

Kış Turizmi Bağlamında Çevrimiçi Tüketici Yorumlarının İncelenmesi: Uludağ Kayak Merkezi Örneği

Examining Online Consumer Comments in the Context of Winter Tourism: Uludağ Ski Resort Example

ÖZET

Gün geçtikçe internet ortamında bazı platformlarda çevrimiçi yorum yapan kişi sayısı artmaktadır. Çevrimiçi ortamlarda yapılan bu yorumlar, birçok bireyi sosyal bir ağ vasıtasıyla ortak paylaşım yapan platformlarda buluşturmaktadır. Çevrimiçi yapılan yorumlar sayesinde günümüzde insanlar bir turizm ürününü satın almaya karar verirken zorluk yaşamamaktadırlar. Çünkü turizm olgusu sonucunda bireylerin yanına kar kalan yegâne şey deneyimdir. Bu bağlamda yola çıkarak bireyler gidecekleri destinasyonları önceden deneyimleyen kişilerin çevrimiçi yaptıkları yorumları dikkate almaktadırlar ve kararlarını bu yönde vermektedirler. Bir başka deyişle çevrimiçi tüketici yorumları, turizm ürününü almak isteyen kişilerin inceleme yapması neticesinde satın alma ve karar verme davranışlarını etkilemektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı; tüketicilerin Uludağ Kayak Merkezi hakkında TripAdvisor platformuna yaptıkları yorumların değerlendirilmesidir. Bu amaçla Uludağ Kayak Merkezi ziyaretçilerinin yaşadıkları deneyimlerden çıkarım yapıp daha iyiye ulaşma sağlanabilir. Bu bağlamda çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenip doküman incelemesi veri toplama tekniğinden yararlanılmıştır. Bu çalışmada, Tripadvisor.com web sitesi vasıtasıyla Uludağ Kayak Merkezi ile ilgili yazılan 251 Türkçe çevrimiçi yorum bilgisayar ortamına aktarılmıştır ve incelemelerde bulunulmuştur. Ayrıca incelenen yorumlar MAXQDA 2024 nitel veri analizi programı aracılığıyla içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu çalışmada Nitel araştırma yöntemi benimsenip doküman incelemesi veri toplama tekniğinden yararlanılmıştır. Analizler sonucunda kod ve kod sistemi, kelime bulutu, temel ve alt temalar ve tek vaka modeli oluşturulmuştur. Toplamda 7 temel tema 23 alt tema kodlanmıştır. Uludağ Kayak Merkezi hakkında yapılan yorumlar nezdinde çeşitli kriterler oluşturulmuş ve öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kış Turizmi, Uludağ Kayak Merkezi, Tüketici Yorumları, TripAdvisor, Bursa.

ABSTRACT

On the internet, the number of people commenting online on some platforms is increasing day by day. These comments made in online environments bring many individuals together on platforms that share jointly through a social network. Thanks to the comments made online, people do not have difficulty in deciding to buy a tourism product. Because as a result of the tourism phenomenon, it is the only thing that remains snow with individuals. In this context, individuals take into account the comments of people who experience their destinations in advance and make their decisions in this direction. In other words, online consumer reviews affect the purchasing and decision-making behaviors as a result of those who want to buy tourism products. In this context, the purpose of the study; It is the evaluation of comments made by consumers to the Tripadvisor platform about Uludağ Ski Center. For this purpose, Uludağ Ski Center visitors can be concluded from the experiences experienced by visitors. In this context, in the study, qualitative research method was adopted and document examination data collection technique was used. In this study, 251 Turkish online comments written about Uludağ Ski Center through Tripadvisor.com website were transferred to the computer environment and investigations were made. In addition, the reviews examined were subjected to content analysis through Maxqda 2024 Qualitative Data Analysis Program. A total of 7 basic themes are coded 23 sub-themes. Various criteria have been created before the comments made about Uludağ Ski Center and suggestions were made.

Keywords: Winter Tourism, Uludağ Ski Center, Consumer Reviews, TripAdvisor, Bursa.

GİRİŞ

Tarih öncesi çağlardan günümüze değil teknoloji evrim geçirmiştir. Teknolojik unsurların hızlı bir şekilde gelişmesi iletişim araçlarını da etkilemiştir. Böylelikle insanoğlu bilgiye ulaşım konusunda sıkıntı yaşamamaktadır. İnternet teknolojisi dünya genelinde hızla yayılmıştır. Bu durumda da insanlar artık online platformlardan bilgi transferi ya da iletişim olanakları içine girmişlerdir (Çuhadar, 2021). Potansiyel tüketiciler artık çok fazla araştırma yapması gereken bilgiye (fiyatlar, ürün hakkında açıklamalar, ürün hakkında değerlendirme, yorumlar, vb.) kısa sürede online platformlardan süre sınırı olmadan anında erişebilmektedir. Online olarak ürün hakkında bilgiye kolay erişilebilen böyle bir evrende, tüketiciler tüketim alışkanlığında çok rahat davranışlar sergileyebilmektedirler (Ciftci vd. 2020). Çünkü bu online platformlardan paylaşılan tüketici yorumları ya da değerlendirmeleri, potansiyel tüketicilerin tüketim tercihinde bulunma ya da alternatifleri değerlendirme konusunda karar vermesini kolaylaştıracaktır (Yetkin ve Üngüren, 2014). Bu platformlar turizm sektöründe sıklıkla kullanılmaktadır. Bu platformda tüketiciler ziyaret ettikleri destinasyon özelinde deneyimlerini en içten bir biçimde paylaşabilmektedir. Aynı zamanda başka kişilerin

Yusuf Çuhadar¹ 

How to Cite This Article

Çuhadar, Y. (2025). "Kış Turizmi Bağlamında Çevrimiçi Tüketici Yorumlarının İncelenmesi: Uludağ Kayak Merkezi Örneği", International Academic Social Resources Journal, (e-ISSN: 2636-7637), Vol:10, Issue:1; pp:1-13. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14943250>

Arrival: 25 November 2024
Published: 28 February 2025

Academic Social Resources Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebalı Üniversitesi, Osmaneli Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta İkram Hizmetleri Bölümü Aşçılık Programı, Bilecik, Türkiye,

deneyimlerinden de yararlanabilmektedir. (İmre, 2020). Tüketiciler tarafından yapılan olumlu ve olumsuz yorumlar ya da destinasyon hakkında bilgi, uyarı ve tavsiyeler özellikle soyut olan turizm sektöründe müşteri satın alma davranışı açısından çok önemlidir (Narangajavana ve Hu, 2008). Satın alma davranışlarını etkileyebilmektedir.

Günümüzde “Tripadvisor, Lonely Planet, Booking, bloglar, Flickr vb.” gibi online platformlar bulunmaktadır. Bu platformlar aktif bir biçimde internet kullanıcılarının bilgi paylaşımına, içerik oluşturmaya, bilgi tüketmek ve üretmek bağlamında büyük bir ortam yaratmaktadır (Almeida, 2012). Daha öncesinde herhangi bir destinasyona giden bireyler, yaşadıkları deneyimlerini bu platformlara aktarmasıyla diğer turizme katılacak bireylere yol göstermektedir (Çuhadar, 2024a). Bu denli önemli olan bu platformların en büyüğü ve en önemlisi 2024 yılı verilerine göre Tripadvisor online platformudur. Tripadvisor bünyesinde 8,6 milyon işletmeyi barındırır ve 859 milyondan fazla çevrimiçi yorumu kullanıcılarına sunmaktadır. Tripadvisor 49 pazarda ve 28 dilde hizmet veren bir seyahat rehberliği şirkettir (Tripadvisor, 2024).

Bu çalışmada da Uludağ Kayak Merkezini ziyaret eden turistlerin TripAdvisor online platformunda yapmış oldukları çevrimiçi yorumlar incelemeye alınmıştır. Yapılan bu yorumlar nezdinde konuyla ilintili tema-alt temaların belirlenmesinin ve destinasyon özelinde varsa sürdürülebilir çözüm önerilerinde bulunulmasının önemli olduğu varsayılmaktadır. Araştırmanın bölümleri şöyle oluşturulmuştur. Birinci olarak konuya ilişkin giriş yapılmıştır. İkinci olarak, Uludağ Kayak Merkezini kavramsal olarak ele alınmış ve kış turizmi ile alakalı kavramsal açıklamalarda bulunulmuştur. Üçüncü olarak, çalışmanın yöntemi, çalışmada faydalanılan veriler ve yapılan analizler bağlamında bilgiler aktarılmıştır. Dördüncü olarak, yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular aktarılmış, son kısımda ise sonuç ve önerilere değinilmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kış Turizmi

Turizm hareketleri 19. yüzyılın ortalarından itibaren modern anlamda başlamış ve 20. yüzyılın ortalarından itibaren dünya genelinde büyük ivme yakalamıştır (Kervankıran ve Bağmancı, 2020). Turizm sektöründe yaşanan ilerlemeler 1980 senesine kadar kitle turizmi faaliyetleri bağlamında olmuştur ve 3S (deniz-kum-güneş) turizmi bu kapsamda öne çıkmıştır (Baytok ve diğ., 2017). Bireylerin tatil anlayışlarında yaşanan değişimler ve çevreye olan duyarlılığın artması gibi nedenler, 1990 senelerden sonra alternatif turizm türleri ortaya çıkmıştır (Kiper, 2006). Sürdürülebilirlik anlayışı bağlamında gelişen ve doğaya duyarlı anlayışla beslenen alternatif turizm türlerinden bir tanesi görülen kış turizmi (Karaman ve Gül, 2016), elverişli hava olayları ve kar koşullarına bağlı olup (Doğaner, 2001), kayak sporu ve snowboard gibi spor aktivitelerini içeren bir turizm çeşididir (Tervo, 2008).

