Ekonomi, İşletme ve Bilişim Dergisi
Journal of Economics, Business and Information

ISSN: 3062-2425 Cilt/Vol. 1, Sayı/No. 1, 65-75.

Turizmde Ziyaretçi Deneyimlerinin İncelenmesi: İnegöl Örneği

Melih Engin[1], Yasin Erduran[2]

Makale Hakkında

Gönderim Tarihi
30 Ekim 2024
Kabul Tarihi
29 Aralık 2024
Makale Türü
Araştırma Makalesi

Özet

İnegöl ilçesindeki turistik ve tarihi mekanlara yönelik ziyaretçi deneyimlerinin analiz edildiği bu çalışmada; Google Maps üzerinden elde edilen 29 farklı mekana ait 3126 yorum, duygu analizi ve kategori bazlı sınıflandırma yöntemleriyle incelenmiştir. Çalışma kapsamında, yorumlar "Altyapı ve Erişim Kolaylığı", "Görsel ve Estetik Çekicilik", "Güvenlik ve Hijyen", "Kültürel ve Tarihi Değerler", "Rehberlik ve Bilgilendirme" ile "Ziyaretçi Yoğunluğu ve Rahatlık" olmak üzere altı kategoriye ayrılmış ve yıllara göre değişimleri değerlendirilmiştir. Bulgular, İnegöl'ün turistik mekanlarının genel olarak olumlu geri bildirimler aldığını ve en yüksek puanların "Kültürel ve Tarihi Değerler" kategorisinde toplandığını göstermiştir. Ancak, "Altyapı ve Erişim Kolaylığı" ile "Güvenlik ve Hijyen" kategorilerinde iyileştirme ihtiyacı olduğu tespit edilmiştir. Duygu analizi sonuçları, son üç yılda pozitif yorumlarda belirgin bir artış olduğunu, bununla birlikte negatif geri bildirimlerin de arttığını ortaya koymuştur. Bu çalışma, İnegöl'ün turizm potansiyelinin geliştirilmesine yönelik stratejik kararlar alınması için önemli içgörüler sunmaktadır. Özellikle altyapı yatırımları, hijyen standartlarının iyileştirilmesi ve sürdürülebilir turizm politikalarının benimsenmesi, ziyaretçi memnuniyetinin artırılmasında ve destinasyon imajının güçlendirilmesinde kritik bir rol oynayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Ziyaretçi Deneyimi, Duygu Analizi, İnegöl, Web Kazıma

Analyzing Visitor Experiences in Tourism: The Case of İnegöl

Abstract

This study analyzes visitor experiences in the touristic and historical sites of İnegöl. A total of 3,126 reviews from 29 locations listed on Google Maps were examined using sentiment analysis and category-based classification methods. The reviews were categorized into six themes: "Infrastructure and Accessibility," "Visual and Aesthetic Appeal," "Safety and Hygiene," "Cultural and Historical Values," "Guidance and Information," and "Visitor Density and Comfort," and their yearly variations were evaluated. The findings reveal that İnegöl's touristic sites generally receive positive feedback, with the highest ratings in the "Cultural and Historical Values" category. However, improvement is needed in the "Infrastructure and Accessibility" and "Safety and Hygiene" categories. Sentiment analysis results indicate a significant increase in positive reviews over the past three years, alongside a rise in negative feedback. This study provides valuable insights for strategic decision-making to enhance İnegöl's tourism potential. Investments in infrastructure, improvement of hygiene standards, and adoption of sustainable tourism policies are critical to increasing visitor satisfaction and strengthening the destination's image.

Article Info

Received
October 30, 2024
Accepted
December 29, 2024
Article Type
Research Article

Keywords: Tourism, Visitor Experience, Sentiment Analysis, İnegöl, Web Scraping

1 Doç. Dr., Uludağ Üniversitesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, melihengin@uludag.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-4953-6119
2 Arş. Gör., Uludağ Üniversitesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, yasinerduran@uludag.edu.tr https://orcid.org/0000-0003-3362-2108

Atıf: Engin, M., ve Erduran, Y. (2024). Turizmde Ziyaretçi Deneyimlerinin İncelenmesi: İnegöl Örneği. *Ekonomi, İşletme ve Bilişim Dergisi, 1*(1), 65-75.

1. Giriş

Turizm sektörü, müşteri deneyimlerine dayalı olarak şekillenen dinamik bir endüstridir. Hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve destinasyon imajı gibi unsurlar, turistlerin karar alma süreçlerini doğrudan etkiler. Bu bağlamda, geri bildirim mekanizmaları, sektör paydaşları için stratejik bir öneme sahiptir. Turistlerin deneyimlerini paylaştıkları geri bildirimler, hem işletmelerin hem de destinasyon yönetimlerinin sürdürülebilir bir büyüme stratejisi geliştirmesinde kritik bir rol oynar (Costa & Au-Yong-Oliveira, 2021).

Geri bildirim, bir bireyin, grup ya da sistemin davranışları veya çıktıları hakkında alınan değerlendirmelerdir ve bu değerlendirmeler, iyileştirme ve öğrenme süreçlerinde kritik bir role sahiptir. Eğitim, işletme ve hizmet sektörlerinde geri bildirim, performansın artırılması ve hedeflere ulaşılması için temel bir araç olarak görülür (Hattie & Timperley, 2007). Geri bildirim süreçleri, yalnızca mevcut durumu analiz etmekle kalmaz, aynı zamanda gelecekteki eylemlerin daha etkili bir şekilde planlanmasına rehberlik eder (Sadler, 1989). Bu bağlamda, doğru zamanda ve uygun biçimde sağlanan geri bildirim, bireylerin ve organizasyonların gelişimini destekleyen stratejik bir bileşendir.

