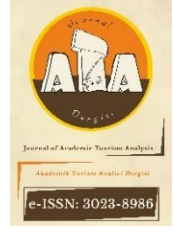




Journal of Academic Tourism Analysis

Akademik Turizm Analizi Dergisi

JournalATA.com



Content Analysis of Visitor Reviews on the Tripadvisor Platform: The Case of Tarsus

Tripadvisor Platformunda Yapılan Ziyaretçi Yorumlarının İçerik Analizi: Tarsus Örneği

Mustafa ÖZTÜRKEL^{1,*}, Kemal ENES²

ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : 29 March 2025

Revised : 16 May 2025

Accepted : 17 May 2025

Available : 31 July 2025

Keywords:

Tripadvisor
Content Analysis
Tarsus
Visitor Reviews

ABSTRACT

Tripadvisor, as one of the rapidly developing communication tools, is a platform where individuals can freely share their touristic experiences. Within the scope of this study, content analysis was applied to the reviews made about the touristic products in the Tarsus region. As a result of the analysis of Tripadvisor reviews regarding the touristic products in Tarsus, it was observed that the majority of visitors had positive experiences and recommended visiting these touristic sites. Among the most emphasized positive opinions are the historical and cultural values of the region. Visitors also shared favorable comments about the natural beauty, must-see places, and recreational activities. In addition, restoration efforts in areas attributed with sanctity and historical importance—such as Saint Paul's Well, the Cave of Seven Sleepers (Eshab-ı Kehf), and the Tomb of Prophet Daniel—were highlighted positively by visitors. However, negative opinions included issues such as lack of space, poor maintenance, mismatch between expectations and actual experiences, and deficiencies in service performance. Transportation problems and high entrance fees were also frequently mentioned by visitors. Moreover, the lack of reviews from foreign tourists suggests that Tarsus is not being adequately promoted on an international level. In this regard, enhancing promotional activities is considered important to increase the region's tourism potential. In conclusion, it has been determined that the touristic products in Tarsus are generally appreciated by visitors, yet certain deficiencies need to be addressed. Resolving these shortcomings is expected to contribute to the development of the district's tourism potential.

MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 29 Mart 2025

Düzeltilme : 16 Mayıs 2025

Kabul : 17 Mayıs 2025

Yayımlanma : 31 Temmuz 2025

Anahtar Kelimeler:

Tripadvisor
İçerik Analizi
Tarsus
Ziyaretçi Yorumları

ÖZ

Hızla gelişen iletişim araçlarından biri olan tripadvisor bireylerin yaşadıkları turistik deneyimleri özgürce paylaşabildikleri bir platformdur. Çalışma kapsamında Tarsus yöresindeki turistik ürünlere yapılan yorumlara içerik analizi uygulanmıştır. Tarsus ilçesindeki turistik ürünlere yönelik Tripadvisor yorumlarının analizi sonucunda, ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun olumlu deneyimler yaşadığı ve ilgili turistik ürünleri ziyaret etmeyi tavsiye ettiği görülmektedir. Olumlu düşüncelerin başında tarihi ve kültürel değerlerin vurgulanması gelmektedir. Ziyaretçiler, doğal güzellikler, görülmeye değer yerler ve eğlence faaliyetleri hakkında da olumlu yorumlar paylaşmışlardır. Bunun yanında bölgede Saint Paul Kuyusu, Eshab-ı Kehf Mağarası, Hz. Daniyel'in türbesi gibi kutsiyet atfedilen ve tarihi öneme sahip alanların retsorasyon çalışmaları ziyaretçilerin olumlu değerlendirmede bulunduğu konular arasındadır. Bununla birlikte, olumsuz düşünceler arasında alan yetersizliği, bakımsızlık, beklenti-deneyim uyumsuzluğu ve işletme performansındaki eksiklikler yer almaktadır. Ulaşım sorunları ve yüksek giriş ücretleri de ziyaretçiler tarafından sıklıkla dile getirilmiştir. Ayrıca ziyaretçi yorumlarında yabancı turistlere ait yorumlara rastlanılmaması Tarsus'un uluslararası düzeyde yeterli şekilde tanıtılmadığını göstermektedir. Bölgenin turizm potansiyelinin yükseltilmesi amacıyla tanıtım faaliyetlerinin artırılması önem arz etmektedir. Sonuç olarak, Tarsus ilçesindeki turistik ürünlerin genel olarak beğenildiği, ancak bazı eksikliklerin giderilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Bu eksikliklerin giderilmesi Tarsus ilçesinin turizm potansiyelinin gelişimine katkıda bulunacaktır.

1. GİRİŞ

Günümüzde internet ve sosyal medya kullanımı oldukça popülerdir. We are social'ın verilerine göre dünyada internet kullanıcı sayısı 5,35 milyar kişi iken sosyal medya kullanıcı sayısının ise 5 milyar kişiye ulaştığı görülmektedir (www.wearesocial.com, 2024). Bu baş döndürücü hızla ilerleyen dijitalleşme kavramı ile

¹ PhD. Stud., Department of Business Administration, Graduate Education Institute, Tarsus University, TÜRKİYE

Dr. Öğr., İşletme Anabilim Dalı., Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Tarsus Üniversitesi, TÜRKİYE

² Lect., Department of Transportation Services, Vocational School, Tarsus University TÜRKİYE

Öğr. Gör. Dr., Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, Meslek Yüksekokulu, Tarsus Üniversitesi, TÜRKİYE

* Corresponding author
Sorumlu yazar



Journal ATA is licensed under CC BY-NC 4.0.
ATA Dergisi CC BY-NC 4.0 ile lisanslanmıştır.



0000-0001-5216-0741



mustafafozturk3342@gmail.com



0000-0003-3488-314X



kemalenes@tarsus.edu.tr



10.5281/zenodo.1662232

kullanıcıların bir ürün ya da hizmete dair düşüncelerini ve deneyimlerini çevrimiçi platformlarda paylaşmaları kolaylaşmıştır (Aydın, 2016) Özellikle turizm sektöründe, seyahat ve destinasyon değerlendirmelerinin çevrimiçi olarak paylaşılması, potansiyel ziyaretçilerin karar alma süreçlerinde önemli bir rehberlik sağlamaktadır (Akyol & Öztürk, 2023). İnternet teknolojisinin bilgi arayışı süreçlerinde önemli bir rol üstlenmesi sebebiyle gezginlerin seyahatlerini planlama amacıyla online platformları kullanımı artmıştır. Seyahat planlamada kullanılan platformlardan en bilinenlerden biri Tripadvisor platformu olarak ifade edilmektedir (Mancı & Tengilimoğlu, 2021). Tripadvisor platformu yapısı gereği ziyaretçilerin deneyimlerini paylaştığı ve bu deneyimlerin diğer ziyaretçiler tarafından görülebildiği online bir platformdur. Bu platform 2024 yılında itibariyle 8,6 milyon konaklama yeri, turist deneyimi, restoran, gemi seyahati gibi hizmetlere dair 859 milyonda fazla görüş ve yoruma göz atma imkânı sunmaktadır (Tripadvisor, 2024). Bu tarz platformlar sağladığı imkanlar neticesinde, turizm ürün ve hizmetleri ile ilgili bilgi edinme sürecini daha kolaylaştırmıştır (İmre, 2020). Turizm ürünleri ve hizmetleri ile ilgili son zamanlarda online platformlar veri sağlamada yaygın olarak kullanılmaktadır (Akgöz & Tengilimoğlu, 2015).

Türkiye'nin kültürel zenginliklerine ev sahipliği yapan Tarsus, antik tarihinden doğal güzelliklerine kadar geniş bir yelpazede turistik cazibe sunmakta ve turistlerin ilgisini çekmektedir (Atasoy & Ercik, 2023). Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi'nde yer alan Tarsus, Mersin iline bağlı kalabalık bir ilçedir ve hem coğrafi konumu hem de tarihi zenginlikleriyle ön plana çıkmaktadır (Çıblak, 2007). Antik dönemlerden bu yana önemli bir yerleşim alanı olan Tarsus, tarihi İpek Yolu'nun geçtiği güzergâh üzerinde stratejik bir noktada bulunur. Şehir, Romalıların, Bizanslıların ve Osmanlıların hüküm sürdüğü uzun bir geçmişe sahiptir (Öcal, 2013). Tarsus, Aziz Paulus'un doğum yeri olmasıyla Hristiyanlık tarihinde özel bir yer edinmiştir (Erçolak vd., 2019). Ayrıca, antik çağlardan günümüze ulaşan Kleopatra Kapısı, Eshab-ı Kehf Mağarası, Roma Yolu ve St. Paul Kuyusu gibi yapılar, şehrin tarihi kimliğini oluşturan başlıca unsurlardır (Kurar, 2015). Bu köklü geçmişin birikimi olan Tarsus, ziyaretçilerine geçmişten günümüze ulaşan zengin bir kültürel miras sunmakta, tarihi dokusu ve doğal güzellikleriyle de Akdeniz'in en önemli turistik destinasyonlarından biri olarak öne çıkmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, ziyaretçilerin Tarsus hakkında çevrimiçi Tripadvisor platformunda paylaştıkları yorumları analiz ederek, şehrin turistik potansiyelini değerlendirmektir. Çalışma kapsamında, turistik yerlerin çevrimiçi platformdan elde edilen ziyaretçi yorumları içerik analizi yöntemi ile incelenmiş, ziyaretçilerin deneyimlerine dair olumlu ve olumsuz geri bildirimler kategorize edilmiştir. Tarsus'a dair çevrimiçi yorumlarda öne çıkan ana temalar, ziyaretçilerin memnuniyet ve eleştirilerini, potansiyel ziyaretçiler için önerilerini ve yerel yönetime yönelik tavsiyelerini kapsamaktadır. Bu bulgular, Tarsus'un turizm açısından güçlü ve gelişime açık alanlarını ortaya koyarken, kente dair genel bir ziyaretçi algısı da sunmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Günümüz dünyasında çok dile getirilen bir olgu olan küreselleşme kavramı, ürünlerin, bilginin, sermayenin ve insanın ülkeler ve kıtalar arasındaki hareketini hızlandırmış, dünya için küresel bir köy tabiri kullanılmıştır (Mancı & Tengilimoğlu, 2021). Küreselleşmeyi hızlandıran en önemli etmenlerden birisi internettir (Orazbaeva, 2008). İnternet kelime anlamı olarak "ağlar arası ağ" olarak ifade edilmektedir (Güllü ve Karasakal, 2016). Dünya çapında milyonlarca bilgisayarı birbirine bağlayan devasa bir bilgisayar ağı olarak tanımlanmaktadır. Birbirine bağlanan milyonlarca bilgisayarlar ile, dünyanın her tarafından internete erişebilen insanlar çok kolay bir biçimde ve düşük ücretlerle iletişim sağlamaktadır (Özdipçiner, 2010). Bilginin çok hızlı bir biçimde anlık bir şekilde yayılması tüketicilerin davranış ve tercihlerini etkilemiştir. Web 2.0 aracılığı ile insanlar isteği konuda istediği her yerden istediği bilgiye kolaylıkla erişebilmektedir (Arkadaş & Ayyıldız, 2020). Baş döndürücü bir hızda ilerleyen teknoloji sayesinde yaşanan bilgisayar fiyatlarındaki düşüş ve internet altyapısında yaşanan gelişimin kullanıcılara sağladığı fayda gibi avantajlar neticesinde internet erişimi çok geniş kitlelere ulaşılır hale gelmiştir (Çuhadar vd., 2018). İnternet teknolojisinde yaşanan bu gelişmeler ve değişimler tüketici davranışlarına da yansımıştır. Yakın çevre tarafından verilen tavsiyeler olarak isimlendirilen ağızdan ağıza iletişim (Word of Mouth-WoM), içerik, boyut, etki açısından belirli değişimlere uğrayarak elektronik ağızdan ağıza iletişime (eWoM) evrilmiştir (Mauri & Minazzi, 2013). Yaşanan bu değişim ve evrilmeye birlikte tüketicilerin internet ve sosyal medya kullanımında meydana gelen artış neticesinde çevrimiçi yapılan incelemeler gün geçtikçe güvenilir ve önemli bilgi kaynağı haline almış ve tüketicilerin satın alma kararlarına yardımcı olmaktadır (Yang vd., 2017).

Teknolojide yaşanan hızlı ve ani değişimler turizm sektöründe belirli dönüşümlere sebep olmuştur (Şahin vd., 2020) Bu açıdan bakıldığında sosyal medya ve internet platformlarının önemi turizm sektöründe ağırlığını hissettirmektedir (Aydın, 2016). Turizm ürünleri mevcut doğası uyarınca müşteriler tarafından daha önce deneyimlenme gibi bir imkana sahip değildir (Alcazar vd., 2014). İlgili ürün ve hizmetleri daha önce deneyimleme imkanına sahip olmayan tüketiciler ilgili ürün veya hizmetle ilgili karar vermesi oldukça güçleşmektedir (Yaşar, 2019). Turizm işletmeleri pazarlama faaliyetleri uyarınca genel hatlarıyla tüketicilere gerekli bilgileri vermekte olup bu bilgiler tüketiciler tarafından yanlı bulunmakta ve yeterli düzeyde olmamaktadır (Kocaman, 2018). Tüketiciler için turizm ürünleri hakkında yansız bilgi arayışında çevrimiçi yorumlar önemli bir rehber rolünü üstlenmektedir (Uçar & Kırhasanoğlu, 2021).

