



Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

2025, 9(2): 51-60

DOI: 10.21325/jotags.2025.1655

ISSN: 2587-0785 Dergi web sayfası: <https://www.yepad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Sümela Manastırı Ziyaretine İlişkin Turist Geri Bildirimlerinin Nitel Analizi: Tripadvisor Örneği

Dr. Öğr. Üyesi Rabia BÖLÜKBAŞ, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, e-posta: rabiha@cumhuriyet.edu.tr
ORCID ID: 0000-0002-2586-3860

Öz

Bu çalışma, Sümela Manastırı'na yönelik TripAdvisor'da yer alan çevrimiçi yorumlar aracılığıyla turistlerin ziyaret deneyimlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Nitel araştırma yönteminin tercih edildiği çalışmada, veri kaynağı olarak TripAdvisor platformunda 2020 yılı ve sonrasına ait toplam 65 kullanıcı yorumu kullanılmıştır. Veriler, 30 Nisan 2025 tarihinde platformdan toplanmış ve araştırmacı tarafından içerik analizi yöntemiyle sistematik biçimde incelenmiştir. Turistlerin çevrim içi yorumlarında ifade ettikleri duygu, düşünce ve değerlendirmeler; giriş/ulaşım, ziyaret anı ve ödeme/ticaret olmak üzere üç ana kategori altında tematik olarak sınıflandırılmıştır. Elde edilen bulgular, ziyaretçilerin yalnızca fiziksel deneyimlerle değil, aynı zamanda hizmet kalitesi, yönlendirme, kalabalık yönetimi ve alan düzenlemeleri gibi unsurlarla da memnuniyet düzeylerini şekillendirdiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sümela Manastırı, Turist Deneyimi, Tripadvisor

Makale Gönderme Tarihi: 01.03.2025

Makale Kabul Tarihi: 25.03.2025

Önerilen Atıf: Bölükbaş, R. (2025). Sümela Manastırı ziyaretine ilişkin turist geri bildirimlerinin nitel analizi: Tripadvisor örneği. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 51-60.

© 2025 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.

	Journal of Management, Economic and Marketing Research 2025, 9(2): 51-60 DOI: 10.21325/jotags.2025.1655 ISSN: 2587-0785 Journal Homepage: https://www.yepad.org	
---	---	---

RESEARCH PAPER

Qualitative Analysis of Tourist Feedback on Visits to Sumela Monastery: The Tripadvisor Example

Assist. Prof. Dr. Rabia BÖLÜKBAŞ, Sivas Cumhuriyet University, Tourism Faculty, e-mail: rabiha@cumhuriyet.edu.tr
ORCID ID: 0000-0002-2586-3860

Abstract

This study aims to examine tourists' visit experiences to Sümela Monastery through online reviews on TripAdvisor. Qualitative research methods were used in this study, and a total of 65 user reviews from 2020 and later on the TripAdvisor platform were used as the data source. The data was collected from the platform on 30 April 2025 and systematically examined by the researcher using content analysis methods. The emotions, thoughts, and evaluations expressed by tourists in their online reviews were thematically categorised under three main categories: entry/access, visit experience, and payment/commerce. The findings reveal that visitors' satisfaction levels are shaped not only by physical experiences but also by factors such as service quality, guidance, crowd management, and site layout.

Keywords: Sumela Monastery, tourist experience, TripAdvisor

Received: 01.03.2025

Accepted: 25.03.2025

Suggested Citation: Bölükbaş, R. (2025). Qualitative analysis of tourist feedback on visits to Sumela Monastery: The tripadvisor example. *Journal of Management, Economic and Marketing Research*, 9(2), 51-60.

