervasyonları için çevrimiçi turist yorumlarını incelediklerini ortaya koymaktadır (Kutluk ve Avcıkurt, 2014).

Son zamanlarda çevrimiçi sitelerden veri toplayarak turizm ürünlerine yönelik yapılan araştırmalar yaygınlaşmıştır. Bu sitelerde turizm ürünleri hakkında yapılan çevrimiçi yorumlara yapılan içerik analizi sayesinde yöneticilere ve ilgililere faydalı öneriler sunan araştırmalar yapılmıştır (Mancı ve Tengilimoğlu, 2021). Örneğin Belli

ve Çolak (2017) Şanlıurfa'nın turistik çekim unsurlarının olumlu ve olumsuz yönlerini tespit etmek amacıyla Tripadvisor'da Şanlıurfa için yapılan yorumları incelemiştir. Dinçer ve Alrawadieh (2017) Ürdün'deki lüks otellere yönelik e-şikayetleri inceleyerek otelcilik sektöründe etkin e-şikayet yönetimine ilişkin öneriler sunmuştur. Atsız vd. (2023) çevrimiçi seyahat platformlarından biri olan Tripaneer'ın düzenlediği rehberli turlardaki yoga gezginlerinin deneyimlerini içerik analizi ile incelemiştir. Çuhadar (2021) İznik'i ziyaret edenlerin Tripadvisor'a bıraktıkları yorumlara dayanarak ziyaretçilerin kültürel deneyimlerini araştırmıştır. Mancı ve Tengilimoğlu (2021) ise Göbeklitepe hakkında turistlerin Tripadvisor'a yazdıkları yorumları inceleyerek müze yöneticilerine öneriler sunmuştur. Bu çalışmada da Kars'ta bulunan turistik yerlere ilişkin Tripadvisor'da yapılmış olan yorumların içerik analizi ile incelenmesi planlanmıştır. Tripadvisor, dünyanın en büyük seyahat rehberliği platformu olmasından (Tripadvisor, 2023) ve bu platformda yapılan yorumların büyük oranda güvenilir bulunmasından (Alrawadieh, 2017) dolayı buradaki yorumların incelenmesi tercih edilmiştir. Literatür incelendiğinde Covid-19 salgınından sonra Kars'taki turistik yerlere ilişkin çevrimiçi turist değerlendirmelerini inceleyen bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Covid-19'un geride bırakacağı yeni alışkanlıklar arasında kitesellikten uzak ve düşük katılımlı bireysel tatillerin olacağı ifade edilmektedir. Bu sebeple kitle turizminin yoğun olarak yapıldığı Türkiye'de turizm politikasında değişikliklere gidilmektedir. Alternatif turizm türlerinin ortaya çıkarılması ve turizmi dört mevsime yayma çalışmaları yeni politikalar arasındadır (Durgun Kaygısız, 2021). Bu çerçevede çalışmada dört mevsim turist çekme potansiyeline sahip Kars'taki turistik yerlerin, turistlerin gözünden artıları ve eksileri ortaya konularak ilgili paydaşlara öneriler sunma amaçlanmaktadır. Diğer taraftan uzun süredir sosyal medyanın etkisiyle popüler olan Ankara-Kars güzergahında Devlet Demiryolları'na ait Doğu Ekspresi ile Kars'a seyahat etmek bir trend haline gelmiştir (Doğan vd., 2018). Bu trendin devamı ve Kars'ın sürdürülebilir turizmini geliştirebilmek için yapılacak çalışmalara bu araştırmadan elde edilecek bulguların katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

Türkiye'deki en eski Türkçe il adı olma unvanına sahip olan Kars (Kars Valiliği, 2023), Doğu Anadolu Bölgesinde ve Türkiye'nin en doğusunda bulunmaktadır. Anadolu'nun Kafkasya ve Orta Asya ile bağlantı noktası olan şehir, Yontma Taş Çağı'ndan beri pek çok yerleşime kesintisiz olarak sahne olmuştur. Antik kalıntıları ve ören yerleri ile Türkiye'nin önde gelen kültür turizm merkezlerinden birisi olarak görülmektedir (Gelibolu vd., 2014). Birçok dine ev sahipliği yapmış olan Kars'ta Ani Antik Kenti içerisinde Ermeni ve Gürcü kiliseleri, Selçuklu Camileri ve Ateşgede Tapınağının bir arada yer alması şehrin yaklaşık 3500 yıl önce bile dini inançların özgürce yaşandığını, medeni ve hoşgörü sahibi bir yer olduğunu gözler önüne sermektedir. Benzer şekilde Ebu'l Hasan Harakan-ı'nın türbesinin hemen yanında yer alan Havariler Kilisesi yine bu hoşgörülü ortamın yansımasıdır (Buluk ve Eşitti, 2019).

Kars ili her mevsim turistler için cazip olan adreslerden birisidir. Şehirde en yoğun ilgiyi Ani Ören Yeri, şehir merkezinde bulunan tarihi eserler ve Sarıkamış kayak

merkezi görmektedir. Haziran ve Ekim ayları arasında gelen turistler genel itibariyle Kars Merkezini, Ani Ören Yeri'ni ve Sarıkamış Ormanlarını ziyaret ederken, Aralık ve Nisan ayları arasında gelen turistler ise ağırlıklı olarak Sarıkamış Kış Turizm Merkezine gitmektedir (Özbay ve Çekin, 2020). Ani Ören Yeri, Kümbet Cami olarak bilinen Havariler Kilisesi, Kars Kalesi, Tabyalar, Sarıkamış Kış Turizm Merkezi, Evliya Cami, Gazi Ahmet Muhtar Paşa Konağı, Namık Kemal Evi, Ebul Hasan Harakani Türbesi, Taşköprü, Beylerbeyi Sarayı, Fethiye Camisi, Çıldır Gölü ve Kuyucuk Gölü Kars'ın turizm kaynakları arasında ön plana çıkan yerlerdir (Çerkez vd., 2021). Kars ili kültür turizmi, kış turizmi, inanç turizmi yanında ekoturizm (yayla, kuş gözlemciliği, botanik turizmi vb.), kırsal turizm, trekking, av turizmi, su sporları (kano, rafting vb.) ve olta balıkçılığı gibi pek çok alternatif turizm türüne ev sahipliği yapabilecek potansiyele sahip bir destinasyondur (Buluk ve Eşitti, 2019).