Kış turizmi İsviçre’de, 1860’lı yıllarda, Johannes Badrutt adlı bir otel yöneticisi tarafından St. Moritz kasabasında kar manzarası izlemeleri maksadıyla misafirlerini davet etme girişiminin neticesinde ortaya çıktığı bilinmektedir. Böyle bir davet sonrasında bu eğilimin gerçek manada performans gösterdiği yıllar 1970’li senelerdir. Konaklama tesisleri ve kayak merkezleri için yatırımlar bu tarihlerden itibaren ve hız kazanmıştır (TÜRSAB, 2014). İsviçre Alplerin ’de başlayan bu trend ile Fransız ve Avusturya Alpleri gibi konaklama tesisleri, dağ bölgeleri, kayak merkezleri ve diğer turistik alt yapıya ile donatılmıştır. Günümüzde var olan popüler kış turizmi destinasyonlarının temelleri zamanla atılmıştır. İlerleyen teknoloji bu destinasyonlara ulaşılabilirliği daha da kolay hale getirmiştir (Hudson 2004; Shackley 2006)

Kış turizmi, “kar yağışına bağlı olarak dağların kar alabilen ve karlı gün sayısı fazla olan yükselti kuşağında kar kayağı, snowboard gibi çeşitli sporlarının önem kazandığı bir turizm türüdür” diye tanımlanmıştır (Doğaner, 2001). İlban ve Kaşlı’ ya (2008) göre Kış turizmi, “kayak sporunu icra edebilmek için yeterli miktarda kar yağışı alan, belirli bir yükselti ve uygun eğime sahip olan dağların olduğu destinasyonlara yönelik seyahatlerle birlikte, konaklama, yeme-içme, dinlenme ve eğlenme gibi faaliyetlerden de yararlanmayı içeren yılın belirli dönemlerinde icra edilen aktivite ve ilişkiler bütünü” olarak tanımlanmaktadır. Tür’e (2018) göre kış turizmi, “kayak yapmaya elverişli, kar ve eğim şartlarının uygun olduğu bölgelere yapılan seyahatler, konaklama, yeme içme, dinlenme, eğlenme gibi aktivitelerden oluşan ve yılın belli bir döneminde gerçekleştirilen faaliyetlerin tümü” olarak tanımlanmıştır. Bu tanımlar ışığında tanım yapmak gerekirse kış turizmi, kar sporları ve karla ilintili aktivitelerin yapılabileceği yeterli miktarda kar yağışı alan ve karın yerde kalma süresinin uzun olduğu eğilimli arazilerde gerçekleştirilen ve yeterli turizm bileşenlerini (konaklama, yiyecek-içecek, eğlenme vb. gibi) de kapsayan bir turizm çeşidi olarak tanımlamak mümkündür.

Kış turizmiyle aslında birçok fayda sağlanmaktadır. Bunlar

- ✓ İstihdam yaratan etkisi ile ekonomiye can verir.
- ✓ Turizm olgusunun tüm yıla yayılmasında en önemli katkıyı sağlamaktadır. Böylelikle turizmin mevsimsellik sorunu da bir nebze azaltılacaktır.
- ✓ Bölgesel kalkınmayı destekler ve bölgesel geri kalmışlığı bertaraf etmede önemli rol üstlenir.

- ✓ Destinasyon bölgesine kaynak aktarımı yapmak isteyen yatırımcıyı o bölgeye çeker.
- ✓ Yaz mevsiminde çalışan ve kış aylarında işsiz kalan vasıflı turizm çalışanına bir dönem daha iş sağlar (TURSAB, 2014). Ayrıca;
- ✓ Kış turizmi genellikle kırsal alanlarda geliştiği için istihdam eksikliğini o yöre halkından karşıladığı için kırsalda yaşayan kesim için gelir yaratır (Çuhadar, 2024b).
- ✓ Kış turizmi kırsalda gelir kaynaklarının çeşitlendirilmesini, yeni girişimcilikler olmasını, kadınların değerinin artmasını, göçün kısmen ya da tamamen engellenmesini sağlar.
- ✓ Kış turizmi kırsal turizmi canlandırdığı için kırsal yoksulluğu gidermede temel araçtır.

Dünya nezdinde bulunan kış turizmi bölgeleri Amerika Kıtası, Alpler, Batı Avrupa, Asya Pasifik, Doğu Avrupa ve Orta Doğu, Afrika ve Orta Asya'dır. Bu bölgelerden en büyük destinasyon, %40 kayak ziyaretçisi oranını oluşturan Alpler'dir. Arkasından %23 pazar payı ile Amerika kıtası, %16 ile Asya-Pasifik bölgesi ve %10 ile Batı Avrupa, Orta Asya ve Doğu Avrupa dördüncü sırayı paylaşmaktadır. Bunlara ek olarak %1'lik oranla çeşitli bölgelerde kayak ziyaretçilerine ev sahipliği yapmaktadır (Vanat 2022: 17-18).

Dünya'da en bilinen kış turizmi merkezi Alp dağlarıdır (Klasz ve diğ., 2017). Ancak, son zamanlarda teknolojinin gelişmesi ile birlikte buzdan inşa edilen oteller, barlar ve hatta köyler de dikkat çekmektedir. Buz mimarisinin yaygın olduğu ülkeler Norveç, İsveç, Finlandiya, Danimarka, İzlanda, Grönland, İskoçya, Svalbard ve Kanada gibi Kuzey Kutup Dairesine yakın olan ülkelerdir (Genç, 2019). Ülkemizde ise kış turizmi faaliyetlerinin sürdüğü Uludağ, Kartalkaya, Palandöken, Erciyes, Sarıkamış gibi kayak merkezlerinin yanında (Şenol, 2008). (TURSAB, 2014): Erzurum-Palandöken, Bursa-Uludağ, Bolu-Kartalkaya, Kayseri-Erciyes, Kastamonu/Çankırı-Ilgaz, Kars-Sarıkamış, Kocaeli-Kartepe, Isparta-Davraz ve Sivas-Yıldız Dağı yer almaktadır. Yarı faal destinasyonlar arasında ise Çankırı-Yıldıztepe, Ardahan- Yalnızçam Uğurludağ, BayburtKop Dağı, Gümüşhane-Zigana, Erzincan-Ergan Dağı, Denizli-Bozdağ, Samsun Ladik-Akdağ bulunmaktadır.

Literatür incelendiğinde memnuniyet/motivasyon, iklim değişikliği, bölgesel, dijital platform, sürdürülebilirlik, analiz ve değerlendirmeler konuları üzerine çalışmaların yapıldığı görülmektedir (Bozdemir ve Şengül, 2021). Tüketicilerin Uludağ Kayak Merkezi hakkında TripAdvisor platformuna yaptıkları yorumların değerlendiren herhangi bir yayın olmaması nedeniyle önem arz ettiği düşünülmektedir.

Uludağ Kayak Merkezi

Uludağ tarihi çok eski zamanlara kadar dayanmaktadır. Milattan önce 490-420 yıllarında yaşadığı bilinen antik çağın ilk tarihçilerinden biri olan Herodot'un yazdığı kitapta Uludağ "Olympos" olarak geçmektedir. Mitolojik kaynaklar incelendiğinde tanrıların Troya Savaşı'nı bu destinasyondan izledikleri ortaya çıkmaktadır. Tarih boyunca çeşitli uygarlıklarca ismi değişip günümüze kadar gelen Uludağ'a; Mısırlılar "Mismos", Romalılar "Calbyeers", Bizanslılar ise "Misolymp" isimlerini vermişlerdir. Bizanslı keşişler tarafından bir dönem sığınak gibi kullanması sebebiyle Osmanlı imparatorluğu tarafından "Keşiş Dağı" olarak lanse edilmiştir (Bursa Valiliği, 2024). Daha sonrasında 1925 senesinde önderimiz Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün emriyle ve TBMM'in kararı doğrultusunda "Uludağ" olarak adlandırılmış (Doğanay, 2001) günümüze kadar bu isimle gelmiştir.

Turizm açısından incelendiğinde Bursa denilince akla gelen ilk destinasyonlardan biri olan Uludağ, Bursa'nın güneyinde yaklaşık 36 kilometre mesafede ve 2543 metre yüksekliğinde yüce bir dağdır. Türkiye Cumhuriyeti'nin en güzide kış sporları destinasyonlarından bir tanesidir. Uludağ göz alıcı güzellikleri, zengin flora ve faunasıyla 1961 yılında Milli Park ilan edilmiştir (Türkiye Kültür Portalı, 2024). Bu destinasyon kış turizmi merkezi olma unsurunun yanında yaz aylarında da kampçılık, glamping, trekking, piknik etkinlikleri ve günübirlik doğa temelli rekreasyona dayalı aktivitelerle yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Aslında bakıldığında Uludağ, her mevsim turizme açık bir destinasyondur.