© 2025 Journal of Management, Economic and Marketing Research

GİRİŞ

Teknolojinin hızla gelişmesi ve internetin yaygınlaşması, geleneksel ağızdan ağıza iletişimin dijital ortamlarda gerçekleşen bir iletişim biçimine dönüşmesine neden olmuştur (Reyes-Menendez, Saura & Martinez-Navalon, 2019). İnternet, geleneksel kaynaklar yerine sosyal ağ siteleri aracılığıyla ziyaret etmek istedikleri destinasyonlar hakkında bilgi toplamayı tercih eden turistler için güvenilir bilgi kaynaklarından biri haline gelmiştir (Fernandes & Fernandes, 2017; Kılıçlar vd., 2021). Seyahat siteleri, farklı ülkelerden gelen turistler için büyük bir veri kaynağı olarak ifade edilmektedir. Bu web sitelerindeki içerikler elektronik ortamlar aracılığıyla farklı birçok insan girdisine dayanmaktadır (Wenan vd., 2022). Diğer bir ifade ile bu siteler, bilgilerin toplanabildiği, yorumların yayınlanabildiği ve şikayetlerin duyulabildiği önemli bir kaynaktır (Fernandes & Fernandes, 2017). Bireyler, seyahatlerine ilişkin konaklama tercihlerini sıklıkla çevrim içi ortamlarda sunulan önerilere göre şekillendirmektedir. İnternet, seyahat planlama sürecinin tüm aşamalarında bilgiye erişim ve karar desteği sağlayarak belirleyici bir rol üstlenmektedir (Nilashi vd., 2018; Onur & Yaşa, 2025). Bunun sebebi seyahat siteleri ve sosyal medya platformlarının, küresel ölçekteki kullanıcılar için kapsamlı bir veri ve bilgi paylaşım ağı sunmasıdır (Wenan vd., 2022).

Destinasyon tercihlerinde bulunmadan önce bireyler, giderek daha fazla çevrim içi geri bildirimlere ve önceki ziyaretçilerin deneyimine dayalı paylaşımlara başvurmaktadır. Bu tür kullanıcı kaynaklı içerikler, potansiyel ziyaretçilerin karar alma sürecinde güvenilir bir kaynak olarak görülmektedir (Nicoli & Papadopoulou, 2017). Bu kapsamda, TripAdvisor gibi çevrim içi platformlar, kullanıcıların konaklama deneyimlerine ilişkin görüş ve değerlendirmelerini paylaştıkları önemli bilgi kaynakları arasında yer almaktadır (Nilashi vd., 2018). Hem sektör hem de turistler için çevrim içi platformların incelenmesi önemli bir bilgi kaynağı olması nedeniyle değerlidir. Çünkü bu platformlardaki değerlendirmeler ziyaretçi deneyimlerine dayanmakta ve onların memnuniyet/memnuniyetsizliklerini ortaya koymaktadır. Bu sayede geniş kitlelere ulaşabilen bu içerikler gerçekler, duygular, izlenimler ve bireysel görüşlerin bileşimini ortaya koymaktadır (Taecharungroj & Mathayomchan, 2019). Ziyaretçilerin deneyimlerinin doğasını ve yapısını anlamak, konukların memnuniyetini, destinasyon yönetimini ve pazarlama stratejilerini iyileştirmede gerekli bir adımdır. Bu nedenle, nitel ve nicel araştırmaların çoğu deneyimlere odaklanmaktadır (Stoleriu vd., 2019).

Bu araştırma kapsamında Trabzon ili Maçka ilçesi sınırlarında, 1987 yılında milli park ilan edilen Altındere Vadisi içerisinde yer alan Sümela Manastırını (Zaman, 2005; Kaya ve Kaya, 2022) ziyaret eden bireylerin yorumları incelenecektir. Tayfun (2020), Trabzon şehrinin marka kişiliğinin nasıl algılandığını ve kente ait sembol yapıların neler olduğunu belirlemek amacıyla keşfedici bir araştırma gerçekleştirmiştir. Çalışma kapsamında 423 katılımcıya “Sizce Trabzon’un sembol yapısı nedir?” sorusu yöneltilmiş ve her katılımcıdan üç yapı belirtmesi istenmiştir. Katılımcıların %93,1’i (394 kişi) Sümela Manastırını Trabzon’un sembolü olarak ifade etmiştir. Bu nedenle bu çalışmada Trabzon’un sembolü olarak nitelendirilen Sümela Manastırı incelenmiştir. Bu manastır halk arasında “Meryem Ana Manastırı” olarak bilinmektedir. Yapının özgün adı “Panagia Soumelá” olup, bu ismin ya manastırın inşa edildiği koyu renkli Karadağ’dan (Oros Melas) ya da içerdiği siyah tonlardaki Meryem tasvirlerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Manastır, Ortodoks geleneğinde şehirden uzak, doğayla bütünleşik mekan anlayışını yansıtan tipik bir örnek olup, yalnızca ibadete değil aynı zamanda eğitim, inziva ve misafir ağırlamaya da hizmet edecek biçimde planlanmıştır. Ana kaya kilisesi, şapeller, hücreler, kütüphane, mutfak, misafirhane ve kutsal ayazmadan oluşan bu kompleks, Bizans mimarisinin topografya ile kurduğu işlevsel ilişkiyi göstermesi bakımından dikkate değerdir. Sümela Manastırı, hem dini mimarlık tarihi hem de bölgenin kültürel peyzajı açısından önemli bir yere sahiptir (Zaman, 2005; Kaya & Kaya, 2022).