Geri bildirimler, destinasyon yönetimi ve pazarlamasında önemli bir role sahiptir. Pozitif geri bildirimler, destinasyonun çekiciliğini artırırken, olumsuz yorumlar belirli sorun alanlarına ışık tutar. Örneğin, çevresel sürdürülebilirlik veya altyapı sorunları gibi alanlarda geri bildirimler, yerel yönetimlerin ve destinasyon yönetim organizasyonlarının (DMO'lar) stratejik planlamalarında yol gösterici olabilir (Gretzel ve diğerleri, 2006). Ayrıca, dijital çağda, turistlerin sosyal medya ve çevrimiçi platformlar aracılığıyla paylaştığı içerikler, destinasyonun imajını küresel ölçekte etkileyebilir.

Bu bağlamda, turistik ve tarihi yerler, geri bildirimlerin en etkili olduğu alanlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Turistlerin tarihi ve kültürel zenginliklere ilişkin deneyimlerini paylaştıkları platformlar, yalnızca bu mekanların tanıtımına katkıda bulunmakla kalmaz, aynı zamanda ziyaretçilerin karşılaştığı sorunları veya öne çıkan özellikleri vurgulayarak yönetim süreçlerine değerli bilgiler sunar. Örneğin, Google Yorumlar ve TripAdvisor gibi platformlarda yapılan değerlendirmeler, tarihi yerlerin fiziksel durumu, rehberlik hizmetleri, erişilebilirlik ve çevre düzenlemeleri gibi pek çok konuda geri bildirim sağlayarak yerel yönetimlerin ve işletmelerin iyileştirme stratejileri geliştirmesine olanak tanır (Zhao ve diğerleri, 2019). Özellikle olumlu geri bildirimler, bu mekanların tanıtımını güçlendirirken, olumsuz yorumlar ise turist beklentilerine uygun yeniliklerin gerçekleştirilmesi için bir fırsat yaratır (Filieri ve diğerleri, 2015). Araştırmalar, çevrimiçi geri bildirimlerin, tarihi ve turistik mekanların dijital algısını şekillendirdiğini ve bu mekanların ziyaretçi sayısını doğrudan etkilediğini göstermektedir (Jeacle ve Carter, 2011). Bu doğrultuda, geri bildirim mekanizmaları, tarihi ve turistik yerlerin sürdürülebilir şekilde korunmasına ve ziyaretçi memnuniyetinin artırılmasına doğrudan katkıda bulunur.

Turistik ve tarihi mekanlara yönelik ziyaretçi geri bildirimlerini derinlemesine analiz edilerek bu mekanların hizmet kalitesini, yönetim stratejilerini ve ziyaretçi memnuniyetini artırabilecek içgörüler sunmak amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, Google Yorumlar üzerindeki metinlerin incelenerek belirli kategorilere ayrılması, yorumlara duygu analizi uygulanarak olumlu, nötr ve olumsuz olarak sınıflandırılması ve yorumların yıllara göre değişimi analiz edilecektir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular, ziyaretçi deneyimlerini geliştirmek için stratejik kararlar almayı hedefleyen işletmelere rehberlik ederken, sürdürülebilir turizm politikaları geliştirmek isteyen kamu ve özel sektör temsilcileri için de değerli bir kaynak olacaktır.

2. Literatür Taraması

Turizm sektöründe geri bildirim mekanizmalarının analizi, sektörel yeniliklerin ve sürdürülebilirlik yaklaşımlarının şekillenmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Çevrimiçi platformlarda turistlerin paylaştığı geri bildirimler, müşteri deneyimlerinin ve beklentilerinin analiz edilmesi için zengin bir veri kaynağı sağlamaktadır (Filieri ve diğerleri, 2015). Bu bağlamda, duygu analizi, geri bildirimlerin sınıflandırılması ve yıllara göre değişimin incelenmesi, turistik destinasyonlar ve işletmeler için stratejik bilgi sağlamada önemli yöntemler olarak öne çıkmaktadır.

Duygu analizi, çevrimiçi yorumlar gibi büyük hacimli verilerin yapısal bir biçimde analiz edilmesini sağlayan etkili bir tekniktir. Liu ve diğerleri (2018), duygu analizinin, olumlu, nötr ve olumsuz duygu kategorilerine ayrılarak müşteri memnuniyetini ölçmekte başarılı bir yöntem olduğunu belirtmiştir. Özellikle turizm gibi deneyim temelli sektörlerde, duygu analizi müşteri memnuniyeti ile ilgili daha derin içgörüler sunmakta ve hizmet sunumunda eksik kalan noktaları belirlemektedir. Bu teknik, yalnızca bireysel yorumların analiz edilmesini değil, aynı zamanda toplu eğilimlerin anlaşılmasını da mümkün kılar (Zhao ve diğerleri, 2019). Örneğin, bir destinasyon hakkında olumsuz yorumlarda sıklıkla geçen anahtar kelimeler, işletmelerin sorunlu hizmet alanlarını veya eksikliklerini tespit etmesine olanak tanır.