Turizm sektörü yapısı gereği emek yoğun bir sektör olup sürekli olarak değişen ve önemi artan iki ögesi insan ve teknoloji olarak ifade edilmektedir (Şahin vd., 2020). Bu öğelerden birisi olan teknoloji alanındaki ilerlemeler neticesinde internet ve sosyal platformların turizm faaliyetlerinde kullanılmasının yaygınlaşması tüketicinin bilinçlenmesini ve tüketici talebini etkileyen bir unsur olmuştur. Turizm sektöründe internet tabanlı site ve uygulamalar yeni bir dağıtım kanalı ve yeni bir iletişim aracı olarak seyahat etmek isteyen bireylere ve ürün arzı sağlayan tedarikçilere hizmet sunmaktadır (Law vd., 2004). Turizm sektörü pazarlama faaliyetlerinde en yaygın kullanılan araçlardan birisi internet olup turizm faaliyetlerinde pazarlama karmaşasının tüm unsurlarını etkili bir şekilde hayata geçirme imkânı sunmaktadır (Goeldner & Ritchie, 2009).

Turizme yönelik online platformlar ile arzu edilen bilgiye anlık olarak ulaşılabilen ve ayrıca ziyaretçilerin bu online platform aracılığı ile yaptıkları yorumlar üstünden deneyimlerini aktarmaları turizm ürünlerine ilişkin pozitif veya negatif öğelerin hızlı bir şekilde yayılmasını sağlamakta ve potansiyel turizm tüketicilerinin karar alma süreçlerini etkilemektedir (İnanır & Ongun, 2019). Bu online platformlar arasında Booking.com, Trivago, TripAdvisor vb. platformların yer aldığı ifade edilmekte olup ilgili platformlar tüketiciler ve hizmet sağlayıcılara çok zengin içerikler sunmaktadır (Cheng vd., 2019). Bu platformlar arasında Tripadvisor platformu dünyanın en büyük seyahat sitesi olarak ifade edilmektedir (Tavukçuoğlu & Atay, 2021).

TripAdvisor, karşılaştırmalı satış gerçekleştiren ve kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikleri bünyesinde barındıran çevrimiçi seyahat platformudur. Bu platform çevrimiçi olarak otel rezervasyonu, ulaşım, konaklama, restoran rezervasyonu ve seyahat deneyimleri gibi hizmetleri paydaşlara sunmaktadır (Korkmaz, 2021). Başka bir ifade ile Tripadvisor turistlere ya da gezginlere destinasyonlar, plajlar, havayolu şirketleri, restoranlar ve çok tercih edilen mekanlar ile ilgili bilgi veren seyahat platformudur (Erdem & Yay, 2017). Bu çevrimiçi platform tüketicilerin genellikle tarafsız bir şekilde görüş ve önerilerini paylaştığı birkaç platformdan biridir. Ayrıca belirli platformlarla bağlantılar kurarak bir nevi arama motoru görevi görür (Ödemiş, 2024). Tripadvisor, tüketiciler tarafından turizm hizmet veya ürünlerine yapılan olumlu ve olumsuz değerlendirmeleri içerir (Sezgin & Duman, 2023). Bu değerlendirmeler ilgili hizmet veya ürün hakkında öneriler oluşturulur. Bu perspektiften bakıldığında Tripadvisor platformu turistler arasında iletişim ve etkileşim sağlayan bir sosyal ağ niteliği taşımaktadır (Ramírez-Gutiérrez vd., 2021). Son zamanlarda tüketiciler aldıkları hizmet veya ürünler ile ilgili memnuniyet düzeylerini çevrimiçi platformlarda dile getirmektedir. Bu platformlarda yapılan değerlendirmeler işletmeler açısından oldukça önem arz etmektedir (Ödemiş, 2024). Tripadvisor platformunda tüketiciler aldığı hizmetten duyduğu memnuniyeti ifade ettiği gibi oluşan memnuniyetsizliğini de dile getirebilir. Bu noktada işletmeler bu tarz memnuniyetsizliklere sebep olan unsurları tespit ederek ilgili hizmetlerde iyileştirme yapma imkânı elde edebilirler. Bu sebeple çevrimiçi platformlar işletmelere marka imajını yükseltme ve müşteri memnuniyetini artırmada önemli bir rehber olarak hizmet etmektedir (Aydın, 2016).

3. LİTERATÜR TARAMASI

Konu ile ilgili yapılan literatür taraması sonucunda Tripadvisor'ın kullanımı ile ilgili birçok makaleye rastlanılmıştır. Kaya vd., (2022) tarafından yapılan çalışma bunlardan biridir. İlgili çalışmada Tripadvisor platformunda Doğu Karadeniz Bölgesindeki 4 ve 5 yıldızlı otellerin restoranlarına yapılan yorumlarını inceleyerek elde edikleri verilere içerik analizi uygulanmıştır. Yorumlar 117 ifade altında toplanmış olup bu ifadeler 5 kategoride sınıflandırılmıştır. Bu analiz neticesinde en fazla yorumun “yiyecek ve içecek” ve “hizmet kalitesi ve sunum” kategorisinde olduğu tespit edilmiştir.

Güven ve Gürcan (2024) Ege bölgesinde yer alan termal konaklama işletmelerine yönelik yapılan müşteri şikâyetlerini incelenmiştir. Araştırma Ege Bölgesindeki 4 farklı şehirde yer alan 57 konaklama işletmesine ait Tripadvisor platformunda yapılan 3522 adet şikâyet incelenmiştir. Şikâyetlerin analizi için Nvivo 10.0 nitel veri analiz programından yararlanılmıştır. Araştırmada 5 ana tema ile 17 alt tema ortaya çıkmıştır. Müşterilerin en fazla şikâyetlerini dile getirdiği ana temanın personel ile ilgili şikâyetler teması olduğu tespit edilmiştir. Bu ana temayı yeme-içme ile ilgili şikâyetler takip etmektedir. En az şikâyet dile getirilen ana temanın tesisle ilgili şikâyetler teması olduğu sonucuna varılmıştır.

Cenni ve Goethals (2017) Yaptıkları araştırmada Roma'da yer alan oteller hakkında Alman, İngiliz ve İtalyan vatandaşlarının Tripadvisor platformunda yaptıkları yorumları analiz etmiştir. Analiz neticesinde dilsel ve kültürel farklılıklar, Felemenkçe kullanıcılarının İtalyan otel sahiplerine önerilerde bulunmamasına ve İngilizce yorumların daha az ayrıntılı olması gibi genelde kullanıcılar aynı tür özellikler hakkında olumlu ve olumsuz görüş bildirdikleri tespit edilmiştir.

Mancı ve Tengilimoğlu (2021) Göbeklitepe ören yeri hakkında ziyaretçilerin Tripadvisor platformunda yaptıkları yorumları değerlendirmişlerdir. 19 Şubat 2021 tarihine kadar yapılan 518 yorumun tümü içerik analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda olumlu yorumların olumsuz değerlendirmelerden hayli yüksek olduğu tespit edilmiştir. Olumlu değerlendirmeler olağanüstü tarihi ortam, sinevizyon gösterisi, muhteşemlik, etkileyicilik şeklide

sıralanırken olumsuz değerlendirmeler ise ziyaretçi giriş ücretleri ve satılan ürünlerin fiyatının yüksek olduğu şeklinde ifade edilmiştir.

Stoleriu vd., (2019) Dünya Miras Listesinde yer bulan Danube (Tuna) Delta'sına ile ilgili TripAdvisor platformunda yapılan ziyaretçi yorumlarını değerlendirmişlerdir. Yapılan analizler sonucunda ziyaretçi yorumlarının genel olarak olumlu yönde olduğu ve olumlu deneyimlerin genel olarak doğa ve yaban hayatıyla sağlanan yakın temas üzerine odaklandığı tespit edilmiştir.

Şengül (2024), Kastamonu ilinde faaliyet gösteren TripAdvisor sitesine kayıtlı olan konaklama işletmelerine yönelik yapılan şikâyet içerikli çevrim içi yorumlar incelenmiştir. İncelenen yorumların analiz edilerek, şikâyet nedenlerinin genel bir çerçevesini ortaya koymak istemiştir. Çalışmada içerik analizi tekniği kullanılmış olup verilerin analizi "MAXQDA 2022" programı gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, Kastamonu'daki konaklama işletmelerine yönelik, personel, odalar, ön büro, yiyecek-içecek ve fiyat konularında şikâyetlerin ön planda olduğu belirlenmiştir. Yiyecek-içeceklerin kalitesiz ve çeşitliliğin az olması, odaların ısınması/soğuması, fiyatların pahalı olması, personelin ilgisizliği gibi şikâyetler, müşterilerin en fazla hoşnutsuzluklarını belirttiği konular olarak tespit edilmiştir. Bu kapsamda, konaklama işletmelerinin daha iyi hizmet sunması amacıyla bazı önerilerde bulunulmuştur.

Şahin vd., (2020) Kuşadası'nda bulunan 5 yıldızlı otellere yönelik Tripadvisor platformunda 2017-2018 yılları arasındaki bir yıllık süreçte yapılan yorumları içerik analizine yöntemi ile incelemiştir. Bu analiz neticesinde elde edilen yorumlar iki farklı grupta olumlu ve olumsuz şeklinde sınıflandırılmış olup personel, mutfak ve yemekler, konum, tesisler, eğlence, odalar ve teknik arızalar olarak çeşitli temalar altında listelenmiştir.

Tür (2023) Kaz Dağlarına ziyaret gerçekleştiren turistlerin destinasyon ile ilgili görüşlerinin incelenmesini amaçlanmadığı çalışmasında, bu doğrultuda TripAdvisor platformunda Kaz Dağları başlığı altında yer alan 251 çevrimiçi yorum incelenmiştir. Araştırmada veri analizi için MAXQDA nitel veri analizi programından yararlanılmış olup içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularına istinaden Kaz Dağlarını ziyaret eden turistlerin genellikle Türkçe yorum yaptıkları, genel memnuniyet seviyelerinin yüksek düzeyde olduğu, olumlu görüşlerde çoğunlukla doğal ortama vurguladıkları, olumsuz görüşlerde çevre kirliliği konusu üzerinde durdukları, potansiyel ziyaretçilere yönelik uyarı ve tavsiyelerde buldukları, yoğun bir biçimde seyahat deneyimleri ile ilgili bilgilendirici mesajlar verdikleri ve genellikle destinasyona ait doğal güzelliklerin korunması yönünde temennilerde buldukları tespit edilmiştir.

Taştan ve Kızılcık (2017) Kahramanmaraş ilinde bulunan yiyecek ve içecek işletmelerine yönelik Tripadvisor platformunda 25.02.2017 tarihine kadar yapılan tüm müşteri şikâyet yorumları içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Bu yorumlarda yer alan şikâyet unsurlarının hangi kategoriler altında toplandığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma neticesinde şikâyet unsurlarının yiyecek ve içecek kategorisinde yoğunlaştığı tespit edilmiş olup bu noktada en fazla şikâyet edilen unsurun lezzet unsuru olduğu tespit edilmiştir.

Lei ve Law (2015) Makao'da hizmet veren restoranların TripAdvisor platformu üzerinden kullanıcı yorumlarını inceleyerek içerik analizi yaptıkları çalışmanın sonucunda üst düzey restoranların kolay bir şekilde yüksek müşteri memnuniyetini sağlayamadıklarını belirtmişlerdir. Bu durumun sebebi olarak sürekli seyahat eden müşterilerin, farklı gıda niteliklerine ve fiyat farklılıklarına maruz kaldıklarını, bu durumun da karşılaştırma için temel teşkil ettiğini söylemişlerdir.

Bu çalışmalar ile Mersin ve Tarsus bölgesi ile ilgili yapılmış çalışmalarda bulunmaktadır. Bu çalışmalardan Yavuz ve Tarakçı (2023) tarafından yapılan çalışma da Mersin'de faaliyet gösteren 20 otel işletmesi hakkında TripAdvisor platformunda yer alan olumsuz yorumlara betimsel ve içerik analizi yapmıştır. Araştırma bulgularına şikâyetler teknik aksaklıklar, oda temizliği, oda yapısı, personel davranışı, müşteri taleplerine karşı ilgisizlik, yiyecek ve içecek servisinde yetersizlik ve rezervasyon hataları şeklinde kategorize edilmiştir.

