

Tripadvisor Ziyaretçi Yorumlarının Duygu Analizi: Uludağ Kayak Merkezi Örneği Sentiment Analysis of TripAdvisor Visitor Reviews: The Case of Uludağ Ski Center

Ali KOÇAK  ^a

^a Akdeniz Üniversitesi Finike Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Antalya, Türkiye. alikocak@akdeniz.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Ziyaretçi Yorumları Destinasyon Yönetimi Duygu Analizi Uludağ Kayak Merkezi Çevrimiçi Turizm Platformları	Amaç – Bu çalışma, Uludağ Kayak Merkezi'ne yönelik ziyaretçi yorumlarını duygu analizi yöntemiyle inceleyerek, turist deneyimlerini olumlu, olumsuz ve tarafsız yönleriyle değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Yöntem – Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılarak TripAdvisor'da yer alan 386 ziyaretçi yorumu analiz edilmiştir. MAXQDA nitel veri analiz programı aracılığıyla yorumlar tematik olarak sınıflandırılmıştır. Bulgular – Çalışmanın bulguları, turizm işletmeleri ve destinasyon yöneticileri için önemli bir kaynak niteliği taşıyacaktır. Çalışmada elde edilen veriler 3 tema altında toplanmıştır. Bunlar; olumlu değerlendirmeler, olumsuz değerlendirmeler ve yargı içermeyen değerlendirmelerdir. Olumlu değerlendirmeler kapsamında doğal güzellikler, kayak olanakları ve hizmet kalitesi öne çıkarken, olumsuz değerlendirmelerde fiyatların yüksekliği, kalabalık ve hizmet kalitesindeki eksiklikler en çok eleştirilen konular olmuştur. Yargı içermeyen değerlendirmeler ise bilgi ve öneri kategorileri altında toplanmıştır. Tartışma – Elde edilen sonuçlar, destinasyon yönetimi ve turizm işletmeciliği açısından önemli stratejik çıkarımlar sunmakta olup, kış turizmi destinasyonları için dijital platformlarda yer alan ziyaretçi geri bildirimlerinin önemini ve etkisini anlamak açısından önemli bir çerçeve sunmaktadır. Fiyat politikalarının revize edilmesi, hizmet kalitesinin artırılması, altyapının güçlendirilmesi ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının benimsenmesi, Uludağ Kayak Merkezi'nin uzun vadede rekabet gücünü artıracaktır.
Gönderilme Tarihi 7 Haziran 2025 Revizyon Tarihi 20 Kasım 2025 Kabul Tarihi 1 Aralık 2025	
Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	
ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Visitor Reviews Destination Management Sentiment Analysis Uludağ Ski Center Online Tourism Platforms	Purpose – This study aims to evaluate tourist experiences at the Uludağ Ski Center by analyzing visitor reviews through sentiment analysis, focusing on their positive, negative, and neutral aspects. Design/methodology/approach – In this study, a total of 386 visitor reviews on TripAdvisor were analyzed using content analysis, one of the qualitative research methods. The reviews were thematically categorized through the MAXQDA qualitative data analysis software. Results – The findings of the study are expected to serve as a valuable resource for tourism businesses and destination managers. The data obtained in the research were categorized under three main themes: positive evaluations, negative evaluations, and non-judgmental evaluations. Within the scope of positive evaluations, natural beauty, skiing facilities, and service quality emerged as prominent factors. In contrast, the most frequently criticized aspects in negative evaluations were high prices, overcrowding, and deficiencies in service quality. Non-judgmental evaluations were grouped under the categories of information and suggestions. Discussion – The results obtained from the study offer significant strategic implications for destination management and tourism operations, providing a valuable framework for understanding the importance and impact of visitor feedback on digital platforms, particularly for winter tourism destinations. Revising pricing policies, enhancing service quality, strengthening infrastructure, and adopting sustainable tourism practices are essential measures that will enhance the long-term competitiveness of the Uludağ Ski Center.
Received 7 June 2025 Revised 20 November 2025 Accepted 1 December 2025	
Article Classification: Research Article	

ETİK ONAY: Bu çalışmada ikincil veriler kullanılmış olup etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Önerilen Atıf/ Suggested Citation

Koçak, A. (2025). Tripadvisor Ziyaretçi Yorumlarının Duygu Analizi: Uludağ Kayak Merkezi Örneği, İşletme Araştırmaları Dergisi, 17 (4), 3109-3124.

1. Giriş

Günümüzde dijital dönüşümün ve teknolojinin turizm sektörü üzerindeki etkisi, çevrimiçi platformların önemini artırmış ve turistlerin karar alma süreçlerini köklü bir şekilde dönüştürmüştür (Litvin, Goldsmith & Pan, 2008). TripAdvisor, Yelp ve Booking.com gibi platformlar, ziyaretçilerin deneyimlerini paylaştığı ve potansiyel turistlere rehberlik ettiği önemli bilgi kaynakları olarak öne çıkmaktadır (Xiang & Gretzel, 2010). Bu platformlarda yayımlanan yorumlar, yalnızca turistler için rehberlik sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda turizm sektörü için stratejik birer çıkarım kaynağı oluşturmaktadır (Liu & Park, 2015).

Çevrimiçi platformlarda paylaşılan yorumları anlamlandırmak ve bunlardan etkili çıkarımlar yapmak, büyüyen veri hacmiyle birlikte çeşitli analiz tekniklerinin geliştirilmesini gerekli kılmıştır (Medhat, Hassan, & Korashy, 2014). Duygu analizi, bu noktada kritik bir rol oynayarak, metinlerdeki öznel ifadeleri olumlu, olumsuz veya tarafsız olarak sınıflandırma amacı güdümektedir (Pang & Lee, 2008). Turizm sektöründe duygu analizi, ziyaretçilerin deneyimlerine dair geri bildirimleri çözümleyerek, hizmet kalitesinin geliştirilmesi ve destinasyon yönetiminde daha etkili stratejiler oluşturulmasına olanak tanımaktadır (Tuna, Kaynar, & Akdoğan, 2021). Turist davranışlarını anlamak ve gelecekteki turizm politikalarına rehberlik etmek için çevrimiçi yorumları analiz etmek kritik bir öneme sahiptir (Hu, Chen, & Chou, 2017). Bununla birlikte, bu yorumların duygu analizi gibi modern yöntemlerle incelenmesi, turizm sektörüne yönelik stratejik planlamaları desteklemektedir (Ravi & Ravi, 2015).

Uludağ Kayak Merkezi, Türkiye'nin önde gelen kış turizmi destinasyonlarından biri olarak, yerli ve yabancı turistlere çeşitli olanaklar sunmaktadır. Doğal güzellikleri ve modern tesisleri ile dikkat çeken bu destinasyon, ziyaretçi geri bildirimlerini detaylı bir şekilde analiz ederek hizmetlerini iyileştirme fırsatı sunmaktadır. Destinasyon yönetiminde başarılı stratejiler geliştirmek ve ziyaretçi memnuniyetini artırmak için, ziyaretçilerin deneyimlerini anlamak önem taşımaktadır. Bu çalışma, TripAdvisor platformunda paylaşılan Uludağ Kayak Merkezi ziyaretçi yorumlarını duygu analizi yöntemleriyle incelemeyi ve destinasyon yönetiminde hem işletmeler hemde yerel yönetimler tarafından kullanılabilir önemli çıkarımlar sunmayı amaçlamaktadır.

Literatürde, çevrimiçi kullanıcı yorumlarını veri kaynağı olarak kullanan çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Uçuk (2025) yaptığı çalışmada, Tekirdağ restoranlarındaki misafir deneyimlerine yönelik Tripadvisor yorumlarını incelemiştir. Süzer (2025) yaptığı çalışmada, Bolu'daki restoran işletmelerini çevrimiçi yorumlarla analiz etmiştir. Olgun (2025) yaptığı çalışmada, Kibyra antik kenti ile ilgili çevrimiçi yorumları incelemiştir. Uluslararası literatürde ise Taecharungroj ve Mathayomchan (2019) çalışmasında, Phuket'teki turistik yerlere ilişkin çevrimiçi yorumları analiz etmiştir. Hoang, Vinh ve Triet (2025) yaptığı çalışmada, çevrimiçi yorumlardan elde edilen kanıtlar ile turist davranışlarını incelemiştir. Literatürde, Duygu analizinin çevrimiçi turizm platformlarındaki yorumları anlamlandırmak ve turizm destinasyonlarının hizmet kalitesine ilişkin geri bildirim sağlamak için etkili bir yöntem olduğu vurgulanmaktadır (Berezina, Bilgihan, Cobanoglu, & Okumus, 2016; Ravi & Ravi, 2015). Bununla birlikte, Uludağ gibi kış turizmi destinasyonlarında duygu analizi yönteminin kullanımı üzerine yapılan çalışmaların sınırlı olması, bu araştırmanın literatüre önemli bir katkı sunacağını göstermektedir.

Bu bağlamda, çalışma, iki temel hedefe sahiptir. Birincisi, Uludağ Kayak Merkezi'ne yönelik ziyaretçi yorumlarını olumlu, olumsuz ve tarafsız olarak sınıflandırmak ve bu yolla ziyaretçilerin deneyimlerini duygusal boyutuyla ortaya koymaktır. İkincisi, bu sınıflandırmaların çıkarımları ile destinasyon yönetiminde geliştirilebilecek stratejilere ışık tutmaktır. Çalışmanın bulguları, turizm işletmeleri ve destinasyon yöneticileri için önemli bir kaynak niteliği taşıyacaktır.

