




Turistlerin Restoranlara Yönelik Çevrimiçi Yorumlarının İçerik Analiziyle İncelenmesi: Tokat İli Örneği (Investigation of Tourists' Online Comments Towards Restaurants with Content Analysis: The Case of Tokat Province)

Cem Taner HİÇYAKMAZER ^a , Hakan KENDİR ^b , * Emin ARSLAN ^b 

^a Necmettin Erbakan University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism Management, Konya/Türkiye

^b Tokat Gaziosmanpaşa University, Zile Dinçerler School of Tourism Management and Hotel Management, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Tokat/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 14.09.2023

Kabul Tarihi: 27.12.2023

Anahtar Kelimeler

Gastronomi turizmi

Restoran

Çevrimiçi deneyimler

Kelime bulutu

Tokat

Öz

Türk mutfağının önemli bileşenlerinden biri olan Tokat ilinde faaliyet gösteren restoranlara yönelik çevrimiçi turist deneyimlerinin incelenmesi bu araştırmanın temel amacıdır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada, yöntem olarak içerik analizi kullanılmıştır. TripAdvisor platformunda yer alan ve Tokat ilinde faaliyet gösteren restoranlara yönelik çevrimiçi yorumlar araştırma kapsamında ele alınmıştır. Bu doğrultuda en fazla turist yorumu ve puanlamasına sahip 5 restoran araştırmaya dahil edilmiştir. Yorumlardan elde edilen verilerin çözümlenmesinde, kelime bulutu tekniği kullanılmıştır. Tokat restoranlarına ait turist yorumlarından olumlu ve olumsuz olmak üzere iki kategoride kelime bulutu yaratılmıştır. Araştırmanın bulgularına göre, değerlendirmeye alınan restoranların puanları orta seviyenin üzerinde gerçekleşmiştir. Ayrıca turistlerin Tokat restoranları hakkında yaptıkları olumlu yorum ve görüşlerin olumsuzlardan daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Olumlu yorumlardan yaratılan kelime bulutunda, en fazla öne çıkan sözcükler, “güzel, Tokat Kebabı, kaliteli, mekân ve tavsiye ederim” olmuştur. Olumsuz kelime bulutunda ise öne çıkan sözcüklerin, “Tokat Kebabı, kötü, geç geldi, tavsiye etmem, pahalı” olduğu tespit edilmiştir.

Keywords

Gastronomy tourism

Restaurant

Online experiences

Word cloud

Tokat

Abstract

The primary objective of this study is to investigate the online tourist experiences of restaurants operating Tokat, a traditional Turkish ingredient. For this purpose, content analysis was used as a method in the research. Online comments about restaurants operating in Tokat province on the TripAdvisor platform were examined within the scope of the research. Accordingly, the five restaurants with the highest number of tourist comments and ratings were included in the research. The word cloud technique was used to analyze the data obtained from the comments. Word clouds were created in two categories, positive and negative, from tourist comments about Tokat restaurants. According to the findings of the research, the scores of the restaurants evaluated were above average. In addition, it has been determined that the positive comments and opinions made by tourists about Tokat restaurants are greater than the negative ones. In the word cloud created from positive comments, the most prominent words were "beautiful, Tokat Kebab, quality, place, and I recommend". It was determined that the prominent words in the negative word cloud were "Tokat Kebab, bad, arrived late, I do not recommend, expensive".

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: emin.arslan@gop.edu.tr (E. Arslan)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1359

GİRİŞ

Dünya turizm hareketliliğine 2022 yılında 969 milyon kişinin katıldığı ve bu hareketlilikten yaklaşık 1.07 trilyon Dolar gelir elde edildiği Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün raporunda yer almaktadır (UNWTO, 2023). Turizm hareketliliğinde deniz-kum-güneş üçlemesinin hakimiyetini korumasıyla birlikte son yıllarda alternatif turizm türlerine talebin de arttığı bilinmektedir. Türkiye alternatif turizm türleri bakımında oldukça zengin bir destinasyon olarak göze çarpmaktadır. Özellikle alternatif turizm türleri arasında son yıllarda trend haline gelen gastronomi turizmi, bir yöreye özgü yiyecek ve içecekleri geleneksel veya modern şekliyle sergilemesi açısından ziyaretçilerin dikkatini üzerine çekmektedir.

Mevsimsel özellik taşıyan kitle turizminin (Ergun vd., 2023) aksine on iki ay yapılabilen gastronomi turizmi, turistik hareketliliğin yoğun olmadığı bölgelerde turizmin canlanması ve istihdama katkı sağlaması açısından kilit rol oynamaktadır (Kivela & Crotts, 2006). Öte yandan gastronomi turizminin; yöresel mutfak etkinlikleri, kırsal pazarlar, gastronomik etkinlikler ve yiyecek-içecek ile ilgili rekreatif amaçlı her türlü aktiviteyi içermesi (Hall & Sharples, 2003), turistik destinasyonların tanıtımına da katkıda bulunmaktadır. Teknolojinin son yıllarda gelişimiyle birlikte gastronomik turist deneyimleri, bir destinasyonun kültürünü tanımanın yanında, diğer insanlara tanıtmaya boyutuna da ulaşmıştır. Özellikle gastronomik lezzetlere dair deneyimler, turistler tarafından sosyal medya ve çevrimiçi platformlar aracılığıyla, diğer insanların erişimine sunulmaktadır. Gastronomik deneyimler içeren; çevrimiçi yorumlar, puanlamalar ve görseller potansiyel turistik tüketiciler tarafından görülebilmekte ve tercihlerinde etkili olabilmektedir (Onorati & Giardullo, 2020). Bununla beraber turizm sektöründe misafir memnuniyetini ön planda tutan işletmelerin (konaklama, yiyecek içecek, seyahat acentaları, eğlence işletmeleri gibi) çevrimiçi platformlarda yer alan turist deneyimlerini ve puanlamalarını dikkate alarak işletmelerinde gerekli düzenlemeleri yapmaları önem arz etmektedir.

Bu bilgiler ışığında araştırmanın amacı, Tokat ilinde faaliyet gösteren restoranlar hakkındaki, çevrimiçi turist yorumlarının içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda TripAdvisor platformunda yer alan ve Tokat ilinde faaliyet gösteren restoranlara ait çevrimiçi yorumlar “kelime bulutu” tekniğiyle olumlu ve olumsuz olarak iki kategoride değerlendirilmiştir. Ayrıca, Tokat ilindeki restoranlara ait turist yorumları bilimsel bir yöntemle sunulurken, restoranlar hakkında ön plana çıkması ve dikkat edilmesi gereken noktalar vurgulanmıştır. Türkiye’de çevrimiçi turist yorumlarına yönelik çalışmalar son dönemlerde sıkça yapılmaya başlamıştır (Arslan, 2020a; Kendir, 2020; Kendir vd., 2023; Bozkurt, 2023; Şimşek, 2023). Bununla beraber sadece Tokat ilinde faaliyetlerine devam eden restoranlar ile ilgili gastronomi turizmi alanında bugüne kadar yayınlanmış herhangi bir çalışmanın olmaması, bu araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi, turistler için temel motivasyonun yemek olduğu alternatif turizm türlerinden biridir. Günümüzde turist istek ve beklentilerinin çok hızlı bir şekilde değişmesiyle, yemek yeme fizyolojik bir ihtiyaç olmaktan çıkmış ve farklı bir boyuta dönüşmüştür. Dolayısıyla yiyecek ve içecekler bir destinasyonun turistler tarafından tercih edilmesinde etkili bir unsur haline dönüşerek, turistleri ziyaret edilen yerel halka yaklaştıran bir deneyim yaşama imkânı da sunabilmektedir (Ruschmann, 1997; Berbel-Pineda vd., 2019). Öte yandan gastronomi

turizmi, bir destinasyonda bulunan bağımsız yiyecek-içecek işletmelerinde veya otellerde, yeme-içme hizmeti sunmanın dışında, farklı tatlar ve görsel şovlar sergileme amacı da güden bir faaliyet alanıdır (Kyriakaki vd., 2013).