Tarsus bölgesinde yapılan ve ziyaretçilerin yöresel restoranlar ile ilgili görüşlerinin analiz edildiği Enes ve Aktaş (2024) tarafından yapılan çalışmada TripAdvisor platformu üzerinden yapılan yorumlarına içerik analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre Tarsus'u ziyaret eden misafirlerin en fazla olumlu görüşe lezzet konusunda sahip olduğu en fazla olumsuz görüşe ise hizmet konusunda sahip olduğu tespit edilmiştir.

Yine Tarsus bölgesini kapsayan ve Konaklıoğlu vd., (2018) tarafından yapılan çalışmada "Birinci Uluslararası Tarsus Gastronomi Günleri" hazırlık safhasında topladıkları verileri analiz etmişleridir. Veri toplama için iki aşamalı anket kullanılmıştır. Bu anketin ilk aşamasının katılımcıları işletme yöneticileri ve çalışanlar olup ikinci aşama katılımcıları ise misafirlerdir. Yapılan analizler sonucunda Tarsus tanıtmaya ve pazarlama yönelik çalışmaların yetersiz olduğu, Tarsus'un tanıtımında gastronomi ürünlerine daha fazla ağırlık verilmesine sonucuna varılmıştır.

Tarsus gastronomisi ile ilgili yapılan bir diğer çalışmada Tüfekçi (2012) Tarsus ve Çamlıyayla bölgelerinde yayılış gösteren makromantarların ve bunlardan mikoriza oluşturanlarının tespit edilmesini hedeflemiştir. Yapılan araştırma sonucunda arazi ve laboratuvar çalışmaları yapılmıştır. Ascomycetes ve Basidiomycetes sınıfından 27 familya ve 33 cinse ait toplam 53 mantar türü teşhis etmiştir. Tanımlanan mantar türlerinin dağılımı, yükseltisi,

mikoriza oluşturup oluşturma durumu, yetiştirme ortamı toplanma tarihi ve koleksiyon numarası verilmiştir. Mantarların 34 adedinin mikoriza oluşturduğu ve 27 mantarın da yenilebilir türlerden olduğu belirlenmiştir.

Tarsus hem kutsal hem de turistik anlamda sahip olduğu turistik değerler ile turistler için bir cazibe merkezi olma çabası içindedir. Yapılan alan yazın taraması sonucunda Türkiye ve dünya üzerinden benzer çalışmalara rastlanmasına rağmen Tarsus bölgesindeki turistik yerleri kapsayan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu kapsamda Tripadvisor platformunda Tarsus ilçesinin gezilecek yerler başlığı altında yer alan turistik yerlerin ziyaretçiler tarafından nasıl algılandıklarını, bu platform aracılığıyla ziyaretçilerin yaptıkları yorumlar üzerinden içerik analizi uygulanarak ortaya konulmak istenmiştir. Yapılan çalışmanın özellikle turist çekme niyeti olan Tarsus'un gelecekteki politikalarına ve alınacak kararlara yardımcı olması beklenmektedir. Tarsus'ta bulunan turistik yerlerin hizmet kalitesinin artması ve ziyaretçilere turistik yerler hakkında ön bilgi sağlayarak ilgili literatüre katkı ve gelecek çalışmalara dayanak olacağı düşünülmekte olup bu nedenle çalışmanın özgün olduğu düşünülmektedir.

4. YÖNTEM

Bu çalışmada, Tarsus'u ziyaret eden turistlerin Tarsus ile ilgili düşüncelerini anlamak, tanımlamak ve açıklamak amacıyla nitel bir araştırma yaklaşımı benimsenmiştir (Creswell, 2020). Bu kapsamda, öncelikli olarak www.tripadvisor.com platformunda yer alan değerlendirmeler ve Tarsus'un turistik mekanlarına ilişkin görüşlerine, "MAXQDA 2024 Analytic Pro with AI" yazılımı kullanılarak içerik analizi uygulanmıştır. Araştırmada içerik analizi yöntemi, verileri belirli kategorilere ayırarak yoğunlaştırma amacı taşımaktadır (Matthews & Ross, 2010). Elde edilen metinlerin analizinde yorumlayıcı içerik analizi (Interpretive Content Analysis) yaklaşımı benimsenmiştir. Bu yöntem, kelimelerin yalnızca sözlük anlamlarına odaklanmak yerine, cümle ve paragrafların anlamlarını bütüncül bir bakış açısı ile yorumlamayı esas alır. Diğer bir ifadeyle, metinlerden kullanım bağlamına dair tekrarlanabilir ve geçerli çıkarımlar yapılmasını sağlayan bir analiz tekniği olarak tanımlanabilir (Drisko & Maschi, 2016). TripAdvisor platformunda yer alan yorumlar, 1-15 Kasım 2024 tarihleri arasında toplanmıştır.

Nitel araştırmalarda güvenilirlik, araştırmanın kabul edilebilirliği açısından önem taşır, ancak nicel araştırmalardan farklı bir şekilde ele alınır (Yıldırım & Şimşek, 2013). Bunun nedeni, nitel araştırmalarda insanların bulunduğu ortam ve etkilerin sürekli değişmesidir. Benzer koşullarda tekrarlanırsa bile aynı sonuçların elde edilemeyeceği araştırmanın başında kabul edilir. Bu konuda genel yaklaşım, yapılan tüm ölçümlerin sonradan kontrol edilebilmesi için düzgün bir şekilde kaydedilmesi, ölçümler sırasında öznel yorumlardan kaçınılması ve araştırmacının sürekli izleniyormuş gibi hissetmesi gerektiğidir (Yin, 2003). Bu prensipler doğrultusunda yapılan araştırmanın tüm notları dikkatle alınmıştır. Kodlayıcı, ölçümler sırasında nesnellliğini korumaya özen göstermiş ve tüm kodlama sürecinde detaylı notlar almıştır.

5. BULGULAR

Uzman görüşleri alınarak Tripadvisor sitesi üzerinden temin edilen 3181 tane yorum 86 ifade altında kodlanmıştır. Bu ifadelerin 49 tanesi olumlu, 37 tanesi olumsuz olarak kodlanmış olup ilerleyen süreçte bu ifadeler 18 kategoride sınıflandırılmıştır. Bu kategoriler altında toplanan 2324 olumlu 857 olumsuz yorum tespit edilmiştir. Bu bağlamda Tarsus ilçesini ziyaret eden ziyaretçiler ilçedeki turistik ürünlerle ilgili olumlu şeyleri daha çok paylaşma eğiliminde olduğu görülmektedir. Olumlu görüşler kısmında en fazla yorum Tarihsel ve Kültürel Değerler (476) kategorisinde yapılmış olup olumsuz yorum kısmında ise en fazla yorum Hizmet Kalitesi ve Deneyim Eksiklikleri (394) kategorisinde yapılmıştır. En fazla yorum yapılan ikinci olumlu kategori Turizm ve Eğlence Faaliyetleri (413) kategorisinde iken en fazla ikinci olumsuz yorum yapılan kategori ise Fiziksel Alan ve Konfor Düzeyleri (170) kategorisinde gerçekleşmiştir. En fazla olumlu yorum yapılan üçüncü kategori Fiziksel Ortam ve Konfor Koşulları (278) kategorisi olurken en fazla olumsuz yorum yapılan üçüncü kategori ise Ulaşım Altyapısı ve Erişilebilirlik (105) kategorisinde gerçekleşmiştir. En fazla olumlu yorum yapılan dördüncü kategori Doğal Güzellikler ve Çevre (223) kategorisinde iken en fazla olumsuz yorum yapılan dördüncü kategori ise Fiyatlandırma Politikaları ve Ekonomik Koşullar (62) kategorisinde gerçekleşmiştir. Bununla birlikte en az olumlu yorum Estetik ve Mimari Özellikler kategorileri iken en az olumsuz yorum Tarihsel ve Kültürel Değerler kategorisinde gerçekleşmiştir. Oluşturulan kategoriler tablo 1 ve tablo 2'de gösterilmektedir. Görülmekte olduğu üzere ziyaretçilerin en çok görüş bildirdiği konular Olumlu Ziyaret Tavsiyesi ve Tarihi Değerlerin Vurgulanması ve Önemi konusu olmuştur. Bu bağlamda ilçenin sahip olduğu turistik ürünler bu yorumların yapılmasında ana unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Ziyaretçilerin en çok olumsuz olarak değerlendirdiği konular Alan Yetersizliği ve Mekân Kısıtlamaları ve Yetersiz Bakım ve İlgi Eksikliği konularında gerçekleşmiştir. Bu bağlamda ziyaretçilerin turistik ürünlerde alan yetersizliği ve verilen hizmetlerin yeterli gelmediğine dair konulara vurgu yapmıştır.

Tablo 1. Tripadvisor Sitesindeki Olumlu Yorumlarla İlgili İçerik Analizi

Gruplar	İfadeler	Σi0	%	İfadeler	Σi0	%
Tarihsel ve Kültürel Değerler	Tarihsel ve Kültürel Zenginlik	82	17,23	Simgesel ve Özgün Yapıların Varlığı ve Önemi	18	3,78
	Tarihi ve Kültürel Zenginliği Olan Kent	53	11,13	Kültürel Değerlerin Önemi ve Zenginliği	12	2,52
	Tarihi ve Kültürel Mirasın Zenginliği	20	4,20	Kadim Kültürel Kimlik ve Geleneksel Miras	6	1,26
	Tarihi Yapının Orijinal Dokusuna Sadık Kalınarak Korunması	15	3,15	TOPLAM	476	20,48
	Tarihi Değerlerin Vurgulanması ve Önemi	270	56,72			
Turizm ve Eğlence Faaliyetleri	Olumlu Ziyaret Tavsiyesi	347	84,02	Turizm Deneyimi ve Misafir Memnuniyeti	2	0,48
	Turizm Potansiyeli ve Değeri	29	7,02	Eğlence ve Aktivite İmkanları	1	0,24
	Turistik Hediye ve El Sanatları	21	5,08	TOPLAM	413	17,77
	Gezilecek Alanların Çekiciliği ve Erişilebilirliği	13	3,15			
Fiziksel Ortam ve Konfor Koşulları	Büyüleyici ve Etkileyici Mistik Atmosferin Çekiciliği	61	21,94	Olumlu Ziyaretçi Memnuniyeti	42	15,11
	Ziyaretçi İçin Keyifli Vakit Geçirme Olanakları	60	21,58	Büyüklik ve Mekan Kapasitesi	17	6,12
	Görsel Estetik ve Çekicilik	55	19,78	TOPLAM	278	11,96
	Görsel Estetik ve Güzelliğin Estetik Değeri	43	15,47			
Ulaşım Altyapısı ve Erişilebilirlik	Ulaşım Altyapısının Etkinliği ve Kolay Erişim	145	55,77	Otopark Altyapısı ve Park Yeri Erişilebilirliği	34	13,08
	Erişilebilirlik ve Ulaşım Kolaylıkları	81	31,15	TOPLAM	260	11,18
Doğal Güzellikler ve Çevre	Yeşillik Alanlarının Mevcudiyeti ve Doğal Gölge Alanların Yeterliliği	8	3,59	Doğal Güzelliklerin Estetik ve Görsel Değeri	190	85,20
	Ortamın Ferah ve Konforlu Yapısı	7	3,14	TOPLAM	223	9,59
	Hayvan Çeşitliliği Yeterli	18	8,07			
Duyusal ve Manevi Değerler	Kahramanlık ve Manevi Değerler İle İlgili Duyusal Hissiyat	20	11,98	Dini, Manevi ve Kutsal Değerlerin Vurgulanması	146	87,43
	Huzur ve Sakinlik Sağlayan Ortam	1	0,60	TOPLAM	167	7,18
Ekonomi ve Yerel Yönetim	Yerel Yönetimin Katkı ve Hizmetlerine Takdir ve Teşekkür	41	32,54	Yerel Ekonomiye Katkı ve Ekonomik Sürdürülebilirlik	24	19,05
	İşletme Performansı ve Hizmet Kalitesi	29	23,02	Olumlu Alışveriş Deneyimi	6	4,76
	Yerel El Sanatları ve Kültürel Yaratıcılık	26	20,63	TOPLAM	126	5,42
Hizmetler, Kolaylıklar ve Fiyatlandırma	Ücretsiz veya Uygun Giriş Ücreti	71	65,14	Personel İlgisi ve Personelin İşini Titizlikle ve Kaliteli Bir Şekilde Yapma	7	6,42
	Rehberlik ve Yönlendirme Hizmetlerinin Kalitesi	12	11,01	Güvenlik ve Koruma Önlemlerinin Yeterliliği	4	3,67
	Fiyatların Erişilebilirliği ve Değer Sunumu	9	8,26	Bilgilendirme ve Yönlendirme Olumlu	6	5,50
Yeme - İçme İmkanları	Zengin Yeme-İçme Seçenekleri ve Hizmetleri	94	88,68	Lezzetli ve Tatmin Edici Mutfak Deneyimi	2	1,89
	Başarılı Yerel Lezzetler ve Yöresel Mutfak Deneyimi	10	9,43	TOPLAM	106	4,5
Temizlik ve Bakım Standartları	İyi Bakım ve Bakım Durumunun Sağlanması	21	23,60	Hayvan Yaşam Alanlarının Temizlik ve Yeterlilik Durumu	3	3,37
	Çevre Düzenlemesi, Aydınlatma ve Temizliğin İyileştirilmesi	65	73,03	TOPLAM	89	3,82
Estetik ve Mimari Özellikler	Olumlu Mimari Tasarım ve Estetik Özellikler	55	71,43	Başarılı Restorasyon ve Koruma Çabaları	22	28,57
				TOPLAM	77	3,31

Tablo 1’ de görülmekte olduğu üzere Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumlu yorumların kodlamalarına bakıldığında kodlamalar Tarihsel ve Kültürel Değerler (476), Turizm ve Eğlence Faaliyetleri (413), Fiziksel Ortam ve Konfor Koşulları (278), Ulaşım Altyapısı ve Erişilebilirlik (260), Doğal

Güzellikler ve Çevre (223), Duygusal ve Manevi Değerler (167), Ekonomi ve Yerel Yönetim (126), Hizmetler, Kolaylıklar ve Fiyatlandırma (109), Yeme - İçme İmkanları (106), Temizlik ve Bakım Standartları (89), Estetik ve Mimari Özellikler (77) kategorisi altında 11 kategoriye ayrılmıştır.

