



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH
ISSN: 2148-5321

SAFRANBOLU RESTORANLARINA YÖNELİK ÇEVİRİMİÇİ TURİST YORUMLARININ İÇERİK ANALİZİ

CONTENT ANALYSIS OF ONLINE TOURIST REVIEWS OF RESTAURANTS IN SAFRANBOLU

Handan ÖZÇELİK BOZKURT ^a

Özet

Bu araştırmanın amacı, Safranbolu'daki restoranlara dair çevrimiçi turist yorumlarının içerik analizi yöntemiyle incelenmesidir. Araştırmada kullanılan içerik analizi yöntemlerinden biri olan "kelime bulutu" tekniği, yorumlarda öne çıkan ifadelerin görsel ve kolay anlaşılır bir biçimde sunulmasını sağladığı için tercih edilmiştir. Çalışmada, TripAdvisor platformunda en fazla yoruma sahip olan Safranbolu merkezindeki üç farklı restorana ait yorum metinleri incelenmiştir. Bu restoranlara yönelik olumlu ve olumsuz yorumlar iki ayrı bölümde ele alınmıştır. Böylece, restoranlarla ilgili sıkça kullanılan olumlu ve olumsuz ifadeler görsel olarak ve akılda kalıcı bir biçimde özetlenmiştir. Elde edilen bulgular, Safranbolu'daki restoranlara yönelik yorumlarda öne çıkan kelimelerin; lezzetli, Rum, mantısı, yöresel, güzel, güler, yüzlü ve keşkek olduğunu göstermektedir. Olumsuz kelime bulutunda ise; çok, pahalı, fazla, fiyatlar, soğuk, özensiz, park gibi kelimelerin dikkat çektiği ifade edilebilir. Bu doğrultuda, Safranbolu'daki restoranların müşteri memnuniyetini artırmak amacıyla olumlu unsurları güçlendirmesi ve olumsuz geri bildirimlere yönelik iyileştirici adımlar atması önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Çevrimiçi Yorumlar, Müşteri Geri Bildirimleri, TripAdvisor, Safranbolu

Abstract

The purpose of this study is to analyze online tourist reviews of restaurants in Safranbolu using content analysis. Among the content analysis methods, the 'word cloud' technique was selected. In the study, review texts from three different restaurants in central Safranbolu with the most reviews on TripAdvisor were analyzed. Positive and negative reviews of these restaurants were addressed in separate sections. Thus, frequently used positive and negative expressions regarding the restaurants were summarized visually and memorably. The findings indicate that the prominent words in reviews of restaurants in Safranbolu are delicious, Rum, manti, local, beautiful, friendly, smiling, and keşkek. On the other hand, in the negative word cloud, words such as very, expensive, excessive, prices, cold, careless, and parking stand out. Accordingly, it is recommended that restaurants in Safranbolu strengthen positive aspects and take corrective actions in response to negative feedback to enhance customer satisfaction.

Keywords: Gastronomy Tourism, Online Reviews, Customer Feedback, TripAdvisor, Safranbolu

Makele Geliş Tarihi: 31.10.2024 Makale Kabul Tarihi: 12.12.2024

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Handan ÖZÇELİK BOZKURT (handanozcelikbozkurt@gmail.com)

^a Sinop Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sinop/Türkiye (handanozcelikbozkurt@gmail.com), ORCID: 0000-0002-0035-3362

DOI: 10.5281/zenodo.14565975

1. Giriş

Beslenme, insan fizyolojisinin en temel ihtiyaçlarından biridir ve turistler tatilleri sırasında da bu temel ihtiyacı karşılamaktadırlar. Tatil harcamalarının önemli bir kısmının yiyecek ve içeceklere ayrıldığı göz önünde bulundurulduğunda, gastronomi turizmi destinasyonlar için önemli bir gelir kaynağıdır (Telfer ve Wall, 2000; Kivela ve Crofts, 2006; Gülen, 2017). Örneğin, Kanada Sanayi Bakanlığı'nın verilerine göre, 1987 ile 2003 yılları arasında yerli ve yabancı turistlerin toplam seyahat harcamalarının %16,2'si yiyecek giderlerine ayrılmış olup, bu harcamalar 45.966 milyon Kanada doları seviyesindedir (Kim vd., 2009). Güncel raporlar ise 2024 yılı itibarıyla küresel gastronomi turizmi pazarının büyüklüğünün yaklaşık 924,8 milyar dolar olacağını ve 2033 yılına kadar yıllık %15,7 oranında bir büyüme ile 1,66 trilyon dolara ulaşmasının beklendiğini göstermektedir (Global Gastronomy, 2024). Bu veriler, turistik destinasyonlarda yiyecek ve içecek işletmelerinin önemli bir gelir kaynağı olduğunu göstermektedir (Türker ve Süzer, 2022).