Dünyanın en güzel dört seyahat rotasından biri olan Turistik Doğu Ekspresi'nin (TCDD, 2023) de Kars turizmi için şüphesiz önemli bir yeri bulunmaktadır. 2021-2022 dönemi içerisinde toplam 13 bin 544 yolcuyu taşıyan tren konsepti olarak Ankara-Kars hattında önemli tarihi ve kültürel şehirlerin görülmesine imkan vermektedir (TCDD, 2023). Diğer taraftan güzergah üzerindeki destinasyonların gastronomik unsurları da turistlerden yoğun ilgi görmektedir. Yöresel peynirler ve kaz eti Kars'ta en çok talep gören gastronomik çekicilikler arasında yer almaktadır (Güney ve Kızılrnak, 2021). Yeme içme kültürü Kars'ın turizm faaliyetlerini destekleyen ve yönlendiren bir değer olarak görülmektedir (Akyol, 2022).

Kars turizmine ilişkin yapılan çalışmaların genel olarak gastronomi alanında (Bayat, 2020; Çerkez vd., 2021; Kırbaç ve Bucak, 2022) yoğunlaştığı görülmektedir. Örneğin; Çerkez vd. (2021) Kars'taki turizm varlıklarının ve şehirdeki turizm faaliyetlerinde gastronomik unsurların önemine dikkat çekmişlerdir. Çalışmalarında bölgenin turizm potansiyelinin tam olarak kullanılmadığını tespit etmişlerdir. Gastronomik faaliyetlerin bölgede artırılması ve yerel halkın konuyla ilgili bilinçlendirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Kırbaç ve Bucak (2022) ise gastronomi müzelerinin yerel gıda ürünleri üzerindeki sürdürülebilirlik etkisini araştırmak için Kars Zavot Eko Müze'sini incelemişlerdir. Çalışmalarının sonucunda müzenin bölgede çekicilik rolünün bulunduğunu, turistik hareketliliğe katkı sağladığını ve bölgenin markalaşmasında yararlı olduğunu belirlemişlerdir.

Kars'ın sembollerinden biri olan Doğu Ekspresine yönelik yapılan çalışmalar da (Doğan vd., 2018; Çakmak ve Altaş, 2018; Buluk ve Eşitti, 2019; Demiral ve Gelibolu, 2019; Özbay ve Çekin, 2020) ön plana çıkmaktadır. Bu kapsamda Doğan vd. (2018) sosyal medyada Kars Doğu Ekspresi hakkındaki yoğun bilgi ve deneyim paylaşımlarının turistlerin seyahat kararlarında etkili olduğunu saptamıştır. Araştırmacılar Doğu Ekspresi ile seyahat edenlerin hem trenle seyahati deneyimlemek istediklerini hem de Kars'ı gezip görmek istediklerini belirtmiştir. Özbay ve Çekin (2020) ise Doğu Ekspresi'nin Kars turizmine katkı sağladığını, istihdamı artırdığını ve ekonomiyi canlandırdığını tespit etmiştir.

Tripadvisor turist yorumlarına dayalı Kars'a yönelik gerçekleştirilen çalışmalar ise Sarıkamış otelleri (Kırıcı Tekeli ve Tekeli, 2021; Satık ve Gençler, 2023), Zavot Peynir

Köyü Müzesi (Sarı Gök ve Şalvarcı, 2021), Kars rekreasyon kaynakları (Demirel ve Çamlıca, 2021) ve Kaz restoranları (Demirel ve Büyükkuru, 2020) çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Buna göre; Kırıcı Tekeli ve Tekeli (2021) Sarıkamış otellerine yönelik e-şikayetleri inceleyerek otel işletmelerinin hizmet kalitelerini artırabilmeleri için önerilerde bulunmuşlardır. Satık ve Gençer (2023) Uludağ, Palandöken ve Sarıkamış kayak merkezlerindeki 5 yıldızlı otellerin çevrimiçi olumsuz yorumlarını inceledikleri çalışmalarında Sarıkamış otellerinde en çok personel hizmeti ve yetersizliğinden şikayet edildiğini belirlemişler ve bu çerçevede öneriler sunmuşlardır. Sarı Gök ve Şalvarcı (2021) gastronomi müzelerine yönelik yapılan çevrimiçi yorumları inceledikleri çalışmalarında Zavot Peynir Köyü Müzesi'ni de değerlendirmeye almışlardır. Müzeler hakkında ziyaretçilerin görüşlerini tespit ettikleri çalışmalarında müze yöneticilerine birtakım önerilerde bulunmuşlardır. Demirel ve Çamlıca (2021) ise Serhat illerinin (Ağrı, Ardahan, Iğdır, Kars) rekreasyon kaynaklarını çevrimiçi turist yorumları kapsamında değerlendirmişlerdir. Çalışma kapsamında en fazla Kars'ın rekreasyon kaynaklarının kullanıcılar tarafından değerlendirildiğini belirlemişlerdir. Bu çalışma ise pandemiden sonra güncel yorumlar ışığında Kars'taki turistik yerlere ilişkin değerlendirmeleri kapsamı açısından diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır.

2. Yöntem

Bu çalışmanın amacı doğrultusunda yorumlara yönelik içerik analizi yapılmıştır. Nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir bilgilere ulaşabilmek için doküman, metin, evrak vb. materyali örnekleme, kodlama, kategorilendirme gibi belli kurallar dahilinde analiz etmeyi amaçlayan içerik analizi, nitel araştırma yöntemlerinden birisidir (Metin ve Ünal, 2022). Başka bir ifadeyle içerik analizi; araştırma evrenini kapsayan verilerden bütünü yansıtan örneklemin incelenmesi ve elde edilen verilerin (genellikle çok sayıdaki görsel veya metin içeriklerinin) ortak yönlerinin ortaya konulmasıdır (Çelik ve Bora, 2021).

Tripadvisor'da Kars ilinde gezilecek yerlere bakıldığında 29 yerin sıralandığı görülmektedir. Bu sıralama Tripadvisor'a kayıtlı kullanıcıların beğenilerine göre yapılmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın evreni bu 29 yere ilişkin yapılan yorumlardan oluşmaktadır. Bu evren içerisinde ise gezilecek ilk 10 yere ilişkin gezgin yorumları örneklem olarak seçilmiştir. Araştırma verileri 15 Ağustos 2023 tarihinde elde edilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde MAXQDA nitel veri analizi programı kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında incelenen yorumların kullanıcı profillerinden konum bilgilerine erişilmiştir. Yorum yapan gezginlerin birçoğu konum bilgilerini paylaşmamıştır. Konumlarını paylaşan gezginlerin bilgileri Tablo 1'de verilmiştir. Tabloda yerli turistlerin şehir bilgileri verilirken, yabancı turistlerin ise ülke bilgileri verilmiştir. Buna göre Kars'a en fazla yorum Ankara ilinden yapılmıştır. Yabancı turistlere bakıldığında ise en fazla İngiltere'den ziyaretçinin yorum yaptığı belirlenmiştir.