Resim 1. Çalışma Alanının Fotoğrafları

Kaynak: Bursa Valiliği, 2024.

Uludağ'ın 2543 metre yüksekliği ile zirve noktası yani Uludağ Tepe'dir. Öteki yükseltiler ise, 2468 metre ile Zirvetepe, 2232 metre ile Kuşaklıkaya, 1750 metre ile Çobankaya, 1743 metre ile Bakacak Tepe'dir. Ayrıca 1621 metre yükseklikte Sarıalan, 1505 metre yükseklikte Kirazlıyayla ve 1235 metre yükseklikte Kadıyayla gibi yaylaları bulunmaktadır. Son olarak da Nilüfer Çayı'nın kolları olan Dombay Çukuru Dere, Derinçay Dere ve Softadere gibi dereleri bulunmaktadır (Türkiye Kültür Portalı, 2024).

Konaklama, bilinirlik ve popülerlik üçgeninde talebin en fazla olduğu kış turizmi destinasyonu Türkiye'de Uludağ'dır. Uludağ İstanbul, Ankara, Kocaeli, Eskişehir, İzmir gibi büyükşehirlere yakın olması sebebiyle pek çok kayak sever tarafından tercih edilmektedir. Kayak merkezine teleferik ya da karayolu ile ulaşım sağlanabilmektedir. Uludağ kayak merkezinde kayak dışında bigfoot, snowboard, downhill, kar motoru ile safari, buz pateni, kış dağ tırmanışı ve kızakla kayma gibi rekreatif aktiviteler de yapılabilmektedir. Bunlara ek olarak turizm yatırımcılarının sunduğu turistik ürünlerde (konaklama, yiyecek-içecek, fitness-spa, havuz, bar vb. gibi) bulunmaktadır.

YÖNTEM

Bursa'da faaliyet gösteren Uludağ Kayak Merkezi hakkında tüketicilerin TripAdvisor platformuna yaptıkları yorumların değerlendirilmesini amaç edinen bu çalışmada Uludağ Kayak Merkezi ziyaretçilerinin yaşadıkları deneyimlerden çıkarım yapıp daha iyiye ulaşma sağlanabilir. Bu bağlamda çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenip doküman incelemesi veri toplama tekniğinden yararlanılmıştır. Turist deneyimleri ile alakalı verilerin toplanmasında, www.tripadvisor.com sitesinden yararlanılmıştır. TripAdvisor sitesinde bulunan yorumlar, akademik çalışmada sıklıkla kullanılmış ve çok sayıda turizm araştırmacısı tarafından güvenilir veri kaynağı olarak kabul edilmiştir (Kladou & Mavragani, 2015; Lupu, Brochado & Stoleriu 2017; Stoleriu, Brochado, Rusu & Lupu, 2019; Çuhadar, 2021; Kafa ve Demircioğlu, 2022; Tür, 2023; Çuhadar, 2024a). TripAdvisor yorum platformu gibi siteler potansiyel müşteriler tarafından da genellikle güvenilir bir kaynak olarak görülmektedir (Pantelidis, 2010; Nguyen & Coudounaris, 2015; Nicoli & Papadopoulou, 2017; Çuhadar, 2021; Ongun, Kervankıran ve Çuhadar, 2021; Tür, 2023; Çuhadar, 2024a).

Bu çalışmada nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Nitel araştırmada yönteminde, elde edilen verilerin sınıflandırıldığı, düzenlendiği, temaların yapıldığı ve yapılan yorumların bilimselleştirilip eser haline getirildiği bir süreçtir (Özdemir, 2010). Nitel araştırmalarda veriler değişikliğe uğramadan yani doğrudan aktarmayla betimsel olarak yansıtılabileceği gibi tema- alt tema ya da temalar arası ilişki kurularak sistematik bir çıkarım yapmak kadesiyle (içerik analizi) de hazırlanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2017). Böylelikle elde edilen veriler analiz edilmiş, betimlenmiş ve yorumlanmış olacaktır. İçerik analizi ile elde edilen verilerin içeriği yorumlanır ve kategorileştirilir böylelikle sistemli bir inceleme yapılmış olur. Başka bir deyişle içerik analizi, farklı türdeki yazıları kodlama yaparak deşifre etmek ve bazı çıkarımlarda bulunmaktır (Bilgin, 2014).

Bu çalışmada, Uludağ Kayak Merkezi ile ilintili TripAdvisor platformunda yapılan katılımcı yorumlarının içerik analizi yardımıyla çözümlenmesi hedef alınmıştır. Bu platformda yer alan Uludağ Kayak Merkezi ile ilintili yazılanlar bu hedef doğrultusunda internet ortamında indirilerek Word dosyasına aktarılmıştır. Sonrasında bilgisayar

vasıtasıyla Word dosyası düzenlenmiş, Maxqda nitel analiz paket programına aktarılmıştır. Bu program sayesinde çeşitli çözümler yapılmıştır. Bu çözümlerde ilk olarak yorumlar üzerinden temalar oluşturulmuş ve bu temalar yorumlar deşifre edilerek kod sistemine aktarılmıştır. Totalde 452 kod temalar aktarılmıştır. Sonrasında ise temaların sıklıklarına ve birbiri ile ilişkisine bakılmıştır. Ayrıca ele alınan yorumlar içinde sık geçen ifadelerden bir kelime bulutu yapılmıştır. Uludağ Kayak Merkezi'ni Mayıs 2024'e kadar ziyaret etmiş ve TripAdvisor platformuna burayla ilgili yorum yapmış 251 ziyaretçi araştırmancının evrenini temsil etmektedir. Araştırma kapsamında kullanılan yorumlar 6 Şubat 2014-9 Nisan 2024 tarihleri arasında olan tüm Türkçe yorumlardır. Dilsel yeterlilik bağlamında sadece Türkçe yorumlar araştırmaya konu olmuştur.

BULGULAR

Tablo 1'de ziyaretçilerin Uludağ Kayak Merkezine yönelik değerlendirmeleri yer almaktadır. Değerlendirmeler beş farklı kategoride (Mükemmel, Çok iyi, Ortalama, Kötü ve Berbat) toplanmıştır. Araştırma kapsamında Uludağ Kayak Merkezini ziyaret eden 251 ziyaretçi yorumu incelenmiştir. Buna göre ilgili destinasyonda hizmet alan ziyaretçilerin %54,98'i aldıkları hizmeti mükemmel olarak derecelendirmişlerdir. Bununla birlikte katılımcıların %27,09'u aldıkları hizmeti çok iyi olarak derecelendirmişlerdir. Aldıkları hizmetten memnun olmayanların (ortalama, kötü ve berbat) oranı ise %17,93 dür. Ziyaretçilerin yorumları incelendiğinde 251 yorumdan, 206'sı yani yaklaşık %82,07'sinin yaşadıkları deneyimden manzaradan, ortamdaki, ulaşımdan, fiyatlardan, gastronomik unsurlar, mekanik tesislerden ve diğer unsurlardan keyif aldıklarını göstermektedir. Bu durum ziyaretçilerin büyük bir kısmının Uludağ Kayak Merkezine yaptıkları seyahatten yüksek derecede memnuniyet duyduğunu ifade etmektedir. Ancak, "Ortalama", "Kötü" ve "Berbat" kategorilerindeki yorumlar, her deneyimin mükemmel olmadığını ve bazı ziyaretçilerin beklentilerinin karşılanmadığını da bize göstermektedir.

Tablo 1: Uludağ Kayak Merkezine Yönelik Yapılan Tripadvisor Değerlendirmelerinin Dağılımı

Değerlendirme Ölçütleri	Sıklık	Yüzde
Mükemmel	138	54,98
Çok iyi	68	27,09
Ortalama	25	9,96
Kötü	13	5,18
Berbat	7	2,79
Toplam	251	100

Araştırmada MAXQDA Analytics Pro 2024 nitel veri analiz programı ile kelime bulutu analizi yapılmıştır. Kelime bulutu oluşturulurken "iki, ama, lakin, az, gibi" gibi kapsam dışı sözcükler analize dahil edilmemiştir. Şekil 1'deki kelime bulutu incelendiğinde; Kayak, güzel, teleferik, Bursa, merkezi, harika, fiyatlar, pahalı gibi baskın sözcükler dikkat çekmektedir.



Şekil 1. Çevrimiçi Yorumlardan Elde Edilen Sözcük Bulutu

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Uludağ Kayak Merkezini ziyaret eden kişilerin kış turizmi deneyimlerini nasıl etkilediğine yönelik unsurları saptamak üzere çevrimiçi yapılan yorumların tamamı incelenmiştir. Yapılan yorumlar doğrultusunda 7 temel kategori ile birlikte 23 alt kategori oluşturulmuştur. Şekil 2'de yer alan kod sistemine göre olumlu yorumlar temel kategorisi altında; "doğal ortam, genel memnuniyet, manzara, eğlenceli, ulaşım kolay, mekanik tesisler, turistik

olanaklar, fiyat, müşteri ilişkisi” olmak üzere toplam 9 alt kategori bulunmaktadır. Tavsiyeler temel kategorisi altında; ziyaretçiler bazında tavsiyeler ve işletmeler açısından tavsiyeler olmak üzere toplam 2 alt kategori bulunmaktadır. Bilgilendirmeler temel kategorisi altında; “destinasyon hakkında bilgilendirme” yer almaktadır. Uyarılar, dilekte bulunmalar ve sitem temel kategorileri altında; “genel” olmak üzere 1 alt kategori hepsinde bulunmaktadır. Ziyaretçi yorumlarına göre olumsuz yorumlar temel kategorisi altında ise; “fiyat, kalabalık, alt ve üst yapı, hizmet anlayışı, trafik, diğer, temizlik, kazalar” şeklinde 8 alt kategoriden oluşur.