Yiyecek, hem üretim hem de tüketim süreçleriyle birlikte, kültürel kimliğin önemli bir unsuru olarak kabul edilmektedir (Beşirli, 2010). Beslenme, toplumların yaşam biçimlerini yansıtır. Yiyeceklerin hazırlanması, üretilmesi ve tüketilmesi gibi eylemler, kültürün öğeleri, gelenekler, inançlar ve tabularla doğrudan bağlantılıdır (Talas, 2005). Bunun yanı sıra geleneksel lezzetler, tüketici beğenisi ve pazarlanabilirliği üzerine önemli içgörüler sağlamaktadır (Kınay, 2024)

Türk mutfağı, diğer mutfaklar gibi, tarih boyunca geçirdiği kültürel değişimler, farklı coğrafyalarda bulunması ve dini unsurların etkisiyle şekillenmiştir. Türk Mutfağına bakıldığında, Orta Asya'dan başlayarak Avrupa'ya kadar uzanan bir yolculuğun izlerini net bir şekilde görmek mümkündür (Arlı ve Güneş, 2007). Bu süreç boyunca Türk mutfağı, hem yerel malzemeleri ustalıklı kullanarak hem de farklı kültürlerle etkileşime girerek kendine özgü tatlar ve teknikler geliştirmiştir. Bu zengin geçmişin bir sonucu olarak, Türk mutfağı bugün bölgeden bölgeye değişen çok sayıda geleneksel lezzet ve sunum tarzıyla geniş bir yelpazeye sahiptir.

Yöresel ve geleneksel gastronomi ürünleri, bir bölgeye kırsal kalkınma, geleneksel yapıların korunması, yöre halkının refahının artırılması, doğallığın korunması gibi pek çok açıdan katkı sağlar (Arslan vd., 2023). Karabük'ün kültürel açıdan zengin bir ilçesi olan Safranbolu, mimarisi ve tarihi dokusuyla geniş bir ziyaretçi kitlesine hitap etmesine

rağmen, coğrafi işarete sahip yiyecek ürün sayısı oldukça sınırlıdır. Coğrafi işaretler, bir bölgenin kültürel mirasını ve yerel gastronomi kimliğini tanımlayan önemli unsurlar olarak kabul edilmekte ve turizm açısından değer yaratmaktadır. Ancak Karabük'te bu anlamda tescillenmiş ürünlerin azlığı, ziyaretçilerin gastronomik deneyimlerini ve bölgeye özgü tatlar konusundaki beklentilerini doğrudan etkileyebilir.

Karabük; mimarisi ve tarihi dokusuyla geniş bir ziyaretçi kitlesine hitap etmesine rağmen, coğrafi işarete sahip yiyecek ürün sayısı oldukça sınırlıdır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024). Coğrafi işaretler, bir bölgenin kültürel mirasını ve yerel gastronomi kimliğini tanımlayan önemli unsurlar olarak kabul edilmekte ve turizm açısından değer yaratmaktadır. Ancak Karabük'te bu anlamda tescillenmiş ürünlerin azlığı, ziyaretçilerin gastronomik deneyimlerini ve bölgeye özgü tatlar konusundaki beklentilerini doğrudan etkileyebilir.

Bu çalışmada, Safranbolu'yu ziyaret eden turistlerin yerel restoranlar hakkında Tripadvisor gibi platformlarda yaptıkları yorumların incelenmesi amaçlanmaktadır. Son yıllarda sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ve turistlerin deneyimlerini sosyal medya platformlarında paylaşması, gastronomi turizmini küresel ölçekte yükselen bir eğilim haline getirmiştir (Arslan vd., 2021). Coğrafi işaretli ürün sayısının sınırlı olduğu bu bölgede, restoranların ziyaretçiler üzerindeki izlenimleri ve turistlerin Safranbolu'nun gastronomi kültürüne dair algıları merak konusudur. Yapılacak analiz, restoranlara yönelik beklentileri ve turistler tarafından beğenilen ya da eleştirilen yönleri belirleyerek Karabük ve Safranbolu'nun gastronomi turizmi açısından güçlü ve geliştirilmesi gereken alanlarına ışık tutacağı düşünülmektedir. Ayrıca, bu platformlarda yapılan yorumlar, potansiyel ziyaretçilerin restoran seçimlerini yönlendirmekle kalmayıp, destinasyon hakkındaki genel algıyı da etkilemektedir (Chen ve Tsai, 2007).