Tablo 1. Kullanıcıların Konum Bilgileri

Konum	Sayı
Belirtmeyen	21
Ankara	11
İstanbul	9
İzmir	4
Aydın	2
Balıkesir	2
Gaziantep	1
Muğla	1
Nevşehir	1
İngiltere	3
İtalya	2
İsviçre	2
Amerika	2
Finlandiya	1
Kanada	1

3. Bulgular

Tripadvisor’da turistler gittikleri yer hakkında yorum yaparken aynı zamanda yerle ilgili “mükemmel”, “çok iyi”, “ortalama”, “kötü” ve “berbat” şeklinde puanlama da yapmaktadırlar. Tablo 2’de ilk 10 yer hakkında söz konusu puanlamalara ilişkin bilgiler yer almaktadır. Araştırmaya dahil edilen yerler için toplam 1655 yorum yapılmıştır. Araştırmada güncel değerlendirmelerde bulunabilmek için son 2 yıl içerisinde yapılmış olan yorumlar analize dahil edilmiştir, çünkü daha eski yorumlar incelendiğinde yorumların güncel bilgileri yansıtmadığı tespit edilmiştir. Örneğin Ani Antik Kenti için daha eski yıllarda sosyal tesis ve tuvalet eksikliğinden dolayı yapılan olumsuz değerlendirmeler bu eksikliklerin giderilmesinden sonra olumlu değerlendirmelere yerini bırakmıştır. Bu kapsamda 36’sı Türkçe; 27’si İngilizce, İtalyanca, İspanyolca gibi çeşitli yabancı dillerde yazılmış olan toplam 63 yorum içerik analizine tabi tutulmuştur. Yabancı dildeki tüm yorumlar Türkçeye çevrilmiştir.

Tablo 2. Kars’ta Gezginlerin Beğenilerine Göre Gezilecek İlk 10 Yer

Turistik Yer	Mükemmel	Çok İyi	Ortalama	Kötü	Berbat
1. Ani Antik Kenti	634	122	25	6	4
2. Havariler Müzesi	47	32	3	2	-
3. Kars Kalesi	140	99	60	4	2
4. Ani Katedrali*	74	23	4	1	-
5. Kafkas Cephesi Harp Tarihi Müzesi	50	6	3	2	-
6. St. Gregory Kilisesi*	14	3	2	-	-
7. Sarıkamış Kış Turizm Merkezi	102	46	9	2	-
8. Menuçehr Camii*	20	7	2	-	-
9. Kars Müzesi	30	29	19	4	1
10. Tigran Honents Kilisesi*	18	3	1	-	-

Kaynak: www.tripadvisor.com.tr 15.08.2023

Kars'ta gezilecek yerlere ilişkin Tripadvisor'da yapılan yorumlar kapsamında "beğeni/tavsiye", "rehber", "tabela/bilgilendirme yetersizliği", "temizlik", "güvenlik sorunu" ve "bakımsızlık" şeklinde temalar oluşturulmuştur. En fazla "beğeni/tavsiye" (49) ve "rehber" (16) temaları ön plana çıkmıştır.

3.1. Ani Antik Kenti

Kars merkezine 42 km uzaklıkta, Türkiye-Ermenistan sınırı üzerinde bulunan Ani Antik Kenti Temmuz 2016'da Unesco Dünya Kültür Mirası Listesine alınmıştır. Ani'nin tarihinin M.Ö. 5000 yıllarına kadar dayandığı düşünülmektedir. 78 hektar büyüklüğündeki bir alan üzerine kurulmuş olan Ani Antik Kenti'nde cami, kilise, hamam, saray, kervansaray, köprü gibi yapılardan oluşan 21 adet tescilli taşınmaz bulunmaktadır. Arkeolojik sit alanı ilan edilen alan, bölgenin en önemli ören yeridir (Kars İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023).

Ani Antik Kent'i Tripadvisor'da gezginlerin beğenilerine göre Kars'ta yapılacak şeyler listesinde ilk sırada yer almaktadır. Tablo 2'de "*" işareti olan yerler Ani Antik Kent'i içerisinde yer almaktadır. Bu yüzden bu yerlere ilişkin yapılan yorumlar da bu bölüme dahil edilmiştir. Buna göre bugüne kadar toplam 963 yorum alan ören yeri için son 2 yıl içerisinde toplam 39 yorum yapılmıştır. Bu yorumlardan 22 tanesi yabancı dilde yapılmıştır. MAXQDA programında sözcük frekansına bakıldığında 1984 sözcükten oluşan yorumlarda en fazla "Kars, ani, celil, iyi, tavsiye, büyük, güzel" sözcükleri kullanılmıştır. Son 2 yıl içerisinde neredeyse hiç olumsuz yorum almamıştır. Yerel rehber olan Celil E., özellikle yabancı turistler tarafından yorumlarda çok tavsiye edildiği için en sık tekrarlanan üçüncü kelime "Celil" olmuştur.

Ani Antik Kenti için Tablo 3'te görüleceği üzere "beğeni/tavsiye" ve "rehber" temaları öne çıkmaktadır. Genel olarak bölgeyi ziyaret eden turistler Tripadvisor'da yaptıkları yorumlarda beğenilerini dile getirmişlerdir. Öne çıkan bazı yorumlar şöyledir:

"Muhteşem bir yer. Türkiye'nin doğusundaki en büyük deneyimlerden biri..."

"Umduğumdan daha büyüleyici, çarpıcı ve derin bir deneyim..."

"...Ani'de mimarinin ve manzaranın güzelliği ile tarihin büyüğü tek bir anda, tek bir bakışta, tek bir karede bir araya geliyor."

Özellikle yabancı turistler yerel bir rehber eşliğinde ören yerinin gezilmesini önermektedir. Bu konuda; *"...Bir rehber eşliğinde yürümeniz şiddetle tavsiye edilir..."* ve *"...Celil (rehber) olmasaydı Ani'yi ve bölgenin tüm tarihini ve bağlamını tam olarak anlayamazdık..."* tarzında yorumlar yapılmıştır.