Unutulmaz yiyecek ve içecek deneyimleriyle turistlerin seyahat motivasyonuna ve davranışına önemli ölçüde etki eden gastronomi turizmi (Wolf, 2006; Harrington & Ottenbacher, 2010), yerel yiyecek-içecek işletmelerine, çiftçi pazarlarına, gastronomi fuarlarına ve festivallerine yapılan ziyaretleri ve diğer yemeğe dayalı turistik uygulamaları içermektedir (Hall & Sharples, 2003). Sosyal medya kullanıcı sayısının son yıllarda artması ve turist deneyimlerinin dijital sosyal paylaşım platformları (TripAdvisor, Instagram, Facebook, Twitter ve YouTube gibi) aracılığıyla geniş kitlelere ulaşması, gastronomi turizminin trend haline gelmesini sağlamıştır (Kendir, 2020). Bununla beraber Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün 2012 yılında gastronomi turizmi ile ilgili kalkınma ve tanıtım politikalarına yönelik ilk raporunu yayınlaması, bu gelişmeyi takip ettiğini ve dikkate aldığını göstermektedir (Meneguel vd., 2019). Ayrıca gastronomi turizminin, uluslararası ve ulusal literatürde birçok akademik çalışmada da (Harrington & Ottenbacher, 2010; Kyriakaki vd., 2016; De Jong vd., 2018; Özçelik Bozkurt, 2018; Pavlidis & Markantonatou, 2020; Arslan, 2020a; Kendir, 2020; Kendir & Arslan, 2020; Arslan vd., 2021; Arslan vd., 2023; Özçelik Bozkurt, 2023) incelenmiş olması, konunun turizm literatürü açısından önemini bir kez daha ortaya koymaktadır.

Gastronomi turizmi açısından bir destinasyonun tercih edilmesinde, yöresel lezzetler kadar o lezzetleri üreten turistlere sunan yiyecek-içecek işletmelerinin önemli olduğu bilinmektedir. Yiyecek-içecek işletmelerine ek olarak gastronomi turizminin gelişimine katkı sunma potansiyeline sahip paydaşlardan bazıları; tur operatörleri, seyahat acentaları, yerel halk, konaklama işletmeleri, turistler ve yerel ticari işletmelerdir (Alonso & Liu, 2011; Özçelik Bozkurt, 2018). Özellikle gastronomi turizminde önemli bir paydaş olan restoranların, hizmet kalitesinin artırılmasında müşterileri şikayetlerini dikkate alması ve bunun yanında çevrimiçi yorumları da takip etmesi hayati önem taşımaktadır.

Turistlerin Restoran Tercihlerinde Çevrimiçi Yorumların Önemi

Yöresel veya modern farklı lezzetler deneyimlemek isteyen turistlerin seyahat tercihlerini etkileyen gastronomi turizmi, destinasyonların tanıtımı, imajı ve gelişimi için kilit rol üstlenmektedir. Öte yandan yöresel mutfak unsurlarının sürdürülebilirliğini sağlayan ve coğrafi işaretle tescil edilmiş gastronomik lezzetleri olan Türkiye gibi destinasyonlar, turizm pazarında farklı bir yerde konumlanabilmektedir. Ayrıca çevrimiçi sosyal paylaşım platformlarında yer alan turist deneyimleri ve sosyal medya kullanıcı sayısının her geçen gün artması sonucunda, turistik destinasyonların tanıtım maliyetlerinin azaldığı ve daha fazla kişi tarafından fark edildiği dikkat çekmektedir (Mandic vd., 2020). Teknolojide meydana gelen gelişmeler, turizm sektöründe yer alan işletmelerin faaliyetlerini kolaylaştırıp maliyetlerini azaltırken, turistlerin satın alma davranışlarının da etkilenmesine neden olabilmektedir (Siguaw vd., 2000). Bu noktadan hareketle eşsiz ve farklı gastronomik deneyimler yaşamak isteyen turistlerin, seyahat planlaması yaparken klasik yöntemlerden çok teknoloji temelli modern yöntemlere yöneldikleri göze çarpmaktadır (Onorati & Giardullo, 2020).

Turistlerin deneyimlerinden duydukları memnuniyeti ve hoşnutsuzluklarını yansıtan çevrimiçi yorumlar hem işletmeler hem de turizm araştırmaları yapan akademisyenler için önemli kaynaklar haline gelmiştir (Banerjee ve Chua, 2016). Bununla birlikte turizm sektöründeki yorumların restoranlar, oteller ve destinasyonlar üzerindeki etkisini incelemek amacıyla birçok araştırma (Lei & Law, 2015; Zhang vd., 2017; Yu & Sun, 2019; Yaşar, 2019;

Yetgin vd., 2020; Şahin, 2021; Şimşek, 2023) yapılmıştır. Bu araştırmalardan elde edilen çevrimiçi yorumların, turizm sektöründeki işletmelerin performansını, algılanan değerini ve imajını etkileyebileceği sonucu ortaya çıkmıştır (Taecharungroj ve Mathayomchan, 2019). Dolayısıyla dijitalleşme, turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için birçok yeniliği ve fırsatı beraberinde getirmektedir (Filipiak vd., 2020).

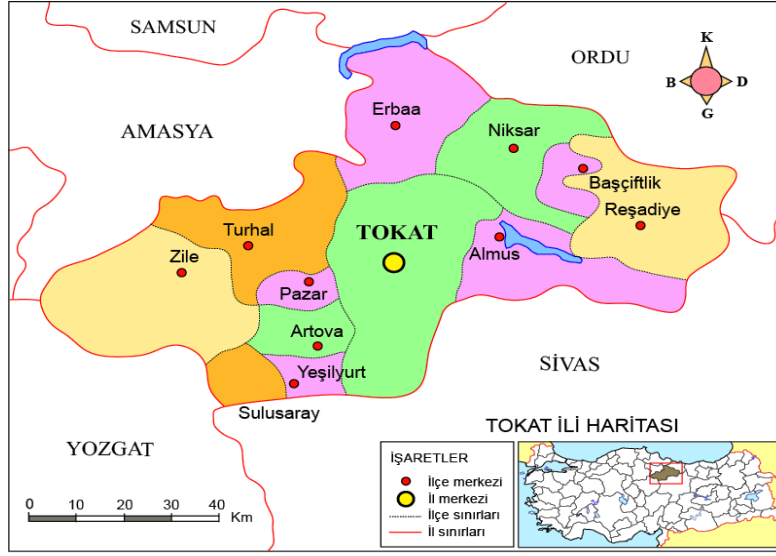
Çevrimiçi sosyal paylaşım platformları ve gastronomi turizmine ilişkin akademik yayın sayısının her geçen gün arttığı bilinmektedir (Arslan, 2020a). Öte yandan son yıllarda TripAdvisor, Booking.com, Zoover, Trivago ve Holiday Check gibi seyahat değerlendirme platformları ile YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, TikTok ve Snapchat gibi sosyal medya uygulamalarının sayıca artışının etkileri turizm sektöründe giderek daha fazla hissedilmektedir (Yavuz, 2017). Dolayısıyla bilgi teknolojisi ve sosyal medya, turistlerin konaklama işletmesi ve restoran arama şeklini geleneksel yapıdan uzaklaştırmıştır. Böylece turistler seyahat ettikleri destinasyonlardaki mutfaklar hakkında bilgi edinmek ve tatmin edici restoranlar bulmak için seyahat değerlendirme platformlarını yaygın bir şekilde kullanmaktadır (Rodríguez-Molina vd., 2015; Zhang vd., 2017). Bu konuda Makau'daki 22 adet restorana yapılan 641 yorumun incelendiği bir araştırmada, turistlerin yemek deneyimine ilişkin müşteri memnuniyetinin genel olarak olumlu olduğu tespit edilmiştir. Ancak araştırmada Makau'daki pahalı restoranların ucuz restoranlara oranla daha fazla olumsuz yorum aldığı belirlenmesi, restoran sahipleri veya yöneticileri için önemli bir bilgi kaynağı oluşturmuştur (Lei & Law, 2015). Benzer bir çalışmada ise 2017 yılında UNESCO Yaratıcı Gastronomi Şehri olan Makau'da, en iyi yiyecek-içecek işletmesini tespit etmek amacıyla Instagram'daki tüketici yorumları analiz edilmiştir (Yu & Sun, 2019).