En fazla olumlu yorum yapılan Tarihsel ve Kültürel Değerler kategorisi altında 8 kod bulunmaktadır. Bu kodlar sırasıyla “Tarihi Değerlerin Vurgulanması ve Önemi” (270), “Tarihsel ve Kültürel Zenginlik” (82), “Tarihi ve Kültürel Zenginliği Olan Kent” (53), “Tarihi ve Kültürel Mirasın Zenginliği” (20), “Simgesel ve Özgün Yapıların Varlığı ve Önemi” (18), “Tarihi Yapının Orijinal Dokusuna Sadık Kalınarak Korunması” (15), “Kültürel Değerlerin Önemi ve Zenginliği” (12), “Kadim Kültürel Kimlik ve Geleneksel Miras” (6) şeklinde ifade edilmektedir. Bu kodlardan anlaşılacağı üzere Tarsus’un turistik cazibesinin büyük ölçüde tarihsel ve kültürel miras sahip olmasından kaynaklandığı ifade edilebilir. Bu kodlarda belirtildiği üzere tarihi yapıların korunması, otantikliği ve turistik çekicilik açısından ziyaretçiler üzerinde doğrudan bir etki bırakmaktadır. Ziyaretçilerin Tarihsel ve Kültürel Değerler ifadelerine ait bazı yorumlar aşağıda belirtilmiştir:

“Günüümüze kadar korunmayı başarmış bir tarihi eser.”

“Tarsus un en iyi görselleri arasına giriyor bence. Günün her vaktinde değişik açılardan fotoğraf çekebileceğiniz ve tekrar tekrar hayran kalabileceğiniz çok muhteşem ve heybetli bir kapı”.

“Saymakla bitmez birçok kültür ve medeniyetlerin çakışma noktası Tarsus her adımında zaten tarih fakat eğer yolunuz düşerse kesinlikle birçok tarihi ve dini mekânların yanında boş boş sokaklarda gezin derim”.

“Tarsus’un koruma altındaki evleri Tarsus’un en önemli kültürel miras”.

“Tarsus çok eski bir şehir milattan önce 7000 li yıllara dayanan bir tarih, şehrin altı kazılsa yeni bir şehir çıkar, lebi derya”.

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumlu yorumlara bakıldığında en fazla yorum Tarihsel ve Kültürel Değerler kategorisinden sonra Turizm ve Eğlence Faaliyetleri kategorisinde gerçekleşmiştir. Turizm ve Eğlence Faaliyetleri kategorisinde ziyaretçiler tarafından yapılan olumlu yorumlar “Olumlu Ziyaret Tavsiyesi” (347), “Turizm Potansiyeli ve Değeri”, “Turistik Hediyelik ve El Sanatları” (21), “Gezilecek Alanların Çekiciliği ve Erişebilirliği” (13), “Turizm Deneyimi ve Misafir Memnuniyeti” (2) ve “Eğlence ve Aktivite İmkanları” (1) olmak üzere 5 ifade altında toplanmıştır. Tarihsel ve kültürel değerlere yapılan bu yoğun yorumlar Tarsus’un güçlü bir cazibe merkezi olduğuna bir atıfta bulunurken, özellikle “Olumlu Ziyaret Tavsiyesi” başlığının ön plana çıkması, ziyaretçilerin genel memnuniyet düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir. “Turizm ve Eğlence Faaliyetleri” başlığının ikinci sırada yer alması bölgenin farklı turistik talepleri karşılama imkanlarını vurgulamaktadır. Fakat “Turizm Deneyimi ve Misafir Memnuniyeti” ve “Eğlence ve Aktivite İmkanları” ifadelerine yapılan düşük vurgular bu alanlarda bazı eksikliklerin olduğunu şeklinde yorumlanabilir. Turizm ve Eğlence Faaliyetleri kategorisinde yapılan yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Tarsus’a gelip kesinlikle görülmesi gereken yerlerden biri...”.

“Mutlaka görülmesi gerekir”.

“Çok değerli bir yer.”

“Adana, Tarsus, Mersin bölgesinde en gezilesi, görülesi yerlerden biri.”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumlu yorumlara bakıldığında en fazla olumlu yorum yapılan üçüncü kategori Fiziksel Ortam ve Konfor Koşulları kategorisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Fiziksel Ortam ve Konfor Koşulları kategorisinde yapılan olumlu yorumlar 5 alt başlık altında toplanmıştır. Bunlar “Görsel Estetik ve Çekicilik” (98), “Büyüleyici ve Etkileyici Mistik Atmosferin Çekiciliği” (61), “Ziyaretçi İçin Keyifli Vakit Geçirme Olanakları” (60), “Görsel Estetik ve Çekicilik” (55) “Görsel Estetik ve Güzelliğin Estetik Değeri” (43), Olumlu Ziyaretçi Memnuniyeti (42) ve “Büyüklik ve Mekân Kapasitesi” (17) şeklinde ifade edilmektedir. Bu kategoride görsel estetik ve çekicilik ve büyüleyici ve etkileyici mistik atmosfer gibi yorumların ön plana çıkması bölgenin estetik ve duygusal olarak ziyaretçilerle güçlü bir bağ kurduğunu şeklinde yorumlanabilir. Fiziksel Ortam ve Konfor Koşulları kategorisinde yapılan yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Bol bol resim çekildik.”

“Çok farklı bir atmosferi var.”

“Roma döneminden de öncesine giden tarihi bir yapı olması bakımından çok etkileyici. Tek parça bir taşın ihtişamına şahit olacaksınız.”

“Geniş, ferah ve düzenli.”

“Harika bir atmosferi var.”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumlu yorumlara bakıldığında en fazla olumlu yorum yapılan dördüncü kategori Ulaşım Altyapısı ve Erişebilirlik kategorisi olmuştur. Ulaşım Altyapısı ve Erişebilirlik kategorisinde yapılan olumlu yorumlar 3 alt başlık altında toplanmıştır. Bunlar “Ulaşım Altyapısının Etkinliği ve Kolay Erişim” (145), “Erişilebilirlik ve Ulaşım Kolaylıkları” (81) ve “Otopark Altyapısı ve Park Yeri Erişilebilirliği” (34) şeklinde ifade edilmiştir. Bu bulgular Tarsus’un Ulaşım Altyapısı ve Erişilebilirlik kategorisinin genel olarak olumlu bir algıya sahip olduğunu göstermektedir. Ziyaretçiler, ulaşımın etkinliği, erişim kolaylıkları ve altyapının yeterliliğinden memnuniyetlerini ifade etmiştir. Bu bulgular, Tarsus’un turistik deneyimini geliştirmek için ulaşım altyapısının önemini vurgulamaktadır. Ulaşım Altyapısı ve Erişebilirlik kategorisinde yapılan yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Merkezi konumda olduğu için görmeden geçmemek lazım.”

“Tarsus şehir merkezinde.”

“Giriş ve otopark ücretsiz.”

“Aracınızı rahatlıkla park edebileceğiniz otoparklar mevcut.”

“Yürüme mesafesinde.”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumlu yorumlara bakıldığında en fazla olumlu yorum yapılan beşinci kategori Doğal Güzellikler ve Çevre kategorisi olmuştur. Doğal Güzellikler ve Çevre kategorisinde yapılan olumlu yorumlar 4 alt başlık altında toplanmıştır. Bunlar “Doğal Güzelliklerin Estetik ve Görsel Değeri” (190), Hayvan Çeşitliliği Yeterli (18), “Yeşillik Alanlarının Mevcudiyeti ve Doğal Gölge Alanların Yeterliliği” (8), Yeşillik Alanlarının Mevcudiyeti ve Doğal Gölge Alanların Yeterliliği (7) şeklinde kodlanmıştır. Bu alanda yapılan yorumlar Doğal Güzellikler ve Çevre kategorisinde genel bir memnuniyet olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle ziyaretçiler doğal güzelliklerin görsel etkisi dikkat çekerken, yeşil alanlar ve hayvan çeşitliliği konuları daha az vurgulanmıştır. Bu durum, doğal çevrenin korunarak estetik unsurların ön plana çıkarılmasının bölgenin çekiciliğini artırabileceğini göstermektedir. Ziyaretçi deneyimini güçlendirmek adına, çevresel iyileştirmeler ve doğal yaşamın desteklenmesi stratejik bir önem taşımaktadır. Doğal Güzellikler ve Çevre kategorisinde yapılan yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Doğal harika.”

“Ortam doğasıyla çok ferah.”

“Gayet geniş ve bol yeşillikli bir alana kurulmuş.”

“Doğa harikası mükemmel bir yer.”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumlu yorumlara bakıldığında en fazla olumlu yorum yapılan altıncı kategori Duygusal ve Manevi Değerler kategorisi olmuştur. Duygusal ve Manevi Değerler kategorisinde yapılan olumlu yorumlar 3 alt başlık altında toplanmıştır. Bunlar “Dini, Manevi ve Kutsal Değerlerin Vurgulanması” (146), “Kahramanlık ve Manevi Değerler ile İlgili Duygusal Hissiyat” (20), “Huzur ve Sakinlik Sağlayan Ortam” (1) şeklinde kodlanmıştır. Özellikle dini ve kutsal değerlere yönelik olumlu geri bildirimler, bölgenin manevi mirasının güçlü bir parçası olduğunu göstermektedir. Tarsus sahip olduğu kutsal ve dini miras ile ziyaretçilerin manevi ve duygusal yönlerini zenginleştirmektedir. Duygusal ve Manevi Değerler kategorisinde yapılan yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Kiliseden bozma cami yapılan bir mabettir. Sadeliğiyle şehirde görülmesi gereken dini yapılardan...”

“İnsan farklı duygular yaşıyor.”

“İnsanın görüp de gururlanmaması mümkün değil.”

“Nusret Mayın Gemisi Müzesini gezerken tüyleriniz diken diken oluyor.”

“Duygulanmamak imkânsız. Gemi içindeki animasyonları seyrederken dalgaların eşliğinde o günleri yaşıyorsunuz.”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumlu yorumlara bakıldığında en fazla olumlu yorum yapılan yedinci kategori Ekonomi ve Yerel Yönetim kategorisi olmuştur. Ekonomi ve Yerel Yönetim kategorisinde yapılan olumlu yorumlar 5 alt başlık altında toplanmıştır. Bunlar “Yerel Yönetimin Katkı ve Hizmetlerine Takdir ve Teşekkür” (41), “İşletme Performansı ve Hizmet Kalitesi” (29), “Yerel El Sanatları ve Kültürel Yaratıcılık” (26), “Yerel El Sanatları ve Kültürel Yaratıcılık” (24) ve “Olumlu Alışveriş Deneyimi” (6) şeklinde kodlanmıştır. Ziyaretçiler, yerel yönetimin Tarsus turizmine sunduğu hizmetleri ve destekleri olumlu bir

şekilde değerlendirmiştir. Bu, yerel yönetimin turizme ve bölgedeki altyapıya yaptığı katkıların önemli olduğunu ve ziyaretçilerin bu hizmetlerden memnun kaldığını göstermektedir şeklinde yorumlanabilir. Ekonomi ve Yerel Yönetim kategorisinde yapılan yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Hediyelik eşya dükkanları çok güzeldir.”

“Çok güzel hediyelikler var, ben evim için el yapımı şahmeran aldım.”