2. Kavramsal Çerçeve

İnternet teknolojilerinin hızla gelişimi, bireylerin ürün ve hizmetlerle ilgili deneyimlerini paylaşmalarını kolaylaştırmış, bu durum özellikle turizm sektörü için büyük bir bilgi havuzu oluşturmuştur (Xiang ve Gretzel, 2010; Limberger vd., 2014). Çevrimiçi tüketici yorumları, reklamlardan daha güvenilir kaynaklar olarak kabul edilmekte ve tüketicilerin karar verme süreçlerini çok yönlü olarak etkilemektedir (Hu vd., 2017). Elektronik ağızdan ağıza iletişim (e-WOM), tüketici yorumlarını daha geniş kitlelere ulaştırarak bilgi paylaşımında önemli bir rol oynamaktadır (Jalilvand vd., 2011; Arroyo & Pandey, 2010).

2.1. Çevrimiçi Tüketici Yorumları ve Turizm

Tüketicilerin deneyimlerini çevrimiçi platformlarda paylaşması, diğer tüketiciler için bir referans noktası oluştururken, işletmelere de ürün ve hizmetlerini geliştirme fırsatı sunmaktadır. Bu bağlamda, çevrimiçi platformlardan elde edilen yorumların analiz edilmesi, işletmelerin müşteri memnuniyetini anlamalarına ve stratejik kararlar almalarına yardımcı olmaktadır (Berezina vd., 2016). TripAdvisor, Booking.com ve Yelp gibi platformlar, yalnızca potansiyel müşterilere bilgi sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda yorumun yapıldığı alanda yer alan işletmelere veya bölge yerel yöneticilerine geri bildirim sunarak iyileştirilmesi gereken alanlarını ve hizmet kalitesini artırmalarına katkı sağlarken güçlü olan veya iyi yapılan işlemlerin devamlılığı ile de bilgi vermektedir (O'Connor, 2010).

2.2. Duygu Analizi ve Yöntemleri

Duygu analizi, çevrimiçi yorumlarda ifade edilen duyguların otomatik olarak sınıflandırılmasını ve öznel bilgilerin elde edilmesini amaçlayan bir metin madenciliği yöntemidir (Pang & Lee, 2008; Liu & Park, 2015). Bu yöntem, yorumların pozitif, negatif veya nötr olarak sınıflandırılmasını sağlayarak işletmelere değerli bilgiler sunmaktadır. Duygu analizi, belge, cümle ve özellik tabanlı düzeylerde uygulanabilmekte ve işletmelere müşteri memnuniyeti ile ilgili detaylı bir perspektif sağlamaktadır (Jo & Oh, 2011; Mostafa, 2013).

Örnek olarak, Londra otelleri üzerine yapılan bir çalışmada, müsaitlik, oda temizliği, personel davranışları ve otelin konumu gibi etkenlerin turistlerin memnuniyetini etkileyen başlıca unsurlar olduğu tespit edilmiştir (O'Connor, 2010). Benzer şekilde, Paris'teki otel yorumlarını analiz eden bir çalışma, turist algılarının kategorize edilerek ölçülmesini sağlamış ve memnuniyet düzeylerini belirlemiştir (Kim vd., 2017).

2.3. Uludağ Kayak Merkezi Örneği

Uludağ Kayak Merkezi, Türkiye'nin önde gelen kış turizmi destinasyonlarından biri olarak, ziyaretçilerin deneyimleri açısından büyük öneme sahiptir. Kayak pistleri, otel hizmetleri, yiyecek-içecek olanakları ve genel atmosfer gibi unsurlar, ziyaretçilerin Uludağ'a dair genel algısını şekillendirmektedir (Acar & Uğur, 2021).

TripAdvisor gibi platformlardan elde edilen ziyaretçi yorumları, bu algıların detaylı bir resmini çizmekte ve destinasyon yönetimine stratejik kararlar almada rehberlik etmektedir. Bu tür yorumların duygu analizi yoluyla incelenmesi, destinasyon yönetiminin ziyaretçi memnuniyetini artıracak yenilikçi yaklaşımlar geliştirmesine olanak tanımaktadır.

2.4. İşletme ve Yönetim Açısından Duygu Analizi

Uludağ Kayak Merkezi'ne yönelik analizler, destinasyonun güçlü ve zayıf yönlerini anlamada kritik bilgiler sunmaktadır. Örneğin, ziyaretçilerin kayak deneyimleri, konaklama hizmetleri ve yiyecek-içecek olanakları hakkındaki yorumları, işletmelerin iyileştirme yapması gereken alanları belirlemesine yardımcı olmaktadır (Acar & Uğur, 2021).

Duygu analizi sayesinde, ziyaretçilerin olumlu veya olumsuz geri bildirimlerinin temel odak noktaları belirlenebilir ve buna yönelik çözümler geliştirilebilir. Ayrıca, çevrimiçi platformlardan elde edilen verilerin sistematik bir şekilde analiz edilmesi, turizm işletmelerinin rekabet avantajı elde etmesine olanak tanır (Berezina vd., 2016). Bu analizler, işletmelerin müşteri taleplerini daha iyi anlamalarını sağlayarak hizmet kalitesini artırma ve müşteri memnuniyetini en üst düzeye çıkarma yönünde atılacak adımları desteklemektedir (Hu vd., 2017). Müşterilerin memnuniyetsizlik yaşadığı alanların tespiti, işletmelere proaktif stratejiler geliştirme imkânı sunmakta ve yalnızca müşteri sadakatini artırmakla kalmayıp, uzun vadeli Duygu analizi, yalnızca işletmelere değil, aynı zamanda akademik araştırmalara da önemli katkılar sunmaktadır. Turizm literatüründe, çevrimiçi yorumların analizi üzerine yapılan çalışmaların giderek artması, bu yöntemin sektör için önemini ortaya koymaktadır. Uludağ Kayak Merkezi örneğinde olduğu gibi, turizm destinasyonlarına yönelik duygu analizi çalışmalarının genişletilmesi, sektördeki bilgi birikimini artıracak ve daha sürdürülebilir yaklaşımların benimsenmesine katkı sağlayacaktır.

3. Yöntem

3.1 Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, Uludağ Kayak Merkezi'ne ilişkin çevrimiçi ziyaretçi yorumlarının nitel bir yaklaşımla değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Araştırma modeli, nitel araştırma desenlerinden içerik analizi yöntemi

çerçevesinde yapılandırılmıştır. Bu doğrultuda, ziyaretçilerin deneyimlerini, algılarını ve beklentilerini anlamaya yönelik tematik çıkarımlar yapılmıştır. İçerik analizi, verilerin sistematik bir şekilde kodlanması, sınıflandırılması ve temalar halinde yorumlanmasına olanak tanıyan bir analiz tekniğidir (Krippendorff, 2018; Yıldırım & Şimşek, 2013). Araştırmada hipotez testine dayalı bir model yerine, betimsel ve yorumlayıcı bir analiz süreci benimsenmiştir.

3.2 Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu çalışma, **nitel araştırma yaklaşımı** benimsenerek gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda veri toplama süreci, TripAdvisor platformunda 2025 yılına kadar Uludağ Kayak Merkezi hakkında yayımlanmış olan tüm dillerdeki yorumların incelenmesiyle yürütülmüştür. Araştırmanın veri seti, toplam 386 kullanıcı yorumundan oluşmaktadır. Nitel veri analizinde örneklemleme yerine, evrendeki uygun veri seti üzerinde tüm yorumlar incelenmiş, böylece verilerin kapsamlı olarak değerlendirilmesi sağlanmıştır. Tripadvisor platformu müşteri yorumlarına ulaşmak noktasında güvenilir bir kaynak olarak görülmekte ve araştırmalarda sıklıkla tercih edilmektedir (Pezenka & Weismayer, 2020).

3.3 Araştırmanın Veri Seti

Veriler manuel olarak platformdan toplanmış ve analiz sürecine uygun şekilde düzenlenmiştir. TripAdvisor, dünya genelinde kullanıcı temelli seyahat deneyimlerinin paylaşıldığı yaygın ve güvenilir bir platform olması nedeniyle, turizm araştırmalarında sıklıkla başvurulan bir veri kaynağıdır (Stoleriu et al., 2019). Araştırmada kullanılan veri seti, TripAdvisor platformunda yer alan ziyaretçilerin Uludağ Kayak Merkezi hakkındaki yorumlarından oluşmaktadır. Yorumlar, nitel analiz için uygun formatta dışa aktarılmış ve MAXQDA yazılımı aracılığıyla analiz edilmiştir. Çalışmanın ilk aşamasında yorumlar tematik olarak kodlanmış, ilgili kategoriler altında gruplandırılmış ve bu kodlardan anlamlı temalar türetilmiştir. Kodlama süreci araştırmacı tarafından yürütülmüş; yorumların içeriği dikkate alınarak betimleyici ve tümevarımsal analiz teknikleri birlikte kullanılmıştır. Ayrıca, yorumlarda en sık tekrar eden ifadeler belirlenmiş ve bu ifadeler kelime bulutu yöntemiyle görselleştirilmiştir.