Geri bildirimlerin belirli kategoriler altında toplanması, yorumların daha anlamlı bir şekilde analiz edilmesine olanak tanır. Jeacle ve Carter (2011), geri bildirimlerin kategorilere ayrılarak incelenmesinin, destinasyonların güçlü ve zayıf yönlerini açıkça ortaya koyduğunu vurgulamaktadır. Bu süreçte yorumların içeriği, konaklama, yemek, ulaşım, rehberlik hizmetleri, fiziksel altyapı gibi farklı hizmet kategorilerine ayrılarak değerlendirilir. Bu tür bir sınıflandırma, destinasyon yönetimi ve işletmelerin, turistlerin hangi hizmetlerden memnun olduğunu veya hangi alanlarda sorun yaşadığını daha spesifik olarak belirlemesine yardımcı olur. Örneğin, TripAdvisor ve Google Yorumlar gibi platformlarda yapılan geri bildirimler, sıklıkla belirli kategorilere ayrılarak analiz edilmekte ve bu kategorilerdeki geri bildirimler üzerinden kalite artırıcı stratejiler geliştirilmektedir (Filieri ve diğerleri, 2015).

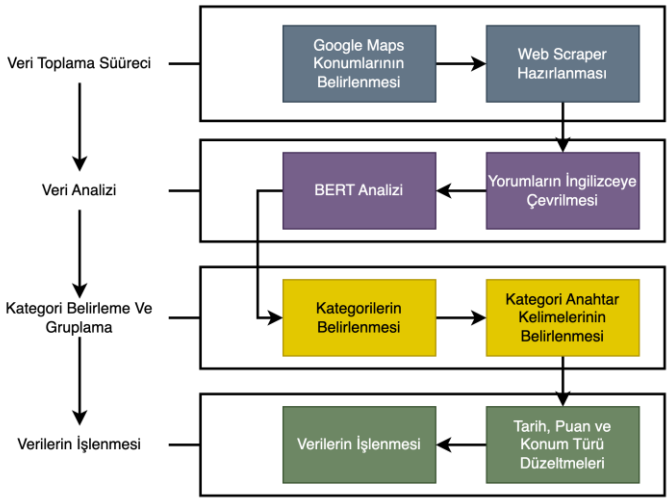
Yıllara göre değişim analizi, turistlerin beklentilerinin ve memnuniyet düzeylerinin zaman içinde nasıl değiştiğini anlamak için önemli bir yöntemdir. Gretzel ve diğerleri (2006), destinasyon yönetim organizasyonlarının (DMO'lar), bu tür analizler sayesinde yalnızca mevcut turist beklentilerini anlamakla kalmadığını, aynı zamanda gelecekteki eğilimleri tahmin edebildiğini belirtmektedir. Yıllık veriler üzerinden yapılan analizler, turistik destinasyonların fiziksel koşullarındaki değişimleri, hizmet kalitesindeki dalgalanmaları veya yönetim stratejilerindeki etkileri doğrudan gözlemleme imkânı sunar. Örneğin, bir destinasyonun turist sayısında belirgin bir artış yaşadığı yıllarda olumlu yorumların artması, bu dönemde yapılan iyileştirme çalışmalarının etkili olduğunu gösterebilir. Aynı şekilde, olumsuz yorumların belirli bir yıl içinde yoğunlaşması, o dönemde yaşanan altyapı sorunlarına veya diğer aksaklıklara işaret edebilir (Zhao ve diğerleri, 2019).

Duygu analizi, geri bildirimlerin kategorilere ayrılması ve yıllara göre değişimin incelenmesi, yalnızca işletmelerin ve destinasyonların mevcut durumlarını değerlendirmekle sınırlı kalmaz; aynı zamanda gelecekteki stratejilerin planlanmasında da etkili bir araçtır. Örneğin, Liu ve diğerleri (2018), bu yöntemlerin müşteri memnuniyeti ölçümünün ötesine geçerek, turizm sektöründe yenilikçi hizmetlerin ve politikaların geliştirilmesinde rehberlik edebileceğini belirtmiştir. Bu bağlamda, Google Yorumlar ve TripAdvisor gibi platformlardaki verilerin detaylı analizi, turistik ve tarihi mekanların hizmet kalitesini artırmak ve sürdürülebilir turizm politikaları geliştirmek için değerli bir kaynak olarak görülmektedir.

Sonuç olarak, literatürde geri bildirimlerin analizi, turistik destinasyonların ve hizmetlerin iyileştirilmesi için önemli bir araştırma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada, geri bildirimlerin duygu analizi ile olumlu, nötr ve olumsuz olarak sınıflandırılması, belirli kategoriler altında toplanması ve yıllara göre değişiminin incelenmesi, literatürdeki mevcut bulguları genişletmeyi ve sektörel uygulamalara katkı sunmayı amaçlamaktadır.

3. Yöntem

Çalışma yöntemi dört temel adımda ilerlemektedir. Bu adımdalar Şekil 1 de gösterildiği üzere veri toplama süreci, veri analizi, kategori belirleme ve gruplama son olarak verilerin işlenmesi adımıdır.



Şekil 1: Çalışmanın yöntem aşamaları

3.1. Veri Toplama Süreci

Bu çalışma, İnegöl'de Google Maps üzerinde işaretlenmiş 29 turistik ve tarihi mekanın ziyaretçi yorumlarını analiz etmek için gerçekleştirilmiştir. Veriler, Python programlama dili kullanılarak geliştirilen bir web kazıma scripti ile toplanmıştır. Yorumların elde edilmesi sırasında Selenium kütüphanesi kullanılmış, dinamik web sayfalarındaki verilerin etkin bir şekilde toplanması sağlanmıştır. Elde edilen veriler aşağıdaki unsurları içermektedir:

•Konum adı ve türü (örneğin, doğa alanı, tarihi yapı)

•Konumun tüm yorumlar için ortalama puanı ve toplam yorum sayısı

•Ziyaretçilerin bıraktığı metin tabanlı yorumlar, bu yorumlara verilen yıldız puanları ve yorum tarihleri

3.2. Veri Analizi

Veriler toplandıktan sonra, metin tabanlı yorumlara duygu analizi yapılmıştır. Türkçe olan yorumlar, analiz öncesinde İngilizceye çevrilmiş ve TextBlob kütüphanesi kullanılarak pozitif, negatif veya nötr olarak sınıflandırılmıştır.