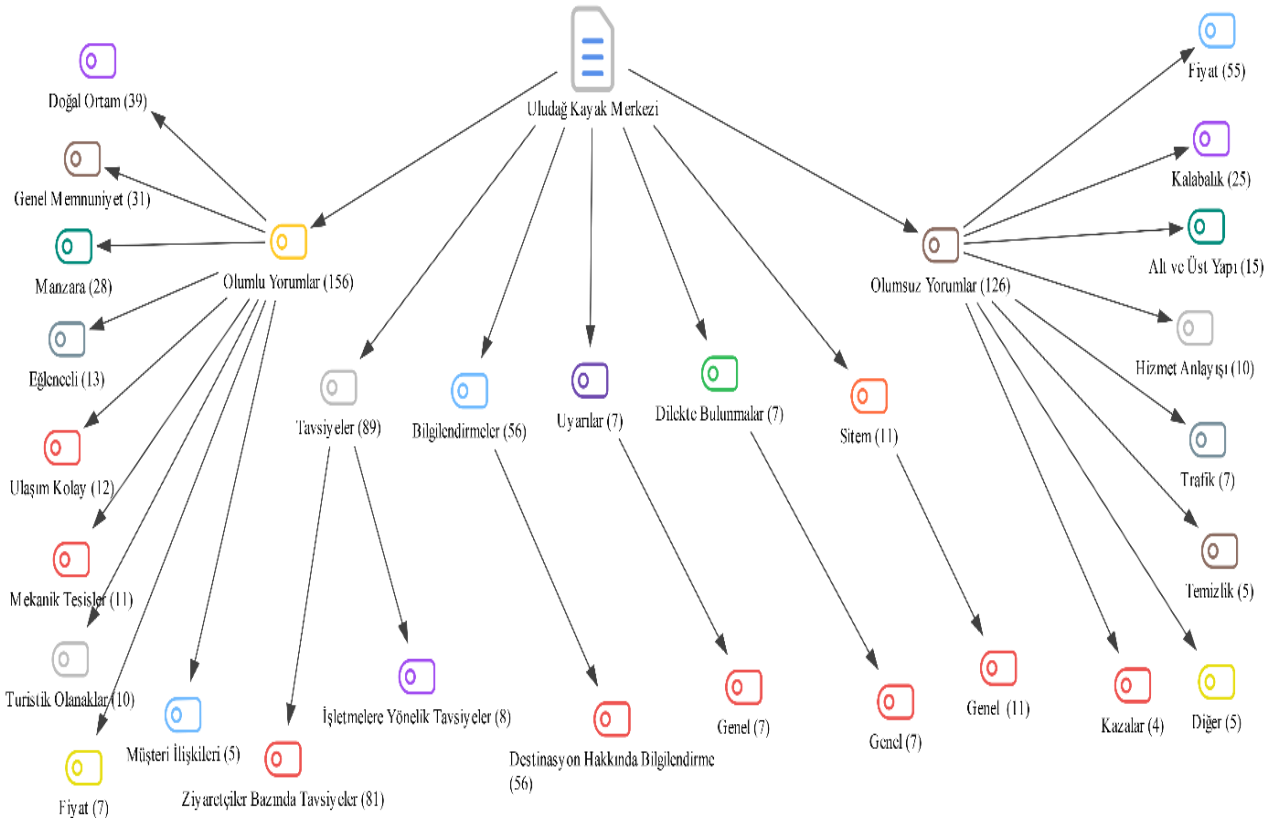
Kodlar	452
Olumlu Yorumlar	0
Doğal Ortam	39
Genel Memnuniyet	31
Manzara	28
Eğlenceli	13
Ulaşım Kolay	12
Mekanik Tesisler	11
Turistik Olanaklar	10
Fiyat	7
Müşteri İlişkileri	5
Tavsiyeler	0
Ziyaretçiler Bazında Tavsiyeler	81
İşletmelere Yönelik Tavsiyeler	8
Bilgilendirmeler	0
Destinasyon Hakkında Bilgilendirme	56
Uyarılar	0
Genel	7
Dilekte Bulunmalar	0
Genel	7
Sitem	0
Genel	11
Olumsuz Yorumlar	0
Fiyat	55
Kalabalık	25
Alt ve Üst Yapı	15
Hizmet Anlayışı	10
Trafik	7
Diğer	5
Temizlik	5
Kazalar	4

Şekil 2. Ana Tema, Alt Tema ve Kod Sayıları Bağlamında Kod Sistemi

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

TripAdvisor platformundan bulunan akademik araştırmalarda çok fazla kullanılan ve birçok turizm araştırmacısı tarafından güvenilir veri kaynağı olarak kabul edilen çevrim içi yorumlar (Ayeh, Au & Law2013) çözümlenerek “MAXQDA Analytics Pro 2024” programı vasıtasıyla tanımlama yapılarak açık-kapalı kod sistemiyle oluşturulmuş ve ana temalar, alt temalar, kodlar oluşturulmuştur. Creswell (2013)’ün yaptığı eleştiri kaideye alınarak araştırma ışığında kodlamalar hem saha hem de alanyazından elde edilen veriler ile beraber oluşturulmuştur.

Uludağ Kayak Merkezini deneyimleyen bireylerin online ortamdaki söylemlerinin incelenmesiyle ortaya çıkan 7 temel tema ve 23 alt tema ait kod sistemi Şekil 3’te sıklık, alt ve ana tema dağılımları ayrıntılı olarak Tek-Vaka modeli aracılığıyla yansıtılmıştır.



Şekil 3. Uludağ Kayak Merkezini Ziyaret Eden Bireylerin Görüşlerinin Dağılımını Gösteren Tek-Vaka Modeli

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Kodlama sıklığını tespit etmek amacıyla Maxqda programından yararlanılarak Tek-Vaka modeli çıkartılmıştır. Buna istinaden alt tema ve alt tema sıklıkları oluşmuştur. Şekil 3'te de görüleceği üzere Uludağ Kayak Merkezini destinasyonuna gitmiş bireylerin bu yere yönelik söylemlerini kapsayan, alt ve ana temaların dağılımları gösterilmiştir. Bu bilgiler ışığında ziyaretçi yorumları ve kendine özgü açıklamaları aşağıda sunulmuştur. Bazı ziyaretçi yorumları Şekil 3'te tasarlanmış olan alt temaların ziyaretçi tecrübelerine etkisini açık bir biçimde göstermek gayesiyle, doğrudan alıntı yapılarak aktarılmıştır. Bu çevrimiçi yorumlar Z1 ile Z251 arasında kodlandırma yapılmış ve bu şekilde metne yansıtılmıştır.

Olumlu Yorumlar Temasına Ait Bulgular

Şekil 3'te gösterildiği gibi; olumlu yorumlar ana teması içindeki alt temalar kodlama sıklığına göre sırasıyla; doğal ortam 39, genel memnuniyet 31, manzara 28, eğlenceli 13, ulaşım kolay 12, mekanik tesisler 11, turistik olanaklar 10, fiyat 7 ve müşteri ilişkisi 5 olarak kodlanmıştır. Olumlu yorumlar temel teması altındaki en çok sıklık doğal ortam alt temasında olmuştur. Bu bağlamda “doğal güzelliği, temiz havası bize yetti.” (Z39), “Harika bir tabiat. Kendinizi Cennet'te hissedebilirsiniz.” (Z87), “Kuş sesleri ve bembeyaz bir örtü ile kaplanmış ağaçlar arasında eşsiz bir yolculuk...” (Z99) vb. gibi ziyaretçiler görüşlerini beyan etmişlerdir. Doğal ortam temel temasına ait diğer ziyaretçi yorumlarda benzer nitelikte olup, ziyaretçilerin açık bir şekilde Uludağ Kayak Merkezinin doğal ortamından etkilendikleri anlaşılmaktadır. Diğer olumlu yorumlar temel teması altındaki alt tema olan genel memnuniyet üzerine ziyaretçi görüşleri; “Uludağ havası olsun tarihi olsun samimiyeti olsun bana hep başka hissettiriyor çok eğleneceğiniz güzel bir ortam” (Z41), “Her yönüyle harika bir yer.” (Z129) diyerek ziyaretçiler görüşünü sunmuştur. Yine bir başka temel tema manzara konusunda ziyaretçiler, “Güzel manzaralı ve kalın karlı çok güzel bir yer.” (Z302), “bulutların arasından güneş batmak üzereyken görüldü. Harika bir manzara, böyle bir olayı yakalamak çok büyük bir şans” (Z164), “Muhtesem manzarası insanı içine çekiyor.” (Z104) gibi ifadelerde bulunmuşlardır. Diğer temel tema eğlenceli konusunda ziyaretçiler, “Çocuklarla beraber çok keyifli oldu havadaki güneş yerdeki karın bolluğu keyfimize keyif kattı” (Z161), “Özellikle whitefest dönemi gelerseniz eğlencenin dibine vurmanız kaçınılmaz. Meydanda yapılan eğlenceler ve konserler...” (Z83) gibi yorum yapmışlardır. Yine bir başka temel tema ulaşım kolay konusunda ziyaretçiler, “Ulaşımı kolay.” (Z100), “Gittiğimizde yollar açık ve ulaşım rahattı.” (Z104), “kolay ulaşım imkânı” (Z140) gibi ifadelerde bulunmuşlardır. Diğer temel tema mekanik tesisler konusunda ziyaretçiler, “oteller bölgesinde 8 telesiyej, 7 teleski olmak üzere 15 mekanik tesis mevcuttur...” (Z2), “Skipass ödemesi ve kartı otomattan alması sorunsuz. Mekanik tesislerde skipass okuması ile ilgili sorun yok. 2. Bölgedeki tüm telesiyejler yeni sistem ve hızlı. Hava şartları uygun ise hepsi çalışıyor.” (Z8) gibi yorum yapmışlardır. Yine bir başka temel tema turistik olanaklar konusunda ziyaretçiler, “şahane bir kayak cenneti. Üstelik etrafında pek çok kafe seçeneği de cabası.” (Z27), “Tesisler güzeldi. Pistler ise çok farklı idi en güzel olan Maden pisti idi.” (Z151), “Mükemmel tesisler ve restoranlar ve kafeler” (Z243) gibi ifadelerde bulunmuşlardır. Diğer temel