“Bu dükkanlara girip, sahibeleriyle sohbet edin ve en azından kadınlara pozitif ayrımcılık yapın ve yaşamaları için bir iki şey satın alın.”

“Öncelikle başkanımız sayın Kocamaz ‘ı tebrik ederim Çukurova bölgesinde bulunan Ender hizmetlerinden birisi de hayvanat bahçesi yeni yerinde çok başarılı.”

“Tarsus belediyesi sahip çıkıp, onararak halka kazandırmış olmasından dolayı belediyeyi tebrik ederim. Tarsus'a yakışmış.”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumlu yorumlara bakıldığında en fazla olumlu yorum yapılan sekizinci kategori Hizmetler, Kolaylıklar ve Fiyatlandırma kategorisi olmuştur. Hizmetler, Kolaylıklar ve Fiyatlandırma kategorisinde yapılan olumlu yorumlar 5 alt başlık altında toplanmıştır. Bunlar “Ücretsiz veya Uygun Giriş Ücreti” (71), “Rehberlik ve Yönlendirme Hizmetlerinin Kalitesi” (12), “Fiyatların Erişilebilirliği ve Değer Sunumu” (9), Personel İlgisi ve Personelin İşini Titizlikle ve Kaliteli Bir Şekilde Yapma (7), “Güvenlik ve Koruma Önlemlerinin Yeterliliği” (4), “Bilgilendirme ve Yönlendirme Olumlu” (6) şeklinde kodlanmıştır. Bu bağlamda, ücretsiz veya uygun giriş ücreti en fazla öne çıkan başlık olurken, ziyaretçilerin bu başlığa yönelik olumlu yorumları, Tarsus'un turistik alanlarının erişilebilirliği ve ekonomik açıdan sunduğu avantajları vurgulamaktadır. Ayrıca rehberlik hizmetlerinin kalitesi, personelin titiz ve kaliteli yaklaşımı, fiyatların erişilebilirliği ve güvenlik önlemlerinin yeterliliği gibi faktörler de ziyaretçiler tarafından takdir edilmiştir. Bu bulgular, Tarsus'un turistik deneyimlerde hizmet odaklı bir memnuniyet sağladığını göstermektedir. Hizmetler, Kolaylıklar ve Fiyatlandırma kategorisinde yapılan yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Giriş ücreti makul 4 lira öğrenci 2 lira 6 yaşa kadar ücretsiz.”

“Mağara ile ilgili bilgilendirme yapılmış.”

“Hemen girişindeki görevli çok kibar ve yardımsever idi.”

“Görevliler çok ilgili güler yüzlü hatta kuyudan su ikram ettiler ama biz içmedik.”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumlu yorumlara bakıldığında en fazla olumlu yorum yapılan dokuzuncu kategori Yeme-İçme İmkanları kategorisi olmuştur. Yeme- İçme İmkanları kategorisinde yapılan olumlu yorumlar 3 alt başlık altında toplanmıştır. Bunlar “Zengin Yeme-İçme Seçenekleri ve Hizmetleri” (94), “Başarılı Yerel Lezzetler ve Yöresel Mutfak Deneyimi” (10) ve Lezzetli ve Tatmin Edici Mutfak Deneyimi (2) şeklinde kodlanmıştır. Bu kategoride özellikle zengin yeme-içme seçenekleri ve hizmetleri başlığı, en fazla olumlu yorum alan ifade olmuştur. Bunun yanı sıra, yöresel mutfak deneyimleri ve lezzetli tatların çeşitliliği, ziyaretçilerin hafızasında unutulmaz bir yer bırakmıştır. Tarsus, yerel lezzetlerin ustalıklı sunulması ve doyurucu mutfak deneyimleriyle gastronomi alanında da güçlü bir cazibe merkezi olduğunu şeklinde yorumlanabilir. Yeme-İçme İmkanları kategorisinde yapılan yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Yemek ve kafeler etrafında yoğun şekilde var.”

“Etrafta piknik yapıp alışveriş yapabilirsiniz.”

“Bedesten içerisinde turistik mağazalar, birde yerel damak tadı olan kaynar ikram edilen kafe bulunmaktadır.”

“Çok lezzetliydi”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumlu yorumlara bakıldığında en fazla olumlu yorum yapılan onuncu kategori Temizlik ve Bakım Standartları kategorisi olmuştur. Temizlik ve Bakım Standartları kategorisinde yapılan olumlu yorumlar 3 alt başlık altında toplanmıştır. Bunlar “Çevre Düzenlemesi, Aydınlatma ve Temizliğin İyileştirilmesi” (65), “İyi Bakım ve Bakım Durumunun Sağlanması” (21), Hayvan Yaşam Alanlarının Temizlik ve Yeterlilik Durumu (3) şeklinde kodlanmıştır. Ziyaretçiler tarafından yapılan yorumlarda özellikle çevre düzenlemesi, aydınlatma ve temizliğin iyileştirilmesi” başlığı, ziyaretçilerin memnuniyetinde öne çıkan noktalardan birisi olmuştur. Bunun yanı sıra, turistik alanların düzenli bakımlı tutulması ve hayvan yaşam alanlarındaki hijyen koşullarının sağlanması, ziyaretçiler tarafından takdirle karşılanmıştır. Tarsus, turistik alanlarında yalnızca görsel estetiği değil, aynı zamanda düzen ve hijyen standartlarını da ön planda tutarak, ziyaretçilerine konforlu ve keyifli bir deneyim sunmaktadır. Temizlik ve Bakım Standartları kategorisinde yapılan yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Güzel temiz ve bakımlı yer.”

“Bu kadar temiz bir hayvanat bahçesi görmedim.”

“Her yer pırıl pırıl. Yüzyıllardır korunmuş bir yer.”

“Yüzyıllardır korunmuş bir yer.”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumlu yorumlara bakıldığında en fazla olumlu yorum yapılan son kategori Estetik ve Mimari Özellikler kategorisi olmuştur. Estetik ve Mimari Özellikler kategorisinde yapılan olumlu yorumlar 2 alt başlık altında toplanmıştır. Bunlar “Olumlu Mimari Tasarım ve Estetik Özellikler” (55) ve “Başarılı Restorasyon ve Koruma Çabaları” (22) şeklinde ifade edilmektedir. Tarsus’un tarihi ve kültürel mirasını yansıtan mimari detaylar, estetik dokularla birleşerek ziyaretçilerde büyük bir hayranlık uyandırmıştır. Ayrıca, başarılı restorasyon ve koruma çabaları başlığı altındaki olumlu yorumlar, bölge halkı ve yöneticilerin kültürel miras alanlarına gösterdiği özeni ve gelecek nesillere aktarma çabalarını açıkça ortaya koymaktadır. Bu unsurlar, Tarsus’un tarih, estetik ve sürdürülebilirlik arasındaki dengeli yaklaşımını sergileyerek turistik cazibesini artırmaktadır. Estetik ve Mimari Özellikler kategorisinde yapılan yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Mimari ve işçilik olarak çok beğendim.”

“Taş mimarisi süper.”

“Derli toplu, dikkati çekiyor. Restore edilmiş gibi yepyeni duruyor.”

“Selçuklu – Osmanlı tarzı kesme taştan yapılmış, avlusu ve çevresindeki kemerli sütunlarıyla dikkat çeken tarihi ve kutsal değerlerimizden olan güzel bir cami.”

Tablo 1’e göre Tarsus ilçesinin sahip olduğu kültürel, tarihi ve doğal güzelliklerin ziyaretçilerde oluşturduğu olumlu algı görülebilmektedir. Özellikle tarihi ve kültürel zenginliklerin turistik çekicilik bağlamında öne çıkması, Tarsus’un kültürel miras yönetimi ve turizm potansiyeli açısından kayda değer bir avantaja sahip olduğunu göstermektedir. Doğal güzellikler ve çevresel düzenlemelerin turistler tarafından takdir edilmesi ise sürdürülebilir turizm politikalarının hayata geçirilmesi açısından önemli bir temel teşkil etmektedir. Bununla birlikte, tarihi ve kültürel mirasın korunarak gelecek kuşaklara aktarılmasına yönelik çalışmaların, bölgenin ulusal ve uluslararası ölçekte daha fazla tanınırlık kazanmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir (İsmailoğlu ve Torun,2022). Bu bağlamda, Tarsus’un sahip olduğu değerlerin sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi, bölgenin ekonomik, kültürel ve sosyal kalkınmasına uzun vadede katkı sunacaktır.

Tablo 2. Tripadvisor Sitesindeki Olumsuz Yorumlarla ilgili İçerik Analizi

Gruplar	İfadeler	Σi ()	%	İfadeler	Σi()	%
Hizmet Kalitesi ve Deneyim Eksiklikleri	Yetersiz Bakım ve İlgi Eksikliği	64	16,24	Ziyaretçi Memnuniyetsizliği ve Tatminsizlik	23	5,84
	Beklenti ve Gerçek Deneyim Arasındaki Uyuşmazlık	60	15,23	Reklam ve Tanıtım Faaliyetlerindeki Yetersizlik	16	4,06
	İşletme Performansındaki Yetersizlikler	58	14,72	Kısa Süreli Ziyaretlerin Ziyaretçi Deneyimi Üzerindeki Olumsuz Etkileri	16	4,06
	Ziyaret Tavsiyelerindeki Eksiklik ve Olumsuz Yönler	56	14,21	Kamu Hizmetlerindeki Yetersizlikler	15	3,81
	Ziyaretçi Davranışlarındaki Duyarsızlık ve Sorumsuzluk	31	7,87	Güvenlik Tedbirlerinin Yetersizliği ve Zayıflığı	4	1,02
	Yerel Yönetim Katkılarındaki Eksiklikler ve Sorumluluklar	25	6,35	Yetersiz ve Düşük Kaliteli Lezzet Deneyimi	2	0,51
	Bilgilendirme ve Rehberlik Hizmetlerindeki Yetersizlik	24	6,09	TOPLAM	394	45,97
	Fiziksel Alan ve Konfor Düzeyleri	Alan Yetersizliği ve Mekân Kısıtlamaları	68	40,00	Fiziksel Çevre ve Mekânın Uygunsuzluğu	3
Hijyenik Koşulların Yetersizliği ve Koku Sorunları		58	34,12	Gürültü Kirliliği ve Ses Düzeyi Sorunları	3	1,76
Aşırı Yoğunluk ve Kalabalıklaşma		38	22,35	TOPLAM	170	19,83
Ulaşım Altyapısı ve Erişebilirlik	Ulaşım Altyapısının Yetersizliği ve Erişim Sorunları	48	45,71	Fiziksel Erişebilirlik Sorunları ve Erişim Zorlukları	18	17,14
	Otopark İhtiyaçlarının Karşılanamaması ve Alan Yetersizliği	39	37,14	TOPLAM	105	12,25
Fiyatlandırma Politikaları ve Ekonomik Koşullar	Fiyatlandırma Adaletsizlikleri ve Ekonomik İstismar	26	41,94	Erişim Ücretleri ve Ekonomik Engeller	17	27,42
	Yiyecek ve İçecek İmkânları Kısıtlılığı ve Yüksek Fiyatlandırma	19	30,65	TOPLAM	62	7,23

Tablo 2. Tripadvisor Sitesindeki Olumsuz Yorumlarla İlgili İçerik Analizi (Devamı)

Gruplar	İfadeler	Σi(0)	%	İfadeler	Σi(0)	%
Çevresel Koruma ve Doğa Düzenlemeleri	Çevresel Düzenlemelerde Yetersizlikler	45	86,54	Çevresel Düzenlemelerde Yetersizlikler	1	1,92
	Hayvanların Yaşam Alanlarındaki Kısıtlamalar ve Yetersizlikler	6	11,54	TOPLAM	52	6,06
Duygusal ve Manevi Katkılar	Beklentilerin Karşılammaması ve Hayal Kırıklığı Hissi	14	50,00	Yetersiz Yenilikçilik ve Alışılmadık Özelliklerin Eksikliği	14	50,00
				TOPLAM	28	3,26
Yapısal ve Mimari Koşullar	Restorasyon Yetersizlikleri ve Başarı Eksiklikleri	11	50,00	Mimari Tasarım ve Yapısal Özelliklerin Olumsuz Durumu	2	9,09
	Yetersiz Koruma ve Bakım	9	40,91	TOPLAM	22	2,57
Doğal Kaynaklar ve Çevresel Değerlendirmeler	Hava Kalitesi ve Havalandırma Eksiklikleri	8	44,44	Görsel Estetik ve Çekicilikte Düşüş	3	16,67
	Doğal Alanların Bozulması ve Estetik Zenginliğin Azalması	5	27,78	Hayvan Yaşam Alanlarının Temizlik ve Yetersizlik Sorunları	2	11,11
				TOPLAM	18	2,10
Tarihsel ve Kültürel Değerler	Tarihi Derinlik ve Eski Zenginlik Eksikliği	6	100,00	TOPLAM	6	0,70

Tablo 2’ de görülmekte olduğu üzere Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumsuz yorumların kodlamalarına bakıldığında kodlamalar “Hizmet Kalitesi ve Deneyim Eksiklikleri” (394), “Fiziksel Alan ve Konfor Düzeyleri”(170), “Ulaşım Altyapısı ve Erişebilirlik”(105), “ Fiyatlandırma Politikaları ve Ekonomik Koşullar” (62) , “Çevresel Koruma ve Doğa Düzenlemeleri” (52), “Duygusal ve Manevi Katkılar” (28), “Yapısal ve Mimari Koşullar” (22), “Doğal Kaynaklar ve Çevresel Değerlendirmeler “(18), “Tarihsel ve Kültürel Değerler” (6) ifadeleri 9 kategoriye ayrılmıştır.