Bu çalışmanın aynı zamanda restoran işletmecileri için değerli bilgiler sunması beklenmektedir. Ziyaretçilerin çevrimiçi yorumları, işletmelerin müşteri memnuniyetini ölçmeleri ve hizmet kalitesini iyileştirmeleri için birer geri bildirim kaynağıdır (Jeong ve Jang, 2011). Ayrıca, bu araştırma, Safranbolu'da turizmin sürdürülebilirliğine katkıda bulunarak, bölgenin gastronomik anlamda güçlü yönlerinin ön plana çıkarılmasını ve eksik yönlerinin geliştirilmesini sağlayacaktır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Gastronomi Turizmi

Alternatif turizm talebinin bir ögesi olan gastronomi turizmi, turistlerin seyahatlerinde mutfak kültürlerini deneyimlemeyi amaçladığı bir turizm çeşididir (Cömert ve Özkaya, 2014; Özdemir ve Altınar, 2019). Turistlerin çeşitli eğilimleri, bu alandaki yenilikleri zorunlu kılmakta; böylece yayla turizmi, kırsal turizm, ekoturizm ve kültürel turizm gibi alternatif turizm çeşitleri doğal olarak gelişmektedir (Emekli, 2006). Long (2004), gastronomi turizmini, farklı kültürlerin mutfaklarına yönelik bilinçli ve keşif odaklı bir katılım olarak tanımlarken, Özkaya ve Can (2012) yerel gıda kültürlerini deneyimlemek amacıyla yapılan seyahatler olarak ifade etmektedir. Yerel yemeklerin tüketimi hem bölge ekonomisine katkıda bulunmakta hem de sürdürülebilir turizm açısından büyük bir önem taşımaktadır. Turizm destinasyonları, rekabet avantajı elde etmek amacıyla yerel mutfaklarını geliştirmelidir. Bu sayede hem ekonomik fayda sağlanmakta hem de ziyaretçilerin deneyimleri zenginleşmektedir (Yüncü, 2010).

Türkiye, zengin mutfak kültürü ve tarihi geçmişi ile gastronomi turizmi açısından cazip bir destinasyondur. Gaziantep, Şanlıurfa, Hatay, Adana, Mersin ve Mardin gibi gastronomi odaklı şehirler, bu alanda öne çıkmaktadır. Araştırmalara göre, bölgeyi ziyaret eden turistlerin %20-25'i gastronomi turizmi amacıyla seyahat etmektedir (Aslan, 2010). Turizm gelişmeleri incelendiğinde, gastronominin destinasyon pazarlamasındaki rolü belirginleşmektedir. Bu bağlamda, gastronomi turizmi ile ilgili literatürdeki çalışmalar, yemek kültürünün turizmdeki önemine ve destinasyonların tanıtımına odaklanmaktadır (Akman ve Mete, 1998; Fields, 2002; Okumuş vd., 2007).

Gastronomi ve turizm arasındaki ilişki, kültürlerin tanıtımında mutfakların önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır (Şengül ve Türkay, 2016). Bir destinasyonun doğal güzellikleri ve tarihi yapılarının yanı sıra, yerel yaşam tarzı, yeme-içme kültürü ve folklorik unsurlar da ziyaretçiler için büyük bir çekicilik sunmaktadır. Araştırmalar, turistlerin bu unsurlara olan ilgisinin, gastronomik deneyimlerin önemine dayandığını göstermektedir (Çokişler ve Türker, 2015). Gastronomi odaklı turizm faaliyetleri, bölgeye özgü yiyecek ve içeceklerin yanı sıra, bu ürünlerin sunulduğu restoranlar, yerel festivaller ve bu ürünlerin üretildiği yerlerde gerçekleştirilen turlar gibi çeşitli unsurları içermektedir (Nebioğlu, 2017). Bu durum hem yerel ekonomiye katkı sağlamakta hem de ziyaretçilerin kültürel deneyimlerini zenginleşmektedir. Ayrıca, gastronomik

etkinliklerin ve yerel mutfakların tanıtımı, destinasyonların uluslararası turizm pazarındaki rekabet gücünü artırmakta önemli bir etki yaratmaktadır. Dolayısıyla, gastronomi turizmi, sadece yerel lezzetlerin tanıtımını değil, aynı zamanda kültürel değerlerin ve geleneklerin de aktarılmasını sağlamaktadır.