Çorum ilindeki TripAdvisor platformunda kayıtlı restoranlar hakkında yapılan yorum ve değerlendirmelerin incelendiği bir çalışmada ise misafirlerin %68'inin restoranlardaki yiyecek-içecek deneyimlerinden memnun olduğu, ancak diğerlerinin deneyimlerini vasat ve olumsuz olarak değerlendirdikleri belirlenmiştir. Belirlenen bu sonuçlardan, restoran işletmecilerinin misafirlerine yönelik hizmet, tutum ve yaklaşımlarında daha dikkatli olmaları ve misafir istek ve beklentilerini göz önünde bulundurmaları gibi hususlar ortaya çıkmıştır (Şahin, 2021). Bununla beraber Yaşar (2019) çalışmasında Kastamonu'da yöresel yemek hizmeti sunan 10 işletmeye yönelik TripAdvisor web sitesindeki olumsuz yorumları incelemiştir. İncelenen yorumlar sonucunda özellikle yiyecek içecek, servis, fiyat, hizmet ortamı, personel ve menüyle ilgili şikayetlerin ön plana çıktığı tespit edilmiştir. İstanbul'da faaliyet gösteren 1. Sınıf restoranlara ilişkin TripAdvisor'da bulunan yorumların içerik analiziyle değerlendirilmesi sonucunda; olumlu ve olumsuz yorumların yemeklerin lezzeti, servis kalitesi, özenli ve ilgili personel gibi durumlarda yoğunlaştığı tespit edilmiştir (Yetgin vd., 2020). Bu bilgiler ışığında yiyecek içecek işletmesi sahibi veya yöneticilerinin dönemsel olarak müşterilerin olumlu/olumsuz yorumlarını dikkate almaları ve duruma göre planlama yapmaları önem arz etmektedir.

Tokat'ta Gastronomi Turizmi

Türkiye'nin Orta Karadeniz bölümünde yer alan Tokat ilinin, güney ve doğusunda Yozgat ve Sivas, kuzeyinde Samsun ve Ordu, batısında ise Amasya illeri bulunmaktadır. Yüzölçümü bakımından 10.072 km²'lik bir alanı kaplayan Tokat, 11 adet ilçeye sahiptir (Harita 1). 2022 yılsonu itibariyle Tokat ilinin toplam nüfusu, 596.454 kişi olarak tespit edilmiştir (TÜİK, 2023). Tokat merkezin rakımı ortalama 623 metredir. Ancak il genelinde coğrafyaya göre rakım, 200 ile 2200 m. arasında değişmektedir. Tokat'ın toprak yapısı ve iklime uygun her türlü tarım ürünü yetiştirilmektedir. Bu ürünler arasında; meyveler (kiraz, şeftali, vişne, üzüm, elma, kuşburnu vb.), sebzeler (biber,

domates, salatalık, patlıcan vb.), tahıllar (arpa, buğday, mısır), baklagiller (nohut, fasulye, mercimek), otlar ve köklü bitkiler (madımak, şeker pancarı, patates, soğan) gösterilebilir (Tokat Valiliği, 2023). Dolayısıyla bu ürünler Tokat mutfağının gastronomik öğelerine temel oluşturmaktadır.



Harita 1. Çalışma Alanının Konumu (Coğrafya Harita, 2023)

Doğal güzellikleri ve tarihi değerleriyle Tokat ili, turizm açısından birçok çekiciliğe sahiptir. 2022 yılı Ocak-Eylül ayları arasında Tokat'ı ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayısı 263.411'dir. Bu rakamın yıldan yıla artış gösterdiği, özellikle de son yıllarda önemli bir artışın olduğu dikkat çekmektedir. Turizm potansiyelini henüz harekete geçirmeye başlayan Tokat, turistik işletme anlamında bir atılım sürecindedir. Yeni yapılan otel ve restoran yatırımları sayesinde kapasitesinin arttığı gözlenmektedir. Tokat ilinde 2023 yılı Eylül ayı itibariyle turizm işletme belgeli, 1 adet 5 yıldızlı, 2 adet 4 yıldızlı, 6 adet 3 yıldızlı, 3 adet 2 yıldızlı, 2 adet 1 yıldızlı, 1 adet özel belgeli konaklama tesisi ve 8 adet apart otel bulunmaktadır. Bununla beraber 23 adet turizm işletme belgeli otel toplam 1705 yatak kapasitesine sahiptir. Belediye belgeli 30 adet otelde ise 1324 yatak bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Tokat ili dâhilinde en fazla dikkat çeken turizm türleri; kültürel miras turizmi, doğa temelli turizm, inanç turizmi ve termal turizmdir. Bununla birlikte gastronomi turizmi de Türkiye genelinde olduğu gibi Tokat'ta da yükselen bir trend haline gelmiştir (Arslan, 2020b). Resim 1'de Tokat'a ait bazı gastronomik lezzetler yer almaktadır.



Resim 1. Tokat'ın Bazı Gastronomik Lezzetleri (Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023)

Gastronomi anlamında oldukça fazla yöresel lezzete sahip Tokat Mutfağı, bulunduğu coğrafya gereği Karadeniz ve İç Anadolu mutfaklarının bir karışımı niteliğindedir. Tokat mutfağına ait, 2023 yılı itibariyle, 13 adet gastronomik değer coğrafi işaretle tescillenmiştir. Bununla beraber 6 adet gastronomik değeri de (Tokat Madımak Konservesi, Tokat Tarhanası, Tokat Üzüm Tarhanası, Gökal Armut Pekmezi, Karayaka Kuzu Eti ve Tokat Yeşilyurt Kocabaş Tatlısı) tescil sürecindedir (Coğrafi İşaret Portalı, 2023). Söz konusu coğrafi işaretle tescilli gastronomik değerler Tablo 1'de bulunmaktadır. Öte yandan Tokat ilinde 1 adet turizm işletme belgeli 1. sınıf restoran ve çok sayıda bağımsız yiyecek ve içecek işletmesi mevcuttur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Tokat ilinde gastronomik değerler kapsamındaki gelişim akademik açıdan da dikkat çekici bir boyuta ulaşarak son yıllarda yayımlanan bazı çalışmalara (Sağır, 2012; Gürel vd., 2016; Cangi & Yağcı, 2017; Özçelik Bozkurt, 2018; Arslan, 2020a; Arslan, 2020b; Kendir & Arslan, 2020; Arslan vd., 2021; Mertol & Yaylacı, 2021; Esin & Esin Yücel, 2022; Esin Yücel vd., 2023; Arslan vd., 2023) konu olmaktadır.

Tablo 1. Tokat'ın Coğrafi İşaret Tescilli Gastronomik Ürünleri

Ürün Adı	Dosya No	Başvuru Tarihi	Tescil Tarihi	Tescil No	İlçe
Erbaa Narince Bağ Yaprağı	C2016/052	23.06.2016	05.12.2017	258	Erbaa
Erbaa Katmeri	C2022/000242	02.08.2022	06.06.2023	1375	Erbaa
Niksar Cevizi	C2011/033	17.05.2011	17.12.2013	177	Niksar

Tablo 1. Tokat'ın Coğrafi İşaret Tescilli Gastronomik Ürünleri (devamı)

Reşadiye Kırmızı Pezik Turşusu	C2022/000042	03.02.2022	21.08.2023	1455	Reşadiye
Tokat Bez Sucuk	C2018/142	27.06.2018	03.01.2022	990	Tokat Merkez
Tokat Çöreği	C2021/000211	04.05.2021	17.09.2021	895	Tokat Merkez
Tokat Ekmeği	C2021/000212	04.05.2021	17.09.2021	896	Tokat Merkez
Tokat Kebabı	C2013/077	26.08.2013	31.07.2015	188	Tokat Merkez
Tokat Narince Salamura Asma Yaprağı	C2017/054	10.07.2017	28.02.2019	420	Tokat Merkez
Tokat Yağlısı	C2021/000213	04.05.2021	17.09.2021	897	Tokat Merkez
Turhal Yoğurtmacı	C2012/117	31.07.2012	28.01.2014	181	Turhal
Zile Kömesi	C2014/024	14.03.2014	01.11.2017	224	Zile
Zile Pekmezi	C2006/029	20.10.2006	17.11.2009	118	Zile

Kaynak: Coğrafi İşaret Portalı, 2023.