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumsuz yorumlara bakıldığında en fazla olumsuz yorum yapılan kategori Hizmet Kalitesi ve Deneyim Eksiklikleri kategorisidir. Hizmet Kalitesi ve Deneyim Eksiklikleri kategorisinde yapılan olumsuz yorumlar 13 alt başlık altında toplanmıştır. Bu alt başlıklar “Yetersiz Bakım ve İlgi Eksikliği” (64), “Beklenti ve Gerçek Deneyim Arasındaki Uyuşmazlık (60)”, “İşletme Performansındaki Yetersizlikler” (58), “Ziyaret Tavsiyelerindeki Eksiklik ve Olumsuz Yönler” (56), “Ziyaretçi Davranışlarındaki Duyarsızlık ve Sorumsuzluk” (31), “Yerel Yönetim Katkılarındaki Eksiklikler ve Sorumluluklar” (31), “Yerel Yönetim Katkılarındaki Eksiklikler ve Sorumluluklar” (25), “Bilgilendirme ve Rehberlik Hizmetlerindeki Yetersizlik” (24), “Ziyaretçi Memnuniyetsizliği ve Tatminsizlik” (23),” Reklam ve Tanıtım Faaliyetlerindeki Yetersizlik” (16), “Kısa Süreli Ziyaretlerin Ziyaretçi Deneyimi Üzerindeki Olumsuz Etkileri” (16),” Kamu Hizmetlerindeki Yetersizlikler” (15), “Güvenlik Tedbirlerinin Yetersizliği ve Zayıflığı” (4), “Yetersiz ve Düşük Kaliteli Lezzet Deneyimi” (2) şeklinde ifade edilmektedir. Turistik çekicilere yönelik ziyaretçi memnuniyetsizliğinin çeşitli kategorilerde yoğunlaştığı görülmektedir. Özellikle Yetersiz Bakım ve İlgi Eksikliği kategorisi, turistik ürünlere yeteri kadar ihtimam gösterilmediği yorumunu akıllara getirmektedir. Bu tür sorunlar, ziyaretçilerin hayal kırıklığına uğramasına ve olumsuz bir izlenim oluşmasına yol açabilir. Hizmet Kalitesi ve Deneyim Eksiklikleri kategorisinde yapılan yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Tarsus Belediyesi veya turizm müdürlüğünün konuya eğilmesi lazım.”

“Belediyenin iyi çalışıp şelale içindeki fazla ağaç ve taşları bir de çöpleri temizlemesi lazım.”

“Girişte yeterli bilgilendirme yapılmıyor.”

“O kadar pişman olduk ki değmez vallaha.”

“Mersin'de böyle güzel bir yerin eğitimsiz kişiler tarafından işletildiğine inanamıyorum.”

“Yazık, böyle güzel tarihi yerleri bu kadar kolayca harcamamak gerekli.”

“Bu kadar özel bir yere daha fazla saygı beklerdim açıkçası şaşkınım.”

“Üzerine düşülmemiş, müze, tanıtım ve rehberlik faaliyetleri çok zayıf.”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumsuz yorumlara bakıldığında en fazla olumsuz yorum yapılan ikinci kategori Fiziksel Alan ve Konfor Düzeyleri kategorisidir. Fiziksel Alan ve Konfor Düzeyleri kategorisine yapılan olumsuz yorumlar 5 alt başlık altında toplanmıştır. Bu alt kodlar “Alan Yetersizliği ve Mekân Kısıtlamaları” (68), “Hijyenik Koşulların Yetersizliği ve Koku Sorunları” (58), “Aşırı Yoğunluk ve Kalabalıklaşma” (38), “Fiziksel Çevre ve Mekânın Uygunsuzluğu” (3) ve “Gürültü Kirliliği ve Ses Düzeyi Sorunları” şeklinde ifade edilmektedir. İlgili alanlarda yapılan yorumlara istinaden en fazla eleştiri alan Alan Yetersizliği ve Mekân Kısıtlamaları başlığı turistlerin mekanların kapasite ve kullanım açısından yetersiz olduğunu düşündüğünü gösteren önemli bir detay olup Hijyenik Koşulların Yetersizliği ve Koku Sorunları ve Aşırı Yoğunluk ve Kalabalıklaşma ise diğer önemli şikâyet konuları arasında yer almaktadır. Genel itibarıyla yorumlarda bahsedilen

sorunların çözümü için hijyen standartlarının artırılması, mekân düzenlemelerinin ziyaretçi ihtiyaçlarına göre planlanması ve alan yönetiminde daha etkili bir yaklaşım benimsenmesi, Tarsus'un turizm potansiyelini ileriye taşımak adına önemli adımlar olacaktır. Fiziksel Alan ve Konfor Düzeyleri kategorisinde yapılan yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Pislikten geçilmiyor.”

“Çok küçüktü.”

“Bu anons sisteminin kaldırılması uygun olabilir.”

“Genelde çok kalabalık.”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumsuz yorumlara bakıldığında en fazla olumsuz yorum yapılan üçüncü kategori Ulaşım Altyapısı ve Erişebilirlik kategorisidir. Ulaşım Altyapısı ve Erişebilirlik kategorisine yapılan olumsuz yorumlar 3 alt başlık altında toplanmıştır. Bu alt kodlar “Ulaşım Altyapısının Yetersizliği ve Erişim Sorunları” (48), “Otopark İhtiyaçlarının Karşılanamaması ve Alan Yetersizliği” (39), “Fiziksel Erişebilirlik Sorunları ve Erişim Zorlukları” (18) şeklinde ifade edilmektedir. Bu başlıklar altında toplanan olumsuz yorumlar Tarsus’un, turistik destinasyonlara ulaşımın kolaylaştırılması, otopark kapasitesinin artırılması ve erişilebilirlik standartlarının iyileştirilmesi gerektiğini açıkça göstermektedir. Ulaşım altyapısına yönelik bu iyileştirmeler, ziyaretçi deneyimini olumlu yönde etkileyerek, Tarsus’un turizmde daha fazla katkı sağlayabilir. Ulaşım Altyapısı ve Erişebilirlik kategorisinde yapılan yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Otopark konusunda bir miktar sıkıntı yaşayabilirsiniz.”

“Ulaşım tam bir felaket.”

“Şelaleye giden yolu bulmak çok zor.”

“Yokuş yukarı merdivenlerle çıkılır, basamak sayısı çok fazladır, çıkarken nefes nefese kalınabilir.”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumsuz yorumlara bakıldığında en fazla olumsuz yorum yapılan dördüncü kategori Fiyatlandırma Politikaları ve Ekonomik Koşullar kategorisidir. Fiyatlandırma Politikaları ve Ekonomik Koşullar kategorisine yapılan olumsuz yorumlar 3 alt başlık altında toplanmıştır. Bu alt kodlar “Fiyatlandırma Adaletsizlikleri ve Ekonomik İstismar” (26), “Yiyecek ve İçecek İmkânları Kısıtlılığı ve Yüksek Fiyatlandırma” (19), “Erişim Ücretleri ve Ekonomik Engeller” (17) şeklinde ifade edilmiştir. Ziyaretçiler tarafından yapılan yorumlara bakıldığında fiyatlandırma ve ekonomik koşullarla ilgili yapılan olumsuz yorumlar, maddi konuların ziyaretçi memnuniyeti sağlamada önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Ziyaretçiler, sunulan hizmet ve ürünlerin fiyatlarının adil değerde olmadığını düşünmekte ve bazı durumlarda ekonomik açıdan zorlandıklarını ifade etmektedir. Ayrıca, yiyecek ve içecek seçeneklerinin sınırlılığı ile yüksek fiyatlar, erişim ücretleri ve diğer ekonomik engeller gibi sorunların ziyaretçilerin maddi açıdan karşılaştığı temel sorunlar arasında yer almaktadır. Bu durum, fiyatlandırma politikalarının daha şeffaf ve erişilebilir bir yapıya kavuşturulması gerektiği düşünülmektedir. Fiyatlandırma Politikaları ve Ekonomik Koşullar kategorisinde yapılan yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Mutlaka Müze kart edinilmeli. Müze kartımız olmasaydı buraya giriş ücreti ödemek bizi rahatsız ederdi.”

“Yanınızda yiyecek içecek alın.”

“Resmen hırsızlık! Kanyonda ne varsa paraya çevirmişler.”

“Her yerde olduğu gibi sadece para toplama derdindediler.”

“Müze kart geçerli olmasa para verip girmeye değmezdi.”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumsuz yorumlara bakıldığında en fazla olumsuz yorum yapılan beşinci kategori Çevresel Koruma ve Doğa Düzenlemeleri kategorisidir. Çevresel Koruma ve Doğa Düzenlemeleri kategorisine yapılan olumsuz yorumlar 3 alt başlık altında toplanmıştır. Bu alt kodlar “Çevresel Düzenlemelerde Yetersizlikler” (45), “Hayvanların Yaşam Alanlarındaki Kısıtlamalar ve Yetersizlikler” (6) ve “Çevresel Düzenlemelerde Yetersizlikler” (1) şeklinde ifade edilmiştir. Ziyaretçiler çevresel koruma ve doğa düzenlemeleriyle ilgili şikâyetleri önemli şikâyetleri dile getirmiştir. Bu bağlamda özellikle çevresel düzenlemelerin yetersiz olduğunu vurgulamış olup bu konuda daha iyi bir yönetim ve planlama gerektiğini ifade etmiştir. Bu tür eleştiriler, turistik alanların çevresel sürdürülebilirlik açısından iyileştirilmesi ve doğal çevrenin daha iyi korunması gerekliliğini vurgulamaktadır. Çevresel düzenlemelere yönelik bu sorunların çözülmesi hem turist memnuniyetini artırmada hem de bölgenin doğal değerlerini koruyarak uzun vadeli turizm potansiyelini destekleyeceği

düşünülmektedir. Çevresel Koruma ve Doğa Düzenlemeleri kategorisinde yapılan olumsuz yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Adana Mersin bölgesinde en büyük hayvan hapisanesi.”

“Hayvanat bahçesi diye bir şey olmasa ve hayvanlar kendi doğasında özgürce yaşasalar.”

“Daha iyi bir çevre düzenlemesi yapılabilirdi...”

“Hayatımda çevresi böylesine pis, bakımsız ve yanı başında mangal yapılan kutsal bir mekan daha görmedim. Yazık çok yazık!..”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumsuz yorumlara bakıldığında en fazla olumsuz yorum yapılan altıncı kategori Duygusal ve Manevi Katkılar kategorisidir. Duygusal ve Manevi Katkılar kategorisine yapılan olumsuz yorumlar 2 alt başlık altında toplanmıştır. Bu alt kodlar “Beklentilerin Karşılanmaması ve Hayal Kırıklığı Hissi” (14) ve “Yetersiz Yenilikçilik ve Alışılmadık Özelliklerin Eksikliği” (14) şeklinde ifade edilmiştir. Ziyaretçi yorumlarının içeriğine bakıldığında bölgedeki gerçekleşen deneyimlerin ziyaretçilerin manevi duygusal beklentilerini karşılamadığını ve hayal kırıklığına sebep olduğuna işaret etmektedir. Duygusal ve Manevi Katkılar kategorisinde yapılan olumsuz yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Sonuç hayal kırıklığı.”

“Sıradan bir yer.”

“Tarsus'a girişte önünden geçerken dikkat etmeyeceğiniz, ama birisi tarafından gösterildiğinde farkına varacağınız bir kapı.”