2.2. Karabük ve Safranbolu: Tarih, Kültür ve Ekonomik Gelişim Süreci

Karabük, Türkiye'nin modern demir-çelik sanayisinin merkezi ve zengin tarihsel mirasıyla dikkat çeken bir turizm destinasyonudur. Özellikle demir-çelik sanayisiyle tanınan Karabük, Türkiye'nin modern demir-çelik sanayisinin doğduğu yer olarak bilinir. Şehrin kalkınması, 1937 yılında Türkiye'nin ilk ağır sanayi tesisi olan Karabük Demir Çelik Fabrikası'nın kurulmasıyla hız kazanmıştır (Yiğit, 2013). Bu fabrika, Karabük'ün ekonomik ve sosyal yapısını büyük ölçüde şekillendirmiş ve Türkiye'nin sanayi altyapısında önemli bir konum kazanmasına katkı sağlamıştır. Karabük, bu gelişmeler sonucunda 6 Haziran 1995 tarihinde Türkiye'nin 78. ili olarak il statüsüne kavuşmuştur. Karabük ili; Safranbolu, Eflani, Eskipazar, Ovacık, Yenice ve merkez ilçe Karabük olmak üzere toplam altı ilçeden oluşmaktadır.

Safranbolu, UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne 1994 yılında dahil edilmiştir. Bu süreçte, kentin Osmanlı dönemine özgü özgün mimari yapısını ve geleneksel kent dokusunu büyük ölçüde koruması etkili olmuştur. UNESCO, Safranbolu'yu, sivil Osmanlı mimarisinin en iyi örneklerinden biri olarak değerlendirerek, kentin kültürel mirasının dünya çapında korunması gerektiğine karar vermiştir. Safranbolu'nun listeye girmesi, Türkiye'nin kültürel miras alanında tanınmasını artırmış ve bölge turizmine de katkı sağlamıştır. UNESCO süreci, aynı zamanda kentteki tarihi yapıların korunması ve restorasyon çalışmalarının hızlanmasına vesile olmuştur.

Batı Karadeniz mutfağının izlerini taşıyan Karabük mutfağı, geleneksel Türk yemeklerinin yanı sıra yerel ürünlerin ve tariflerin öne çıktığı bir lezzet yelpazesine sahiptir. Safranbolu'nun en bilinen gastronomik unsuru, dünyaca ünlü olan safran bitkisidir. "Safran diyarı" olarak anılan Safranbolu, bu değerli baharatı geleneksel yemeklerde ve tatlılarda kullanmasıyla ünlüdür. Safranbolu lokumu da bölgenin meşhur tatlılarından biridir ve kendine özgü özellikleri ile dikkat çeker. Bölgeye özgü yemeklerden biri olan Banduma (Eflani Hindi Bandırması), Karabük Mutfağı'nda önemli bir yere sahiptir. Banduma, yufka veya tandır ekmeğinin tavuk suyu ile ıslatılıp tavuk etleri ve cevizle katman katman dizilmesiyle hazırlanır; yoğun ve doyurucu bir lezzet

sunar.

Eflani Hindi Bandırması, Safranbolu Kıtır, Safranbolu Lokumu, Safranbolu Maniye Domatesi, Safranbolu Safranı, Safranbolu Çavuş Üzümü ve Yenice Ihlamur Balı Karabük ün mahreç işaretli gıda ürünleridir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2016).

3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, betimsel inceleme tekniği benimsenmiş ve TripAdvisor platformundaki turist yorumları içerik analizi yöntemiyle ele alınmıştır. Betimsel inceleme tekniği, bir nesnenin, olayın veya durumun ayrıntılı ve kapsamlı bir şekilde gözlemlenmesi ve tanımlanması yöntemidir. Bu teknik, genellikle bir konu hakkında derinlemesine bilgi edinmek, özelliklerini vurgulamak ve okuyucuya olayları daha net bir şekilde sunmak amacıyla kullanılır. Betimsel inceleme, sayısal veriler veya istatistiksel analiz yerine, gözlemler ve tanımlar üzerinden yapılan bir yaklaşımdır (Creswell, 2013). TripAdvisor'ın kullanıcı etkileşimi açısından lider konumda olduğunu gösteren güncel verilere göre, platformun her ay ortalama 490 milyon ziyaretçisi bulunmaktadır. Bu, TripAdvisor'ı sektördeki en büyük seyahat platformlarından biri yapmaktadır. Ayrıca, TripAdvisor'ın kullanıcılarının büyük bir kısmı, siteyi mobil cihazlardan ziyaret etmektedir ve platform, kullanıcılarının geribildirimlerine dayalı olarak içerik sunmaktadır. Bu platform, 49 pazarda hizmet sunarak 28 dilde 8,6 milyondan fazla seçenek ve 859 milyonu aşkın değerlendirme ve yorum barındırmaktadır (Tripadvisor, 2024).