3.3. Kategorilerin Belirlemesi

Turizmde geri bildirimlerin etkili bir şekilde değerlendirilmesi, turist deneyimlerinin anlaşılması ve destinasyon yönetiminin iyileştirilmesi açısından kritik öneme sahiptir. Bu bağlamda, kültürel ve tarihi değerler, altyapı ve erişim kolaylığı, görsel ve estetik çekicilik, rehberlik ve bilgilendirme,

ziyaretçi yoğunluğu ve rahatlık, ve güvenlik ile hijyen kategorileri belirlenmiştir. Bu kategoriler, turistlerin destinasyonlarla etkileşim kurduğu temel yönleri kapsamaktadır.

Kültürel ve tarihi değerler, destinasyonun kimliğini ve çekiciliğini belirler ve turistler için anlamlı deneyimler sunar. Bu değerlere ilişkin geri bildirimler, kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilir turizm hedefleri için kritik bilgiler sağlar (Uğur & Güven, 2024; Park & Jeong, 2019).

Altyapı ve erişim kolaylığı, turistlerin destinasyonlara rahat ulaşımını ve burada geçirdikleri süre boyunca konforlu bir deneyim yaşamalarını sağlar. Bu unsurlar, destinasyonların erişilebilirlik ve kullanılabilirlik açısından nasıl performans gösterdiğini anlamak için geri bildirimlerin değerlendirilmesinde anahtar role sahiptir (Luo, 2018).

Görsel ve estetik çekicilik, destinasyonun fiziksel çevresinin turistler üzerindeki etkisini ölçer. Estetik algıya ilişkin geri bildirimler, çevre düzenlemesi ve temizlik gibi alanlarda iyileştirme yapılmasına olanak tanır (Chen & Ng, 2021).

Rehberlik ve bilgilendirme, turistlerin bilgi ihtiyaçlarını karşılar ve destinasyonla anlamlı bir bağ kurmalarına yardımcı olur. Geri bildirimler, bu hizmetlerin etkinliğini değerlendirerek iyileştirme fırsatları sunar (Smit et al., 2022).

Ziyaretçi yoğunluğu ve rahatlık, destinasyonların kapasite yönetimi ve konforlu bir deneyim sağlama becerisini ölçer. Bu alandaki geri bildirimler, turist memnuniyeti ve taşıma kapasitesinin dengelenmesine yardımcı olur (Park et al., 2023).

Güvenlik ve hijyen, özellikle pandemi sonrası dönemde turistlerin kararlarını etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Bu kategorideki geri bildirimler, sağlık ve güvenlik standartlarının iyileştirilmesine yönelik kritik bilgiler sunar (Li et al., 2023).

3.4. Yorumların Kategoriler Altında Gruplandırılması

Belirlenen her bir kategori için, yorumların içerdiği anahtar kelimelere göre bir atama yapılmıştır. Tablo 1'de kategori anahtar kelime eşleştirmeleri verilmiştir. Bu işlemler, Python dilinde yazılmış bir metin analiz algoritması ile gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1: Kategori Anahtar Kelimeleri

Kategori	Anahtar Kelime
Kültürel ve Tarihi Değerler	Miras, kültürel, özgün, tarih, kültür, arkeolojik, etnik, sanat, eser, cami, ibadet
Altyapı ve Erişim Kolaylığı	Ulaşım, otopark, tabela, fiziksel, engel, altyapı, bakım, yol
Görsel ve Estetik Çekicilik	Doğal, güzellik, mimari, estetik, fotoğraf, manzara, ışık, peyzaj, tasarım
Rehberlik ve Bilgilendirme	rehber, bilgi, anlatı, turist, interaktif, eğitici
Ziyaretçi Yoğunluğu ve Rahatlık	kalabalık, trafik, alan, sessiz, gürültü, bekleme, süre, dinlen, ziyaret, saat
Güvenlik ve Hijyen	temiz, güven, hijyen, sağlık, pandemi, hastalık

3.5. Verilerin İşlenmesi

Yorumların gruplara atanması ve duygu analizi sonuçları, kategori bazlı puanlamalarla birleştirilmiş ve veriler tablo formatında düzenlenmiştir. Web kazıma esnasında yapılandırılmamış olarak elde edilen kullanıcıların puanı, yorumun tarihi gibi veriler ön işleme adımlarından geçirilerek yapılandırılmış hale getirilmiştir. Tüm bu işlemler Python kullanılarak yapılmıştır.