Bu çalışma, çevrim içi platformlardaki turist yorumları aracılığıyla Sümela Manastırı'na yönelik ziyaretçi deneyimlerini analiz etmeyi ve bu destinasyona yönelik algıların nasıl şekillendiğini belirlemeyi hedeflemektedir. Elde edilen bulgular, hem akademik literatüre katkı sağlamakta hem de Sümela Manastırı'nın destinasyon yönetimi ve tanıtım stratejileri açısından yol gösterici nitelik taşımaktadır.

YÖNTEM

Günümüzde TripAdvisor gibi çevrimiçi seyahat platformları, turistlerin seyahatleri ile ilgili deneyimlerini sunan önemli kaynaklar haline gelmiştir. Bu platformlarda paylaşılan kullanıcı yorumları, diğer potansiyel ziyaretçiler açısından güvenilir ve etkili bir bilgi kaynağı olarak kabul edilmekte; seyahat kararlarını, beklentileri ve memnuniyet düzeylerini doğrudan etkilemektedir (Soltani-Nejad vd., 2024). Bu bağlamda, Sümela Manastırı'na ilişkin çevrimiçi yorumların analiz edilmesi, ziyaretçilerin deneyimlerine görüşlerinin bilinmesi açısından önem arz etmektedir.

Turistlerin paylaştığı deneyimlerin nitel bir araştırma yaklaşımıyla incelenmesi, turizm ile ilgili kamu ve özel sektör karar alıcılarına çeşitli katkılar sağlanacak hem hizmet kalitesini artırmak hem de ziyaretçi memnuniyetini ve sadakatini geliştirmek adına önemli bir fırsat sunacaktır. İçerik analizi, metin temelli verilerden anlam çıkarmaya yönelik olarak nitel araştırmalarda yaygın şekilde kullanılan bir yöntemdir. Bu çalışmada kullanılan nitel içerik analizi, verilerdeki içeriksel ve bağlamsal anlamları ortaya çıkarmaya yönelik olarak iletişim unsurlarına odaklanmaktadır. Bahsi geçen yöntemin tercih edilme nedeni, turistlerin çevrim içi yorumlarında düşünce ve duygularını ifade etmeleri ile bu yorumlardan anlamlı temalar çıkararak nitel verileri sistematik bir biçimde sınıflandırma olanağı sunmasıdır (Soltani-Nejad vd., 2024).

Bu çalışma, Sümela Manastırı'na yönelik TripAdvisor'da yer alan çevrimiçi yorumlar aracılığıyla turistlerin ziyaret deneyimlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma kapsamında, TripAdvisor platformunda paylaşılan kullanıcı yorumları aracılığıyla ziyaretçilerin Sümela Manastırı'na ilişkin deneyimlerini incelemek amacıyla nitel bir araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Bu kapsamda, TripAdvisor platformu üzerinde yer alan Sümela Manastırı, inceleme için seçilen destinasyon olarak belirlenmiştir. Ardından, inceleme süreci 2020 yılı da dahil olmak üzere son beş yıl içinde yapılan yorumlarla sınırlanmıştır. İlgili platformdan veriler 30 Nisan 2025 tarihinde elde edilmiş, yorumlar araştırmacı tarafından Word dosyasına aktarılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda toplam 65 yorum tespit edilmiştir. Bu yorumlar, araştırmacı tarafından nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve belirli temalar altında sınıflandırılmıştır. Tematik analiz sürecinde, geçerliliği artırmak amacıyla uzman görüşüne de başvurulmuştur.