Ziyaretçi yorumlarının incelenmesi amacıyla içerik analizi yöntemi seçilmiştir. Bu yöntem, mesajın göndericisi, içeriği ve alıcısı bağlamında değerlendirilen yorumların akışını analiz etmeyi mümkün kılmaktadır (Weber, 1989). Bu çerçevede, araştırmada içerik analizinin kullanılması oldukça uygun bir yaklaşım olarak görülmüştür. Yorumların daha iyi anlamlandırılması amacıyla "kelime bulutu" tekniği uygulanmıştır. Bu teknik, görsel unsurların kullanımını sağlayarak sonuçların anlaşılmasını ve akılda kalıcılığını artırmaktadır (Fronza vd., 2013).

Araştırmanın evrenini, Safranbolu'da faaliyet gösteren ve TripAdvisor platformunda en çok yorum alan restoranlar oluşturmaktadır. Örneklem olarak, "küme örnekleme" modeli benimsenmiştir. Küme örnekleme, popülasyonun farklı özelliklere sahip alt gruplardan oluştuğu durumlarda, her bir alt gruptan temsilci örnekler almak için kullanılır. Bu yöntem, popülasyonun homojen olmadığı ve farklı grupların farklı

özelliklere sahip olduğu araştırmalarda tercih edilir. Diğer örnekleme yöntemlerinden farkı, önce grupların (kümelerin) belirlenmesi, ardından her gruptan örnekler alınmasıdır. Böylece araştırma daha verimli olur ve farklı grupların çeşitliliği göz önünde bulundurulur. Bu yaklaşım, yalnızca belirli grupları incelemekle kalmaz, aynı zamanda genellenebilir sonuçlar elde etmeye de olanak tanır. Bu bağlamda, Safranbolu'da 2022 yılından itibaren en fazla değerlendirme almış olan üç restoran, araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu restoranlara ilişkin yorumlar, WordArt programı kullanılarak derlenmiş ve kelime bulutu oluşturulmuştur.

4. Bulgular

Tripadvisor platformunda restoranlar sekmesinde “Safranbolu, Türkiye” şeklinde arama yapıldığında 105 adet işletme listelenmektedir. Söz konusu işletmeler arasında kafeler, lokum ve şekerleme işletmeleri ve franchise kurumlar da yer almaktadır (TripAdvisor, 2024).

Tablo 1: TripAdvisor’da En Çok Yorum Alan ve Puanlanan Safranbolu Restoranları

Restoranlar	Yorum Sayısı	Puan
A	548	4,5
B	311	4,5
C	250	4,5
Toplam	1109	4,5 (ort).

Tablo 1’de, Safranbolu’da faaliyet gösteren ve TripAdvisor platformunda en fazla yorum alan restoranlar yer almaktadır. TripAdvisor’daki yiyecek ve içecek işletmelerine yönelik puanlama sistemi 5,0 üzerinden değerlendirilmektedir. İlgili restoranların puan ortalaması 4,5 olarak belirlenmiştir. Bu bulgu, Safranbolu’daki restoranların genel olarak yüksek kalitede hizmet sunduğunu ve turistlerin deneyimlerinin genellikle olumlu olduğunu göstermektedir.

Şekil 2’de Safranbolu’daki restoranlar ile ilgili olumsuz yorumlara ilişkin kelime bulutu incelendiğinde en fazla tekrarlanan kelimelerin; çok, pahalı, fazla, fiyatlar, soğuk, özensiz, park olduğu görülmektedir. Bu bağlamda turistlerin Safranbolu’daki restoranlara ilişkin görüşlerine göre en belirgin şikayetin yüksek fiyatlar olduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra yemeklerin soğuk ve özensiz sunulduğuna yönelik ifadelerin olduğu da dikkat çekmektedir. Ayrıca araç park sorunu da ziyaretçilerin bir başka şikayeti olarak kelime bulutunda yer almıştır.

5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, Safranbolu’daki restoranların TripAdvisor platformunda yer alan yorumlarının içerik analizi yöntemiyle incelenmesini amaçlamaktadır. Kelime bulutu tekniği kullanılarak yapılan bu analiz, restoranların gastronomik deneyimlerine ilişkin olumlu ve olumsuz yorumları detaylı bir şekilde ortaya koymuştur. Sonuçlar, hem restoranların sunduğu gastronomik ürünler hem de müşteri hizmetleri konusunda önemli çıkarımlar yapmamıza olanak sağlamaktadır.