“Tarih olarak fazla bir özelliği yok gibi.”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumsuz yorumlara bakıldığında en fazla olumsuz yorum yapılan yedinci kategori Yapısal ve Mimari Koşullar kategorisidir. Yapısal ve Mimari Koşullar kategorisine yapılan olumsuz yorumlar 3 alt başlık altında toplanmıştır. Bu alt kodlar “Restorasyon Yetersizlikleri ve Başarı Eksiklikleri” (11), “Yetersiz Koruma ve Bakım” (9), “Mimari Tasarım ve Yapısal Özelliklerin Olumsuz Durumu” (2) şeklinde ifade edilmiştir. Ziyaretçi yorumları incelendiğinde bölgedeki tarihi ve mimari yapıların korunmasında ve iyileştirme çabalarında bazı eksikliklerin olduğu düşüncesi akla gelmektedir. Ziyaretçiler, restorasyon çalışmalarının yetersiz olduğunu ve tarihi yapıların yeterince korunmadığını dile getirmektedir. Ayrıca, yapısal tasarımlar ve bakım eksiklikleri de ziyaretçilerin memnuniyetsizliğini dile getirdiği konulardan birisidir. Bu yorumlar neticesinde bölgedeki yapısal ve mimari konularda yapılacak çalışmaların daha dikkatli bir şekilde ele alınmasının daha yüksek ziyaretçi memnuniyeti sağlayacağı düşünülmektedir. Yapısal ve Mimari Koşullar kategorisinde yapılan olumsuz yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Freskler bozulmuş, kalan sadece kaba mimari.”

“Şehrin ortasında yapayalnız duran bir yapı. Tarihi açıdan önemli ama, korunamamış.”

“Yalnız şu an ki hali ise restore edeceğiz diye bir tarihi eser nasıl kötü hale getirilir örneğidir.”

“Çok hoş ama içine girince şaşırdım. Duvarları, içi bomboş.”

Tarsus ilçesi turistik ürünlerine ziyaretçiler tarafından yapılan olumsuz yorumlara bakıldığında en fazla olumsuz yorum yapılan sekizinci kategori Doğal Kaynaklar ve Çevresel Değerlendirmeler kategorisidir. Doğal Kaynaklar ve Çevresel Değerlendirmeler yapılan olumsuz yorumlar 4 alt başlık altında toplanmıştır. Bu alt kodlar “Hava Kalitesi ve Havalandırma Eksiklikleri” (8), “Doğal Alanların Bozulması ve Estetik Zenginliğin Azalması” (5), “Görsel Estetik ve Çekicilikte Düşüş” (3), “Hayvan Yaşam Alanlarının Temizlik ve Yetersizlik Sorunları” (2) şeklinde ifade edilmektedir. Ziyaretçi yorumlarında bakıldığında çevresel konularda belli başlı şikâyetlerin olduğu ve çevresel koşulların iyileştirilmesi gerektiği düşüncesi oluşmaktadır. Ziyaretçiler, hava kalitesindeki eksiklikler ve doğal alanlardaki bozulmalar nedeniyle rahatsız olduklarını dile getirmektedir. Bu yorumlardan hareketle bölgedeki doğal kaynakların korunmasına ve çevresel koşulların daha iyi yönetilmesine yönelik belirli adımlar atılması zorunluluğu vurgulamaktadır. Yapısal ve Mimari Koşullar kategorisinde yapılan olumsuz yorumlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“Şelale görsel bir şölen sunmuyor.”

“Hava almak zor.”

“Hayvan çeşitliliği fazla ama yaşam alanları iyileştirilmeli.”

“Doğa olarak güzel bir şeyi yok.”

çarpmaktadır. Olumlu düşünceler ana temasına en yüksek katkıyı Tarihsel ve Kültürel Değerler teması vermiştir. Bu bağlamda yorumlarda sık sık geçen “muhteşem, büyüleyici, mistik, tarihi yer, doğal güzellikler” ifadeleri bu düşüncüyü destekler niteliktedir.

Olumlu düşünceler ana temasını destekleyen diğer bir tema Turizm ve Eğlence Faaliyetleri teması olarak ifade edilmektedir. Ziyaretçi yorumlarına bakıldığında “görölmeye değer, Şiddetle öneririm, tavsiye ederim, kesinlikle görölmeli” vb. birçok ifade sıklıkla vurgulanmaktadır. Bu yorumlar yaşanan pozitif deneyimin göstergesi olarak kabul edilebilir. Bu bağlamda yaşanan olumlu deneyimler ziyaretçilerin potansiyel ziyaretçilere tavsiyede bulunması ilgili destinasyonun sürdürülebilirliğine büyük katkı sunacağı düşünülmektedir.

Ziyaretçi yorumları içerisinde olumlu yorumlardan çok daha az sayıda olumsuz yorumlar yer almaktadır. Olumsuz düşünceler yaşanan deneyimlere negatif katkı sunan önemli faktörlerdir. Bu düşünceler ilgili alanlardaki paydaşlar açısından bir fırsattır. Olumsuz düşünceler, ilgili alandaki eksiklikler ve aksaklıkları dile getirerek bir anlamda geri bildirim görevi üstlenmektedir. Bu noktada bu eksikliklerin ve aksaklıkların giderilmesi ziyaretçi memnuniyetinin yükseltilmesi açısından önem arz etmektedir. Olumsuz düşüncelerin en önemlileri “Alan Yetersizliği ve Mekân Kısıtlamaları, Yetersiz Bakım ve İlgi Eksikliği, Beklenti ve Gerçek Deneyim Arasındaki Uyuşmazlık, İşletme Performansındaki Yetersizlikler” şeklinde sıralanmaktadır. Bu noktada dikkat çekilmesi gereken önemli noktalardan birisi giriş ücretleri konusudur. Girişin ücretsiz veya çok cüzi miktarlarda olduğu turistik ürünlerde ziyaretçilerin memnuniyeti yükseldiği göze çarpmaktadır. Giriş ücretinin yüksek, haksız ücret talebi, otopark ücretinin yüksekliği gibi konularda ziyaretçilerin birçok olumsuz görüşü bulunmaktadır. Bu bağlamda konu ile alakalı makamların bu konuda tedbir alması önem arz etmektedir. Bu durum (Köroğlu vd.,2017; Mancı & Tengilimoğlu, 2021) yaptığı çalışmalarda dile getirilmektedir. (Köroğlu vd.,2014)’e göre ziyaretçilerin olumsuz yorumlarının nedenleri arasında giriş ücretleri önemli bir yer tutmaktadır denilmiştir.

Olumsuz düşünceler kısmında ziyaretçiler tarafından dile getirilen önemli konulardan bir tanesi ulaşım konusudur. Ulaşımında yaşanan sıkıntılar nedeniyle ziyaretçiler özellikle belirli noktalara erişebilmede büyük sıkıntılar yaşamaktadır. Bu durum gelecekte ziyaret planlayan potansiyel ziyaretçilerin zihinde olumsuz bir intiba bırakacağından dolayı negatif unsurların artışına neden olacaktır. Özellikle Saklı Cennet kanyonuna gitmek isteyen ziyaretçiler yolla ilgili çok büyük problemler olduğunu belirtmiş olup ayrıca bu alandaki işletmelerin uyguladığı haksız fiyatlandırmalar sıklıkla dile getirilmiştir. Bu noktada ilgili alanla ilgilenen otoritelerin konu ile ilgili bilgilendirilmesi büyük bir önem taşımaktadır.

Analiz sonuçlarından elde edilen bulgulara bakıldığında, ziyaretçilerin büyük bir kısmının turistik ürünleri beğendiği ve ziyaretten hoşnut memnun kaldığı, ilgili turistik ürünleri ziyaret etmeyi düşünen potansiyel ziyaretçilere ziyaret edilmesi yönünde tavsiyede bulunulduğu, ilgili alanları yöneten birimlere fiziksel imkanların iyileştirilmesi ve rekreatif etkinliklerin artırılması ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması hususunda daha etkin davranılması yönünde tavsiyelerin dile getirildiği görölmektedir. Ayrıca, ziyaretçilerin oldukça fazla şikâyet ettiği konuların başında, ilgili alanlarda hizmet veren işletmelerin kötü hizmet kalitesi, turistik ürünlerin etrafında görülen çevre kirliliği, bakımsızlık gibi hijyen unsurlarının eksik olduğu ve bölgenin reklam ve tanıtım faaliyetlerini yerine getirmede yetersiz olduğu gibi yorumların varlığının yüksek olduğu görölmektedir. Turistik ürünlerle ilgili yazılan tavsiye, memnuniyet ve şikâyet içeren yorumların yanında ilgili alanla yer alan turistik ürünler hakkında birçok tanıtıcı bilgi veren yorumlarda Tarsus ilçesinde yer alan turistik ürünlerin çevresindeki antik eserler, mimari yapılar, kahramanlık hikayeleri, tarihsel önem gibi konulardan bahsedildiği görölmektedir. Bu sonuçlar (Arıca & Çorbacı, 2019; Mancı & Tengilimoğlu, 2021; Aylan, 2019) çalışmalarında elde edilen sonuçlar ile benzeşmektedir.

Çalışmada Tarsus ilçesinde yer alan turistik ürünlere yönelik Tripadvisor sitesinde yer alan yorumlar incelenmiştir. İlerleyen çalışmalarda Instagram, Twitter ve Facebook benzeri internet platformlarında yapılan paylaşımların incelenmesi bölgenin değerlendirilmesi açısından daha geniş bir perspektiften bakmayı sağlayacaktır. Bununla beraber çalışmada bölgede yer alan turistik ürünlere yönelik paylaşımlar incelenmiş olup gelecekte yapılacak çalışmalar bölgede yer alan yiyecek ve içecek, konaklama gibi turistik işletmelere yönelik sosyal medya platformlarında yer alan paylaşımların incelenmesi neticesinde bölge turizmine bütüncül bir bakış açısı ile bakabilme imkânı doğacaktır.

Tarsus ilçesi tarihi geçmişi ve coğrafi özellikleriyle ön plana çıkmış önemli bir yerleşim yeri olarak ifade edilmektedir. Akdeniz ikliminin yaşandığı bu alanda tarım faaliyetleri çok önemli bir yer tutar. Tarihe bakıldığında çok eski bir tarihe sahip olan ilçe birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Günümüzde ilçede yer alan tarihi kalıntılar incelendiğinde Roma İmparatorluğu, Anadolu Selçuklu Devleti, Ramazanoğlu beyliği ve Osmanlı Devleti dönemlerinden kalma birçok eser bulunmaktadır. Bunun yanı sıra ilçenin dini ve manevi önemi çok yüksektir. Hristiyan öğretilerini yaymayı başaran Aziz Paul bu bölgede yaşamıştır. Saint Paul kuyusu ve Saint Paul kilisesi bu tarihi atıfta bulunur. Ayrıca Hz. Daniyel Peygamberin mezarı ilçe sınırlarında olup ilgili alan müzeye dönüştürülmüştür. Eshab-ı Kehf mağarası hem müslüman hem de Hristiyan inancına sahip insanlar için önemli yerler arasında yer alır. Bunun yanı sıra Çanakkale Savaşında savaşın gidişatına etki eden önemli figürlerden olan Nusret

Mayın Gemisi ilçede bulunmaktadır. Bu kadar önemli eserler uhdesinde bulunduran alan yeteri kadar turist çekememektedir. Yapılan yorumlar incelendiğinde yabancı turist yorumlarına rastlanılmamıştır. Bu durum bölge açısından çok büyük kayıptır. Bölgenin yabancı turistleri çekecek reklam ve tanıtım faaliyetlerini artırıcı faaliyetleri artırmaya ihtiyacı vardır.

DESTEK VE TEŞEKKÜR BEYANI

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

ÇIKAR ÇATIŞMASI BEYANI

Yazarların, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz özkaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

YAZARLIK KATKI BEYANI

M. ÖZTÜRKEL: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Analiz ve yorumlama, Finansman sağlama. Proje Yönetimi, Nihai onayın verilmesi.; K. ENES: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Finansman sağlama, Analiz ve yorumlama, Finansman sağlama. Proje Yönetimi, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

ETİK BEYAN

Bu çalışma için Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Akgöz, E., & Tengilimoğlu, E. (2015). *Online müşteri değerlendirmelerinin, tesis özellikleri açısından incelenmesi: Booking.com örneği*. 16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 145–153.
- Akyol, B., & Öztürk, Y. (2023). Turistlerin tatil seçimi karar verme aşamalarında sosyal medyanın rolü: TripAdvisor örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 1581–1599.
- Alcázar, M. D. C. H., Piñero, M. S., & Maya, S. R. (2014). The effect of user-generated content on tourist behavior: The mediating role of destination image. *Tourism & Management Studies*, 10, 158–164.
- Arıca, R., & Çorbacı, A. (2019). Turizm sektöründe müşterilerin bilgi üretici rolü: Adıyaman'daki turistik çekiciliklere yönelik Tripadvisor yorumları üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(3), 437–455.
- Arkadaş, A. R., & Ayyıldız, T. (2020). Uludağ'da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin çevrimiçi tüketici yorumlarının incelenmesi: TripAdvisor.com üzerinden içerik analizi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(30), 2633–2658.
- Atasoy, A., & Ercik, C. (2023). *Tarsus (Mersin) turizmi*. Atlas Akademi.
- Aydın, B. (2016). Sosyal medyada restoran imajı: Tripadvisor örneği. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(1), 13–30.
- Balouchi, M., Aziz, Y. A., Hasangholipour, T., Khanlari, A., Abd Rahman, A., & Raja-Yusof, R. N. (2017). Explaining and predicting online tourists' behavioural intention in accepting consumer generated contents. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 8(2), 168–189.
- Cenni, I., & Goethals, P. (2017). Negative hotel reviews on TripAdvisor: A cross-linguistic analysis. *Discourse, Context & Media*, 16, 22–30.
- Cheng, X., Fu, S., Sun, J., Bilgihan, A., & Okumus, F. (2019). An investigation on online reviews in sharing economy driven hospitality platforms: A viewpoint of trust. *Tourism Management*, 71, 366–377.
- Çıblak, N. (2013). Tarsus kültürünün tanıtımında Şahmeran efsanelerinin önemi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 185–196.
- Creswell, J. W. (2020). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. Siyasal Kitabevi.