BULGULAR

Turist deneyimlerine ilişkin kullanıcı yorumları, içerik analizi yöntemiyle üç ana kategori altında incelenmiştir: giriş/ulaşım, ziyaret anı ve ödeme/ticaret. Bu kategorilere ilişkin tematik bulgular aşağıdaki tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Turist deneyimlerine ilişkin içerik analizinden elde edilen sonuçlar.

Ziyaret Aşaması	Tema	Alt Tema	Kod (Kodlanan ifade)	N*
Giriş / Ulaşım	Ulaşım ve erişilebilirlik	Ring / dolmuş / otopark	Servis zorunluluğu, otopark, erişim zorluğu	28

Ziyaret Aşaması	Tema	Alt Tema	Kod (Kodlanan ifade)	N*
	Fiziksel zorluklar	Merdiven, yürüyüş, patika	"350 m merdiven", "nefes nefese kalmak"	11
	Bilgilendirme eksikliği	Yetersiz yönlendirme	Tabela eksikliği, tanıtım eksikliği	7
Ziyaret anı	Restorasyon etkisi	Tahribat / doku kaybı	Yüzü oyulmuş freskler, restoreyle zarar görme	21
	Alan yönetimi ve denetim	Güvenlik / düzen eksikliği	Denetimsizlik, kontrolsüzlük	6
	Kalabalık ve konfor	Trafik / sıra / yoğunluk	Aşırı yoğunluk, uzun kuyruk, bayram kalabalığı	8
	Tarihi ve kültürel çekicilik	Yapı ve mimari	Tarihi yapı, freskler, kilise, mağara, mimari	18
	Doğal ve manzara değerleri	Manzara / Doğa	Orman, dere, dağ, yeşillik, sis, hava	16
	Ziyaret motivasyonu	Tavsiye / Görülmeli	"Mutlaka görülmeli", "Karadeniz'e gelince gidin"	9
Ödeme / Ticaret	Ticarileşme	Fiyatlandırma ve ücretler	Soygun, sömürü düzeni, her şeyin ücretli olması	29
	Değer algısı	Ücrete rağmen değip değmediği	"Değmez", "Pahalı ama görülmeye değer" gibi yargılar	12

*Her yorum birden fazla kategoriye kodlandığı için toplam frekans 65'ten fazladır.

Sümela Manastırı'na ilişkin ziyaretçi yorumları, ziyaret sürecinin aşamalarına göre kategorilendirilmiştir. Bu kapsamda yorumlar; giriş/ulaşım, ziyaret anı ve ödeme/ticaret olmak üzere üç temel kategori altında incelenmiştir. Her bir kategoriye ilişkin kullanıcı yorumlarından elde edilen temalar aşağıda sunulmaktadır.

Giriş/ulaşım aşaması

Sümela Manastırı hakkında yapılan ziyaretçi yorumları giriş/ulaşım, ziyaret anı ve ödeme/ticaret şeklinde kategorilendirilmiştir. Bu kategorilerin ilki giriş/ulaşım aşamasıdır. Bu süreçte ulaşım ve erişilebilirlik, fiziksel zorluklar ve bilgilendirme eksikliği temalarının ön planda olduğu görülmektedir. Ring / dolmuş / otopark, merdiven, yürüyüş, patika ve yetersiz yönlendirme ise ortaya çıkan alt temalardandır. Bu kapsamda ziyaretçiler;