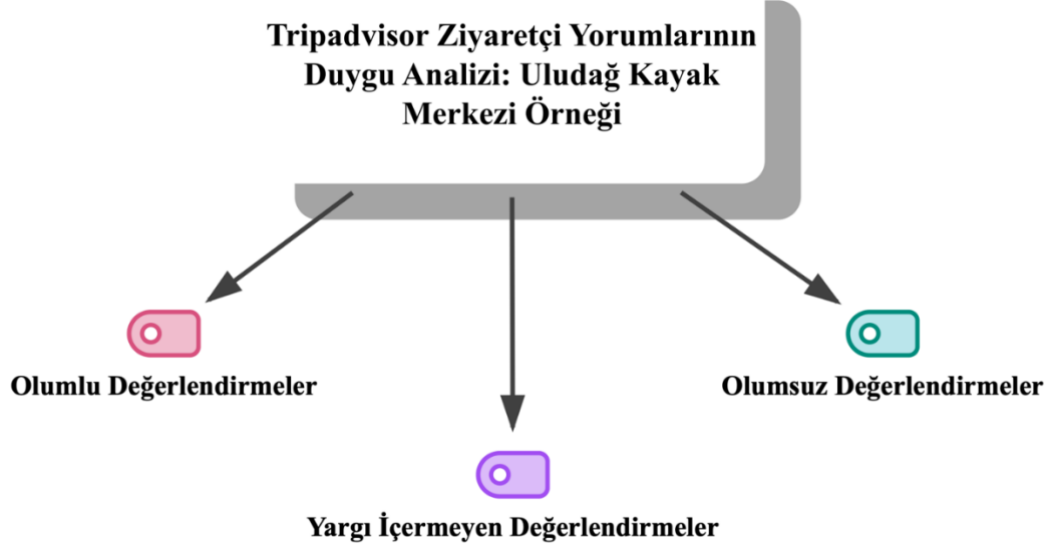
3.4 Araştırmanın Veri Analizi

Toplanan nitel veriler, MAXQDA 2024 programı kullanılarak analiz edilmiştir. İlk olarak, metinlerdeki anlam birimleri açık ve örtük içeriklere göre kodlanmış; ardından bu kodlar benzerlik ve ilişkilerine göre temalar altında toplanmıştır. Her bir temanın frekansı belirlenmiş, ziyaretçilerin deneyimlerine ilişkin öne çıkan eğilimler analiz edilmiştir. Bu süreçte, içerik analizinin temel adımları olan verilerin sistematik olarak kodlanması, kategorilere ayrılması ve tematik yorumlamaların yapılması ilkelerine bağlı kalınmıştır (Bilgin, 2014; Özdemir, 2010). Ayrıca, analiz süreci yalnızca betimleme ile sınırlı kalmamış; elde edilen temalar arasındaki ilişkiler irdelenerek bağlamsal çıkarımlar yapılmıştır.

4. Bulgular

Araştırma, araştırma problemine açıklık getirmesi adına TripAdvisor sitesi üzerinden yapılan 386 yorumdan elde edilen bulgular bu başlık altında sunulmuştur. Çalışmaya toplamda 386 yorum incelenmiştir. Yorumlar Y1-Y386 olarak kodlanmıştır.

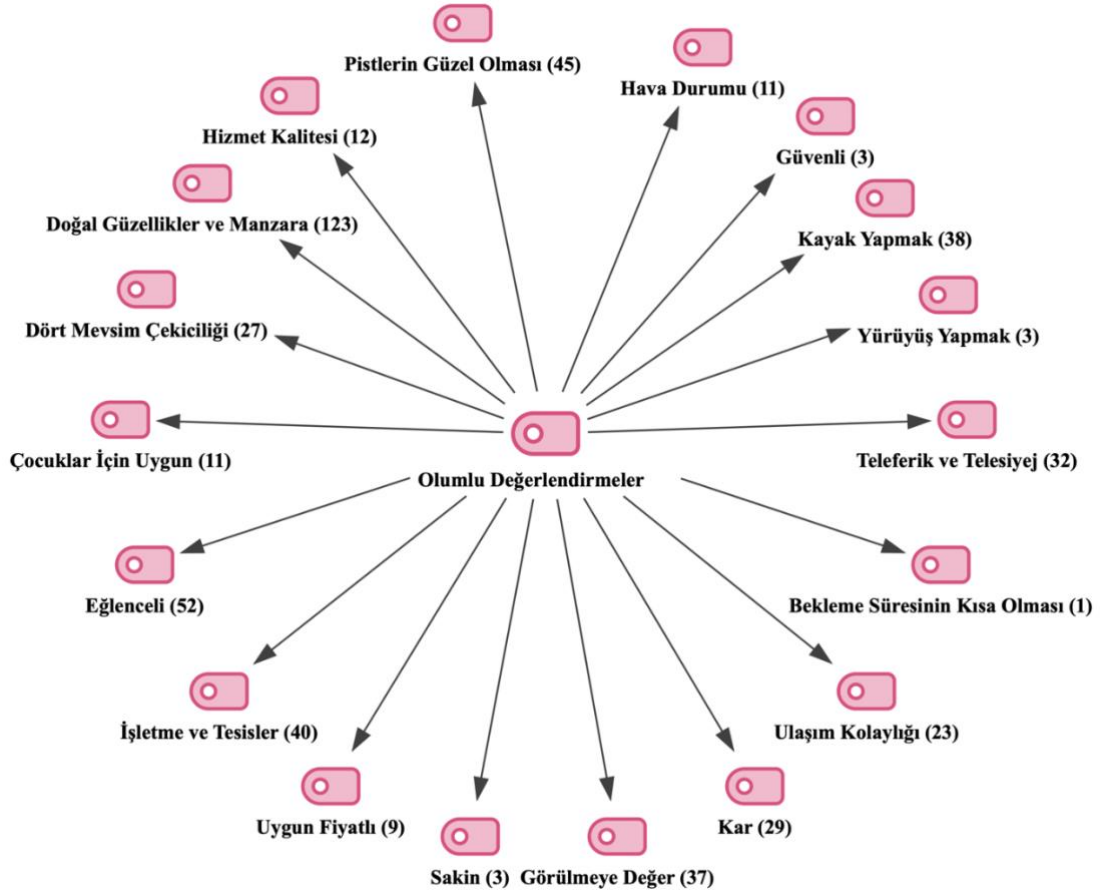
Çalışma Şekil 1’de görüldüğü üzere 3 tema altında toplanmıştır. Bunlar; olumlu değerlendirmeler, olumsuz değerlendirmeler ve yargı içermeyen değerlendirmelerdir.



Şekil 1. Temalar Gösterimi

4.1. Olumlu Değerlendirmeler Teması

Araştırma kapsamında ele alınan temalardan biri olan “Olumlu Değerlendirmeler” temasına ait 18 kod oluşturulmuştur. Bunlar; bekleme süresinin kısa olması, çocuklar için uygun, doğal güzellikler ve manzara, dört mevsim çekiciliği, eğlenceli, görülmeye değer, güvenli, hava durumu, hizmet kalitesi, işletme ve tesisler, kar, kayak yapmak, pistlerin güzel olması, sakın, teleferik ve telesiyej, ulaşım kolaylığı, uygun fiyatlı, yürüyüş yapmaktır.



Şekil 2. Olumlu Değerlendirmeler Temasına Ait Hiyerarşik Kod-Alt Kod Gösterimi

Olumlu Değerlendirmeler temasında kullanıcılar doğal güzellikler ve manzara ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar Uludağ'ın sahip olduğu manzara ve doğasının deneyimlerini güzelleştirdiğini dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y22 ve Y58 kodlu yorumlarda şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: "We took a Teleferik ride, both the open and closed Teleferik, to reach the peak of Uludağ Mountain and enjoy the winter and snow." (Y22)

Yorumun Türkçeye çevrilmiş hali: "Uludağ Dağı'nın zirvesine çıkmak ve kışı ile karın tadını çıkarmak için hem açık hem kapalı Teleferik ile bir yolculuk yaptık." (Y22)

Yorumun orijinal hali: "Mükemmel bir yer, tavsiye ederim. Doğasıyla görkemli ve havasıyla aile ve arkadaşlarla gönül rahatlığı içerisinde gezilecek, eğlenecek ve kafa dinlenebilecek bir yer." (Y58)

Olumlu Değerlendirmeler temasında kullanıcılar eğlenceli ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar Uludağ'da eğlenceli vakit geçirme olanaklarına sahip olduklarını dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y158 ve Y210 kodlu yorumlarda şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: "Arkadaşlarımız ile birlikte gününbirlik bir tur gezisiydi. Çok keyif aldık. Teleferik deneyimini mutlaka tavsiye ederim. Kuş sesleri ve bembeyaz bir örtü ile kaplanmış ağaçlar arasında eşsiz bir yolculuk." (Y158)

Yorumun orijinal hali: "Bursa'nın hemen bir saat yakınında, kayak sporu ve kış turizminin başkenti bir mekan. Teleferikle kolay ulaşım imkânı da ayrı bir keyif, denemeye ve adrenalin yaşamaya değer." (Y210)

Olumlu Değerlendirmeler temasında kullanıcılar pistlerin güzel olması ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar pistlerin kayak yapmak için güzel ve bakımlı olduğunu dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y21 ve Y175 kodlu yorumlarda şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: "Uludağ Kayak Merkezi, Türkiye'nin en eski merkezlerinden birisidir. Pistleri güzeldir. Teleferikle doruğa çıkıp burada çay veya kahve keyfi yapabilirsiniz. Gününbirlik turlarla da buraya çıkabilirsiniz." (Y21)

Yorumun orijinal hali: "Yolları çok temiz; sürekli çalışan bir ekip var. Pistler kalabalık değildi. Hava şartları zorlarsa da keyifli bir tatil geçirdik." (Y175)

Olumlu Değerlendirmeler temasında kullanıcılar işletme ve tesisler ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar Uludağ'da bulunan işletme ve tesislerin sahip oldukları olanaklar ve hizmet kalitesinden memnun kaldıklarını dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y257 ve Y302 kodlu yorumlarda şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: "One of the very few ski centers in Turkey, with all the modern amenities, including hotels and restaurants." (Y257)