Tablo 3. Ani Antik Kenti'ne İlişkin Temaların Frekans Dağılımları

Kod Sistemi	Frekans
Beğeni/Tavsiye	30
Rehber	14
Tabela/Bilgilendirme Yetersizliği	5
Temizlik	2

3.2. Havariler müzesi

Tripadvisor’da Havariler müzesi olarak adlandırılmış olan yer aslında Kars’ın sembollerinden biri olan Kümbet Camisi olarak bilinen Havariler Kilisesidir (Demir, 2017). Kars Kalesi’nin eteğinde yer alan Havariler Kilisesi kentteki Ermeni kiliselerinden birisi olup M.S. 932-937 yılları arasında inşa edilmiştir. 1064 yılında Müslüman hâkimiyetine giren yöredeki bu kilise camiye dönüştürülerek Kümbet Camisi adını almıştır. Ancak bölge Rus hakimiyetine girince Rus Ortodoks Kilisesi’ne dönüştürülmüştür. 1918 yılında yeniden Türk egemenliğine girince camiye çevrilmiştir. 1964 yılında müzeye dönüştürülen eser 1981 yılına kadar müze olarak kullanılmıştır. 1993’ten bugüne kadar ise yine cami olarak kullanılmaktadır (Türkiye Kültür Portalı, 2023).

Havariler Kilisesi gezginlerin beğenilerine göre Kars’ta gezilecek yerler listesinde ikinci sırada yer almaktadır. Toplam 84 yorum alan müze için son 2 yıl içerisinde sadece 5 yorum yapılmış ve hiç olumsuz yorum almamıştır. Bu yorumlardan 1 tanesi yabancı dildedir. Müze hakkında yapılan yorumların toplamı 93 kelimedendir oluşmaktadır. MAXQDA programı sözcük frekansı için minimum sıklığı 3 olarak önermektedir. Yapılan yorumlarda kullanılan kelimeler 2 ya da 1 kez kullanıldığı için sözcük frekansına bakılmamıştır. Havariler Müzesi için “beğeni/tavsiye” temasında 4 değerlendirme bulunmaktadır. Müzeye ilişkin “*Müthiş bir yerdi çok beğendim bir buram tarih kokan bir yer. Herkesin görmesi gerektiğini düşünüyorum.*” ve “*...güzel bir mimarisi var...*” şeklinde yorumlar yapılmıştır.

3.3. Kars Kalesi

İl merkezinde yer alan, çok şiddetli savaflara sahne olan Kars Kalesi 12. yüzyılda yapılmıştır. İçerisinde 12. yüzyıldan kalma cephaneliğin, askeri koğuşların, bir adet mescidin (Topbaşlı ve Pajo, 2017), Celal Baba Türbesi’nin ve tarlaların yer aldığı Kars Kalesi sit alanı olarak ilan edilmiştir (Kars Belediyesi, 2020).

Kars Kalesi gezginlerin önerisine göre Kars’ta gezilecek yerler sıralamasında üçüncü sırada bulunmaktadır. Toplamda 305 yoruma sahip olan Kars Kalesi için son iki yıl içerisinde 7 Türkçe yorum yapılmıştır. Kars Kalesi için yapılan yorumların sözcük frekansına bakıldığında 534 sözcükten oluştuğu ve en sık “güzel, kale, Kars, güvenlik” sözcüklerinin kullanıldığı görülmüştür. Kars Kalesi için “beğeni/tavsiye” teması ön planda olsa da güvenlik, temizlik ve tabela eksikliği hakkında olumsuz değerlendirmeler bulunmaktadır (Bknz. Tablo 4). Bazı gezginlerin yorumu şöyledir:

“... Bilgilendirme namına hiç tabela yok. Bu cami nedir bu kilise nedir adı ne hiç bir levha tabela bilgilendirici yazı yok... Camları kırık çoğu yerin etrafta güvenlik yok...”

“Kars Kalesi iyi korunmuş şehri tepeden gören konumu ile muhteşem, Yalnız temizliğine önem verilmiyor...”

Tablo 4. Kars Kalesi’ne İlişkin Temaların Frekans Dağılımları

Kod Sistemi	Frekans
Beğeni/Tavsiye	7
Güvenlik Sorunu	2

Temizlik	2
Tabela/Bilgilendirme Yetersizliği	1
Bakımsız	1

3.4. Kafkas Cephesi Harp Tarihi Müzesi

1803 yılında inşa edilen tabya 1828 yılında Rusların yaptığı bir gece baskınında tabyadaki askerlerin tamamı şehit edildiği için Kanlı Tabya olarak anılmaktadır. Müzeye dönüştürülen tabyanın adı Kafkas Cephesi Harp Tarihi Müzesi olarak değiştirilmiştir (Kars İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023a). Müze içerisinde savaş döneminde tabya içerisindeki günlük hayattan sahneler balmumu heykellerle canlandırılmıştır. Müzede revir, ameliyathane, kiler, koğuş gibi alanlar sergilenmektedir (Müze, 2023).

Kafkas Cephesi Harp Tarihi Müzesi, Tripadvisor gezgin puanlarına göre Kars'ta gezilecek yerler arasında beşinci sırada yer almaktadır. Toplam 61 yorum yapılmıştır, ancak bu yorumlardan sadece 5 tanesi son 2 yıl içerisinde yapılmıştır. Yorumlardan ikisi Türkçeye çevrilmiştir. Müze hakkında yapılan yorumların toplamı 242 kelimeden oluşmaktadır. Sözcük frekansına bakıldığında "müze, kafkas ve askerler" sözcükleri en fazla kullanılan sözcükler olmuştur. Tablo 5'te görüldüğü gibi müze için "beğeni/tavsiye" teması öne çıkmaktadır. Genel olarak beğenilen müze için bir gezgin Tripadvisor'da "kötü" puan vermiştir. Söz konusu gezgin yorumunda müzenin güzel olduğunu ancak müzede İngilizce konuşan bir rehber veya personel bulunmamasından şikayet etmiş, Türkçe bilmeyenler için kötü olduğunu belirtmiştir.