tema fiyat konusunda ziyaretçiler, “Kayak malzemesi kiralanılıyor uygun fiyata. Teleferik 35 TL idi” (Z37), “Fiyatlar da eskisi gibi uçuk değil. Gerek kayak kiralama gerekse hocadan alacağınız dersin ücreti artık daha makul rakamlarda” (Z83) gibi yorum yapmışlardır. Son alt kategorisi olan müşteri ilişkileri konusunda ziyaretçiler, “Halkla ilişkileri çok iyi olan miray bizim her istediğimizi yerine getirip güler yüzü ile bizi mutlu etti” (Z15), “Çok hoş ve eğlenceli bir deneyim. Ödemeden tut, bilgilendirme, yükselmeye kadar her şey pürüzsüzdü ve kolayca benimsendi. Süper cana yakın personel.” (Z186), “Manzarası, temizliği ve fiyatı iyi” (Z140) gibi yorum yapmışlardır.

Tavsiyeler Temasına Ait Bulgular

Şekil 3’te görüldüğü gibi; Tavsiyeler temel kategorisi altında, ziyaretçiler bazında tavsiyeler 81 ve işletmeler açısından tavsiyeler 8 olmak üzere toplam iki alt kategori bulunmaktadır. Tavsiyeler temel teması altındaki en çok sıklık ziyaretçiler bazında tavsiyeler alt temasında olmuştur. Bu bağlamda “Bursa’dan veya başka yerlerden günübirlik turlarla buraya gidebilirsiniz Ayrıca teleferikle de günübirlik dağa çıkıp inebilirsiniz arabanızla gidiyorsanız kış lastiği beyaz zincir takmayı tavsiye edilir pisler uygun ve kaymak için güzeldir. Oteller kafelerde sucuk ekme yiyebilirsiniz. Kurumları Misafirhaneleri de vardır.” (Z16), “kayak ve festivaller eğlence merkezi... çıkın dağa tertemiz bir soluk alın arabayla Bursa’ya kuş bakışı seyreden seyirlik tepesine de gidin telesiyeye zirve de sıcak şarap ta için ee tabi ki sporunuzu yapın” (Z84) olarak ziyaretçiler görüşlerini beyan etmişlerdir. Diğer temel tema işletmeler açısından tavsiyeler konusunda ziyaretçiler, “Yerel yönetimin Kayseri ve Erzurum’daki gibi bu işe tamamen el koyup burayı sportif açıdan kalkındırması lazım.” (Z13), “Doğru dürüst kartopu oynayacak halka açık bir alan bulamadık. Bence bu çok kötü bir durum, ilgililerin buna bir çözüm bulması lazım, halk plajında şezlong arar gibi gezip dolaşacak kar ile oynayacak 1 karış kamu arazisi aradık durduk” (Z90), “Çok kalabalık bunu kaldırabilecek mekaniklerin iyileştirilmesi lazım Günübirlikçilerin kayakçılardan ayrı, kapalı telesiyelere ihtiyacı var her iki gurubu hafta sonu birbirine karıştırıyorlar tansiyon yükseliyor.” (Z165) gibi yorum yapmışlardır.

Bilgilendirme Temasına Ait Bulgular

Şekil 3’te görüldüğü gibi; bilgilendirme ana kategorisi içindeki alt kategoriler sadece destinasyon hakkında bilgilendirme 35, olarak kodlanmıştır. Bu kapsamda da bilgilendirme ana kategorisi altındaki en çok sıklık destinasyon hakkında bilgilendirme alt temasında olmuştur. Bu bağlamda “Bursa denince akla gelen ilk simgelerden biri olan ve kentin 36 kilometre güneyinde yer alan 2 bin 543 metre yüksekliğindeki Uludağ, ülkemizin en gözde kış sporları merkezlerinden bir tanesidir. Eşsiz güzellikleri, flora ve faunasının zenginliği ile 1961 yılında milli park ilan edilen Uludağ; kış turizminin yanı sıra yaz aylarında da kampçılık, trekking ve günü birlik piknik etkinliklerine olanak sağlamasıyla yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. Bu özellikleri ile Uludağ dört mevsim turizme hizmet veren bir doğaya sahiptir. Milli parkın en yüksek noktası Uludağ Tepesi’dir. (2543 metre). Uludağ’da 1933 yılından bu yana kayak yapılmaktadır. Ülkemizin en önemli kış sporları ve kayak merkezi olan Uludağ’da karla kaplı gün sayısı yılda 150 günün üzerindedir. Dünyaca ünlü Uludağ kayak pistleri, fatih tepe ve kuşak kaya tepelerinin üzerine kurulmuştur. Uludağ kayak merkezi, 1. ve 2. gelişim bölgeleri olmak üzere iki ayrı bölgeden oluşur. 1. gelişim bölgesi yatırımlarını tamamlamış durumdadır. Birinci gelişim bölgesinde 17 kamu, 19 özel olmak üzere toplam 36 konaklama ve dinlenme tesisi mevcuttur. Toplam yatak kapasitesi 10.000 civarındadır. 1986 yılında turizm merkezi ilan edilen 2. gelişim bölgesinde ise 4 otel mevcuttur. Uludağ kayak merkezi, alp ve kuzey disiplini ile “tur kayağı” ve “helikopterli kayak” uygulamaları bakımından uygun coğrafya şartlarına sahiptir. Kayak dışında snowboard, big foot, buz pateni, kar motosikletleri aktiviteleri ziyaretçilere sunulan alternatifleri oluşturur. Oteller bölgesinde 8 telesiyey, 7 teleski olmak üzere 15 mekanik tesis mevcuttur. 13 farklı pist hali hazırda hizmet vermeyi sürdürmektedir.” (Z4), “Türkiye’nin en eski ve en ünlü kayak yerinden birisidir. Otelleri, pistleri, kafeleri, teleferiği, kış turizmi, ile güzel bir karla kaplı dağdır. Yazın zirvesinden kar eksik olmaz. Güzel havalarda zirvede telesiyey ile çıkılır. Mudanya ve Marmara denizi gözükmektedir.” (Z20), “Teleferik gidiş dönüş 38 tl. Birinci bölge ve ikinci bölgeye kadar teleferikle çıkabilirsiniz. Otellerin olduğu bölgeye, dolmuşlar gidiyor. Oteller pahalı, cay 10 tl. Sucuk ekme yiyebilirsiniz. Misafirhaneler daha uygun. Kayak kiralanabiliyor” (Z64) olarak ziyaretçiler destinasyon hakkında görüşünü bildirmiştir.

Uyarı Temasına Ait Bulgular

Uyarı temel temasına ait bulgular Şekil 3’te görülebileceği gibi genel alt teması altında birleştirilmiştir. Bu kategori altında genel uyarı 7 olarak kodlanmıştır. Bu bağlamda “Çöplerinizi doğada bırakmayalım.” (Z64), “Sadece aracınızda zincir olsun yeter.” (Z77), “ziyaretler, araç giriş çıkışları kontrollü olmalı artık” (Z123), “Uludağ kayak merkezinin kendini yenilemesi gerekmekte çünkü karşısında çok çok daha iyi örnekler var.” (Z165), “bu güzelliği bu milli serveti korumak tüm ziyaretçilerin görevi olmalı. Özellikle endemik bitkilerin korunması için ayrıca denetim sağlanmalı” (Z182), “Bilhassa belediyeye ait kafe, tesis gibi yerler bir an evvel bitirilip, düzenlenip yeşillendirilmeli...” (Z210), “kayak pistleri sadece kayanlara ayrılmış. Kayak yapmayanlar için yapacak hiçbir şey yok. Bir yürüyüş parkuru olmalı.” (Z232) diyerek ziyaretçiler görüşlerini sunmuşlardır.