- Çuhadar, M., Köseoğlu, S., & Gültepe, Ö. (2018). Isparta ilindeki konaklama işletmelerine yönelik çevrimiçi müşteri değerlendirmelerinin incelenmesi: Tripadvisor örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 227–239.
- Enes, K., & Aktaş, S. (2024, 19–21 Eylül). *Tarsus'ta gastronomi turizminin mevcut durumu: Tripadvisor yorumları üzerinden bir değerlendirme*. Ulusal Turizm Kongresi, Kastamonu Turizm Fakültesi, Kastamonu, s. 766–776.
- Erçolak, G., Tanrısever, C., & Pamukçu, H. (2019). *İnanç turizmi kapsamında Aziz Paulus'un önemi ve Tarsus turizmine etkisi*. VIII. Ulusal IV. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, 521–532.
- Erdem, Ö., & Özlem, Y. A. Y. (2017). Tripadvisor'daki müşteri şikâyetlerinin değerlendirilmesi: Antalya örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(4), 227–249.
- Fazzolari, M., & Petrocchi, M. (2018). A study on online travel reviews through intelligent data analysis. *Information Technology & Tourism*, 20(1), 37–58.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. (2011). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons.
- Güllü, K., & Karasakal, S. (2016). Kapadokya bölgesinde bulunan konaklama işletmelerinde e-posta yönetimi üzerine bir uygulama. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 303–315.
- Güven, Ö. Z., & Gürcan, K. (yıl yok). Termal turizm işletmelerinde müşteri şikâyetlerinin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi: Ege bölgesinde bir uygulama. *Sinop-e: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 95–120.
- İmre, N. (2020). Turizm sektöründe sosyal medya kullanımı üzerine bir değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1655–1670.
- İnanır, A., & Ongun, U. (2019). Yeşilova Salda'yı ziyaret eden turistlerin deneyimlerinin incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1028–1041.
- İsmailoğlu, S., & Torun, F. K. (2022). Bir kültürel mirasın serüveni: Erzurum Feyzullah Efendi Konağı. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12(3), 573–584.
- Kaya, B., Enes, K., & Kanca, B. (2022). Türkiye'nin Doğu Karadeniz bölgesindeki 4 ve 5 yıldızlı otellerin yiyecek içecek bölümlerine yönelik Tripadvisor yorumlarının değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(3), 1239–1252.
- Kocaman, S. (2018). Turizmde Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (eWOM) ve Alanya'daki Restoran Yorumlarının Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma (Electronic Word-of-Mouth (eWOM) in Tourism and a Research on the Evaluation of Restaurant Reviews in Alanya). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(4), 953-973.
- Konaklıoğlu, E., Özkaya, F., Lokmanoğlu, Y., & Enes, K. (2018, 22–25 Mart). *Tarsus'un yerel değerleri ile gastronomi turizmi açısından potansiyelinin belirlenmesine ilişkin mevcut durum araştırması*. Gastronomi Kongresi, Ankara Kalkınma Ajansı, Ankara.
- Korkmaz, H. U. (2021). Kop Bölgesi illerinin Tripadvisor üzerinden incelenmesi ve bir öneri: Kop Turizm Bölgesi oluşturulması. *Journal of Applied Tourism Research*, 2(1), 15–32.
- Kurar, İ., Akbaba, A., & İnal, M. E. (2015). A qualitative study on situation analysis of faith tourism: The case of Tarsus. *Turizm Akademik Dergisi*, 2(1), 61–76.
- Law, R., Leung, K., & Wong, J. (2004). The impact of the internet on travel agencies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 100–110.
- Lei, S., & Law, R. (2015). Content analysis of TripAdvisor reviews on restaurants: A case study of Macau. *Journal of Tourism*, 16(1), 17-28.
- Mancı, A. R., & Tengilimoğlu, E. (2021). TripAdvisor ziyaretçi yorumlarının içerik analizi: Göbeklitepe örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1525–1545.
- Matthews, B., & Ross, L. (2010). *Research methods: A practical guide for the social sciences*. Pearson Education.
- Mauri, A. G., & Minazzi, R. (2013). Web reviews influence on expectations and purchasing intentions of hotel potential customers. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 99–107.
- Öcal, T. (2013). *Tarsus kentinde tarihi-kültürel miras bölgelerinin turizm planlaması*. Tücaum VII. Coğrafya Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 336–347.
- Ödemiş, M. (2024). Gastronomic image of Turkish baklava: Analyzing user reviews on TripAdvisor. *Tourism and Recreation*, 6(1), 208–217.

- Orazbaeva, M. (2008). *Küreselleşme sürecinde vergi politikası: Kırgızistan örneği* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye.
- Özdipçiner, N. S. (2010). Turizmde elektronik pazarlama. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 1(1), 5–22.
- Ramírez-Gutiérrez, D., Santana-Talavera, A., & Fernández-Betancort, H. (2021). Tasting experiences of a destination's local gastronomy on tourist communications. *Tourism Recreation Research*, 46(3), 345–359.
- Şahin, H., Çolakoğlu, O. E., Kılıçdere, S., & Atay, H. (2020). Kuşadası'nda bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik yapılan sosyal medya yorumlarının incelenmesi. *Tourism and Recreation*, 2(Ek 1), 103–110.
- Şahin, S. Z. (2021). Çevrimiçi müşteri yorumları: TripAdvisor'da Çorum restoranları üzerine inceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 610–622.
- Şengül, A. (2024). Kastamonu'daki konaklama işletmelerine yönelik çevrim içi şikâyetlerin incelenmesi: TripAdvisor örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 329–342.
- Sezgin, M., & Duman, A. (2023). Elektronik ağızdan ağıza pazarlama kapsamında konaklama işletmelerine yönelik çevrimiçi yorumların duygu analizi yöntemiyle incelenmesi: Alanya örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 244–265.
- Stoleriu, O. M., Brochado, A., Rusu, A., & Lupu, C. (2019). Analyses of visitors' experiences in a natural world heritage site based on TripAdvisor reviews. *Visitor Studies*, 22(2), 192–212.
- Taştan, H., & Kızılcık, O. (2017). Kahramanmaraş'ta bulunan yiyecek içecek işletmelerine yönelik TripAdvisor.com'da paylaşılan şikâyetlerin sınıflandırılması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 270–284.
- Tavukçuoğlu, T., & Atay, H. (2021). Kuşadası'nda bulunan konaklama işletmelerinde animasyon hizmetlerine yönelik yapılan sosyal medya yorumlarının incelenmesi. *Journal of New Tourism Trends*, 2(2), 173–191.
- Tengilimoğlu, E., & Hassan, A. (2020). Applying flow theory to the online booking experience: The role of utilitarian and hedonic features. *Journal of Tourismology*, 6(1), 1–12.
- TripAdvisor. (2024). *Tripadvisor.com*. <https://www.tripadvisor.com>
- Tür, E. (2023). Doğa turizmi kapsamında Kaz Dağları'nı ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların incelenmesi: TripAdvisor örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 1–27.
- Uçar, Ö., & Kırhasanoğlu, M. (2021). Doğu Karadeniz'deki 5 yıldızlı konaklama işletmelerine yönelik çevrimiçi müşteri şikâyetlerinin incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 2149–2165.
- Wong, C. U. I., & Qi, S. (2017). Tracking the evolution of a destination's image by text-mining online reviews – the case of Macau. *Tourism Management Perspectives*, 23, 19–29.
- Yang, S. B., Shin, S. H., Joun, Y., & Koo, C. (2017). Exploring the comparative importance of online hotel reviews' heuristic attributes in review helpfulness: A conjoint analysis approach. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(7), 963–985.
- Yaşar, Z. (2019). Kastamonu'da yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlara ilişkin tüketici şikâyetlerinin değerlendirilmesi: TripAdvisor örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 241–250.
- Yavuz, H., & Tarakçı, İ. E. (2023). *Mersin ilinde bulunan otellere yönelik internet üzerinden yapılan tüketici şikâyetlerinin incelenmesi: TripAdvisor.com örneği*. V. International Scientific Conference of Economics and Management Researchers – 2023, Baku.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (9. baskı)*. Seçkin Yayıncılık.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods*. Sage Publications.

EXTENSIVE SUMMARY

Introduction

TripAdvisor, a rapidly evolving communication tool, is a platform on which individuals can freely share their tourism experiences. Tarsus, with its historical, cultural, and natural attractions, attracts tourists and receives frequent reviews on TripAdvisor.

Method

This study aims to evaluate reviews on tourist products in Tarsus through content analysis conducted via TripAdvisor. The reviews of Tarsus's tourist attractions on the platform were analyzed using the "MAXQDA 2024

Analytic Pro with AI" software. Initially, 3,181 reviews obtained from TripAdvisor were coded using 86 expressions. Of these, 49 were coded as positive and 37 as negative, and were subsequently categorized into 18 groups. A total of 2,324 positive and 857 negative reviews were identified within these categories. Additionally, positive and negative word clouds were created based on codes derived from the reviews.

Finding

Findings and Observations As a result of the analyses have shown the similar themes Arıca and Çorbacı (2019) and Mancı and Tengilimoğlu (2021). The positive word clouds frequently featured terms related to historical importance, suggestions for visitation, and scenic beauty. These expressions offer a broad insight into the key attributes of Tarsus' tourist attractions. On the other hand, the negative word clouds often emphasized issues such as constrained areas, functional problems, poor upkeep, and inadequate marketing efforts. The word cloud analysis generally suggests positive experiences among visitors. A common phrase that emerges from the positive feedback is "visit recommendation," indicating that many guests had favorable impressions. Additionally, the frequent occurrence of "historical" in the comments emphasizes the site's significance in terms of its heritage and past. The substantial disparity between positive (2,324) and negative (857) reviews indicates a high degree of contentment with Tarsus' tourist offerings. The most prominent theme in the favorable feedback is the "focus on historical significance and value." This aspect received the greatest contribution from the "historical and cultural values" category. Reviewers frequently employed words such as "magnificent," "captivating," "mystical," "historical site," and "natural beauty," reinforcing this observation. "Tourism and Entertainment Activities" emerges as another key theme supporting the positive feedback. Visitors often used expressions like "worth seeing," "highly recommended," "must visit," and "definitely worth it" in their comments, suggesting favorable experiences. These positive encounters play a crucial role in motivating visitors to endorse destinations to potential tourists, thus contributing to the long-term viability of the location. **Negative Feedback and Implications** Positive remarks outnumbered negative ones significantly, with critical comments often focusing on aspects that detracted from the overall experience. Stakeholders in Tarsus tourism should view these critiques as valuable opportunities. Unfavorable feedback acts as a form of productive input, pinpointing areas for improvement and offering suggestions to boost visitor contentment. The primary concerns highlighted in negative feedback encompass "space and facility limitations," "inadequate upkeep and care," "misalignment between anticipated and actual experiences," and "subpar operational efficiency." A crucial issue pertains to admission costs. Visitors reported higher satisfaction when entry was free or minimally priced. Conversely, many expressed discontents with steep entrance fees, unfair charges, and costly parking. Management is urged to tackle these problems to improve the overall visitor experience.

Conclusion

Comparable observations have been noted in earlier research (Köroğlu et al., 2017; Mancı & Tengilimoğlu, 2021). Additionally, Köroğlu et al. (2014) underscored that admission fees are a key factor contributing to negative reviews. **Recommendations and Future Directions** The study found that the majority of tourists had a positive experience with the attractions, were content with their visits, and encouraged others to explore these destinations. Many visitors suggested enhancements in three key areas: upgrading infrastructure, expanding the range of leisure activities, and boosting marketing efforts for these tourist spots. The primary grievances included subpar service from local establishments, environmental degradation, inadequate upkeep and cleanliness, and limited marketing efforts. Beyond feedback on satisfaction levels and issues, numerous reviews offered insightful information about the cultural heritage, historical artifacts, architectural features, legendary tales, and other cultural aspects related to Tarsus' tourist sites. These observations align with the results of previous research (Arıca & Çorbacı, 2019; Mancı & Tengilimoğlu, 2021; Aylan, 2019). It is worth noting that the absence of reviews from international visitors suggests a substantial deficiency in overseas mark.