Tokat Kebabı, Tokat mutfağının yöresel gastronomik değer taşıyan yemeklerinden en çok bilineni ve en çok dikkat çekenidir (Arslan & Kendir, 2020). Yurtdışından veya yurtiçinden Tokat'ı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin en çok tercih ettiği gastronomik lezzet genelde Tokat Kebabı olmaktadır. Tokat kebabı aynı zamanda 2015 yılında tescillenerek coğrafi işaret almıştır (Coğrafi İşaret Portalı, 2023). Tokat genelinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde, coğrafi işaretle tescilli yöresel lezzetlerin menülerde yer alması ve aslına uygun bir şekilde üretim yapılması, misafirlerin memnuniyeti açısından üzerinde durulması gereken bir konudur. Bu noktadan hareketle Tokat'ta bulunan restoranlara TripAdvisor platformu üzerinde yapılan olumlu/olumsuz yorumların incelenmesi, yerel işletmelere ve paydaşlara bilgi kaynağı oluşturması açısından oldukça önemlidir.

Yöntem

Betimsel niteliğe sahip olan bu çalışmada, TripAdvisor'dan elde edilen veriler nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analiziyle değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında TripAdvisor'ın seçilmesinin nedeni, dünya çapında turist ve ziyaretçi deneyimlerine yer veren en kapsamlı internet platformlarından biri olmasıdır. Kullanıcı istatistikleri bakımından TripAdvisor, 2022 yılında dünya genelinde yaklaşık 1 milyar aktif yorum ve görüş sayısına ulaşmıştır (Statista, 2023). Çalışmada yöntem olarak içerik analizinin tercih edilmesinin nedeni ise elde edilen verilerin içeriğine ilişkin tekrarlanabilir ve geçerli sonuçlara ulaşılabilir bir araştırma tekniği olmasıdır (Krippendorff, 1980, s. 25). Bununla beraber içerik analizi, bir metin içindeki geçerli yorumların analiz neticesinde ortaya konulduğu bir tekniktir. Bu yöntemde değerlendirilen metinlerdeki yorumlar genellikle, mesajı gönderen, mesajın içeriği ve mesajı alan hakkındadır (Weber, 1989, s. 5). Dolayısıyla içerik analizi yöntemi bu çalışmanın amacına ve kapsamına oldukça uygun bir niteliktedir. İçerik analizinden elde edilen verileri görselleştirmek ve daha anlaşılır hale getirmek için "kelime bulutu" tekniği kullanılmıştır. Verileri görselleştirmenin amacı ise estetik açıdan güzel kılmak değil,

anlaşılır olmasını sağlamaktır. Görselleştirme, konu ile ilgilenen kişilere hızlı bir bilgilendirme sağlamaktadır (Fronza vd., 2013, s. 57-58).

Araştırma evrenini, Tokat ilinde faaliyet gösteren ve TripAdvisor platformunda yer alan restoranlar oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem modeli olarak, içerik analizi çalışmalarında kullanılan “kümeleme örneklem” modeli tercih edilmiştir. Bu örneklem modeli, belli tarih aralıklarında ve içerik açısından daha fazla yoğunluğa sahip olan birimlerin bir araya getirilmesini ifade etmektedir (Balci, 2001). Kümeleme örnekleme modeli çerçevesinde, Tokat ilinde yer alan, aktif olarak faaliyetine devam eden ve 1 Ocak 2015 - 31 Aralık 2022 tarihleri arasındaki 7 yıllık süreçte TripAdvisor’da en fazla yoruma ve görüşe sahip ilk 5 restorana ait 369 adet turist yorumu araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. İlgili restoranlardaki özellikle deneyime dayalı yorumların içerik analizi yapılmış ve elde edilen bulgular tablolar halinde sunulmuştur. Bununla beraber belirtilen tarih aralıklarındaki tüm ziyaretçi yorumları ve görüşleri bir araya getirilmiş ve bilgisayar ortamında uygun çevrimiçi program vasıtasıyla (WordArt, 2023) “kelime bulutu” oluşturulmuştur. Bu yöntem sayesinde, ziyaretçilerin deneyime dayalı yorumlarında en fazla değindikleri noktaları görselleştirip daha net bir biçimde ortaya koymak amaçlanmıştır.

Bulgular

Çalışmanın bulgular bölümü kapsamında öncelikle, Tokat ilinde faaliyet gösteren ve TripAdvisor platformunda görünür halde olan restoranlara yönelik istatistikî bilgilere yer verilmiştir. Söz konusu bilgiler TripAdvisor çevrimiçi platformunda yer alan verilerden derlenerek sunulmuştur (TripAdvisor, 2023).

Tablo 2. TripAdvisor’daki Tokat İli Restoranlarının İlçelere Göre Dağılımı

İlçeler	Restoran Sayısı
Almus	2
Erbaa	5
Merkez	35
Niksar	2
Pazar	2
Turhal	4
Zile	3
Toplam	53

Kaynak: TripAdvisor, 2023

Tablo 2’de Tokat ili genelinde aktif bir şekilde faaliyet gösteren ve TripAdvisor çevrimiçi platformunda yer alan restoranların ilçelere göre dağılımı görülmektedir. TripAdvisor’da Tokat ili genelinde faaliyetine devam eden toplam restoran sayısının 53 olduğu görülmektedir. Tabloya göre sayı olarak en fazla restoranın Tokat’ın merkez ilçesinde (n=35) bulunduğu belirlenmiştir. Öte yandan Tokat’ın merkez ilçesi hariç 11 ilçesinden 6’sında TripAdvisor platformunda yer alan restoran mevcuttur. Diğer 5 ilçede ise TripAdvisor çevrimiçi platformunda yer alan restorana rastlanmamıştır. Bunun sebebi olarak söz konusu ilçelerin çok az nüfusunun olması ve önemli sayıda restoran işletmesine sahip olmamaları gösterilebilir.

Tablo 3. TripAdvisor’da En Çok Yorum Alan ve Puanlanan Tokat İli Restoranları

Restoranlar	Yorum Sayısı	Puan
A	145	3,5
B	75	3,5
C	62	3
D	46	5
E	41	4,5
Toplam	369	3,72 (ortalama)

(ortalama → ağırlıklı ortalama puan → yorum sayısı x puan/toplam yorum sayısı)

Tokat ili genelinde faaliyet gösteren ve TripAdvisor platformunda en fazla yoruma sahip ilk 5 restorana ait yorum miktarı dağılımı ve ağırlıklı ortalama puanlar, Tablo 3’te görülmektedir. TripAdvisor’da restoranlara yönelik deneyimlerin puanlanması 5 puan üzerinden yapılmaktadır. Puanlandırma aralığı, en düşük 1 puan en yüksek 5 puan şeklindedir. Tablodaki restoranların ağırlıklı ortalama puanları 3,72 ile orta değer olan 3’ün üzerinde gerçekleşmiştir. Buna göre tablodaki restoranların turist deneyimleri neticesinde genel olarak ortalamamın üzerinde puan aldığı ifade edilebilir. Sadece 1 adet restoranın ortalaması 3 puan olarak gerçekleşmiş ve orta değerde bir puana sahip olduğu görülmektedir. Ancak diğer 4 restoran orta değer üzerinde puanlar alarak yüksek puana sahip olmuştur. Bununla beraber yorum sayısı bakımından tablodaki 5 restoran hakkında, turistlerin TripAdvisor platformuna toplamda 369 adet yorum girişi yaptığı tespit edilmiştir.