Tablo 5. Kafkas Cephesi Harp Tarihi Müzesi'ne İlişkin Temaların Frekans Dağılımları

Kod Sistemi	Frekans
Beğeni/Tavsiye	6
Rehber	2
Tabela/Bilgilendirme Yetersizliği	1

3.5. Sarıkamış Kış Turizm Merkezi

Kars'a 55 km mesafede bulunan Sarıkamış kayak merkezi, çamlar arasında kristal karla kaplı olması nedeniyle cazip bir merkezdir. Sarıkamış ve çevresi Alp disiplini, Kuzey disiplini ve Tur Kayağı etkinlikleri için elverişlidir (Türkiye Kültür Portalı, 2023a). Sarıkamış Bayraktepe Kayak Merkezi (Cıbiltepe) dünyanın en uzun kayak pistlerinden birisine ev sahipliği yapmaktadır (Karaçor ve Temizel, 2022). Sarıçam ormanları ile kaplı alan çığ tehlikesinden uzak güvenli kayak imkanı sunmaktadır (Kars İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023b). Kayak merkezlerinin dışında çeşitli mimari yapılar da ilçede yer almaktadır. Bu yapılardan biri olan Katerina Av Köşkü turistler tarafından ziyaret edilen bir destinasyondur. Rus Çarı 2. Nikola'nın ailesi için 1896 yılında inşa edildiği bilinmektedir. Bina tamamen ahşaptan ve metal çivi kullanılmadan yatay sıralı kütüklerle inşa edilmiştir (Türksoy, 2022).

Sarıkamış kış turizm merkezi gezgin puanlarına göre Tripadvisor'da Kars'ta gezilecek yerler sıralamasında yedinci sırada yer almaktadır. Toplam yorum sayısı 159'dur. Bu yorumlardan 3 tanesi son 2 yıl içerisinde yapılmıştır. Yorumlardan biri

Şekil 1’de yer alan kelime bulutu incelendiğinde en çok “Kars, ani ve güzel” kelimelerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Bulut incelendiğinde genel itibariyle iyi, tavsiye, harika, muhteşem gibi olumlu çağrışımlar yapan kelimeler dikkat çekmektedir.

4. Tartışma

Bu çalışmada, turist beğenilerine göre Tripadvisor’da sıralanan Kars’ta gezilecek ilk 10 yer hakkındaki çevrimiçi yorumlar içerik analizine tabi tutularak bu yerlerin artılarının ve eksilerinin belirlenmesi ve bu doğrultuda yöneticilere ve ilgililere öneriler sunulması amaçlanmıştır. Bu amaçla son 2 yıl içerisinde yapılan Türkçe ve yabancı dildeki 63 yorum değerlendirmeye alınmıştır. Listedeki yerler genel olarak olumlu yorum almıştır. Ziyarete gelen yerli ve yabancı turistler genel olarak gezdikleri yerleri beğenmiş ve memnun ayrılmışlardır. Zira araştırmaya dahil edilen 63 yorumun sözcük frekansında “güzel, iyi, tavsiye” gibi kelimelerin üst sıralarda yer aldığı saptanmıştır.

Tripadvisor’da gezginlerin beğenilerine göre Kars’ta yapılacak şeyler listesinde Ani Antik Kent’inin ilk sırada yer aldığı belirlenmiştir. Genel olarak bölgeyi ziyaret eden turistler Tripadvisor’da yaptıkları yorumlarda beğenilerini dile getirmişlerdir. Demirel ve Çamlıca’nın (2021) yaptıkları çalışmada da Ani Antik Kenti’nin turistlerin beğendiği bir yer olduğu belirlenmiştir; ancak kent için yapılan yorumlarda tuvalet ve yeme içme yerlerinin yetersizliğinden, tabelaların eksikliğinden şikayet edildiği de ifade edilmiştir. Bu çalışma kapsamında son 2 yıl içerisinde yapılan yorumlarda neredeyse hiç olumsuz bir değerlendirmeye rastlanılmamıştır. Zira daha önce de belirtildiği gibi Ani Antik Kent’i girişinde sosyal tesisin inşa edilmesinin ardından turistlerin bu konular hakkındaki şikayetleri yerini olumlu değerlendirmelere bırakmıştır. Bu durum şikayetlerin çözüme kavuşmasıyla olumsuz değerlendirme ve algıların nasıl olumlu izlenimlere dönüştüğünü göstermesi açısından önemlidir.

Turist beğenilerine göre Tripadvisor’da ikinci sırada yer alan Havariler Kilisesi de son 2 yıl içerisinde hiç olumsuz yorum almamıştır. Diğer taraftan üçüncü sırada yer alan Kars Kalesi’nin en fazla şikayet alan destinasyon olduğu belirlenmiştir. Şikayet konuları arasında temizlik, güvenlik ve tabela eksikliği yer almaktadır. Araştırma kapsamındaki yorumlar incelendiğinde Ani Antik Kenti ve Kafkas Cephesi Harp Tarihi Müzesi için de turistlerin tabela ve bilgilendirme eksikliğinden yakındıkları görülmüştür. Yorumlarda dikkat çeken bir diğer husus ise ziyaretçilerin gelecek olan turistlere tarihi yerleri rehber eşliğinde gezmeleri konusundaki önerisidir. Kars’ta hizmet sunan yerel bir rehber olan Celil E. yabancı turistlerin övgüsünü almış ve yorumlarda çokça tavsiye edilmiştir. Kendi imkanlarıyla adı geçen rehberlere ulaşan turistler gelecek olan turistler için rehberin iletişim bilgilerini de yorumlarda paylaşmışlardır. Bu durum ildeki turist rehberi eksikliğini ortaya koyması açısından önemlidir. Zira müzelerde ve Ani Antik Kenti’ndeki rehber eksikliği yine çoğu turist tarafından dile getirilmiştir.

5. Sonuç

Bu çalışmada son yılların popüler turistik destinasyonlarından biri olan Kars iline ilişkin yapılan çevrimiçi turist değerlendirmeleri incelenmiştir. Araştırma verileri dünyanın en yaygın kullanılan seyahat rehberi platformlarından biri olan Tripadvisor'dan elde edilmiştir. Literatürde Türkiye'de farklı destinasyonların Tripadvisor turist yorumlarıyla incelendiği görülmüştür (Belli ve Çolak, 2017; Çuhadar 2021; Mancı ve Tengilimoğlu, 2021). Ancak Kars'ta gezilecek yerlere ilişkin Tripadvisor'daki turist yorumlarını doğrudan ele alan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Sadece Demirel ve Çamlıca (2021) Tripadvisor'da Serhat illerinin (Ağrı, Ardahan, Iğdır, Kars) rekreasyon kaynaklarını ele aldıkları çalışmalarında Kars'taki destinasyonlara da yer vermişlerdir. Bu çalışma ise yalnızca Kars ilindeki turistik yerlere ilişkin yorumları ele almasıyla ve 2021-2023 yılları arasındaki güncel yorumları kapsamıyla farklılaşmaktadır.