4. Bulgular

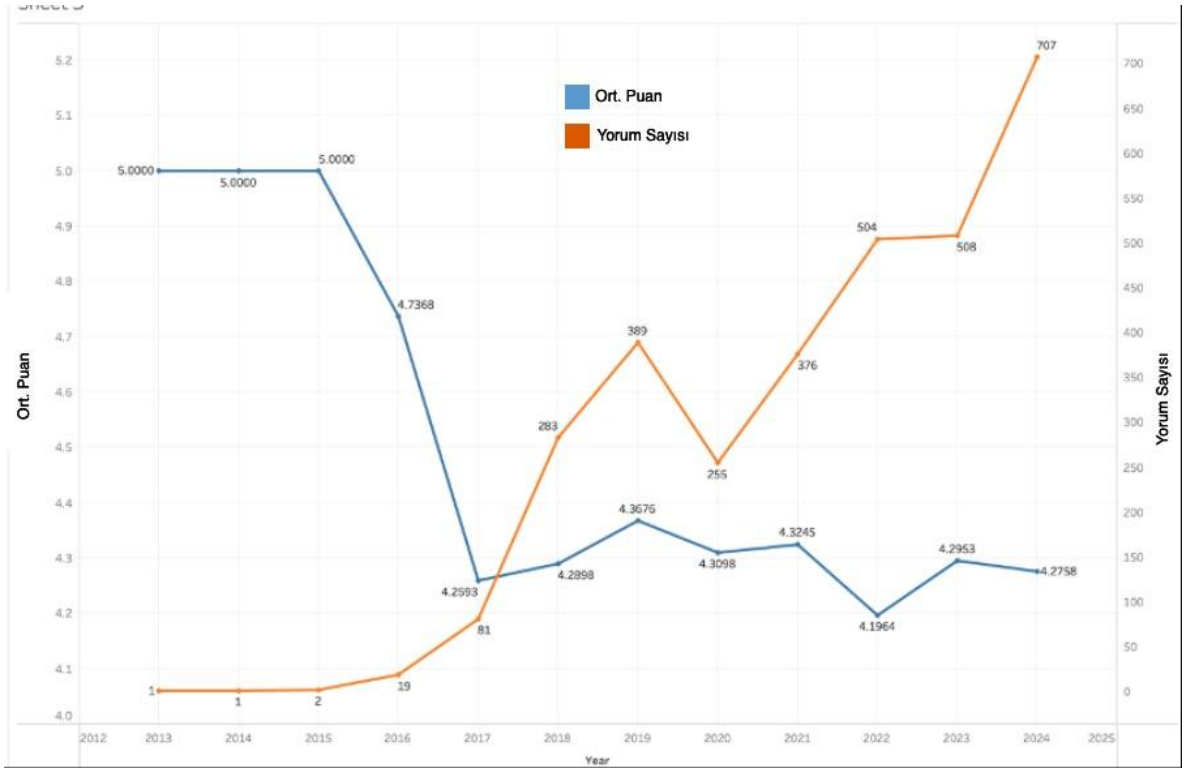
Çalışma kapsamında Google Haritalar servisinin İnegöl için tarihi ve turistik yer olarak listelediği 29 konuma dair veriler toplanmıştır. Çalışma kapsamında ele alınan konumlar ve konumlara dair bilgiler Tablo 2' de sunulmuştur. Google haritalar servisinde metin olmadan sadece puan verilebilmektedir ve bu değerlendirmeler çalışma kapsamına alınmamıştır.

Tablo 2: Çalışma Kapsamındaki Konumlar ve Tanımlayıcı Bilgileri

	Konum	Tür	Puan 5 üzerinden	Yorum Sayısı	Değerlendirme Sayısı
1	Oylat Mağarası	Doğa ve Açık Alan	4,6	686	3131
2	Hikmet Şahin Kültür Parkı	Doğa ve Açık Alan	4,2	274	2219
3	Kuğulu Park	Doğa ve Açık Alan	4,2	221	768
4	Heykel Parkı	Doğa ve Açık Alan	4,2	213	754
5	Yenice Belediyesi Gölet Piknik Alanı	Doğa ve Açık Alan	4	212	922
6	Kent Müzesi	Tarihi ve Kültürel Yer	4,6	198	713
7	İshak Paşa Cami	Dini ve Manevi Mekan	4,8	178	515
8	Ayçiçeği Masal Parkı	Doğa ve Açık Alan	4,1	177	576
9	Kurşunlu Termal Kaplıcaları	Tarihi ve Kültürel Yer	3,9	177	380
10	Oylat Şelalesi	Tarihi ve Kültürel Yer	4,6	175	345
11	Tarihi Kapalı Çarşı	Alışveriş ve Sosyal Mekan	4,3	159	447
12	Botanik Park	Doğa ve Açık Alan	4,1	157	497
13	Hacıkara Şelalesi	Doğa ve Açık Alan	3,9	74	111
14	Çeküd Hatıra Ormanı	Doğa ve Açık Alan	4,1	46	134
15	Hayriye köyü şelalesi	Tarihi ve Kültürel Yer	4,5	44	109
16	Uludağ Üniversitesi Hatıra Ormanı	Doğa ve Açık Alan	4,2	26	87
17	İnegöl Şehir Parkı	Doğa ve Açık Alan	3,9	26	45
18	Turgut Alp Türbesi	Dini ve Manevi Mekan	4,8	25	44
19	Kanal İnegöl	Tarihi ve Kültürel Yer	4,5	17	53
20	İnegol Ortaköy Şelalesi	Tarihi ve Kültürel Yer	4,2	8	41
21	İnegöl Fevziye Göleti	Tarihi ve Kültürel Yer	3,8	8	13

22	Yeşil Alan	Doğa ve Açık Alan	4,1	6	29
23	Baykoca Bey Türbesi	Dini ve Manevi Mekan	4,7	6	9
24	Kıran Şelalesi	Doğa ve Açık Alan	4,5	5	15
25	ishakpaşa türbesi	Dini ve Manevi Mekan	5	4	6
26	Kalbur deresi şelalesi	Tarihi ve Kültürel Yer	3	1	1
27	Ghar Bursa	Tarihi ve Kültürel Yer	4	1	2
28	Samsa Çavuş Türbesi	Dini ve Manevi Mekan	5	1	1
29	Palangatepe Höyük	Tarihi ve Kültürel Yer	2	1	1

Konumların yıllara göre aldığı yorum sayıları ve yıllara göre konumların ortalama puanları Şekil 2 üzerinde gösterilmiştir. On bir yıla ait veri toplanmış olup ilk yorum 2013 yılında yapılmıştır.