Tablo 4. En Çok Yorum Sahip 5 Restorandaki Yorum Sayılarının Dağılımı

Restoranlar	Restoran Yorum Sayısı	Olumlu Yorum	Olumsuz Yorum	Puan
A	124	78	46	3,5
B	67	42	25	3,5
C	55	28	27	3
D	41	41	0	5
E	38	32	6	4,5
Toplam	325	221	104	3,72 (ortalama)

(ortalama → ağırlıklı ortalama puan → yorum sayısı x puan/toplam yorum sayısı)

TripAdvisor platformunda Tokat’ın restoranlarındaki bazı turist yorumlarının ve görüşlerinin sadece restorana ait olmadığı tespit edilmiştir. Restoranlar dışında; şehir, ulaşım, alışveriş, yerel halk vb. hususlarda da yorumlar ve görüşler bulunduğu için restoranlarla alakası olmayan yorumların elemesi yapılmıştır. Tablo 4’te görüldüğü üzere sadece restoranlara ait olan yorumlar ve puanlamalar seçilmiş ve onlara ait verilerin çözümlemesi yapılmıştır. Buna göre TripAdvisor platformundaki en çok yorum ve puanlamaya sahip 5 adet Tokat ili restoranına ait ağırlıklı ortalama puanlar, turist deneyimleri neticesinde 5 üzerinden 3,72 olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla değerlendirmeye alınan Tokat restoranları genel olarak, ortalama puan olan 3’ün oldukça üzerinde bir puan elde etmiştir. Dolayısıyla, Tokat restoranlarını deneyimleyen turistlerin yorumlarının ve puanlarının çoğunlukla olumlu yönde olduğu söylenilebilir. Tablo 4’teki rakamlar da bunu yansıtmaktadır. Değerlendirmeye alınan 325 adet yorumun 221 tanesi olumlu yorum kategorisinde, 104 tanesi ise olumsuz yorum kategorisinde yer almıştır. Öte yandan Tablo 4’te değerlendirmeye alınan yorumların, Tablo 3’teki puanlamalara paralel olarak, ağırlıklı ortalama puanı bakımından yine 3,72 seviyesinde gerçekleşmesi, adil bir içerik analizi imkânı sunmaktadır.



Şekil 1. Tokat Restoranlarına Ait Olumlu Yorumların Kelime Bulutu

TripAdvisor platformunda en fazla yoruma ve puanlamaya sahip Tokat ilindeki 5 restorana dair olumlu yorumların kelime bulutu Şekil 1’de yer almaktadır. Kelime bulutu tekniği sayesinde, metinlerdeki sık kullanılan sözcüklerin şekilsel olarak daha görünür hale gelmesi ve anlaşılması sağlanmaktadır. Ayrıca araştırmacıların elde ettikleri veriler neticesinde saptanan temaları, görsel olarak sunabilmelerine imkân tanımaktadır (Williams vd., 2013, s. 45). Kelime bulutlarının kullanımı gün geçtikçe daha da yaygınlaşmaktadır. Kelime bulutu, bir araştırma konusu hakkında öne çıkan sözcüklerin ve ifadelerin sanatsal ve sosyal bir şekilde sunulmasında oldukça başarılı bir tekniktir (Ustaoglu, 2019).

Şekil 1’de görüldüğü üzere, Tokat restoranları hakkında TripAdvisor platformunda yapılmış olan olumlu yorumlardan elde edilen kelime bulutunda, en fazla öne çıkan kelimeler büyük puntolarla yer almaktadır. Buna göre turistler tarafından deneyimlenen Tokat restoranları hakkındaki olumlu yorumlarda en çok öne çıkan kelimelerin; Güzel, Tokat Kebabı, Kaliteli Mekân, Tavsiye Ederim, Lezzetli ve Doyurucu şeklinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla turistlerin memnun kaldıkları Tokat restoranları deneyiminde, Tokat Kebabı gibi yemeklerin ön planda olduğu söylenilebilir. Öte yandan, güzel ve kaliteli mekân gibi özelliklerin de yorumlarda vurgulandığı görülmektedir. Bununla beraber deneyim sahibi turistlerin memnuniyetlerini diğer insanlara da tavsiye edeceğini belirtmesi de oldukça önemlidir. Tokat’ın gastronomi turizmi gelişimi açısından bu bulgunun, oldukça değerli bir nitelik arz ettiği düşünülmektedir.

Tablo 5. Tokat Restoranlarına Ait Olumlu Yorumlarda En Çok Tekrarlanan Kelimeler

Sıralama	Kelime	Tekrar	Sıralama	Kelime	Tekrar
1	Güzel	142	11	İlgi	35
2	Tokat Kebabı	125	12	İyi Hizmet	28
3	Kaliteli	87	13	Hızlı Servis	24
4	Mekân	86	14	Kuzu	23
5	Tavsiye Ederim	56	15	Teşekkürler	22
6	Lezzetli	55	16	Memnun	20
7	Doyurucu	50	17	Personel	19
8	Köfte	46	18	Restoran	18
9	Gülyüz	41	19	Temiz	16
10	Harika	38	20	Nezih	15

TripAdvisor platformunda Tokat restoranlarına ait olumlu yorumlarda en çok tekrarlanan 20 kelimenin sıralaması Tablo 5'te görülmektedir. Ayrıca tabloda kelimelerin tekrar sayıları da yer almaktadır. Buna göre 142 tekrarla “güzel” kelimesi olumlu yorumlarda ilk sırada yer almıştır. Bu kelimeyi 125 tekrarla “Tokat Kebabı”, 87 tekrarla “kaliteli”, 86 tekrarla “mekân” ve 56 tekrarla “tavsiye ederim” kelimeleri izlemiştir. Tablo 5 incelendiğinde en fazla dikkat çeken husus, Tokat’ı ziyaret eden turistlerin en çok tercih ettiği ve hakkında yorum yaptığı yemeğin Tokat Kebabı olmasıdır. Bu durum Tokat Kebabı’nın, gastronomi turizmi açısından çok önemli bir değer olduğunu göstermektedir.

**Şekil 2.** Tokat Restoranlarına Ait TripAdvisor'daki Olumsuz Yorumların Kelime Bulutu

TripAdvisor platformunda en fazla yoruma ve puanlamaya sahip Tokat ilindeki 5 restorana dair olumsuz yorumların kelime bulutu Şekil 2'de görülmektedir. Şekilde görülen kelime bulutunda en fazla öne çıkan kelimeler daha büyük puntolarla yer almaktadır. Buna göre turistler tarafından deneyimlenen Tokat restoranları hakkındaki olumsuz yorumlarda en çok öne çıkan kelimelerin; Tokat Kebabı, Kötü, Geç Geldi, Güzel Değil, Tavsiye Etmem ve

Pahalı şeklinde sıralandığı görülmektedir. Dolayısıyla turistlerin beğenmedikleri ve memnun kalmadıkları Tokat restoranı deneyiminde, özellikle Tokat Kebabı'nı değerlendirdikleri ve yemeğin geç gelmesini eleştirdikleri ifade edilebilir. Bununla beraber restoranlarda fiyatların pahalı olması, turistlerin memnuniyetsizliklerinde ön plana çıkan diğer bir husustur. Öte yandan kötü, güzel değil ve tavsiye etmem kelimelerinin fazla vurgulanmasında hem restoranlardaki yemekler hem de servis personelinin davranışı etkili olmuştur. Bu noktadan hareketle, Tokat Kebabı başta olmak üzere restoranlardaki yemeklerin pişme şekli, görüntüsü ve tadı turist değerlendirmelerinde oldukça önemlidir. Ayrıca turistlerin yemek ve servis hizmeti karşılığında ödedikleri ücretin yüksek olduğunu ifade etmeleri de mutlaka üzerinde düşünülmesi gereken bir noktadır.