Çalışma sonucunda genel olarak Kars'taki turistik yerlerin turistler tarafından beğenildiği tespit edilmiştir. Ziyaret edilen yerlerde beğeni ve tavsiye içerikli yorumlar ön plandadır. Ancak bazı yorumlarda olumlu ifadelerin yanında sınırlı sayıda da olsa olumsuz eleştirilerin yer aldığı görülmüştür. Özellikle Kars Kalesi için yapılan olumsuz yorumlar dikkat çekicidir. Örneğin turistlerden biri Kars Kalesi etrafında güvenlik konusundaki endişelerini ve destinasyon civarında piknik yapılmasından duyduğu rahatsızlığı dile getirmiştir. Kars Kalesi yerli ve yabancı turistlerin akın ettiği bir destinasyondur. Kars Kalesi eteklerinde Havariler Kilisesi, Ebu'l Hasan Hatakani Türbesi, tarihi Taş Köprü, tarihi hamamlar, Osmanlı ve Selçuklu evleriyle Baltık Mimari tarzında inşa edilmiş olan tarihi mekanlar bulunmaktadır (Gazetekars, 2020). Dolayısıyla Kars Kalesi'ni ziyaret eden turistler aynı zamanda ilin sembolü olan pek çok tarihi yapıyı da ziyaret etmiş olmaktadır. Bu nedenle Kars Kalesi destinasyonunda turistlerce belirtilmiş olan güvenlik ve kirlilik sorunları göz ardı edilemez. İl yöneticilerinin bir an önce Kars Kalesi için güvenlik görevlisi sayısını artırması ve çevre temizliği için harekete geçmesi gerekmektedir. Diğer taraftan destinasyon civarında piknik yapılması olumsuz bir imaja neden olabilmekte ve tarihi yerlerin yetkililerce ve halk tarafından önemsenmediği algısına yol açabilmektedir. Bu nedenle bu bölgede piknik yapılmamasına ilişkin önlemler artırılmalıdır. Yerel halkın mağduriyet yaşamaması ve olumsuz tepkilerinin önüne geçilmesi için de şehirdeki piknik alanlarının düzenlenerek halkın bu piknik alanlarına yönlendirilmesi önerilmektedir.

Çalışmada öne çıkan şikayet konularından biri de turistik yerlerdeki tabela ve bilgilendirme eksikliğidir. Demir'in (2017) belirttiği gibi turizm faaliyetleri kapsamındaki doğal ve beşeri varlıkların birçoğunun tatmin edici düzeyde belirleyici ve tanıtıcı bilgilerinin bulunmamasından dolayı kulaktan dolma eksik ve yanıltıcı bilgilerle bu varlıkların tanıtımı yapılmaktadır. Bu durum gelen turistlerde olumsuz algı ve izlenimlere neden olmaktadır. Araştırmacının da önerdiği gibi bu konuda akademik düzeydeki çalışmalar teşvik edilmelidir. Bahsi geçen yerlerde yeterli düzeyde ve kalitede bilgilerin yer aldığı tabelalar konumlandırılmalıdır. Var olan tabelaların ise turistler tarafından fark edilebilmesi için görünürlüğü artırılmalı; başka

bir ifadeyle mevcut tabelalar dikkat çekici hale getirilmelidir. Son yıllarda turizm sektöründe de kullanımı yaygınlaşan karekodlardan da faydalanılabilir. Bu kodlar sayesinde turistler ve destinasyon arasında hızlı ve basit bir etkileşim sağlanmaktadır (Çelik ve Topsakal, 2017). Tabelalara yerleştirilecek karekodlar ile hem turistlerin daha detaylı bilgilere erişebilmeleri hem de yabancı dil desteğiyle yabancı turistlerin kendi dillerinde bilgilere erişimi sağlanabilir.

Çalışmadaki bir diğer sonuç da ildeki rehber eksikliğidir. Yerel bir rehber ildeki bu ihtiyaca başarılı bir şekilde cevap vermektedir, ancak yeterli değildir. Bu nedenle resmi kurumların görevlendireceği profesyonel rehberlerle bu eksikliğin giderilmesi önerilmektedir. Burada rehberlik hizmeti sunan kişinin başarılı olması ve beğenilmesi büyük bir şanstır. Ancak rehberlik hizmetinin şansa bırakılmayacak ehemmiyette olduğu söylenebilir. Çünkü turist rehberleri birer elçi ve kültür aracısıdır. Diğer taraftan tanıtma, bilgilendirme, çevirmenlik, liderlik, organizatörlük, animatörlük vb. turist rehberlerinin öne çıkan işlevleri arasındadır (Karamustafa ve Çeşmeci, 2006). Turistlerle en çok vakit geçiren, turistlere bilgi ve deneyimlerini aktaran turist rehberleri turist memnuniyetini ve sadakatini doğrudan etkilemektedir. Rehberin başarılı performansı ülke imajı açısından da kıymetlidir (Zengin vd., 2017). Çünkü bir rehberin görevlerinden birisi de ülke hakkında iyi bir imaj oluşmasına katkı sağlamaktır. Öte yandan rehberler üzerlerine düşen görevlerin bir ya da birkaçını yerine getiremezse turistler tatminsizlik yaşamakta ve şikayetçi olmaktadır (Avcı ve Doğan, 2018). Diğer taraftan, müzelerde İngilizce konuşan bir rehber veya personelin bulunmamasından dolayı olumsuz puan veren ziyaretçiler göz önüne alındığında müze ve ören yerinde İngilizce konuşabilen en az bir personelin istihdamı araştırmanın bir diğer önerisidir.

Sarıkamış Kış Turizm Merkezi Kars'ın önemli turizm değerlerinden biridir, ancak Triadvisor'da gezilecek yerler sıralamasında nispeten geridedir. Nitekim, Karaçor ve Temizel (2022) yaptıkları çalışmada Sarıkamış Kış Turizmi Merkezi'nin turizm potansiyelinin yüksek olduğunu, verilen hizmetlerin kaliteli olduğunu ancak altyapı, pist ve mekanik tesisler yönünden eksikliklerin bulunduğunu (örneğin kapalı telesiyej sisteminin olmaması), pazarlama ve markalaşma noktasında yetersizliklerin olduğunu tespit etmişlerdir. Söz konusu eksikliklerin ve yetersizliklerin il yöneticileri tarafından bir an önce giderilmesi için çalışma başlatılmalıdır. Sosyal medyada Doğu Ekspresi paylaşımlarının turistleri Kars'a çekmesi örneğindeki gibi (Doğan vd., 2018) Sarıkamış Kayak Merkezi için de sosyal medyada benzer bir kampanya yürütülerek kış sporları için gözde bir yer haline getirilebilir.