Şekil 2: Konumların yıllara göre aldığı yorum sayıları

Toplanan 11 yıllık veri incelendiğinde toplam 3126 yorum yapıldığı görülmekte ve bu yorumların %54'lük kısmı son 3 yılda gerçekleşmiştir. 2024 yılında yorum sayısı %39'oranında artarak 707 olarak geçekleşmiştir. En yüksek ortalama değerlendirme puanına 2019 yılında 4,3676 değeri ile ulaşılmıştır. 2024 yılında en yüksek değerden %2,10'luk azalışla ortalama değerlendirme puanı 4,2758 olmuştur.

Konumların 4 farklı türde incelenebilmektedir. Bu türler ve kategoriler bazında bilgiler Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3: Konumların Türlerine Göre Tanımlayıcı Bilgileri

Konum Türü	Konum Sayısı	Ortalama Puan	Yorum Sayısı
Doğa ve Açık Alan	13	4,26	2123
Tarihi ve Kültürel Yer	10	4,24	630
Dini ve Manevi Mekan	5	4,84	214
Alışveriş ve Sosyal Mekan	1	4,21	159

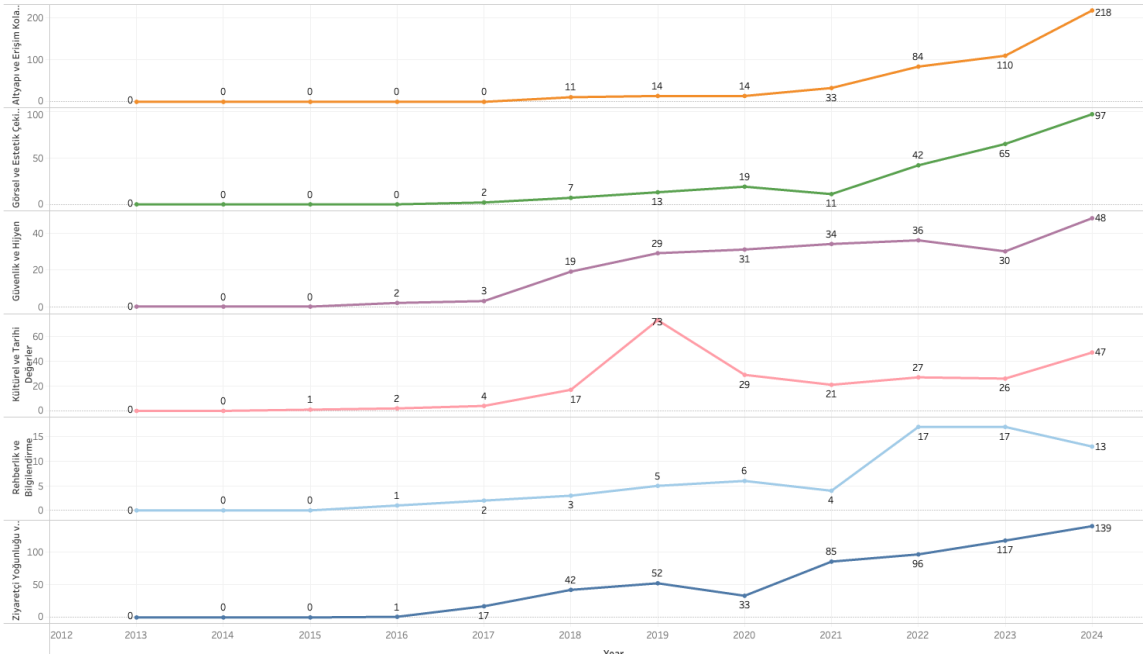
Tablo 3 incelendiğinde hem konumların en büyük bölümünün hem de en çok yorum alan türün "Doğa ve Açık Alan" türünde yer aldığı, en yüksek ortalama puana ise "Dini ve Manevi Mekan" türünde ulaşıldığı görülmektedir.

Çalışma kapsamında yorumlar altı adet kategoriye ayrılmıştır. Bazı yorumlar birden fazla kategoriye dair yorumlar içerirken bazı yorumlar hiçbir kategoride yer almamaktadır. Tablo 4 üzerinde yorumların konum türlerine göre kategorileri sayılarına dair veriler verilmiştir.

Tablo 4: Yorumların Kategorilere Göre Dağılımı

		Konum Türleri				
		Alışveriş ve Sosyal Mekan	Dini ve Manevi Mekan	Doğa ve Açık Alan	Tarihi ve Kültürel Yer	Toplam
Yorum Kategorileri	Altyapı ve Erişim Kolaylığı	6	15	287	176	484
	Görsel ve Estetik Çekicilik	4	5	201	46	256
	Güvenlik ve Hijyen	8	6	185	33	232
	Kültürel ve Tarihi Değerler	20	117	55	55	247
	Rehberlik ve Bilgilendirme	2	2	41	23	68
	Ziyaretçi Yoğunluğu ve Rahatlık	13	33	418	118	582

Tablo 4 incelendiğinde en fazla yorum yapılan kategori "Altyapı ve Erişim Kolaylığı" hakkında olurken, bu yorumların %50'den fazlası "Doğal ve Açık Alan" türündeki konumlara gelmiştir.



Şekil 3: Kategorilerin yıllara göre dağılımı

Her bir kategorinin yıllara göre dağılımı Şekil 3'te verilmiştir. "Rehberlik ve Bilgilendirme" kategorisi haricindeki tüm kategorilerde son üç yılda artış görülmektedir.