Tablo 6. Tokat Restoranlarına Ait Olumsuz Yorumlarda En Çok Tekrarlanan Kelimeler

Sıralama	Kelime	Tekrar	Sıralama	Kelime	Tekrar
1	Tokat Kebabı	60	11	Yemek	24
2	Kötü	53	12	İyi Değildi	22
3	Geç Geldi	51	13	Servis	21
4	Güzel Değil	46	14	Yok	20
5	Tavsiye Etmem	43	15	Sipariş	19
6	Pahalı	42	16	Döner	18
7	Pişmemiş	38	17	Restoran	17
8	Beğenmedim	36	18	Personel	17
9	Lezzetsiz	34	19	İlgisiz	16
10	Porsiyon Küçük	24	20	Soğuk	13

TripAdvisor platformunda Tokat restoranlarına ait olumsuz yorumlarda en çok tekrarlanan 20 kelimenin sıralaması Tablo 6'da bulunmaktadır. Ayrıca tabloda yine en çok tekrarlanan kelimelerin, tekrar sayıları da görülmektedir. Buna göre 60 tekrarla "Tokat Kebabı" kelimesi olumsuz yorumlarda ilk sırada yer almıştır. Bu kelimeyi 53 tekrarla "kötü", 51 tekrarla "geç geldi", 46 tekrarla "güzel değil" ve 43 tekrarla "tavsiye etmem" kelimeleri izlemiştir. Tablo 6 incelendiğinde yine en fazla dikkat çeken hususun, Tokat Kebabı hakkında çok fazla yorumun yapılmış olmasıdır. Öte yandan Tokat Kebabı'nın özel ocaklarda pişirilmesi ve pişme süresinin 45 dakika – 1 saat kadar bir uzunlukta olması nedeniyle, olumsuz yorumlarda "geç geldi" kelimesinin çok fazla tekrar edildiği tahmin edilmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Gastronomi turizmi açısından son yıllarda gelişim gösteren Tokat ilinde, restoranlara yönelik çevrimiçi turist yorumlarının içerik analizi yöntemiyle incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada, TripAdvisor platformunda yer alan turist yorumlarından yararlanılmıştır. Toplanan verilerden elde edilen bulgulara göre, araştırma kapsamında incelenen ve Tokat'ta faaliyet gösteren 5 adet restoranın TripAdvisor platformundaki genel puanları, orta seviyenin üzerindedir. Diğer bir ifade ile Tokat restoranlarını deneyimleyen turistler, TripAdvisor'da ağırlıklı olarak yüksek puan verme eğilimindedir. Bu bulgu, Tokat'ın en çok tercih edilen restoranları açısından oldukça pozitif bir gerçekleştirmedir. Öte yandan söz konusu bulgu, Tokat'ın gastronomi turizmi üzerine daha önce yapılan benzer nitelikteki çalışmaların (Arslan, 2020a; Kendir & Arslan, 2020; Arslan vd., 2021) bulgularıyla da örtüşmektedir.

Araştırmada Tokat'ın restoranlarına ait TripAdvisor'daki yorumlar, olumlu ve olumsuz olmak üzere iki farklı kategoride "kelime bulutu tekniği" yardımıyla incelenmiştir. İlk olarak araştırmanın bulgularında, Tokat restoranlarına yönelik TripAdvisor'daki olumlu yorumların olumsuz yorumlardan daha fazla olması göze

çarpmaktadır. Tokat Restoranları hakkındaki olumlu yorumların incelendiği kelime bulutunda ortaya çıkan kelimelerden en çok dikkat çekenler, “Tokat Kebabı, kaliteli, tavsiye ederim, lezzetli” gibi sözcüklerdir. Elde edilen bu bulgu, gastronomi turizmi literatüründe restoran deneyimine yönelik daha önce yapılmış olan çalışmaların (Liu & Jang, 2009; Özaslan & Meydan Uygur, 2014; Dalgıç vd., 2016; Arslan, 2020a; Kendir, 2020) bulgularıyla da benzeşmektedir. Ayrıca, bahsi geçen araştırmalarda, turistlerin restoranlara yönelik gastronomik deneyimlerinde dikkat ettikleri en önemli unsurun “kalite ve lezzet” olduğu görülmektedir. Öte yandan restoranın yemeklerini kaliteli ve lezzetli bulan turistlerin, çevresine de tavsiye etmek istemesi bulgularda dikkat çeken diğer bir detaydır.

TripAdvisor'daki Tokat restoranlarına ait olumsuz yorumlardan elde edilerek oluşturulan “kelime bulutu” yardımıyla sağlanan verilere göre en çok dikkat çeken nokta “Tokat Kebabı, geç geldi, pahalı” gibi sözcüklerdir. Tokat Kebabı'nın TripAdvisor'daki hem olumlu hem de olumsuz yorumlarda en fazla öne çıkan yöresel yemek olması, turistlerin en fazla bu yiyeceği tercih etmesi durumuyla açıklanabilir. Daha önceki araştırmalarda da Tokat'ın en bilinen ve en çok tercih edilen yöresel lezzetinin Tokat Kebabı olması (Kendir & Arslan, 2020; Arslan vd., 2021) bu araştırmada elde edilen bulguyu desteklemektedir. Öte yandan olumsuz yorumlar dikkate alındığında, Tokat Kebabı başta olmak üzere restoranlarda sunulan yemeklerin pişirme tekniğinde bazı hataların olabileceği düşünülmektedir. Bu durumu destekler nitelikte bulgulara sahip farklı bir araştırmada (Su & Bowen, 2001), yemeğin tekniğe uygun ve istenilen şekilde pişirilmemesinin restoran müşterileri açısından çok önemli bir şikâyet unsuru yarattığı saptanmıştır. Dolayısıyla restoranların yiyecekleri pişirme konusunda çok dikkatli olmaları ve aslına uygun doğru teknikler kullanmaları gereklidir. Aksi takdirde bu durum, yöresel bir lezzeti ilk defa deneyimleyen turistlerde gastronomi turizmi açısından olumsuz bir imaj bırakarak, tüm destinasyonu kapsayacak zararlara yol açabilir. Bu bağlamda hem restoran işletmecilerine hem de yiyecek üretim standartlarını kontrol etmekle yükümlü görevlilere önemli bir sorumluluk düşmektedir. Bununla birlikte turistlerin yoğun geldiği dönemlerde, restoranlarda standartlaşmaya yönelik denetimlerin daha sık yapılması önerilmektedir. Dahası, Tokat ili genelinde standartlaşmayı ihlal eden restoran işletmelerine ciddi yaptırımlar uygulanması da gerekmektedir.

Turist deneyimlerinin yer aldığı ve bu deneyimlerin geniş kitlelerce öğrenilebildiği, en büyük çevrimiçi platformlardan olan TripAdvisor'daki sadece Tokat restoranlarına ait yorumların incelenmesi bu araştırmaya dair bir kısıtlılıktır. Çalışmadaki diğer bir kısıtlılık ise araştırmanın amacına daha uygun olduğu düşünülerek seçilen “kelime bulutu” yöntemidir. Benzer bir konuda çalışma yapmayı planlayan akademisyenler, söz konusu kısıtları dikkate alarak gastronomiyle ilgili farklı konuları, farklı tekniklerle inceleyebilirler. Dolayısıyla bu araştırma gelecekte yapılacak benzer nitelikteki akademik çalışmalara rehberlik sağlayarak, kaynak teşkil edebilir. Bununla birlikte bu araştırmanın bulgularından Tokat ilinde gastronomi ve turizm alanında faaliyet gösteren tüm paydaşlar yararlanabilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

Alonso, A.D. & Liu, Y. (2011). The Potential for Marrying Local Gastronomy and Wine; The Case of The Fortunate Islands. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 974-981.