5.1. Olumlu Yorumlar ve Müşteri Memnuniyeti

Olumlu yorumlarda, "lezzetli" ve "güzel" kelimelerinin öne çıkması, Safranbolu’daki restoranların gastronomik ürünlerinin kalitesi ve estetik sunumları konusunda yüksek müşteri memnuniyeti sağladığını göstermektedir. Bu bulgular, restoranların gastronomik deneyim açısından müşteri beklentilerini karşıladığını ve başarılı bir deneyim sunduğunu ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, Arslan (2020), Kendir (2020), Bozkurt (2021) ve Bozkurt (2022) gibi çalışmalarda da turistlerin gastronomik ürünlere ilişkin yorumlarının genellikle olumlu olduğu ve "lezzetli" kelimesinin sıklıkla kullanıldığı bulunmuştur. Bu durum, gastronomi turizminin Safranbolu gibi kültürel açıdan zengin bölgelerde turistlerin tercihlerini etkileyen önemli bir faktör olduğunu desteklemektedir.

5.2. Geleneksel Yemekler ve Kültürel Bağlam

Kelime bulutunda yer alan "Rum" ve "mantısı" gibi terimler, Safranbolu’nun tarihsel ve kültürel geçmişine ışık tutmaktadır. Mübadele dönemi öncesinde Safranbolu’da yaşayan Rum halkının mutfak kültürüne olan etkisi, bölgedeki geleneksel yemeklerin günümüze kadar korunmasına katkı sağlamıştır. "Piruhi" (manti) gibi geleneksel yemekler, Safranbolu mutfağının kültürel kimliğini yansıtan önemli unsurlar olup, bu yemeklerin korunması, yerel halkın kültürel mirasını gelecek nesillere aktarma açısından kritik bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, Safranbolu’nun gastronomik mirasının sürdürülmesi, hem

kültürel kimliğin korunması hem de gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

5.3. Yöresel Lezzetlerin Turizm Potansiyeli

Çalışmanın bulguları, "Keşkek" gibi yöresel yemeklerin, Safranbolu'daki restoranların gastronomik çekiciliği üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Yöresel yemeklerin öne çıkarılması, bölgedeki restoranların gastronomi turizmine katkı sağladığını ve turistlerin bu lezzetleri deneyimleme arzusunun arttığını göstermektedir. Özellikle "güler yüzlü" kelimesinin sıkça kullanılmasının, restoranların müşteri hizmetleri konusundaki başarısını yansıttığı anlaşılmaktadır. Bu durum, restoranların müşteri memnuniyetini artırmak için personel eğitiminin önemine dikkat çekmektedir.

5.4. Olumsuz Yorumlar ve İyileştirme Alanları

Olumsuz yorumlar incelendiğinde, kelime bulutunda "pahalı," "fiyatlar," "soğuk," "özensiz" ve "park" gibi ifadelerin sıklığı dikkat çekmektedir. Bu bulgular, turistlerin restoranlara yönelik en yaygın şikayetlerinin başında fiyatların yüksekliği ve yemeklerin sunumundaki aksaklıkların yer aldığını göstermektedir. Özellikle "pahalı" ve "fiyatlar" kelimelerinin öne çıkması, restoranların sunduğu yemeklerin maliyetinin beklentileri karşılamadığını ve fiyat-performans dengesinin olumsuz algılandığını göstermektedir. Ayrıca, "soğuk" ve "özensiz" yorumları, restoranların hizmet kalitesinde iyileştirmeler yapması gerektiğine işaret etmektedir. Yüksek müşteri memnuniyeti için, yemeklerin sıcaklık ve özenle servis edilmesi kritik öneme sahiptir. "Park" kelimesinin öne çıkması, restoranların çevresindeki araç park sorunu ve yeterli otopark alanının olmamasının müşteri erişimini zorlaştırdığına dair bir başka önemli bulgu olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, özellikle yerel yönetimlerin, turistlerin ve restoran sahiplerinin iş birliği yaparak bu tür lojistik sorunları çözmeleri gerektiğini göstermektedir.