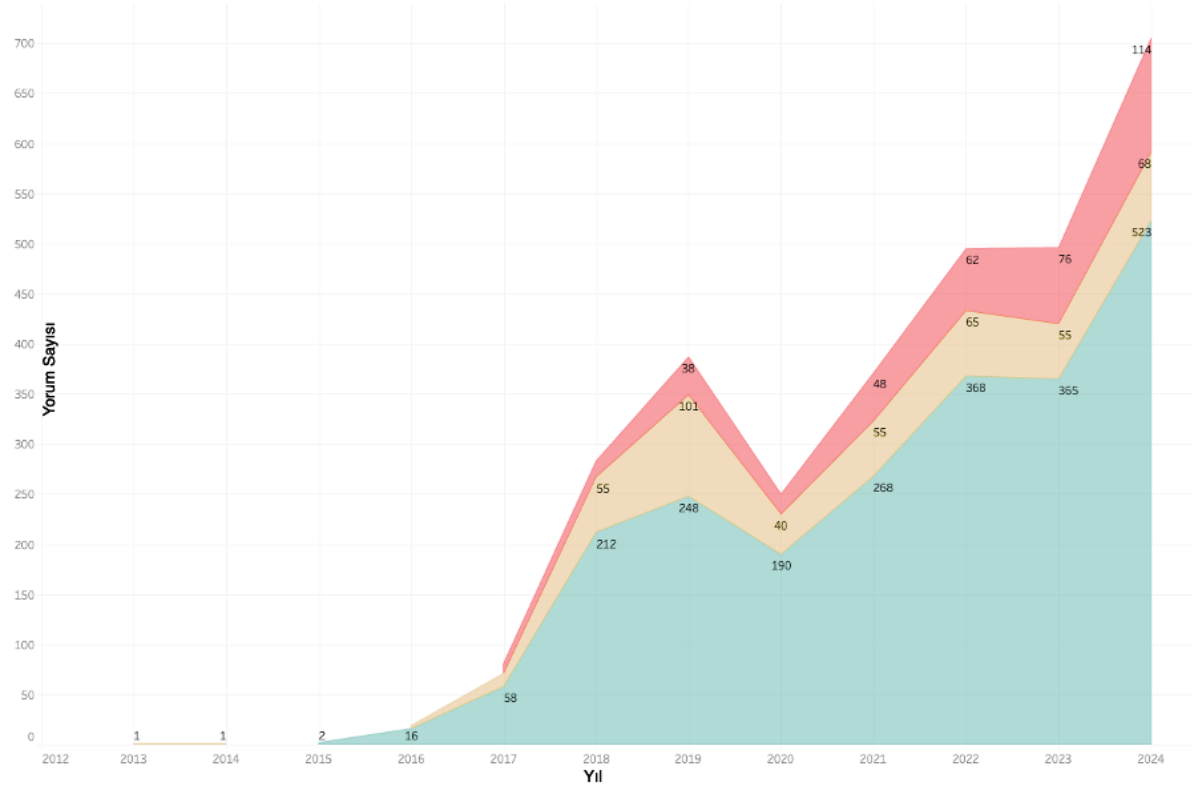
Sadece yorum kategorilere ait yorum sayıları kategoriler hakkında fikir edinmek için yeterli değildir. Bu sebeple Tablo 5'de her bir kategoriye ait yorumların ortalama puanları verilmiştir.

Tablo 5: Kategorilerin Ortalama Puanları

Kategori Adı	Ortalama Puan
Altyapı ve Erişim Kolaylığı	3,97
Görsel ve Estetik Çekicilik	4,42
Güvenlik ve Hijyen	3,91
Kültürel ve Tarihi Değerler	4,67
Rehberlik ve Bilgilendirme	4,12
Ziyaretçi Yoğunluğu ve Rahatlık	4,21

Tablo 5 incelendiğinde "Altyapı ve Erişim Kolaylığı, Güvenlik ve Hijyen" kategorilerinin 4 puan altında kaldığı gözlenmektedir. En yüksek ortalama puan 4,67 değeri ile "Kültürel ve Tarihi Değerler" kategorisine aittir.

Şekil 4 üzerinde yorumların duygu analizi sonucunda yıllara göre dağılımı verilmiştir. Kırmızı alan negatif, sarı alan nötr ve yeşil alan ise pozitif yorumları göstermektedir.



Şekil 4: Yorumların duygu durumlarının yıllara göre dağılımı

Duygu analizi sonuçlarının yıllık bazda verildiği Şekil 4 incelendiğinde, son 4 yıl içinde pozitif yorumlar %175 oranında artış göstermiş, negatif yorumlar %185 oranında, nötr yorum miktarı ise %70 oranında artış göstermiştir.

5. Sonuç ve Öneri

Bu çalışmada, İnegöl'deki turistik ve tarihi mekanlara ait ziyaretçi yorumları incelenerek, ziyaretçi deneyimlerinin detaylı bir analizi yapılmıştır. Çalışma, çevrimiçi platformlardan elde edilen yorumların duygu analizi, kategori bazlı sınıflandırma ve yıllara göre değişimlerinin incelenmesi üzerine odaklanmıştır.

Analiz sonuçları, İnegöl'ün turistik mekanlarının genel olarak olumlu geri bildirimler aldığını göstermiştir. En yüksek puan ortalamasına sahip kategori "Kültürel ve Tarihi Değerler" olurken, en fazla geri bildirim "Altyapı ve Erişim Kolaylığı" konusunda toplanmıştır. Bununla birlikte, "Güvenlik ve Hijyen" kategorisinde nispeten düşük puanlar alınması, bu alandaki eksikliklerin giderilmesine yönelik önemli bir ihtiyaç olduğunu ortaya koymaktadır.