- Arslan, E. (2020a). Çevrimiçi Gastronomik Turist Deneyimlerinin İçerik Analiziyle İncelenmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 442-460.
- Arslan, E. (2020b). *Gastronomy tourism and geographical indications in Tokat*. İçinde (Ed: Türkmen, F.), Selected Academic Studies From Turkish Tourism Sector. Berlin: Peter Lang.
- Arslan, E., Kendir, H., & Özçelik Bozkurt, H. (2021). Gastronomi Turizmi Kapsamında Ziyaretçilerin Yöresel Yiyecek Tercihleri: Tokat İli Örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(Special Issue 5), 261-275.
- Arslan, E., Kendir, H., Akmeşe, H., Özçelik Bozkurt, H., 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.
- Balcı, A. (2001). *Sosyal Bilimlerde Araştırma; Yöntem, Teknik ve İlkeler*, Ankara: Pegem Yayınevi.
- Banerjee, S. & Chua, A. Y. (2016). In search of patterns among travellers' hotel ratings in TripAdvisor. *Tourism Management*, 53, 125–131.
- Berbel-Pineda, J.M., Palacios-Florencio, B., Ramírez-Hurtado, J.M. & Santos-Roldán, L. (2019). Gastronomic experience as a factor of motivation in the tourist movements. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 18, 1-10.
- Bozkurt, H.Ö. (2023). Gastronomik lezzetlere yönelik çevrimiçi turist deneyimlerinin incelenmesi: Sinop mantısı örneği. *Review of Tourism Administration Journal*, 4 (1), 1-11.
- Cangi, R. & Yağcı, A. (2017). Bağdan sofraya yemeklik asma yaprak üretimi. *Neşehir Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6, 137-148.
- Coğrafi İşaret Portalı. (2023). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisi-isaretler/liste?il=60>. Erişim Tarihi: 20.10.2023.
- Coğrafya Harita. (2023). Tokat Haritası. http://cografyaharita.com/turkiye_mulki_idare_haritalari5.html. Erişim Tarihi: 20.10.2023.
- Dalgıç, A., Güler, O. & Birdir, K. (2016). Tripadvisor.com'da Yer Alan Restoran Şikâyetlerinin Analizi: Mersin ve Hatay'da Yöresel Yiyecek Sunan Restoranlara Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(special issue-1): 153-173.
- De Jong, A., Palladino, M., Garrido Puig, R., Romeo, G., Fava, N., Cafiero, C., Skoglund, W., Varley, P., Marcianò, C., Laven, D. & Sjölander-Lindqvist, A. (2018). Gastronomy Tourism: An Interdisciplinary Literature Review of Research Areas, Disciplines, and Dynamics. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 3(2), 131-146.
- Ergun, G.S., Ozcelik Bozkurt, H., Arslan, E., Kendir, H., & Yayla, O. (2023). Psychological Capital as a Moderator in the Relationship between Job Insecurity, Job Stress, and Hotel Employees' Turnover Intention During the Russia-Ukraine War. *International Journal of Hospitality Management*, 111, 103475.
- Esin, K. & Esin Yücel, E. (2022). Gastronomik Değere Sahip Tokat Yöresel Yemeklerinin Enerji ve Besin Ögesi İçeriklerinin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(3), 1699-1715.

- Esin Yücel, E., Kaya, C. & Bayram, M. (2023). The Registered Gastronomic Taste: Tokat Kebab. *Aydın Gastronomy*, 7(1), 133-143.
- Filipiak, B.Z., Dylewski, M. & Kalinowski, M. (2020). Economic Development Trends in the EU Tourism Industry. Towards the Digitalization Process and Sustainability. *Quality & Quantity*, 1-26
- 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)*. (57-64). 25 May 2013, San Francisco, CA, USA.
- Gürel, E., Gürler, A.Z., Nabalı, B. & Ayyıldız, B. (2016). Coğrafi işaretlerin kırsal kalkınma açısından değerlendirilmesi: Tokat ili örneği. *12. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi*. Süleyman Demirel Üniversitesi, Ziraat Fakültesi. 25-27 Mayıs 2016, Isparta.
- Hall, C.M. & Sharples, L. (2003). *The Consumption of Experiences or The Experience of Consumption? An Introduction to The Tourism of Taste*. (Ed: Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., Cambourne, B.), Food Tourism Around the World. Elsevier Butterworth-Heinemann. Oxford: 1–24.
- Harrington, R. J. & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary Tourism—A Case Study of the Gastronomic Capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14–32.
- Kendir, H. & Arslan, E. (2020). Gastronomi Turizmi Açısından Yöresel Lezzetlerin Duygusal Değer Boyutunda İncelenmesi: Tokat İli Örneği. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Sonbahar Özel Sayısı, 130-138.
- Kendir, H. (2020). Gastronomik Lezzetlere Yönelik Çevrimiçi Turist Deneyimlerinin İncelenmesi: Edirne Tava Ciğeri Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 408-423.
- Kendir, H., Arslan, E. & Bozkurt, H.Ö. (2023). Examining the Accommodation Experience in Historical Buildings with Content Analysis: Amasya Mansions Example
- Kivela, J. & Crofts, J.C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Beverly Hills: Sage.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). Tesis İstatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201131/tesis-istatistikleri.html>. Erişim Tarihi: 20.10.2023.
- Kyriakaki, A., Zagkotsi, S. & Trihas, N. (2013). Creating authentic gastronomic experiences for tourist through local agricultural products: The “Greek breakfast” project. *5. International Scientific Conference- Tourism Trends and Advances in the 21. Century*. Rhodes: University of the Aegean.
- Kyriakaki, A., Zagkotsi, S. & Trihas, N. (2016). Gastronomy, Tourist Experience and Location. The Case of the ‘Greek Breakfast’. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 11(3), 227-261.
- Lei, S. & Law, R. (2015). Content Analysis of Tripadvisor Reviews on Restaurants: A Case Study of Macau. *Journal of Tourism*, 16(1), 17-28.
- Liu, Y. & Jang, S.S. (2009). Perceptions of Chinese restaurants in the US: What affects customer satisfaction and behavioral intentions? *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 338-348.

- Mandic, A., Pivčević, S. & Petrić, L. (2020). *Restaurant Online Reputation and Destination Competitiveness: Insight into TripAdvisor Data*; In: A. Peštek, M. Kukanja & S. Renko (Eds.), *Gastronomy for Tourism Development*. (p. 154-184), Emerald Publishing Limited, UK.
- Meneguel, C.R.A., Mundet, L. & Aulet, S. (2019). The Role of a High-Quality Restaurant in Stimulating the Creation and Development of Gastronomy Tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 220-228.
- Mertol, H. & Yaylacı, S. (2021). Coğrafi işaretli ürünler ve gastronomik lezzetler: Tokat örneği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 313-334.
- Onorati, M.G. & Giardullo, P. (2020). Social media as taste re-mediators: emerging patterns of food taste on TripAdvisor. *Food, Culture & Society*, 347-365.
- Özaslan, Y. & Meydan Uygur, S. (2014). Negatif ağızdan ağıza iletişim (Wom) ve elektronik ağızdan ağıza iletişim (E-Wom): Yiyecek-içecek işletmelerine yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(3), 69-88.
- Özçelik Bozkurt, H. (2018). Tokat İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin İncelenmesi ve Geliştirilmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 49-55.
- Özçelik Bozkurt, H. (2023). An Offal Meal in Turkish Culinary Culture: Gaziantep Mumbar Dolması and Related Consumer Opinions. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(3), 1827-1843.
- Pavlidis, G. & Markantonatou, S. (2020). Gastronomic tourism in Greece and beyond: A thorough review. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 1-10.
- Rodríguez-Molina, M.A., Frías-Jamilena, D.M., & Castaneda-García, J.A. (2015). The contribution of website design to the generation of tourist destination image: The moderating effect of involvement. *Tourism Management*, 47, 303-317.
- Ruschmann, D.V.M. (1997). *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. Campinas: Papirus Editora.
- Sağır, A. (2012). Bir yemek sosyolojisi denemesi örneği olarak Tokat Mutfağı. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7(4), 2675-2695.
- Siguaw, J.A., Enz, C.A. & Namasivayam, K. (2000). Adoption of Information Technology in U.S. Hotels: Strategically Driven Objectives. *Journal of Travel Research*, 39(2), 192-201.
- Statista (2023). Total number of user reviews and ratings on Tripadvisor worldwide from 2014 to 2022. <https://www.statista.com/statistics/684862/tripadvisor-number-of-reviews/>. Erişim Tarihi: 13.10.2023.
- Su, W. & Bowen, J.T. (2001). Restaurant customer complaint behavior. *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*, 4(2), 35-65.
- Şahin, S. Z. (2021). Çevrimiçi Müşteri Yorumları: Tripadvisor'da Çorum Restoranları Üzerine İnceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 610-622.
- Şimşek, E. (2023). Termal Turizme Katılanların Çevrim İçi Yorumlarının İçerik Analiziyle İncelenmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(3), 2075-2090.