Dilekte Bulunmalar Temasına Ait Bulgular

Dilekte bulunmalar temel temasına ait bulgular Şekil 3'te görülebileceği gibi genel alt teması altında birleştirilmiştir. Bu kategori altında genel dilekte bulunmalar 7 olarak kodlanmıştır. Bu bağlamda “yalnız teleferik biraz daha ucuz olabilir” (Z43), “Kayak denildiğinde ilk akla gelen yerlerden biri olan Uludağ mutlaka görülmesi gereken yerler arasında bulunmalı” (Z133), “Ben bu yıl gittim ve ilk defa kayak kaymayı öğrendim. Çok eğlendim. Öğretmek için öğretmenler var orada ve en yakın zamanda oraya gitmeyi çok istiyorum.” (Z145), “Teleferik parası çok fazla. Kaymak istersen elbise dolabına kadar her şeyden para alınıyor. Yerli turist ile yabancı turist karıştırılıyor sanırım. Teleferik çıkışındaki sucuk ekmek satan adamın dudak uçuklatan fiyatı ayrı bir olay. Gerçekten ayıp ve yazık. Yetkililer Keşke bu fırsatçıları engellese...” (Z162), “kızak icinde telesiyey olsa super olurdu” (Z168), diyerek ziyaretçiler yorum yapmışlardır.

Sitem Temasına Ait Bulgular

Sitem temel temasına ait bulgular Şekil 3'te görülebileceği gibi genel alt teması altında birleştirilmiştir. Bu kategori altında genel sitem 11 olarak kodlanmıştır. Bu bağlamda “Beyaz cennetti. Şimdi rant ve paranın sözünün geçtiği, bir yer oldu çıktı. Yeşile vurulan darbeyi görmek için Uludağ'a gidin.” (Z25), “yakın zamanda ülkenin çeşitli yerlerinde acılan kayak merkezleri Uludağ'ı kayaktan ziyade eğlence merkezi haline getirdi 2 bölgeden oluşan merkezin 1.bölge pistlerde piknik yapılan alana donmuş vaziyette insanların piyasa yapmaya çalıştığı bir yer” (Z49), “Çifte standarttı unutmamak lazım, eğer Arap turistsen önceliğin var ve bu kendi ülkemizde acınası bir durum.” (Z66), “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” (Z125), “Tek olumsuz yön teleferiğin kalktığı ilk noktadan bakıldığında dağın alt yamacının betonarme bir sürü çarpık binayla güzelim dağı mahvetmesi.” (Z127), olarak ziyaretçiler destinasyon hakkında görüşünü bildirmiştir.

Olumsuz Yorumlar Temasına Ait Bulgular

Şekil 3'te gösterildiği gibi; olumsuz yorumlar ana teması içindeki alt temalar kodlama sıklığına göre sırasıyla; fiyat 55, kalabalık 25, alt ve üst yapı 15, hizmet anlayışı 10, trafik 7, diğer 5, temizlik 5, kazalar 4 olarak kodlanmıştır. Olumsuz yorumlar temel teması altındaki en çok sıklık fiyat alt temasında olmuştur. Bu bağlamda “Aynı hizmeti, yanında kayak takımı olmayanlara kazık fiyata satıyorlar. Kitabına uygun olsun diye biletlerin arkasına akıllarınca bi de açıklama yazmışlar. Rezilliğin dibi. Sadece Türkiye'de görebileceğiniz bir rezillik. Dünyanın başka bir ülkesinde görmedim.” (Z3), “Ülkenin en popüler ve pahalı kayak merkezi” (Z10), “Her şeyin fiyatı çok pahalı. Tur fiyatlarının ucuzluğuna kanmayın. Ekstralar turun kendisini geçebiliyor.” (Z12) vb. gibi ziyaretçiler görüşlerini beyan etmişlerdir. Diğer olumsuz yorumlar temel teması altındaki alt tema olan kalabalık üzerine ziyaretçi görüşleri; “Aşırı kalabalık ve bir o kadar kalitesiz bir kayak merkezi haline gelmiş” (Z13), “Şubat tatili zamanında gitmiş olmamızdan ötürü sanırım inanılmaz kalabalık bir ortamdı” (Z31) diyerek ziyaretçiler görüşünü sunmuştur. Yine bir başka temel tema alt ve üst yapı konusunda ziyaretçiler, “Yol uzun ve pek çok alanda maalesef bozuk. Ara ara çok güzel olması yolun da yapılabileceğini gösteriyor ama demek ki para yetmemiş.” (Z125), “Oteller ve cafe'ler maalesef istenilen tadilatı yapamamakta kendilerini yenileyememektedirler.” (Z131), “teleferikten indikten sonra ortam biraz bakımsız gibiydi, çamurluydu.” (Z304) gibi ifadelerde bulunmuşlardır. Diğer temel tema hizmet anlayışı konusunda ziyaretçiler, “t-bar'daki görevliler aşırı saygısız acele ettirip çok insanın düşmesine neden oldular” (Z67), “hizmet konusunda ise berbat durumda. Turizm nedir bilmiyorlar sadece Gelen müşterileri Kazıklamak istiyorlar.” (Z95), “Ayrıca kayak odalarındaki insanlar kısaca esnaf doymuş resmen ilgi yok saygı yok ukalalık hat safhada. (Z239) gibi yorum yapmışlardır. Yine bir başka temel tema trafik konusunda ziyaretçiler, “Uludağ'a hem yaz hem de özellikle kışın Bursa'nın gözbebeği. Trafik özellikle hafta sonları insanı çileden çıkarsa da (Z22), “öyle ki sıkışık trafikte bir polis memuru bile koyulmuyor” (Z29), “pazar günü olması sebebiyle çıkışta trafik yoğundu.” (Z63) gibi ifadelerde bulunmuşlardır. Bir başka temel tema diğer konusunda ziyaretçiler, “Dikkatimizi çeken bir şeyde Arap turistlerin fazlalığı idi” (Z39), “Tüm mekanlarda sigara içiliyor kimse aldırış bile etmiyor. Hafta sonu dahil olmak üzere oraya bu kadar çile çekip gitmek akıl işi değil.” (Z95), “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.” (Z125) gibi yorum yapmışlardır. Diğer temel tema temizlik konusunda ziyaretçiler, “Daha temiz olabilir. Kamelyalar hep çöp olmuş, lütfen gece gelenlere dikkat edin.” (Z5), “Kötü yanı doğayı kirletiyoruz her taraf piknikçi dolu piknik sonu malum.” (Z47), “Fakat daha temiz olmasını beklerdim. Türkiye'nin her yerinde olduğu gibi burada da çevreye önem verilmemiş. Hayal ettiğimiz Uludağ bu değildi.” (Z150) gibi yorum yapmışlardır. Son alt kategorisi olan kazalar konusunda ziyaretçiler, “pistleri genelde yoğun çarpışma konusunda tehlikeli oluyor.” (Z1), “Çok fazla acemi kayakçı var iyi kayakçılar farklı pistlere gidiyorlardır sanırım pistlerde yürüyenler var tehlikeli bence” (Z120), “araçlar yol kenarlarında gelişigüzel park ediyor. Öncelikle taksiler sonra dolmuşlar ardından görgüsüzler o karlı buzlu yollarda çoluk çocuğun yanından uçarcasına gidiyor. Kaza an meselesi.” (Z223) gibi yorum yapmışlardır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kış turizmi, kar sporları ve karla ilintili aktivitelerin yapılabileceği yeterli miktarda kar yağışı alan ve karın yerde kalma süresinin uzun olduğu eğilimli arazilerde gerçekleştirilen ve yeterli turizm bileşenlerini (konaklama, yiyecek-içecek, eğlenme vb. gibi) de kapsayan bir turizm türüdür. Kış turizmi; turizm olayını 12 aya yayılmasında, bölgesel kalkınmada, mevsimsellik özelliğinin azaltılmasında, istihdam olanaklarının artırılmasında ve insanların refah seviyesini artırma konusunda önem arz eden bir turizm çeşididir. Bu bağlamda da Uludağ Kayak Merkezinin incelenmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmada Uludağ Kayak Merkezini ziyaret eden bireylerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesi maksadıyla Tripadvisor platformunda yayınlanan 251 yorum irdelenmiştir. İlk etapta tek tek yorumlar bilgisayar ortamında bir dosyaya aktarılmış sonrasında MAXQDA nitel araştırma yazılımı kullanılarak yorumlar içerik analizine tabi tutulmuştur. Yapılan çözümlenmeler sonucunda 7 temel kategori ile birlikte 23 alt kategori oluşturulmuştur. Ayrıca betimsel analizler yapılmış kelime bulutu çıkarılmıştır. En somununda da tek vaka modeli oluşturulmuştur.