Yorumun Türkçeye çevrilmiş hali: "Ziyaretçiler, bu tesisin Türkiye'deki nadir kayak merkezlerinden biri olduğunu ve oteller ile restoranlar da dâhil olmak üzere tüm modern olanaklara sahip olduğunu belirtmektedir." (Y257)

Yorumun orijinal hali: "Olimpos Cafe... Mekân çok keyifli. Sahipleri ve çalışanlar çok iyi. Kiro cenneti haline gelmiş Uludağ'da belki de en keyifli, elit yer." (Y302)

Olumlu Değerlendirmeler temasında kullanıcılar kayak yapmak ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar kayak yapmak ve kayak dersi almış olmaktan dolayı memnun olduklarını dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y59 ve Y276 kodlu yorumlarda şunlardan bahsedilmiştir:

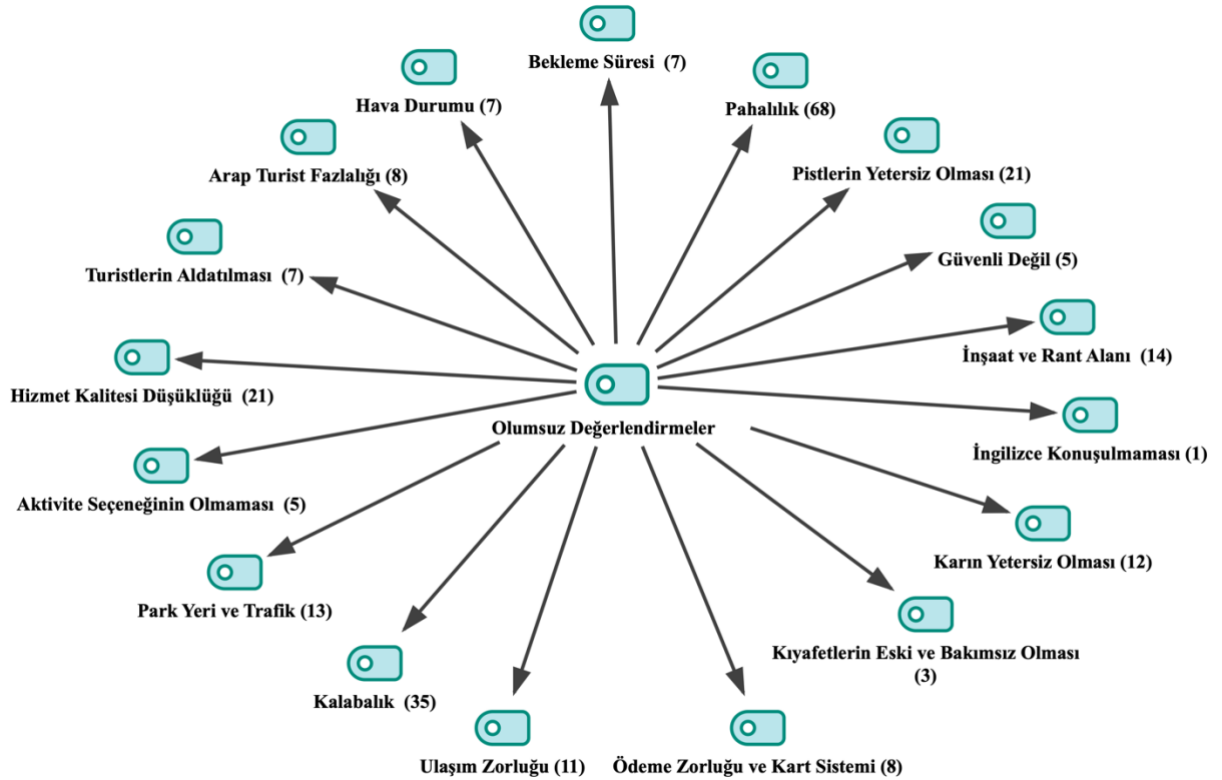
Yorumun orijinal hali: "Uludağ'da son üç yıldır kayak hocası Cüneyt Bey'den iki oğlumuz için kayak dersi alıyoruz. Cüneyt hocadan çok memnunuz; eğitimci vasfı, çocuklarla olan iletişimi ve profesyonelliği bizi çok mutlu etti. En önemlisi, çocuklarımız Cüneyt hocayı çok seviyor. Çocuklarımızı çok iyi birer kayakçı olarak yetiştirdi. Kendisine çok teşekkür ediyoruz. Cüneyt hocadan daha iyi bir kayak hocası olabileceğini düşünmüyoruz. Kendisini kayak sporunu öğrenmek isteyen herkese tavsiye ediyoruz." (Y59)

Yorumun orijinal hali: "Spent the day in this ski center. Having lunch there and riding the safari up to the snow... what a view! A great adventure. And in May, it is very cold; make sure you take a jacket with you. There are fun activities there, and people are awesomely crazy. OMG, I would love to go there again. Whether you are alone, as a couple, or with friends, trust me, you will love and enjoy it. Don't miss it." (Y276)

Yorumun Türkçeye çevrilmiş hali: "Bu kayak merkezinde günü geçirdik. Orada öğle yemeği yedik ve karın bulunduğu bölgeye safariye çıktık... ne manzara! Harika bir macera. Mayıs ayında hava çok soğuk; yanınıza mutlaka bir ceket alın. Orada eğlenceli aktiviteler var ve insanlar gerçekten çok enerjik. Aman Tanrım, tekrar gitmeyi çok isterim. Tek başınıza, çift olarak veya arkadaşlarla gidiyor olun, bana güvenin, çok sevecek ve keyif alacaksınız. Kaçırmayın." (Y276)

4.2. Olumsuz Değerlendirmeler Teması

Araştırma kapsamında ele alınan temalardan biri olan "Olumsuz Değerlendirmeler" temasına ait 17 kod oluşturulmuştur. Bunlar; pahalılık, kalabalık, pistlerin yetersiz olması, hizmet kalitesi düşüklüğü, inşaat ve rant alanı, park yeri ve trafik, karın yetersiz olması, ulaşım zorluğu, Arap turist fazlalığı, hava durumu, turistlerin aldatılması, bekleme süresi, ödeme zorluğu ve kart sistemi, aktivite seçeneğinin olmaması, güvenli değil, kıyafetlerin eski ve bakımsız olması ve İngilizce konuşulmamasıdır.



Şekil 3. Olumsuz Değerlendirmeler Temasına Ait Hiyerarşik Kod-Alt Kod Gösterimi

Olumsuz Değerlendirmeler temasında kullanıcılar pahalılık ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar hizmet bedellerinin ücretlerinin pahalı olduğunu dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y57 ve Y33 kodlu yorumlarda şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: "İnsanların neden yarı fiyatına Bulgaristan'da kayak yaptığını burada anlıyorsunuz. Su bile 10 TL. Sadece Migros ucuz." (Y57)

Yorumun orijinal hali: "Vallahi, iyi güzel ama her şey çok pahalı; ona göre gidin. Paran yoksa, elinizde kayaklarla bir aşağı bir yukarı inip çıkmak tüm zevkinizi bitiriyor." (Y233)

Olumsuz Değerlendirmeler temasında kullanıcılar kalabalık ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar tatil dönemlerinden kaymaklı Uludağ'ın çok kalabalık olduğunu dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y56 ve Y306 kodlu yorumlarda şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: “Hafta sonu değişiklik olsun diye çoluk çocuk Uludağ’a çıkmaya karar verdiniz; hayatınızın hatasını yaparsınız. Araç ile yaklaşık 1–2 saat dur kalk, zor bela çıktınız. Park yeri zaten bulamazsınız; hadi buldunuz, eğlenceli mi dediniz, paraya kıydınız ama karşılığını alamazsınız. Dönüş yolunda da trafik vs. Araç yok, teleferik var, tamam. Uzun bir kuyrukta sıra beklersiniz, manzara güzel ama sonrası yine hüsrana. Son söz: sezonda, hafta sonu çıkmayınnnnn.” (Y56)

Yorumun orijinal hali: “Çocuklarımla geçirdiğim muhteşem bir hafta sonu ve ilk kayak denemesi :) Fakat fiyatlar çok yüksek ve sömestirden dolayı olsa gerek, aşırı derecede kalabalık.” (Y306)

Olumsuz Değerlendirmeler temasında kullanıcılar pistlerin yetersiz olması ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar pistlerin yeterince bakım görmediğini ve profesyonel sporcular için yeterli olmadığını dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y19 ve Y174 kodlu yorumlarda şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: “Ülkenin en popüler ve pahalı kayak merkezi olmasına rağmen her şey çok eski; teleski ve telesije bakımsız. İşletme kime ait ise gidip Palandöken ve Erciyes kayak merkezlerini ziyaret etsinler. Aşırı pahalı; sahlep 60 TL.” (Y19)

Yorumun orijinal hali: “Kaymayı yeni öğrenenler için iyi olabilir. Ancak birkaç yıl kayak tecrübesi olan kişilerin çok keyif alabileceği bir yer olmadığını düşünüyorum. Hem çok kalabalık hem de kayak eğimi sıradan. Üstelik kafeler çok pahalı. İstanbul’da 5 TL’lik içecekler burada 15 TL, 15 TL’lik yiyecekler 35 TL. O kadar pahalı ki yüzde yüzden fazla fark var.” (Y174)

Olumsuz Değerlendirmeler temasında kullanıcılar hizmet kalitesi düşüklüğü ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar ücretlendirme politikaları ve turistik destinasyon değerini karşılamayan hizmet kalitesi olduğunu dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y342 ve Y376 kodlu yorumlarda şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: “Uludağ’ın yıllardır gözde olmasının ekmeğini fazlasıyla yiyen tesislere sahip, renovasyon yapılmayan, servis kalitesinin vasatın altında olduğu ve kredi kartının dahi geçmediği yer. Ayrıca her şey gayet fahiş fiyata. Ama buna rağmen ziyaretçisinin eksik olmadığı yer.” (Y342)