Bu çalışmada sadece Tripadvisor'daki turist yorumları ve bu platformda sıralanan Kars'ta gezilecek ilk 10 yer için yapılan yorumlar dikkate alınmıştır. Gelecek araştırmalar için diğer seyahat platformlarındaki ve Kars'taki diğer turistik yerlerle ilgili yapılan yorumların incelenerek çalışmanın kapsamının genişletilmesi önerilebilir.

Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı

Çalışmanın tüm aşamaları yazar(lar) tarafından tasarlanmış ve eşit oranda katkı sunulmuştur. Makalede, herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Etik Beyanı ve Finansal Destek

Makalede, akademik ve bilimsel etik kurallarına uyulmuştur. Çalışmada Etik Kurul Raporu aranmamaktadır. Makalede herhangi bir finansal kaynaktan yararlanılmamıştır.

Kaynaklar

- Akdoğan, Ç., Akyol, A. (2016). Online Tüketici Yorumlarına Ait Genel Tutum ile Ağızdan Ağıza Pazarlama Arasındaki İlişki. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 117-134.
- Akkılıç, M. E. (2003). Turizm Pazarlamasında Faydalar ve Bir Turist Tatmin Modeli Önerisi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 211-232.
- Akyol, C. (2022). Doğal ve Kültürel Kaynaklara Dayalı Turizm: Kars Destinasyonu. *Journal of Applied Tourism Research*, 3(1): 81-94.
- Alrawadieh, Z. (2017). E-Şikâyetlerine Yönelik İçerik Çözümlemesi: Ürdün Otel Pazarına Yönelik Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Doktora Tezi*, İstanbul.
- Ateşoğlu, İ., Bayraktar, S. (2011). Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Turistlerin Destinasyon Seçimindeki Etkisi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 95-108.
- Atsız, O., Ramkissoon, H., Öğretmenoğlu, M. (2023). Yoga Travellers' Experiences in Guided Tours: A Multiple Case Study Approach. *Current Issues in Tourism*, 26(2), 177-183.
- Avcı, E., DOĞAN, S. (2018). E-Şikâyetler Turist Rehberleri Hakkında Ne Söylüyor?. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(1), 133-148.
- Bayat, G. (2020). Kars'ın Yerel Yemekleri ve Yerel Ürünlerin Kars'taki Yiyecek İçecek İşletmelerinde Kullanımının Sürdürülebilir Gıda Kapsamında Değerlendirilmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2640-2654.
- Belli, S., Çolak, O. (2017). Şanlıurfa'nın Turistik Çekim Unsurlarına Yönelik Ziyaretçi E-Yorumlarının Analizi: Tripadvisor Örneği. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(15), 444-457.
- Buluk, B., Eşitti, B. (2019). Batıdan Doğuya Yavaş Seyahat: Doğu Ekspresinin Kars'ın Sürdürülebilir Turizm Gelişimine Etkisi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 159-176.
- Çakmak, V., Altaş, A. (2018). Sosyal Medya Etkileşiminde Tren Yolculukları: Doğu Ekspresi ile İlgili Youtube Paylaşım Videolarının Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 390-408.
- Çelik, K., Bora, C. (2021). Otel İşletmelerinin Instagram Paylaşımalarının İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(4), 2813-2836.
- Çelik, P., Topsakal, Y. (2017). Akıllı Turizm Destinasyonları: Antalya Destinasyonunun Akıllı Turizm Uygulamalarının İncelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 149-166.
- Çerkez, M., Erden A. E., Kızıldemir, Ö. (2021). Tarihi ve Kültürel Özellikleri ile Kars'taki Turizm Faaliyetlerinde Gastronomik Unsurların Önemi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 50(Summer), 43-63.
- Çetin, G., İstanbullu Dinçer, F. (2014). Electronic Word of Mouth Among Hotel Guests: Demographic and Tripographic Factors. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, IX(II), 35-41.
- Çuhadar, M., Köseoğlu, S., Gültepe, Ö. (2018). Isparta İlindeki Konaklama İşletmelerine Yönelik Çevrimiçi Müşteri Değerlendirmelerinin İncelenmesi: Tripadvisor Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 227-239.
- Çuhadar, Y. (2021). İznik'i Ziyaret Eden Turistlerin Kültürel Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma. *Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi*, 3(5), 38-53.