- Taecharunroj, V. & Mathayomchan, B. (2019). Analysing TripAdvisor reviews of tourist attractions in Phuket, Thailand. *Tourism Management*, 75, 550-568.
- Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023). Tokat Mutfağı. <https://tokat.ktb.gov.tr/TR-143211/tokat-mutfagi.html>. Erişim Tarihi: 20.10.2023.
- Tokat Valiliği. (2023). Tokat'ta Toprak, Tarım, Su, Coğrafya, Turizm ve Dahası... URL: <http://www.tokat.gov.tr/tokatta-tarim-toprak-ve-turizm>. Erişim Tarihi: 20.10.2023.
- Tripadvisor. (2023). Tokat bölgesindeki en iyi restoranlar. https://www.tripadvisor.com.tr/Restaurants-g778776-Tokat_Tokat_Province.html. (Erişim Tarihi: 14.10.2023).
- TÜİK. (2023). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, 2022. URL: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayal%C4%B1-N%C3%BCfus-Kay%C4%B1t-Sistemi-Sonu%C3%A7lar%C4%B1-2022-49685&dil=1>. Erişim Tarihi, 20.10.2023.
- UNWTO. (2023). Global and regional tourism performance. <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>. Erişim Tarihi, 30.10.2023.
- Ustaoglu, E. T. (2019). İnsan robot etkileşimi konusunu kelime bulutu analizi ile kavramsallaştırma. *International Academic Journal (Econder)*, 3(2), 221-239.
- Weber, R.P. (1989). Basic content analysis, London: Sage.
- Williams, W., Parkes, E. L., & Davies, P. (2013). Wordle: A method for analysing MBA student induction experience. *The International Journal of Management Education*, 11(1), 44-53.
- Wolf, E. (2006). Culinary tourism: The hidden harvest: A dozen hot and fresh reasons how culinary tourism creates economic and community development. Dubuque, IA: Kendall/Hunt Publishing Company.
- WordArt. (2023). Online word cloud art creator. <https://wordart.com/create>. Erişim Tarihi: 14.10.2023.
- Yaşar, Z. (2019). Kastamonu'da yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlara ilişkin tüketici şikâyetlerinin değerlendirilmesi: Tripadvisor örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 241-250.
- Yavuz, C. (2017). Turistik Bir Destinasyonun Tanıtımında Sosyal Medyanın Önemi. 3. *Turizm Şûrası* Cilt 2, 1-3 Kasım, Ankara, Türkiye.
- Yetgin, D., Keküç, M. & Şayin, M. (2020). Restoranlara yönelik Tripadvisor yorumlarının içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmesi: İstanbul örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2090-2109.
- Yu, C.-E. & Sun, R. (2019). The Role of Instagram in the UNESCO's Creative City of Gastronomy: A Case Study of Macau. *Tourism Management*, 75, 257-268.
- Zhang, H-Y., Ji, P., Wang, J-Q., Chen, X-H. (2017). A novel decision support model for satisfactory restaurants utilizing social information: A case study of TripAdvisor.com. *Tourism Management*, 59, 281-297.

Investigation of Tourists' Online Comments Towards Restaurants with Content Analysis: The Case of Tokat Province

Cem Taner HİÇYAKMAZER

Necmettin Erbakan University, Institute of Social Sciences, Konya/Türkiye

Hakan KENDİR

Tokat Gaziosmanpaşa University, Zile Dinçerler School of Tourism Management and Hotel Management,
Tokat/Türkiye

Emin ARSLAN

Tokat Gaziosmanpaşa University, Zile Dinçerler School of Tourism Management and Hotel Management,
Tokat/Türkiye

Extended Summary

In contrast to the seasonal nature of mass tourism (Ergun et al., 2023), gastronomy tourism operates continuously throughout the year and significantly contributes to the economic growth and employment opportunities of regions with low tourist activity (Kivela & Crotts, 2005). However, it is worth noting that gastronomy tourism, which encompasses various recreational activities associated with food and beverage, local culinary events, and rural markets (Hall & Sharples, 2003), also plays a role in promoting tourist destinations. In recent times, technological advancements have elevated gastronomic tourist experiences to the point where they not only familiarize participants with the local culture but also impart it to others. Through social media and online platforms, tourists especially make their culinary experiences accessible to others. Potential tourists can view online comments, ratings, and images that include gastronomic experiences, and this can be effective in influencing their preferences (Onorati & Giardullo, 2020). However, it is important for businesses that prioritize guest satisfaction in the tourism sector (such as accommodation, food and beverage, travel agencies, and entertainment businesses) to make the necessary arrangements in their businesses by taking into consideration the tourist experiences and ratings on online platforms.

In consideration of the aforementioned data, the objective of this study is to employ content analysis to investigate online tourist reviews pertaining to establishments operating in Tokat. In order to accomplish this, the "word cloud" method was employed to classify online reviews of restaurants operating in Tokat and on the TripAdvisor platform into two distinct categories: positive and negative. Additionally, visitor reviews of restaurants in Tokat are presented using a scientific methodology, with an emphasis on the aspects of the restaurants that merit special attention and consideration. Nevertheless, the lack of a published study concerning restaurants that operate exclusively in Tokat at this time in the field of gastronomy tourism underscores the significance of this investigation.

The research population consists of restaurants operating in Tokat and on the TripAdvisor platform. The "cluster sampling" model used in content analysis studies was preferred as the sampling model in the research. This sampling model refers to the bringing together of units that are more dense in terms of content and within certain date ranges (Balci, 2001). Within the framework of the clustering sampling model, 369 tourist comments of the top 5 restaurants located in Tokat province, actively operating and having the most comments and opinions on TripAdvisor in the 7-year period between January 1, 2015, and December 31, 2022, constitute the sample of the research. The content

analysis of the comments, especially based on experience, in the relevant restaurants was done, and the findings were presented in tables. In addition, all visitor comments and opinions within the specified date ranges were brought together, and a "word cloud" was created in the computer environment through a suitable online program (WordArt, 2023). Thanks to this method, it is aimed at visualizing and revealing more clearly the points that visitors mention most in their experience-based comments.

In the research, comments on TripAdvisor about Tokat's restaurants were examined with the help of the "word cloud technique" in two different categories: positive and negative. First of all, it is striking from the findings of the research that positive comments about Tokat restaurants on TripAdvisor are more than negative comments. Among the words that emerged in the word cloud where positive comments about Tokat restaurants were examined, the most striking words were words such as "Tokat Kebab, high quality, I recommend, delicious". This finding is similar to the findings of previous studies on restaurant experience in the gastronomy tourism literature (Liu & Jang, 2009; Özaslan & Meydan Uygur, 2014; Dalgıç et al., 2016; Arslan, 2020a; Kendir, 2020). Moreover, in the aforementioned studies, it is seen that the most important elements that tourists pay attention to in their gastronomic experiences in restaurants are "quality and taste". On the other hand, another noteworthy detail in the findings is that tourists who find the restaurant's food high-quality and delicious want to recommend it to their surroundings.

According to the data provided with the help of the "word cloud" created by obtaining negative comments about Tokat restaurants on TripAdvisor, the most striking points are words such as "Tokat Kebab, arrived late, expensive". The fact that tourists favor Tokat Kebab the most explains why it is the most prominent local dish in both positive and negative TripAdvisor reviews. The fact that Tokat's most well-known and most preferred local flavor is Tokat Kebab in previous studies (Kendir & Arslan, 2020; Arslan et al., 2021) supports the finding obtained in this research. On the other hand, considering the negative comments, it is thought that there may be some errors in the cooking technique of the dishes served in restaurants, especially Tokat Kebab. In a different study with findings supporting this situation (Su & Bowen, 2001), it was determined that not cooking the food in accordance with the technique and as desired created a very important complaint element for restaurant customers. Therefore, restaurants need to be very careful about cooking food and use the correct techniques that match the original. Otherwise, this situation may cause damage to the entire destination, leaving a negative image of gastronomy tourism for tourists who experience a local flavor for the first time. In this context, both restaurant operators and officials responsible for controlling food production standards have an important responsibility.