Yorumun orijinal hali: “Bu sene ilk defa Uludağ’a gittim. Bundan sonra gitmeyi kesinlikle düşünmüyorum. Sözde sezon kısa diye, ufak pet şişe suyu bile 5 TL’ye satan zihniyeti protesto etmek gerekiyor. Ayrıca kayak odalarındaki insanlar, kısaca esnaf doymuş; resmen ilgi yok, saygı yok, ukalalık had safhada. Başka kayak pistlerine gidiniz.” (Y376)

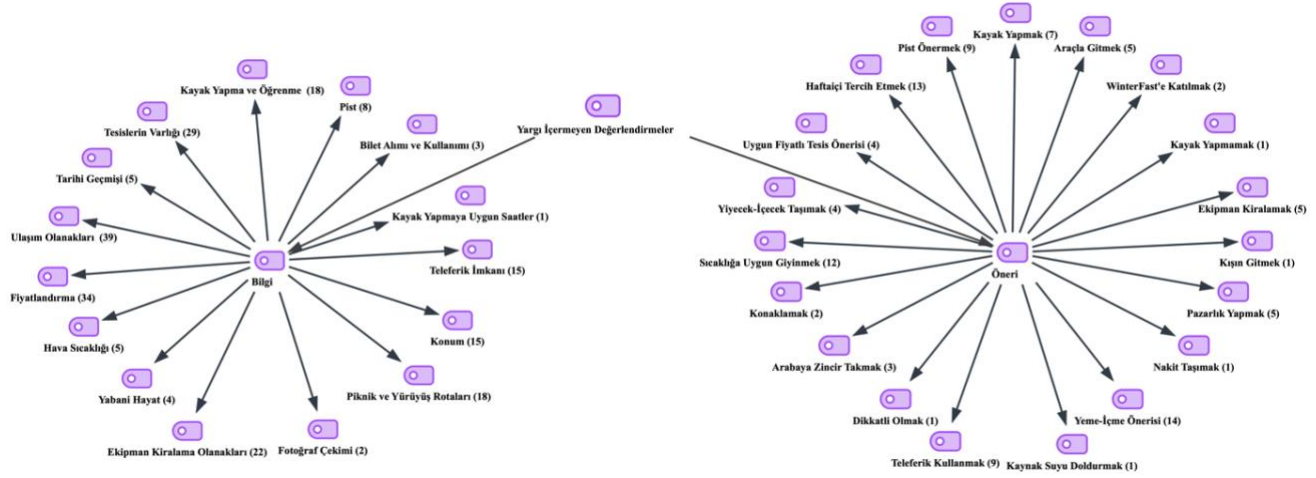
Olumsuz Değerlendirmeler temasında kullanıcılar inşaat ve rant alanı ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar betonlaşmanın arttığını ve doğal alanın tahrik edildiğini dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y194 ve Y325 kodlu yorumlarda şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: “Yol uzun ve pek çok alanda maalesef bozuk. Ara ara çok güzel olması, yolun da yapılabileceğini gösteriyor ama demek ki para yetmemiş. Bu arada, piknik geleneğimiz pisliğini ortada bırakmak olarak burada en iyi şekilde sergileniyor. Yol boyunca derme çatma tesisler, parayı bulunca betondan bir giriş yaparak müşteri çekmeyi mi, büyüklüklerini mi yoksa başka bir şeyi mi ispat etmeye kalkışmış, bilemiyorum; ama doğa katliamı son hızıyla devam ediyor. Taş ve odundan ev yapmak bu kadar mı zor? Hiç mi Yeşil Türbe’nin mimarlarından feyz alınmaz? 20 milyon insanın işgaline daha ne kadar dayanır bilinmez; ama fiyatlar ne kadar artarsa artsın ziyaretçisi eksik olmaz.” (Y194)

Yorumun orijinal hali: “Seneler önce gitmiş ve pişman olmuşum. Devamlı giden, profesyonel düzeyde kayakçı arkadaşlarım dahi mutlu değiller. Aşırı şişirilmiş fiyatlar (yiyecek/içecek, teleski, kayak kiralari, eğitmen ücretleri), arabalar için park sorunu, kalabalık... Bazı dönemlerde daracık yol trafiği taşıyamıyor. Betonlaşma arttı. Yurt dışında her açıdan daha çekici kayak ve kar tatili bölgeleri olmasına rağmen, işletmecilerin zihniyeti hâlâ değişmedi. Eğer açık bir tesis bulursanız, ilkbahar aylarında çok güzel. Yazık!” (Y325)

4.3. Yargı İçermeyen Değerlendirmeler Teması

Araştırma kapsamında ele alınan temalardan biri olan “Yargı İçermeyen Değerlendirmeler” temasına ait 2 kategori oluşturulmuştur. Bunlar; bilgi ve öneridir.



Şekil 4. Yargı İçermeyen Değerlendirmeler Temasına Ait Hiyerarşik Kod-Alt Kod Gösterimi Bilgi

Bilgi kategorisi altında 15 kod oluşturulmuştur. Bunlar; ulaşım olanakları, fiyatlandırma, tesislerin varlığı, ekipman kiralama olanakları, kayak yapma ve öğrenme, piknik ve yürüyüş rotaları, teleferik imkânı, konum, pist, hava sıcaklığı, tarihi geçmişi, yabani hayat, bilet alımı ve kullanımı, fotoğraf çekimi ve kayak yapmaya uygun saatlerdir.

Bilgi kategorisinde kullanıcılar ulaşım olanakları ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar şehir merkezinden Uludağ'a çıkmak için kullanılan ulaşım imkanlarını dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y29 ve Y98 kodlu yorumlar şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: “Bursa'dan veya başka yerlerden günübirlik turlarla buraya gidebilirsiniz. Ayrıca, Teleferik ile de günübirlik dağa çıkıp inebilirsiniz. Arabanızla gidiyorsanız kış lastiği ve beyaz zincir takmanız tavsiye edilir. Pistler uygun ve kaymak için güzeldir. Otellerde ve kafelerde sucuk ekme yiyebilirsiniz. Kurumların misafirhaneleri de mevcuttur.” (Y29)

Yorumun orijinal hali: “Bursa'dan Teleferik, dolmuş veya özel araçla çıkılan Uludağ, kışın kayak yapılan bir merkezdir. Kayak takımınız yoksa kiralayabilirsiniz. Öğretmenlerden özel kayak dersi de alınabiliyor. Teleski ve telesiyey ile pistin üst kısmına çıkılabilmektedir.” (Y98)

Bilgi kategorisinde kullanıcılar fiyatlandırma ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar hizmet ücretlendirmelerini dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y61 ve Y101 kodlu yorumlar şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: “Kayak yapmayı bilmiyorsanız, 1 saat durmanız yeterli. Caminin yanında kızak alanı var; kayak yapmayanlar için 2 kişi olarak biniliyor ve saatlik ücreti yaklaşık 35 TL. Güzel olabilir. Kayak malzemesi uygun fiyata kiralanabiliyor. Teleferik 35 TL idi. Tabii restoranlar pahalı; örnek olarak çay 10 TL gibi. Her şeye rağmen görülmesi gereken bir güzellik. Ama bana göre Ilgaz daha güzeldi.” (Y61)

Yorumun orijinal hali: “Teleferik gidiş-dönüş 38 TL. Birinci ve ikinci bölgeye kadar Teleferik ile çıkabilirsiniz. Otellerin olduğu bölgeye dolmuşlar gidiyor. Oteller pahalı; çay 10 TL. Sucuk ekme yiyebilirsiniz. Misafirhaneler daha uygun. Kayak kiralanabiliyor. Çöplerinizi doğada bırakmayalım.” (Y101)

Bilgi kategorisinde kullanıcılar tesislerin varlığı ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar Uludağ'da hizmet alınabilecek farklı tesislerin bulunduğunu dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y77 ve Y255 kodlu yorumlar şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: “Yanınıza ağız kesici alın 😊 Rakım yaklaşık 1850 metre; çık çık bitmiyor. Ben yazın gittim, kar yoktu, Bursa yanıyordu; yukarıda üşüdük. Yaklaşık 10 derece ısı farkı var. Ama muhteşem bir doğa; çıkışta yol kenarlarında sayısız mangal, çay vb. işletmeler var. Eee tabi,

manzaralarına diyecek yok. Milli Park'a girişte 18 TL ödüyorsunuz. Milli parkın içerisinde Bakacak Seyir Terası var; resmini koyuyorum, mükemmel bir manzara. Mutlaka gitmeniz gereken yerlerden. Kötü yanı, doğayı kirletiyoruz; her taraf piknikçi dolu, piknik sonu malum. Haa, bu arada kamp yapanlar da var; çadır hayatı sevenler için." (Y77)

Yorumun orijinal hali: "If you visit in high season, you can ski or snowboard. If you go to the top of the mountain by chair lift, you can have hot wine, sausage & bread, or meatballs & bread." (Y255)

Yorumun Türkçeye çevrilmiş hali: "Yoğun sezonda giderseniz kayak yapabilir veya snowboard yapabilirsiniz. Eğer dağın tepesine telesiyeye çıkarsanız, sıcak şarap, sucuk-ekmek veya köfte-ekmek yiyebilirsiniz." (Y255)