- Demir, M. (2017). Doğal ve Beşerî Özellikleriyle Kars İlindeki Turizm Faaliyetlerinin Durumu. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 35, 134-154.
- Demiral, A. B., Gelibolu, L. (2019). Turistik Destinasyon Olarak Kars'ın Tercih Edilmesinde Sosyal Medya Paylaşımının Motivator Etkisi: Doğu Ekspresi Örneği. *Social Sciences Studies Journal (SSSJournal)*, 5(49), 6174-6187.
- Demirel, N., Büyükkuru, M. (2020). Hizmet Aksaklıklarına Yönelik E-Şikâyetlerin Değerlendirilmesi: Kaz Restoranları Üzerine Nitel Bir Araştırma. Şule Aydın, Ömer Çoban, Yusuf Karakuş ve Nurgül Çalışkan (Ed.). *Gastronomi Turizminde Güncel Araştırmalar* (267-278). Detay Yayıncılık.
- Demirel, N., Çamlıca, K. (2021). Serhat İllerinin Rekreasyon Kaynaklarının Değerlendirilmesi: Tripadvisor Örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (25), 574-597.
- Dinçer, M. Z., Alrawadieh, Z. (2017) Negative Word of Mouse in the Hotel Industry: A Content Analysis of Online Reviews on Luxury Hotels in Jordan. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(8), 785-804.
- Doğan, M., Pekiner, A. B., Karaca, E. (2018). Sosyal Medyanın Turizm ve Turist Tercihlerine Etkisi: Kars-Doğu Ekspresi Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(3), 669-683.
- Durgun Kaygısız, A. (2021). Covid-19 Sonrası Türk Turizm Sektöründe Oluşabilecek Fırsatlar ve Riskler. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (23), 79-95.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, 51-59.
- GazeteKars. (2020). <https://www.gazetekars.com/kars-kalesine-ve-kars-yazısına-yerli-ve-yabanci-turistlerin-ilgisi-29267h.htm> Erişim Tarihi: 25.08.2023
- Gelibolu, L., Kanıbir, H., Saydan, R., Tutar, H., Yavuz, M. C. (2014). *Kars Algısı İmajı ve Marka Kimliği Araştırması*. Kars: T.C. Serhat Kalkınma Ajansı.
- Güney, T., Kızırlı, İ. (2021). Nostaljik Turizm: Doğu Ekspresi. *Neveşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(4), 1702-1716.
- Huete-Alcocer, N. (2017) A Literature Review of Word of Mouth and Electronic Word of Mouth: Implications for Consumer Behavior. *Front. Psychol.* 8:1256.
- Hunt, C. A., Gao, J., Xue, L. (2014). A Visual Analysis of Trends in The Titles and Keywords of Top-Ranked Tourism Journals. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 849-855.
- Karaçor, E., Temizel, G. (2022). Kars Sarıkamış Bayraktepe (Cıbiltepe) Kış Sporları ve Turizm Merkezi'nin Kış Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8, 47-61.
- Karamustafa, K., Çeşmeci, N. (2006). Paket Tur Operasyonunda Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Yönelimsel Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 70-86.
- Kars Belediyesi (2020). Kars Kalesi. <https://www.kars.bel.tr/serhat-sehri-kars> Erişim Tarihi: 15.08.2023.
- Kars İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023). Dünya Miras Listesinde Ani Örenyeri. <https://kars.ktb.gov.tr/TR-54868/dunya-miras-listesinde-ani-orenyeri.html> Erişim Tarihi: 15.08.2023
- Kars İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023a). Kafkas Cephesi Harp Tarihi Müzesi. <https://kars.ktb.gov.tr/TR-288186/kafkas-cephesi-harp-tarihi-muzesi.html> Erişim Tarihi: 16.08.2023
- Kars İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023b). Kış Turizmi ve Kış Sporları. <https://kars.ktb.gov.tr/TR-54878/kis-turizmi-ve-kis-sporlari.html> Erişim Tarihi: 16.08.2023
- Kars Valiliği (2023). <http://www.kars.gov.tr/tarihce> Erişim Tarihi: 17.08.2023
- Kırbaç, K., Bucak, T. (2022). Yerel Gıda Ürünlerinin Sürdürülebilirliğinde Gastronomi Müzelerinin Önemi: Kars Zavot Ekomüze Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 581-603.
- Kırıcı Tekeli, E. Tekeli, M. (2021). Hizmet Kalitesini Arttırmaya Yönelik E-Şikâyetlerin Değerlendirilmesi: Sarıkamış Otellerine İlişkin Nitel Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 55-70.

- Kutluk, A., Avcıkurt, C. (2014). Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Müşterilerin Satın Alma Karar Süreçlerine Etkisi ve Bir Uygulama; İstanbul Seyahat Acenteleri Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), 613-622.
- Mancı, A. R., Tengilimoğlu, E. (2021). TripAdvisor Ziyaretçi Yorumlarının İçerik Analizi: Göbeklitepe Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1525-1545.
- Metin, O., Ünal, Ş. (2022). İçerik Analizi Tekniği: İletişim Bilimlerinde ve Sosyolojide Doktora Tezlerinde Kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294.
- Müze (2023) <https://muze.gov.tr/muze-detay?DistId=MRK&SectionId=KCH01> Erişim Tarihi: 15.08.2023.
- Müze (2023a) <https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=KAS01&DistId=MRK> Erişim Tarihi: 16.08.2023.
- Özbay, G., Çekin, A. (2020). Turizm, Ulaşım ve Sosyal Medya Etkileşimi: Doğu Ekspresi ve Kars'taki Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 327-344.
- Sarı Gök, H., Şalvarcı, S. (2021). Türkiye'deki Gastronomi Temalı Müzelere Yönelik Çevrimiçi Ziyaretçi Deneyimlerinin İncelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(1), 120-140.
- Satık, Ö., Gençer, K. (2023). Kış Turizmi Kapsamında Uludağ, Palandöken ve Sarıkamış Destinasyonlarındaki Otelere 2016-2021 Yılları Arasında Yapılan Çevrimiçi Şikâyetlerin Karşılaştırılması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1): 106-121.
- Shang, Y., Zhu, L., Qian, F., Xie, Y. (2023). Role of Green Finance in Renewable Energy Development in the Tourism Sector. *Renewable Energy*, 206, 890-896.
- Süntar, E. B., Can, E. (2023). Yerel Halkın Turizme İlişkin Yaklaşımlarını İnceleyen Literatür Üzerine Bibliyometrik Analiz. *Journal of Travel and Tourism Research*, 22, 62-95.
- TCDD (Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demir Yolları). (2023). Turistik Doğu Ekspresi. https://www.tcddtasimacilik.gov.tr/tr/ana_hat_tren/detay/17 Erişim Tarihi: 25.08.2023
- Topbaşlı, B., Pajo, A. (2017). Mimarisi ve tarihi yerleriyle Kars. *Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi* (s. 43-51). 25-26 Kasım 2017, Antalya, Akdeniz Üniversitesi
- Tripadvisor (2023). About Tripadvisor <https://tripadvisor.mediaroom.com/us-about-us> Erişim Tarihi: 19.08.2023
- Türk, Z. (2020). Pozitif ve Negatif Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Marka Tercihi Üzerine Etkisi: Hazır Giyim Sektörüne Yönelik Bir Araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 363-369.
- Türkiye Kültür Portalı (2023). Kümbet Camisi - Kars <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kars/gezilecekyer/12-havarler-klse> Erişim Tarihi: 15.08.2023
- Türkiye Kültür Portalı (2023a). Sarıkamış- Kars <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kars/gezilecekyer/sarikamis> Erişim Tarihi:16.08.2023
- Türksoy, S. (2022). Katerina Köşkü Ne Zaman Açılacak?. <https://www.gazetekars.com/katerina-kosku-ne-zaman-acilacak-39638h.htm> Erişim Tarihi: 16.08.2023
- Zengin, B., Eker, N., & Bayram, G. E. (2017). Turist Rehberliği Meslek Kanununun Profesyonel Turist Rehberlerince Değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 142-156.