Duygu analizinde, özellikle son üç yılda pozitif yorumların artış göstermesi, ziyaretçi memnuniyetinin ve destinasyon yönetiminin gelişim yönünde ilerlediğini işaret etmektedir. Negatif geri bildirimlerin artışına rağmen, bu yorumlar destinasyon yönetimi ve işletmeler için iyileştirme fırsatları sunmaktadır.

Sonuç olarak, İnegöl'ün turistik mekanlarında yapılan geri bildirimlerin analizi, ziyaretçi memnuniyetini artırmaya ve sürdürülebilir turizm politikalarını şekillendirmeye yönelik önemli içgörüler sağlamaktadır. Elde edilen bulgular, turizm sektöründeki işletmeler ve yerel yönetimler için stratejik karar alma süreçlerine rehberlik edebilir. Özellikle altyapı ve hijyen konularında yapılacak yatırımların, turist memnuniyetini ve destinasyonun çekiciliğini artıracağı değerlendirilmektedir.

Bu çalışma sonucunda elde edilen bulgular ışığında, İnegöl'deki turistik mekanlarda hizmet kalitesinin artırılması gerektiği vurgulanabilir. Özellikle altyapı, güvenlik ve hijyen gibi alanlardaki eksikliklerin giderilmesi, ziyaretçi memnuniyetini artıracak ve destinasyonun çekiciliğini yükseltecektir. Bunun yanı sıra, çevrimiçi platformlarda paylaşılan geri bildirimlerin düzenli olarak analiz edilmesi, ziyaretçi deneyimlerini daha iyi anlamaya ve yönetim stratejilerini bu doğrultuda geliştirmeye olanak tanıyacaktır. Dijital geri bildirim yönetimi, turist memnuniyetini artırma ve olası sorunları önceden tespit etme açısından önemli bir araçtır. Ayrıca, İnegöl'ün kültürel ve tarihi değerlerine yönelik koruma çalışmalarının artırılması, sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda, yerel yönetimlerin ve turizm sektörü temsilcilerinin iş birliği içinde çalışarak, bölgenin kültürel mirasını koruyup, destinasyon imajını güçlendirecek projelere öncelik vermesi önerilmektedir. Bu adımlar, İnegöl'ün turizm potansiyelini daha etkin bir şekilde değerlendirmesine olanak tanıyacak ve uzun vadede sürdürülebilir bir turizm yaklaşımının benimsenmesini destekleyecektir.

Kaynakça

Filieri, R., Alguezaui, S., & McLeay, F. (2015). Why do travelers trust TripAdvisor? Antecedents of trust towards consumer-generated media and its influence on recommendation adoption and word of mouth. *Tourism Management, 51*, 174-185. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.007

Gretzel, U., Fesenmaier, D. R., Formica, S., & O'Leary, J. T. (2006). Searching for the future: Challenges faced by destination marketing organizations. *Journal of Travel Research, 45*(2), 116-126. https://doi.org/10.1177/0047287506291598

Hattie, J., & Timperley, H. (2007). The power of feedback. *Review of Educational Research, 77*(1), 81-112. https://doi.org/10.3102/003465430298487

Jeacle, I., & Carter, C. (2011). In TripAdvisor we trust: Rankings, calculative regimes and abstract systems. *Accounting, Organizations and Society, 36*(4-5), 293-309. https://doi.org/10.1016/j.aos.2011.04.002

Sadler, D. R. (1989). Formative assessment and the design of instructional systems. *Instructional Science*, *18*(2), 119-144. https://doi.org/10.1007/BF00117714

Zhao, X., Wang, L., Guo, X., & Law, R. (2019). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 31*(12), 4563-4579. https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2018-0487

Filieri, R., Alguezaui, S., & McLeay, F. (2015). Why do travelers trust TripAdvisor? Antecedents of trust towards consumer-generated media and its influence on recommendation adoption and word of mouth. Tourism Management, 51, 174-185. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.007

Gretzel, U., Fesenmaier, D. R., Formica, S., & O'Leary, J. T. (2006). Searching for the future: Challenges faced by destination marketing organizations. Journal of Travel Research, 45(2), 116-126. https://doi.org/10.1177/0047287506291598

Jeacle, I., & Carter, C. (2011). In TripAdvisor we trust: Rankings, calculative regimes and abstract systems. Accounting, Organizations and Society, 36(4-5), 293-309. https://doi.org/10.1016/j.aos.2011.04.002

Liu, X., Schuckert, M., Law, R., & Ye, Q. (2018). Interpreting the meanings of customer satisfaction: A text mining approach. International Journal of Hospitality Management, 74, 1-10. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.006

Zhao, X., Wang, L., Guo, X., & Law, R. (2019). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 31(12), 4563-4579. https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2018-0487

Chen, L., & Ng, T. (2021). The role of aesthetics in tourism experience. Annals of Tourism Research, 91, 103001. https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103001

Li, X., Wu, Y., & Zhang, Z. (2023). Hygiene and safety in post-pandemic tourism. Tourism Management Perspectives, 45, 100987. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.100987

Luo, W. (2018). Evaluating tourist destination performance: Expanding the sustainability concept. Sustainability, 10(2), 516. https://doi.org/10.3390/su10020516

Park, J., & Jeong, E. (2019). Service quality in tourism: A systematic literature review. Sustainability, 11(13), 3665. https://doi.org/10.3390/su11133665

Smit, R., Van der Veen, H., & Muller, K. (2022). Tourist guide efficiency and visitor experiences. Journal of Tourism Studies, 18(2), 99–115. https://doi.org/10.1007/springer-guide-00001

Uğur, S. B., & Güven, Y. (2024). Cultural heritage tourism and sustainability. Sustainability, 16(15), 6424. https://doi.org/10.3390/su16156424