Bilgi kategorisinde kullanıcılar ekipman kiralama olanakları ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar ekipman ve kiralama olanaklarının bulunduğunu dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y10 ve Y331 kodlu yorumlar şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: "It was a winter-time post-snowing onslaught. Coldest part in Bursa. Located at Mt. Uludağ National Park. Cable car rides. Ski equipment rental. If you just wish to experience skiing, be warned. Photogenic shots all around." (Y10)

Yorumun Türkçeye çevrilmiş hali: "Burası kar yağışının hemen ardından kış mevsiminde bir saldırı gibiydi. Bursa'nın en soğuk bölgesi. Uludağ Milli Parkı'nda yer alıyor. Teleferik seferleri mevcut. Kayak ekipmanı kiralanabiliyor. Sadece kayak deneyimi yaşamak istiyorsanız, dikkatli olun. Her yerde fotoğraf çekmeye değer manzaralar var." (Y10)

Yorumun orijinal hali: "Uludağ is a premier ski resort of Turkey, 35 kilometres from the city of Bursa. Daily trips by car, buses, or Teleferik are available from the city. Guaranteed natural powdered snow throughout the ski season. Lots of world-standard hotels and ski hire places. Reasonable ski hire costs." (Y331)

Yorumun Türkçeye çevrilmiş hali: "Uludağ, Türkiye'nin önde gelen kayak merkezlerinden biridir ve Bursa şehir merkezine 35 kilometre uzaklıktadır. Şehirden arabayla, otobüslerle veya Teleferik ile günlük ulaşım imkânı bulunmaktadır. Kayak sezonu boyunca doğal toz kar garantisi vardır. Dünya standartlarında birçok otel ve kayak ekipmanı kiralama noktası mevcuttur. Kayak ekipmanı kiralama ücretleri makuldür." (Y331)

Bilgi kategorisinde kullanıcılar kayak yapma ve öğrenme ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar kayak yapma ve kayak öğrenme fırsatlarının bulunduğunu dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y98 ve Y250 kodlu yorumlar şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: "Bursa'dan Teleferik, dolmuş veya özel araçla çıkılan Uludağ'da, kışın kayak yapılan bir merkezdir. Kayak takımınız yoksa kiralayabilirsiniz. Öğretmenlerden özel kayak dersi alınabiliyor. Teleski ve telesiyeye ile pistin üst kısmına çıkılabilmektedir." (Y98)

Yorumun orijinal hali: "Eğer kaymayı bilmiyorsanız, saati 180 TL'den 1 saatlik dersle öğrenebilirsiniz. Kayak takımlarını 15 TL'ye kiralayabilirsiniz. Kar kıyafeti kiralamaya çok gerek yok, ama oda 20-30 TL'ye kiralanabiliyor. 1-2 saatinizi kesinlikle Teleferik'e ayırın; mükemmel manzarayı görmeden gitmeyin." (Y250)

4.4. Öneri

Öneri kategorisi altında 19 kod oluşturulmuştur. Bunlar; arabaya zincir takmak, araçla gitmek, yeme-içme önerisi, dikkatli olmak, ekipman kiralamak, hafta içi tercih etmek, kayak yapmak, kayak yapmamak, kaynak suyu doldurmak, kışın gitmek, konaklamak, nakit taşımak, pazarlık yapmak, pist önermek, sıcaklığa uygun giyinmek, teleferik kullanmak, uygun fiyatlı tesis önerisi, winterfast'e katılmak ve yiyecek-içecek taşımadır.

Öneri kategorisinde kullanıcılar yeme-içme önerisi ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar sucuk ekmek yenmesi ve sıcak içeceklerin denenmesi gerektiğini dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y107 ve Y349 kodlu yorumlar şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: “Bursa’ya gelip Uludağ’a gitmek için Teferrüç İstasyonu’ndan bilet alarak Teleferik ile binip Kadiyayla İstasyonu, Sarıalan İstasyonu ve Kurbağakaya İstasyonu ile neticelenir. Daha sonra orada sucuk ekmek yiyeceksiniz ve kızakla kayacaksınız; ailecek bir mangal başında parti yapıp ateş yakacaksınız. Tabii ki ağaçların içinde değil, belirli olan ve mangal yakabileceğiniz izin verilen yerlerde. Orman Müdürlüğü’nde ceza yemeyiniz. Uludağımız bir başkadır. Mutlaka Bursa’ya gelip ‘Uludağ’ı görmedim’ demeyin.” (Y107)

Yorumun orijinal hali: “Kredi kartı genelde geçmiyor. Bu nedenle yanınıza bolca nakit almanızı tavsiye ederim. Kartal Yuvası’nda şömine başında sucuk ekmek ve sıcak şarabı denemelisiniz. Yukarı çıkış ve manzara harika.” (Y349)

Öneri kategorisinde kullanıcılar hafta içi tercih etmek ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar hafta sonu insan yoğunluğunun fazla olması nedeniyle tatil için hafta içinin tercih edilmesi gerektiğini dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y189 ve Y372 kodlu yorumlar şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: “Ailecek geleceklere, çocuğunu yeni kaymaya başlatacaklara tavsiyem: Haftasonuna denk getirmeyin; tam bir karmaşa, çok uzun kuyruklar, keyif almakta zorlanıyorsunuz. Pazartesi ve Salı günleri çok rahat, Ocak öncesi fiyatlar çok daha uygun; tavsiye ederim.” (Y189)

Yorumun orijinal hali: “Eğer kayak yapmak istiyorsanız doğru adrestesiniz; özellikle hafta içi, günübirlikçiler yokken gidilmesi şiddetle tavsiye olunur. Gündüz kayak bilginize göre pistlerden birinde kayarken, gece çıkıp eğlencenin dibine vurulabilecek veya tipi altında yürüyüşler yapılabilecek güzel bir mekan.” (Y372)

Öneri kategorisinde kullanıcılar teleferik kullanmak ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar Uludağ’a çıkarken teleferik kullanılması gerektiğini dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y73 ve Y332 kodlu yorumlar şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: “Yazı ayrı güzel, kişi daha da güzel. Bursa’da Uludağ Kayak Merkezi, Türkiye’nin en iyi merkezlerinden birisidir. Oteller bölgesi, telesiyeye çıkılan pistleri ve kamu misafirhaneleri ile gözde kış tatil yeridir.” (Y73)

Yorumun orijinal hali: “Sezonda çok kalabalık olsa da yazın ayrı, kışı ayrı güzel. Kış tatili ve sporları için bütün imkânlar var; ancak ciddi anlamda düzenlemeye ihtiyaç var. Uygun çalışmalarla burası Avrupa’nın en iyi kayak merkezlerinden biri olabilir; sadece daha fazla ilgi, çalışma ve vizyon gerekiyor. Gidiş-dönüşte Teleferik’i kullanmanızı tavsiye ederim. Dünyanın en uzun Teleferiği ile doğanın içinde, ağaçların üzerinden, Bursa manzaralı eşsiz bir yolculuk sizi bekliyor.” (Y332)

Öneri kategorisinde kullanıcılar pist önermek ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar 2. Bölgedeki pistlerin kayak yapmak için daha uygun olduğunu dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y159 ve Y237 kodlu yorumlar şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: “Kayak sporu ile ilgileniyorsanız ve Bursa’da yaşıyorsanız ne büyük şans... Ulaşımı kolay. Biraz kalabalık olması sıkıntı, özellikle 1. bölge oteller kısmı çok yoğun. Ben tercihim 2. bölgeden yana kullanmak isterim...” (Y159)

Yorumun orijinal hali: “Uzun zamandır kayak yapmak için 2. bölgeyi tercih ediyoruz. Konaklamalı da olsa, günübirlik de olsa, çok daha iyi pistler ve daha az kalabalık oluyor.” (Y237)

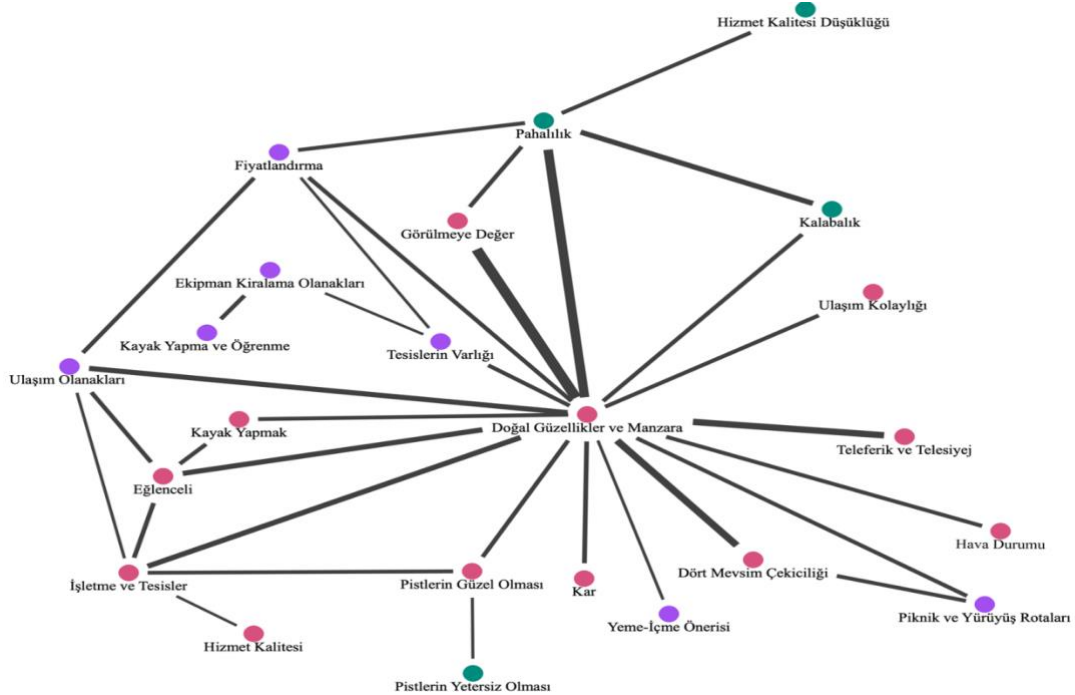
Öneri kategorisinde kullanıcılar kayak yapmak ile ilgili yoğun olarak görüş bildirmişlerdir. Kullanıcılar kış sezonu ziyaretlerinde kayak yapılması gerektiğini dile getirmişlerdir. Konuyla ilgili Y303 kodlu yorumlar şunlardan bahsedilmiştir:

Yorumun orijinal hali: “Şubat 2016’da gittik; Bursa’ya gidip de kayak yapmamak olmaz. Farklı bir deneyimdi. Dağda öğle yemekleri pahalı; onun için tedbirli çıkın derim. İlk defa kayacaklar için kiralama mevcut; pazarlık yapın. Skipass almaya gerek yok bence, çünkü kaymayı bilmiyorsanız tepeye çıkamazsınız. Eldiven yanınızda götürün; 70 TL’ye hepsini kiralayabilirsiniz.” (Y303)



Şekil 5. Kod Bulutu

Kullanıcı yorumları yoğunluğa göre dağılımı Şekil 5'de gösterilmektedir. Daha büyük puntolu olarak gösterilen kodlar daha yoğun olarak kullanılan ifadeleri gösterirken, daha küçük puntolu olan ifadeler, kodların daha az yoğun olarak kullanıldığını göstermektedir.



Şekil 6. Kod Haritası

Kullanıcı yorumlarında sıkça bahsedilen kodlar Şekil 6'da gösterilmiştir. Harita, kodlar arasındaki ilişkileri ve hangi kodların sıklıkla birlikte anıldığını göstermektedir. Çizgiler, birlikte bahsedilen daha sık bahsedilen

kodların ilişkisini yansıtmak için daha geniş gösterilmiştir. Buna göre doğal güzellikler ve manzara kodundan bahseden kullanıcılar; aynı kayak yapmak, tesislerin varlığı, görülmeye değer, kalabalık, ulaşım kolaylığı, teleferik ve telesiyej, hava durumu, dört mevsim çekiciliği, yeme-içme, kar, pistlerin güzel olması, işletme ve tesisler, eğlencelidir kodlarından da bahsetmişlerdir.

5. Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma, Uludağ Kayak Merkezi'ne yönelik ziyaretçi yorumlarını analiz ederek, turistlerin destinasyona dair deneyimlerini olumlu, olumsuz ve tarafsız yönleriyle değerlendirmeyi amaçlamaktadır. TripAdvisor platformunda paylaşılan 386 yorumun analizi sonucunda, ziyaretçilerin destinasyona ilişkin algıları tematik bir çerçevede ele alınmıştır. Çalışmanın bulguları, Uludağ Kayak Merkezi'nin doğal güzellikleri, kayak imkanları ve ulaşım kolaylığı gibi unsurlar açısından olumlu değerlendirildiğini; yüksek fiyatlar, hizmet kalitesindeki eksiklikler ve tatil dönemlerinde yaşanan aşırı yoğunluk gibi konuların ise memnuniyetsizliğe yol açtığını ortaya koymaktadır.

Olumlu değerlendirmeler, ziyaretçilerin destinasyonun sunduğu doğal güzelliklerden ve kayak deneyiminden memnun kaldığını göstermektedir. Uludağ'ın dört mevsim çekici bir turizm merkezi olması, özellikle manzara, pist kalitesi ve eğlence olanakları bakımından ziyaretçileri tatmin etmektedir. Bununla birlikte, bölgedeki işletmelerin sunduğu hizmetler de genel olarak olumlu karşılanmaktadır. Özellikle teleferik kullanımı, kayak yapma olanakları ve bölgedeki restoranların sunduğu yiyecekler, ziyaretçiler tarafından sıklıkla olumlu şekilde değerlendirilmiştir. Doğal güzellik, pist kalitesi ve eğlence olanakları gibi unsurlar ön plandadır. Bu bulgu, Çuhadar'ın (2025) 251 yorum üzerinden yaptığı çalışmada ortaya koyduğu "7 temel tema" içinde aynı maddelerin kodlandığı tespitle örtüşmektedir. Erdem & Tüzüntürk'ün (2023) yılında yaptığı çalışmada belirlediği "yiyecek-içecek" ve "hizmet" temalarıyla teleferik işleyişi ve restoran hizmetleriyle ilgili olumlu yorumlar paralellik göstermektedir.

Ancak olumsuz değerlendirmelerde, özellikle fiyatların yüksek olması öne çıkan önemli memnuniyetsizlik unsurlarından biridir. Konaklama, yiyecek-içecek ve kayak ekipman kiralama ücretlerinin pahalı olması, birçok ziyaretçi tarafından eleştirilmiştir. Kalabalık ve yoğunluk da en sık dile getirilen şikayetler arasında yer almaktadır. Tatil dönemlerinde aşırı yoğunluk yaşanması, pistlerde ve tesislerde uzun bekleme sürelerine neden olmakta, bu durum ziyaretçi deneyimini olumsuz etkilemektedir. Ayrıca, hizmet kalitesine ilişkin eleştiriler de dikkate değerdir. Personelin yeterince ilgili olmaması, hizmetin beklentileri karşılamaması ve bazı tesislerde hijyen standartlarının düşük olması, ziyaretçilerin olumsuz görüş bildirmesine yol açmıştır. Bu sonuçlar, Ulema vd., (2020) Uludağ kayak merkezi ile ilgili 47 şikayeti incelediği çalışmasındaki fiyat ve taşıma kapasitesi temalar ile örtüşmektedir. Ayrıca Erdem & Tüzüntürk (2023) da benzer şekilde "kayak, yiyecek içecek, personel ve hizmet kalitesi" temalarında memnuniyetsizlik gözlemiş, fiyat ve temizlik konusunu vurgulamıştır.

Ziyaretçilerin bir kısmı, destinasyon hakkında bilgilendirici içerikler sunmuş ve deneyimlerini paylaşarak diğer gezginlere rehberlik etmiştir. Ulaşım olanakları, kayak ekipmanı kiralama imkanları, hava durumu ve pistlerin durumu gibi konularda verilen bilgiler, ziyaretçiler için önemli bir rehber niteliğindedir. Aynı zamanda, ziyaretçilerin hangi dönemlerde gitmesi gerektiği, nasıl bir hazırlık yapmaları gerektiği ve hangi hizmetleri tercih etmeleri gerektiğine dair öneriler sunduğu görülmektedir.

Bu çalışmanın sonuçları, önceki araştırmaların "politik öneriler" kısmında sıklıkla dile getirdiği altyapı, hizmet kalitesi ve fiyat politikasına ilişkin öneri alanlarını desteklemektedir. Ulema ve arkadaşları, insan yoğunluğu ve fiyat sorunlarında altyapı iyileştirmelerini önermiştir. Erdem & Tüzüntürk (2023), personel eğitimi ve hijyen standartlarında gelişmeye değinmişlerdir Çuhadar (2025), dijital bilgi panoları ve anlık bilgilendirme sistemleriyle teknolojik iyileştirmeleri önermiştir.

Bulgular doğrultusunda, Uludağ Kayak Merkezi'nin rekabet gücünü artırması ve ziyaretçi memnuniyetini yükseltmesi için birtakım stratejik düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır. Öncelikli olarak, fiyat politikalarının gözden geçirilmesi gerekmektedir. Özellikle kayak ekipmanı kiralama, yeme-içme ve otel ücretlerinin daha erişilebilir hale getirilmesi, daha geniş bir ziyaretçi kitlesine hitap edilmesini sağlayacaktır. Öğrenci ve aile indirimleri, erken rezervasyon fırsatları ve dinamik fiyatlandırma politikalarının uygulanması, destinasyonun fiyat açısından daha rekabetçi olmasını sağlayabilir.

Özellikle yoğun tatil dönemlerinde kalabalık yönetimine yönelik stratejiler geliştirilmelidir. Alternatif pistlerin açılması, kapasitenin artırılması ve yoğun zamanlarda girişleri daha dengeli hale getirecek önlemler alınması, ziyaretçi deneyimini olumlu yönde etkileyecektir. Ayrıca, teleferik ve ulaşım hizmetlerinin daha verimli hale getirilmesi, trafik yoğunluğunun azaltılması için önemli bir adımdır.

Hizmet kalitesinin artırılması da destinasyonun uzun vadeli başarısı açısından kritik bir unsurdur. Otellerde, restoranlarda ve kayak merkezindeki personelin müşteri memnuniyeti odaklı hizmet verebilmesi için eğitim programları düzenlenmeli, özellikle yabancı turistlerin hizmet almasını kolaylaştıracak dil bilen personel istihdam edilmelidir. Restoran, otel ve kayak ekipman kiralama hizmetlerinde daha hızlı ve etkili bir sistem oluşturmak için dijital rezervasyon sistemleri hayata geçirilmelidir.

Uludağ Kayak Merkezi'nin daha modern ve verimli bir destinasyon yönetimi modeline geçmesi için teknolojik imkanlardan yararlanılması gerekmektedir. Mobil uygulamalar ve interaktif bilgi panoları ile ziyaretçilere anlık pist durumu, hava koşulları ve ulaşım bilgileri sağlanabilir. Ayrıca, çevrimiçi yorumların düzenli olarak analiz edilerek müşteri memnuniyeti ölçümleri yapılması ve buna uygun iyileştirme planlarının uygulanması, destinasyon yönetiminin daha başarılı olmasını sağlayacaktır.