Uludağ Kayak Merkezini ziyaret eden turistlerin TripAdvisor platformunda yaptıkları çevrimiçi yorumlarda toplam 5 farklı ana tema belirlenmiştir. Ana temalar; “olumlu yorumlar”, “tavsiyeler”, “bilgilendirmeler”, “uyarılar”, “dilekte bulunmalar”, “sitem” ve “olumsuz yorumlar” olarak sıralanmıştır. “Olumlu yorumlar” temasında, bireylerin Uludağ Kayak Merkezini ile ilgili pozitif yönde değerlendirmeleri yer almaktadır. Bu temalardan en çok kodlanan doğal ortam temasıdır. Bu bağlamda Uludağ Kayak Merkezini ziyaret eden turistlerin buranın doğal güzelliğini, temiz havasını, güzel tabiatını çok sevmişler ve adeta bu destinasyonu Cennet’te benzetmişlerdir. Ziyaretçilerin açık bir şekilde Uludağ Kayak Merkezinin doğal ortamından etkilendikleri anlaşılmaktadır. Diğer olumlu yorumlar temel teması altındaki alt tema olan genel memnuniyet üzerine ziyaretçiler; her yönüyle harika bir yer olduğunu beyan etmişler. Bu da tekrar ziyaret etme eğilimini artırmaktadır. Yine bir başka temel tema manzara konusunda ziyaretçiler, destinasyonun manzarasından etkilenmişler ve hayranlıkla Uludağ Kayak Merkezinden geri dönmüşler. Diğer temel tema eğlenceli konusunda ziyaretçiler, destinasyonda keyifli vakit geçirdiklerini beyan etmişler. Yine ziyaretçiler ulaşım kolay, mekanik tesisler ve olanakların yeterli olmasından bahsetmişlerdir. Fiyat konusunda destinasyonu ziyaret eden bireyler genel anlamda fiyatların insanların alım gücünü aşmadıklarını söylemektedir bu da toplumda yaşamını idam ettiren tüm kesimin bu destinasyondan kolayca yararlanmasına olanak sağlamaktadır. Son olarak müşteri ilişkileri konusunda ziyaretçiler memnun olduklarını onlarla ilgilenildiğini bildirmişler bu da önemsendiklerini ve destinasyondan olumlu bir şekilde ayrıldıklarını gösterir.

Uludağ Kayak Merkezini ziyaret eden bireylerin yapmış oldukları online yorumlarda potansiyel ziyaretçilere ve işletmeler yönelik sık sık tavsiyede bulunmaları dikkat uyandırmaktadır. Bu tavsiyeler, Uludağ seyahatini deneyimlemiş kişilerin gelecekte bu destinasyona seyahat edecek bireylere yönelik iletişimlerini içermektedir. Bu iletişim unsuru dahilinde bulunan yorumlarda Uludağ Kayak Merkezinin kesinlikle görülesi bir yer olduğu ve potansiyel ziyaretçilere de bu bağlamda özendirici yorumların olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca bu destinasyona gelecek kişilerin ne tür seyahat tercih edecekleri, hangi dağıtım kanallarını seçeceği, hangi olanaklardan (yiyecek-içecek, konaklama, eğlence hizmetleri vb.) yararlanabilecekleri, münferit tatil yapacaklarsa araçlarına ne gibi aparatlar takmaları gerektiği gibi potansiyel ziyaretçilere yönelik tavsiyeler içermektedir. Daha önce bu destinasyonu deneyimlemiş kişilerin, bu tür tavsiyelerde bulunması destinasyonu gelecek zamanda deneyimlemek isteyen kişilere kılavuz oluşturması açısından önem arz edeceği düşünülmektedir. Son olarak destinasyonu ziyaret etmiş kişiler işletmeler açısından tavsiyelerde bulunmuşlardır. Bu da bu destinasyonun daha iyi işlenmesini ve insanların daha memnun bir biçimde ayrılmasını sağlayacak önemli yorumlar olduğu düşünülmektedir.

Çevrimiçi yorumlarda dikkat uyandıran bir diğer öge Uludağ Kayak Merkezinin ziyaret eden kişilerin bilgilendirici mesajlarda bulunması durumudur. Bu tarz bilgilendirici mesajlar destinasyonun konumunu, özelliklerini, flora ve faunasının zenginliğini, ne zaman turizme açıldığını, karlı gün sayısını, nelerin kişileri beklediği ve nelerden yararlanabilecekleri hakkında detaylı bilgilendirici yorumlar bulunmaktadır. Bu yorumlar ışığında Uludağ Kayak Merkezini ziyaret eden kişilerin sadece bu turistik bölgeyi gezip, görme gayesi gütmeyeceği, bunun yanı sıra seyahatleri esnasında karşılaştıkları tüm halleri aktarma bağlamında istekli oldukları ve online yorumlar aracılığıyla okuyucuların öğrenmesi bakımından destinasyona ait özelliklere yer verdiklerini anlatmak mümkündür. Bilgilendirici yorumlar sadece deneyimin aktarılması kapsamında değil, aynı anda öğretici bir özellik taşıması özelliği ile önem arz ettiği düşünülmektedir. Sözü gecen destinasyonu ziyarette bulunan bireyler çeşitli uyarılarda bulunmuşlardır, yeri geldiğinde dilekte bulunmuşlar yeri geldiğinde sitem etmişlerdir. Bu ve buna benzer ögeler aslında Uludağ Kayak Merkezinin hizmet kalitesini artırıcı unsurlardır. Tabi ki bu yorumlar dikkatlice irdelenip hayata geçirildikçe önem kazanır.

Uludağ Kayak Merkezini ziyaret eden bireylerin yapmış oldukları olumsuz yorumlar kayda değer şekilde fazladır ve bunların pozitif dönüşürülmesi uzun vade de önem arz etmektedir. Olumsuz yorumlar temel teması altındaki en çok sıklık fiyat alt temasında olmuştur. Bu bağlamda yapılan yorumlar incelendiğinde özellikle kayak, kayak malzemeleri, geçiş ücretleri ve turistik işletmelerin sağladığı olanakların ücretlerinin fazla olması durumudur. Bu durum bu destinasyona seyahat eden bireylerin motivasyonunu düşürmekte alım gücünü zayıflatmaktadır. Böylelikle tüketici destinasyonu tekrar ziyaret etme eğiliminde olmayacaktır. Uludağ Kayak Merkezi kötü bir imaj çizecektir.

Diğer olumsuz yorumlar destinasyonun kalabalık oluşudur. Destinasyon büyük şehirlere yakın olması ve kış turizminin en popüler ve ilk yapılan yeri olması nedeniyle aşırı talep almaktadır. Bu durumda taşıma kapasitesi aşılmış olmaktadır. Taşıma kapasitesinin aşılması tüketici tatminini engeller kötü bir irtifa oluşur. Yine bir başka olumsuz tema alt ve üst yapı konusunda ziyaretçilerin muzdarip olma durumudur. Yolların çok iyi olmaması ve yeterince temizlenmemesi, turistik tesislerin ve mekanik unsurların yeterince yenilenmemesi destinasyonu ziyaret eden kişileri olumsuz bir şekilde etkilemektedir. Bunların üstüne yeterince hizmet alamama durumu eğitimsiz ve saygısız personelin olması son tüketiciyi rahatsız etmektedir. Bunlara ek olarak temizlik konusuna önem verilmemesi tüketicileri güzelim doğa harikasının yok olmasına neden olacağı kanısına itmiştir.

Uludağ Kayak Merkezi ziyaretçi görüşlerinden çıkartılan sonuçlara istinaden öneriler geliştirilmiş bunlar sırasıyla:

- ✓ Yerel yönetimlerin konuya eğilip Kayseri ve Erzurum'daki gibi bu işe tamamen el atıp bu destinasyonu sportif açıdan kalkındırması gerekmektedir.
- ✓ Destinasyonda fiyat konusunda birlik olması için çeşitli dernek, vakıf veya kooperatifin kurulması iyi olacaktır. Ayrıca her kesimin yararlanabileceği şekilde fiyatların tekrar düzenlenmesi destinasyonun sürdürülebilirliği açısından önerilmektedir.
- ✓ Belli aralıklarla alt ve üst yapı elemanları tüketicinin ihtiyaçlarını karşılayabilme konusunda yenilenmelidir.
- ✓ Dağa tırmanış yolunda bazı yerlerin çok bozuk olması destinasyona erişimi kısıtlamaktadır, buraların kısa sürede onarılması ulaşılabilirlik açısından önem arz eder. Bu yolların onarılması önerilmektedir.
- ✓ Parka girişteki gişelerde dikkatli olunmalı; giriş ücretinin hem hgs üstünden kesilip hem de nakit olarak tahsis edilmesi gibi sorunlar yaşanabiliyor. Bu duruma önlem alınmalıdır.
- ✓ Destinasyon bölgesinin taşıma kapasitesinin aşılmaması için çeşitli sürdürülebilir önlemler alınmalıdır.
- ✓ Amatör kullanıcılar için farklı bir yer yapılıp orası kullanıma açılırsa çok daha iyi olacağı düşünülmektedir. Ayrıca ziyaretçilerin kartopu oynayacağı ve karda yürüyüş yapacağı halka açık düzgün bir alan bulanmamaktadır. Bu durumun giderilmesi için yeni alanlar açılması önem arz etmektedir.
- ✓ Günübirlikçilerin kayakçılardan ayrı, kapalı telesiyelere ihtiyacı vardır. Bu durum ziyaretçiler arasında tartışmaya neden olmaktadır. Bu durumun bertaraf edilmesi için yeni mekanik tesisin açılması önerilmektedir.
- ✓ Çevreyi temiz tutulması bağlamında önlemler alınmalı ve özellikle endemik bitkilerin korunması için ayrıca denetim sağlanmalıdır.
- ✓ Destinasyon bölgesine ileride inşa edilecek turistik tesislerin çevreyle uyumlu olacak şekilde ambiyansı bozmadan yapılmasının olmasına dikkat edilmelidir.