5.5. Araştırmanın Kısıtlılıkları ve Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Bu çalışmanın kısıtlılıklarından biri, sadece TripAdvisor platformundaki en fazla yorum alan restoranların incelenmiş olmasıdır. Bu durum, bulguların yalnızca belirli bir örneklem üzerinden elde edilmesine ve dolayısıyla genel geçer sonuçlar çıkarmanın zorlaşmasına neden olmuştur. Gelecek çalışmalarda, farklı platformlar ve geniş örneklemeler üzerinde çalışmalar yapılması önerilmektedir. Ayrıca, kelime bulutu tekniği kullanılmış olması, analizde daha derinlemesine bir anlam çıkarımını sınırlamış olabilir. Bu bağlamda, anketler, derinlemesine mülakatlar veya odak grup görüşmeleri gibi nitel

araştırma yöntemleri ile daha kapsamlı ve detaylı veriler elde edilebilir. Böylece, restoranların müşteri memnuniyetine dair daha geniş bir anlayış geliştirilmesi mümkün olacaktır.

Kaynakça

- Aydın, M. Z. (1997). Sosyo-kültürel Açından Bugünkü Tunus, *Cumhuriyet Üniversitesi Akman, M., & Mete, M. (1998). Türk ve Dünya Mutfakları*. Konya: Selçuk Üniversitesi Basımevi.
- Aktüre, S., & Şenyapılı, T. (1976). Safranbolu'da mekânsal yapının gösterdiği nitelikler ve koruma önerilerinin düşündürdükleri. *O.D.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 2(1), 61- 96.
- Alexa. (2020). Competitive analysis, marketing mix and traffic. <https://www.alex.com/siteinfo/tripadvisor.com> [Erişim Tarihi: 10.08.2024].
- Arlı, M., & Gümüş, H. (2007). Mutfak kültüründe çorbalar. *ICANAS, Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, 10-15 Eylül, Ankara, 143-158.
- Arslan, E. (2020). Çevrimiçi gastronomik turist deneyimlerinin içerik analiziyle incelenmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 442-460.
- Arslan, E., Kendir, H., Akmeşe, H., Bozkurt, H. Ö., Akyollu, K., & Hiçyakmazer, C. T. (2023). Investigation of Tokat bez sucuk, a geographically indicated local food, within the scope of sustainable gastronomy. *Sustainability*, 15(17), 12889. <https://doi.org/10.3390/su151712889>
- Arslan, E., Kendir, H., & Bozkurt, H. Ö. (2021). Gastronomi turizmi kapsamında ziyaretçilerin yöresel yiyecek tercihleri: Tokat ili örneği [Local food preferences of visitors within the scope of gastronomy tourism: The case of Tokat province]. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(Special Issue 5), 261-275.
- Aslan, H. (2010). Gastronomi turizminin turizm eğitimi programlarındaki yeri ve önemi: Bir uygulama [Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çocuk Gelişimi ve Ev Yönetimi Anabilim Dalı, Beslenme Eğitim Bilim Dalı].
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor*, 22(87).
- Bozkurt, H. Ö. (2023). Gastronomik lezzetlere yönelik çevrimiçi turist deneyimlerinin incelenmesi: Sinop mantısı örneği. *Review of Tourism Administration Journal*, 4(1), 1-11.
- Bozkurt, H. Ö. (2021). Gastronomi turizmi kapsamında Sinop'taki balık restoranlarının incelenmesi. *Sinop Kültür ve Turizm Sempozyumu*, 21-24 Ekim 2021, Sinop.
- Chen, C. F., & Tsai, D. C. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Cömert, M., & Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfagının önemi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.

- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage publications. ABD.
- Çağlayan, İ. (2019). Karabük şehri ve çevresinde doğal ortam ile insan arasındaki ilişkiler [Yüksek lisans tezi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van].
- Çokişler, N., & Türker, A. (2015). Mutfak kültürünün turizm ürünü olarak kullanım etkinliğinin incelenmesi: Ayder Turizm Merkezi örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 6(14).
- Emekli, G. (2006). Avrupa Birliği bölgesel politikasında turizmin yeri ve Türkiye turizmi. *İçinde IV. Ulusal Coğrafya Sempozyumu*. Ankara.
- Ersoy, H. L. (2011). *Karabük tarihi: Karabük'ün köyden kente dönüş öyküsü*. İstanbul: Kurtiş Matbaacılık.
- Fields, K. (2002). Demand for the gastronomy tourism product: Motivational factors. In Hjalager, A. M., & Richards, G. (Eds.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 36–51). London: Routledge.
- Fronza, I., Janes, A., Sillitti, A., Succi, G., & Trebeschi, S. (2013). Cooperation wordle using pre-attentive processing techniques. *6th International Workshop on Cooperative and Human Aspects of Software Engineering (CHASE)*, 25 May 2013, San Francisco, CA, USA.
- Global Gastronomy (2024). <https://www.expertmarketresearch.com/reports/gastronomy-food-tourism-market> (Erişim Tarihi: 25.11.2024).
- Gülen, M. (2017). Gastronomi turizm potansiyeli ve geliştirilmesi kapsamında Afyonkarahisar ilinin değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-42.
- Günay, R. (1989). *Geleneksel Safranbolu evleri ve oluşumu*. Kültür Bakanlığı Yay. No: 456. Tanıtma Eserleri Dizisi No: 23. İkinci Baskı. Ankara.
- Hacısalıhoğlu, İ. Y. (1995). Geleneksel Türk şehri: Safranbolu. *Türk Coğrafya Dergisi*, 30, 409-434.
- Jeong, E., & Jang, S. S. (2011). Restaurant experiences triggering positive electronic word-of-mouth (eWOM) motivations. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 356-366. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.08.005>
- Kalyoncu, H., & Tunçözgür, Ü. (2012). Mübadele ve Safranbolu. Karabük: Karabük Valiliği Yayınları.
- Kendir, H. (2020). Gastronomik lezzetlere yönelik çevrimiçi turist deneyimlerinin incelenmesi: Edirne tava ciğeri örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 408-423.
- Kınay, A. G. (2024). Mahreç işaretli sinop mantısı ve sinop lakerdasının duyuşsal olarak değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 7(3), 432-446.
- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006), Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination, *Journal of Hospitality and Tourism Research*. 30, 354–77.

- Long, L. M. (2004). A folkloristic perspective on eating and otherness. In L. M. Long (Ed.), *Culinary Tourism* (pp. 20-51). Lexington: The University Press of Kentucky.
- Nebioğlu, O. (2017). Gastronomik kimlik ve gastronomik turizm ürünlerinin sınıflandırılması üzerine nitel bir araştırma: Alanya örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(2), 39-60.
- Okumus, B., Okumus, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28, 253-261.
- Özdemir, G., & Altınar, D. D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Özkaya, F. D., & Can, A. (2012). Gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasına etkisi. *Türktarım*, 206, 28-33.
- Özköse, A. (1999). Safranbolu'da Kıranköy, Tabakhane, Bulakköyü, Yazıköyü ve Yörükköyünde kaybolan kültür mirasımız. *I. Ulusal Tarih İçinde Safranbolu Sempozyumu*, sunulmuş bildiri, Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Şahin, İ. (2010). Karabük ve ilçeleri. *Karabük Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü*, Ankara: Nurol Matbaacılık.
- Şengül, S., & Türkay, O. (2016). Akdeniz mutfak kültürünün gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 86-99.
- Talas, M. (2005). Tarihi süreçte Türk beslenme kültürü ve Mehmet Eröz'e göre Türk yemekleri. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 18, 273-283.
- Telfer, D. J., & Wall, G. (2000). Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels. *Tourism Geographies*, 2(4), 421-447.
- Tripadvisor. (2024). <https://tripadvisor.mediaroom.com/tr-about-us> [Erişim Tarihi: 28.08.2024].
- Tuncel, M. (1980). Türkiye'de kent yerleşmelerinin tarihçesine toplu bir bakış. *İ.Ü. Coğrafya Enstitüsü Dergisi*, 23, 123-157.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024). <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisaretler/liste?il=78&tur=44&urunGrubu=&adi=> [Erişim Tarihi: 01.08.2024].
- Türker, N., & Süzer, Ö. (2022). Tourists' food and beverage consumption trends in the context of culinary movements: The case of Safranbolu. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, 100463.
- Ulukavak, K. (1976). Mimari mirasının korunması istenen bir kent: Safranbolu. *Bilim Birlik Başarı Derneği, Yaşar Holding Yayını*.
- Yiğit, G. K. (2013). Eflani İlçesi'nde (Karabük) Nüfus. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 16(26), 163- 181.
- Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe yaylası. *Aybastı-Kabataş Kurultayı*, 11, 19-26.

Weber, R. P. (1989). *Basic content analysis*. Sage Publications. London.

Etik Kurul İzni

Araştırmada etik kurul onayı veya yasal/özel izin gerektiren herhangi bir durum olmadığından etik onaya ihtiyaç duyulmamıştır.

“Safranbolu Restoranlarına Yönelik evrimii Turist Yorumlarının İçerik Analizi” başlıklı yukarıda bilgileri yer alan çalışmamın etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer aldığını beyan ederim.

Katkı Oranı Beyanı

1.Yazar: % 100

ıkar atışması Beyanı

Çalışmanın herhangi bir kurum kuruluş ile çıkar atışması bulunmamaktadır.