Sürdürülebilir turizm anlayışının benimsenmesi, destinasyonun çevresel açıdan korunmasını sağlayacak ve uzun vadede rekabet avantajı sunacaktır. Betonlaşmanın sınırlandırılması, doğal çevrenin korunması için çevre dostu projelerin uygulanması, geri dönüşüm sistemlerinin daha etkin hale getirilmesi ve ziyaretçilerin çevreye duyarlı hareket etmeleri için bilinçlendirme kampanyalarının düzenlenmesi gerekmektedir. Böylelikle Uludağ Kayak Merkezi, yalnızca ekonomik anlamda değil, çevresel sürdürülebilirlik açısından da güçlü bir destinasyon haline gelebilecektir.

Uludağ'ın yalnızca kış turizmi destinasyonu olarak değil, dört mevsim boyunca turistik cazibe merkezi olarak geliştirilmesi gerekmektedir. Yaz aylarında doğa yürüyüşleri, kampçılık, dağ bisikleti gibi aktivitelerin teşvik edilmesi, sezon dışı ziyaretçi trafiğini artıracaktır. Ayrıca, kültürel etkinlikler, festivaller ve yarışmalar gibi organizasyonların düzenlenmesi, Uludağ'ı farklı turizm segmentleri açısından daha cazip hale getirebilir.

Destinasyonun uluslararası pazarda tanınırlığını artırmak için güçlü bir pazarlama stratejisi geliştirilmelidir. Dijital pazarlama kampanyaları, turizm fuarlarına katılım, seyahat acenteleriyle iş birlikleri ve sosyal medya fenomenleriyle yapılan iş birlikleri, destinasyonun daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlayabilir. Ayrıca, TripAdvisor ve diğer çevrimiçi platformlarda olumlu yorumları teşvik eden kampanyalar düzenlenerek, destinasyonun çevrimiçi imajı güçlendirilebilir.

Bu çalışma Uludağ Kayak Merkezi için sadece TripAdvisor çevrimiçi platformundaki yorumların duygu analizi ile sınırlandırılmıştır. Gelecekte yapılacak çalışmalar için Uludağ Kayak Merkezi yorumlarının farklı analiz yöntemleri ile yapılması mümkündür. Farklı çevrimiçi platformlarda benzer analizlerin yapılması da önerilmektedir. Ayrıca farklı destinasyonlarda çevrimiçi yorumlar analiz edilmesi ve bu çalışmalar ile karşılaştırılması da önerilmektedir. Farklı mevsimlerde ve farklı turist profilleri üzerinde uygulanması, mevsimsel talep ve beklenti değişimlerinin anlaşılmasına katkı sağlayabilir. Ayrıca tematik analizlerin duygu analizi ile desteklenmesi, ziyaretçi memnuniyetinin duygusal boyutlarıyla birlikte değerlendirilmesine imkân tanıyacaktır. Uludağ'daki bulguların diğer kayak destinasyonları ile karşılaştırılması ise rekabet avantajı sağlayacak alanların belirlenmesine yardımcı olabilir. Bu yöndeki çalışmalar hem literatüre katkı sunacak hem de destinasyonların ziyaretçi beklentilerine duyarlı şekilde yönetilmesine katkıda bulunacaktır.

Sonuç olarak, bu çalışmanın bulguları, çevrimiçi ziyaretçi yorumlarının turizm destinasyonları üzerindeki etkisini anlamak açısından önemli bir çerçeve sunmaktadır. Fiyat politikalarının revize edilmesi, hizmet kalitesinin artırılması, altyapının güçlendirilmesi ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının benimsenmesi, Uludağ Kayak Merkezi'nin uzun vadede rekabet gücünü artıracaktır. Bu tür çalışmaların düzenli olarak yapılması, destinasyon yönetiminin değişen turist beklentilerini anlamasına ve hizmet kalitesini sürekli geliştirmesine yardımcı olacaktır.

Kaynaklar

- Acar, A., & Uğur, İ. (2021). Uluslararası zincir otellere yönelik TripAdvisor yorumlarının duygu analizi yöntemi ile değerlendirilmesi: Ankara örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 1803–1814.
- Arroyo, S., & Pandey, S. (2010). Consumer trust in online reviews: Insights from the hospitality sector. *Journal of Tourism Studies*, 12(4), 45–57.
- Berezina, K., Bilgihan, A., Çobanoğlu, C., & Okumuş, F. (2016). Understanding satisfied and dissatisfied hotel customers: Text mining of online hotel reviews. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(1), 1–24.
- Bilgin, N. (2014). *İçerik analizi: Teknikler ve örnek çalışmalar*. Siyasal Kitabevi.
- Çuhadar, Y. (2025). Kış turizmi bağlamında çevrimiçi tüketici yorumlarının incelenmesi: Uludağ kayak merkezi örneği. *Journal of Academic Social Resources (ASR Journal)*, 10(1), 1–13.
- Erdem, N., & Tüzüntürk, S. (2023). Kış turizmi otellerinde müşteri memnuniyetsizliğine ilişkin ana ve alt unsurların nitel araştırma yöntemleri kullanılarak belirlenmesi: Bursa Uludağ'da bir araştırma. *JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy*, 8(1), 166–177.
- Hoang, N. P., Vinh, L. T., & Triet, P. M. (2025). Exploring tourist behavior using natural language processing: Evidence from TripAdvisor reviews. *Tạp chí Khoa học Lạc Hồng*, 1(20), 31–35.
- Hu, N., Pavlou, P. A., & Zhang, J. (2017). Online hotel reviews in the context of tourism. *Tourism Management*, 63, 87–97.
- Hu, Y., Chen, Y., & Chou, H. (2017, March 1). Opinion mining from online hotel reviews – A text summarization approach. *Elsevier BV*, 53(2), 436–449.
- Jalilvand, M. R., Samiei, N., Dini, B., & Manzari, P. Y. (2011). Examining the impact of electronic word of mouth on tourists' attitude and travel intention. *Internet Research*, 22(5), 591–612.
- Jo, Y., & Oh, A. (2011). Aspect and sentiment unification model for online review analysis. In *Proceedings of the Fourth ACM International Conference on Web Search and Data Mining*.
- Kim, W. G., Li, J., & Brymer, R. A. (2017). The impact of social media reviews on hotel performance: Text analytics approach. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 60–70.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Sage Publications.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468.
- Liu, B., & Park, H. (2015). *Sentiment analysis and opinion mining*. Elsevier.
- Liu, Z., & Park, S. (2015). What makes a useful online review? Implication for travel product websites. *Tourism Management*, 47, 140–151.
- Medhat, W., Hassan, S., & Korash, H. (2014). Sentiment analysis algorithms and applications: A survey. *Ain Shams Engineering*, 5(4), 1093–1113.
- Mostafa, M. M. (2013). More than words: Social networks' text mining for consumer brand sentiments. *Expert Systems with Applications*, 40(10), 4241–4251.
- O'Connor, P. (2010). An analysis of online hotel reviews: Their role in consumer decision making. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(7), 754–772.
- Olgun, B. G. (2025). Kibyra Antik Kenti'ne yönelik çevrim içi ziyaretçi yorumlarının incelenmesi: Tripadvisor örneği. *Kent Akademisi*, 18(Uluslararası Girişimcilik Sosyal Bilimler Kongresi Özel Sayısı), 188–202.
- Özdemir, A. (2010). *Nitel veri analizi ve sosyal bilimlerde uygulamaları*. Anı Yayıncılık.
- Pang, B., & Lee, L. (2008). Opinion mining and sentiment analysis. *Foundations and Trends in Information Retrieval*, 2(1–2), 1–135.

- Pezenka, I.ve Weismayer, C. (2020). Which factors influence locals' and visitors' overall restaurant evaluations? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(1), 1-20. <https://doi.org/10.1108/ijchm-09-2019-0796>
- Ravi, K., & Ravi, V. (2015). A survey on opinion mining and sentiment analysis: Tasks, approaches and applications. *Knowledge-Based Systems*, 89, 14-46.
- Stoleriu, O. M., Iancu, T., & Smărăndescu, D. (2019). The role of online reviews in shaping tourism destinations. *Tourism Economics*, 25(4), 705-722.
- Süzer, Ö. (2025). Bolu'daki restoran işletmelerinin dijital izleri: Tripadvisor yorumlarının netnografik analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 17(3), 2497-2509.
- Şahin, M., & Şad, S. N. (2018). Evaluating user-generated contents in tourism: A case of TripAdvisor reviews. *Journal of Tourism Research & Hospitality*, 7(2), 115-132.
- Taecharungroj, V., & Mathayomchan, B. (2019). Analysing TripAdvisor reviews of tourist attractions in Phuket, Thailand. *Tourism Management*, 75, 550-568.
- Tuna, F. M., Kaynar, O., & Akdoğan, M. Ş. (2021). Otelere ilişkin çevrimiçi geribildirimlerin makine öğrenmesi yöntemleriyle duygu analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 2232-2241.
- Uçuk, C. (2025). Tekirdağ Restoranlarındaki Misafir Deneyimlerine Yönelik Tripadvisor Yorumlarının Netnografik Analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 551-563.
- Ulema, Ş., Uzut, İ., & İnançlı, S. (2020). Analysis of e-complaints within the scope of winter tourism destinations: The case of Uludağ ski center. *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(3), 2945-2959.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31, 179-188.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (9. bs.). Seçkin Yayıncılık.