Bu önerilerin yanı sıra ileride olası yapılması öngörülen farklı araştırmalarda TripAdvisor platformu haricinde değişik güvenilir platformlar ya da farklı uygulamalar ve siteler araştırma bağlamında incelenebilir. Diğer benzer destinasyonlar ile ilgili benzer araştırmalar yapılabilir. Böylelikle farklılıklar ve benzerlikler üzerine araştırmalar yapılmış olur.

KAYNAKÇA

- Almeida, F. (2012). "Web 2.0 Technologies And Social Networking Security Fears In Enterprises". *International Journal Of Advanced Computer Science And Applications*. 3(2), 152-156, Portugal.
- Ayeh, J. K., Au, N., & Law, R., (2013). "Do We Believe In Tripadvisor? Examining Credibility Perceptions And Online Travelers' Attitude Toward Using Usergenerated Content". *Journal Of Travel Research*. 52(4), 437-452
- Baytok, A., Pelit, E., & Soybalı, H. H. (2017). "Alternatif Turizm Mi Turizmde Çeşitlilik Mi? Kavramsal Bir Değerlendirme". *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, ÖS [IV]*, 1 – 14
- Bilgin, N. (2014). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi*. Siyasal Kitapevi. Ankara.
- Bozdemir, E., & Şengül, S. (2021). "Kış turizmi üzerine bir literatür incelemesi". *Journal of New Tourism Trends*, 2(1), 35-74.
- Ciftci, O., Berezina, K., Cavusoglu, M. & Cobanoglu, C. (2020). "Winning The Battle: The Importance Of Price And Online Reviews For Hotel Selection". *Advances In Hospitality And Tourism Research (AHTR)*, 8(1), 177- 202.
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*. (Çev: M. B. Demir) Siyasal Kitapevi, Ankara.
- Çuhadar, Y. (2021). "İzmit'i Ziyaret Eden Turistlerin Kültürel Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma". *Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi*. 3(5), 38-53.

- Çuhadar, Y. (2024a). "Eskişehir Lületaşı Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimlerinin İncelenmesi". *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 154-175.
- Çuhadar, Y. (2024b). "Kırsal Yoksullukla Mücadelede Kırsal Turizm: Şirince Örneği". *Review Of Tourism Administration Journal*, 5 (1), 76-88.
- Doğanay, H. (2001). *Türkiye Turizm Corafyası, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya.*
- Doğaner, S. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası, Çantay Kitabevi, İstanbul.*
- Genç, R. (2019). "Alternative Winter Tourism Activities: How Destinations Adapt To Other Activities Than Skiing". *Acta Economica Et Turistica*, 5(1), 65-77.
- Hudson Simon, B. W. Ritchie & D. Adair (2004). "Sport Tourism: Interrelationships, Impacts And Issues". *Winter Sport Tourism İn North America*. 77-100.
- İlban, O. M. & Kaşlı, M. (2008). *Kış Turizmi, Turistik Ürün Çeşitlendirmesi. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.*
- İmre, N. (2020). "Turizm Sektöründe Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme". *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1655–1670.
- Kafa, N. & Demircioğlu, E. (2022). "Gökçeada'daki Konaklama İşletmelerine Yönelik Çevrimiçi Müşteri Değerlendirmelerinin İncelenmesi: Tripadvisor Örneği". *Journal Of Recreation And Tourism Research*, 9(2): 52-69.
- Karaman, A. & Gül, M. (2016). "Alternatif Turizm Kapsamında Kahramanmaraş İli Yedikuyular Bölgesi Dağ ve Kış Sporları Turizmi İçin Öneriler". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (2): 583-599
- Kervankıran, İ. & Bağmancı, M. F. (2020). "Bildiğimiz Turizmin Sonu Mu? COVID-19'un Türkiye'deki Turizm Hareketliliğine Etkisi". *Türk Coğrafya Dergisi*, (76), 19-32.
- Kiper, T. (2006). "Safranbolu Yörük köyü Peyzaj Potansiyelinin Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi". (Doktora Tezi). *Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.*
- Klasz, W., Bacher, M., & Ressler, M. (2017). "Sustainable Winter-Tourism: The Project Snow-Cloud. *AGATHÓN International Journal Of Architecture*", Art And Design, 2, Ss.197-204.
- Kladou, S. & Mavragani, E. (2015). "Assessing Destination İmage: An Online Marketing Approach And The Case Of Tripadvisor". *Journal Of Destination Marketing & Management*, 4 (3), 187–193.
- Lupu, C., Brochado, A. & Stoleriu, O. M., (2017). "Experiencing Dracula's Homeland", *Tourism Geographies*, 19 (5), 756-779.
- Narangajavana, Y. & Hu, B. (2008). "The Relationship Between The Hotel Rating System, Service Quality İmprovement, And Hotel Performance Changes: A Canonical Analysis Of Hotels İn Thailand". *Journal Of Quality Assurance İn Hospitality & Tourism*, 9(1), 34-56.
- Nguyen, K. N. & Coudounaris D. N., (2015). "The Mechanism Of Online Review Management: A Qualitative Study", *Tourism Management Perspectives*. 16, 163-175.
- Nicoli, N. & Papadopoulou, E., (2017). "Tripadvisor And Reputation: A Case Study Of The Hotel Industry İn Cyprus", *Euromed Journal Of Business*, 12 (3), 316-334.
- Ongun, U., Kervankıran, İ. & Çuhadar, M. (2021). "Kültür ve Kırsal Turizm Destinasyonlarına Yönelik Çevrimiçi Yorumlarının İncelenmesi: Şirince Köyü Örneği", *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 219-235.
- Özdemir, M. (2010). "Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323–343.
- Pantelidis, I. S., (2010). "Electronic Mail Experience: A Content Analysis Of Online Restaurant Comments", *Cornell Hospitality Quarterly*, 51 (4), 483- 491.
- Shackley, Myra (2006). *Atlas Of Travel And Tourism Development. Elsevier Yayıncılık Abd*
- Stoleriu, O. M., Brochado, A., Rusu, A. & Lupu, C. (2019). "Analyses Of Visitors' Experiences İn A Natural World Heritage Site Based On Tripadvisor Reviews", *Visitor Studies*. 22 (2), 192-212.
- Şenol, F. (2008). *Turizm Coğrafyası. Detay Yayıncılık, Ankara*
- Tervo, K. (2008). "The Operational And Regional Vulnerability Of Winter Tourism To Climate Variability And Change: The Case Of The Finnish Nature-Based Tourism Entrepreneurs". *Scandinavian Journal Of Hospitality And Tourism*, 8(4): 317- 332.

T.C. Bursa Valiliği, (2024). Mitolojik Çağın Olympos'u [Http://Www.Bursa.Gov.Tr/Zumrut-Yesil-Kar-Beyaz-Zirvesi-Uludag](http://www.bursa.gov.tr/zumrut-yesil-kar-beyaz-zirvesi-uludag) (Eriřim Tarihi: 18.11.2024).

Tripadvisor (2024). [https://Tripadvisor.Mediaroom.Com/Tr-About-Us](https://tripadvisor.mediaroom.com/tr/about-us), Eriřim Tarihi: 13.11.2024

TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliđi) (2014) Kış Turizmi Raporu Resmi Sitesi, [https://Www.Tursab.Org.Tr/Haberler/Tursab-Kis-Turizmi-Raporu_11931](https://www.tursab.org.tr/haberler/tursab-kis-turizmi-raporu_11931) Eriřim Tarihi: 15.11.2024

Tür, E. (2023). “Doğa Turizmi Kapsamında Kaz Dağlarını Ziyaret Eden Turistlerin Yaptıkları Çevrimiçi Yorumların İncelenmesi: Tripadvisor Örneği”. Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(1), 1-27.

Türkiye Kültür Portalı, (2024). Gezilecek Yerler Uludağ Milli Parkı- Bursa, [https://Www.Kulturportali.Gov.Tr/Turkiye/Bursa/Gezilecekyer/Uludag-Milli-Parki](https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/bursa/gezilecekyer/uludag-milli-parki) (Eriřim Tarihi: 18.11.2024).

Vanat, L. (2022). International Report On Snow & Mountain Tourism, Overview Of The Key İndustry Figures For Ski Resorts, April 2022. Eriřim Adresi: [https://De.Cdn-Website.Com/64e34689550d402aa147af5bbc27524d/Files/Uploaded/RM-World-Report-2022.Pdf](https://de.cdn-website.com/64e34689550d402aa147af5bbc27524d/files/uploaded/RM-World-Report-2022.pdf) Eriřim Tarihi: (16.11.2024).

Yetkin, M. & Üngüren, E. (2014). “Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Otel Değerlendirme Sitelerine Yönelik Tutumları”. III. Disiplinler arası Turizm Araştırmaları Kongresi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2017). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayıncılık, Ankara.