"Her şeyi paralı yapmışlar!! ...Girişi bir yerde kesmişler mecbur otoparka giriyorsun otopark 10 TL. Yukarıya servis çıkarıyor kişi başı 8 TL ..." , "Alınan ücret gerçekten fazla, ayrıca otopark parası verip dolmuşla yukarı çıkmak zorundasınız ve dolmuşa da ücret ödüyorsunuz."
, "...manastıra dolmuşla gitmek zorunlu olmuş kişi başı 8 TL ücreti var, otoparkı zorunlu tutmuşlar araç başı 10 TL, giriş kişi başı 75 TL kısaca soyuluyorsunuz, o kadar yolu gelmeyin değmez", "Bayram döneminde gittiğimiz için çok kalabalıktı ve yolda trafik çoktu bayağı"

eziyetli oldu. Manastıra yakın bir yere kadar kendi aracınızla gidiyorsunuz, sonrasında otoparka park etmek zorundasınız. Oradan ring araçları ile yukarı bölgeye çıkıyorsunuz. Oradan da bir 10 dk kadar patika yoldan manastıra yürüyorsunuz. Biraz zahmetli ama çıktığınızda değişiyor. Karadeniz'e gidenlerin mutlaka gitmesi gereken bir yer..." , "... Manastıra çıkarken biraz zorlanabilirsiniz eğer yürümekte zorluk çekiyorsanız dinlenerek gitmeniz gerekebilir. Onun dışında gayet güzel..." , "Tarihi ve mutlaka görülmesi gerekli bir yapı. Servislerle yukarı çıkılıyor sonra yürüyüş yolu merdivenler başlıyor. Yürürken yavaş yavaş gidin Karadeniz'in yayla havasını, görüntüsünü içinize çekin. Son manastır bölümünde çıkılan merdivenlerde zorlanılabilir. Yürüyüş bastonunuz varsa çok işe yarayabilir. Bazı fresklere verilen tahribat çok fazla ve çok üzücü. Yapılan restorasyon işlemleri ve yeni eklentileri çok üzücü. Bütün negatifliklere rağmen çıkmaya değer bir yapı. Girişte müze kart geçerli." , "Manastırın bazı yerleri kapalı idi. Manastır ile ilgili bilgilendirme yazı ve tabelaları yetersizdi. Otopark ve ring araçları zorunlu ve pahalı idi." , "Girişte otoparkta araçlarının bırakmak zorundasınız 100 TL bir saat kadar süresi itibaren... yetmiyormuş gibi dolmuş servisine geçiyorlar kişi başı gidiş dönüş 52 TL fiyat alınıyor güzel bir ticaret olmuş..", "Manastırın içi boş restorasyon yarım dışardan bakın daha iyi o kadar merdivene değmez fotoğraf kaplanmış her yer" şeklinde yorumlarda bulunmuşlardır.

Ziyaretçilerin giriş/ulaşım aşamasına dair yorumlarında, otopark ve servis kullanımının zorunlu oluşu, yüksek ücretlendirme, merdiven ve yürüyüş yollarının zorlukları ile birlikte yönlendirme ve bilgilendirme eksiklikleri öne çıkmaktadır. Bu durum, ziyaret deneyimini zorlaştıran ve memnuniyeti azaltan temel unsurlar olarak değerlendirilmektedir.

Ziyaret aşaması

Diğer bir kategori olan ziyaret aşamasına bakıldığında ortaya çıkan temaların restorasyon etkisi, alan yönetimi ve denetim, kalabalık ve konfor, tarihi ve kültürel çekicilik ve doğal ve manzara değerleri olduğu görülmektedir. Ziyaretçiler bu durumla ilgili yorumları;

"Tarihi ve mutlaka görülmesi gerekli bir yapı....Bazı fresklere verilen tahribat çok fazla ve çok üzücü...Bütün negatifliklere rağmen çıkmaya değer bir yapı. Girişte müze kart geçerli" , "Görülmesi gereken bir yer. Tarihi, önemli bir yapı. Servislerle yukarı çıkıldıktan sonra merdivenler başlıyor. İlk merdivenler çok dik değil fakat en son çıkılan merdivenlerde zorlanılabilir. Fakat çıkmaya değer. Bazı fresklere verilen tahribat gerçekten içler acısı, çok üzücü." , "Manastırın mimarisine, yapısına, konumuna ve değerine diyecek bir şey yok ama görecektir bir şey kalmamış... Tavandaki freskler hariç tüm fresklerdeki gözler ve kafalar oyulmuş, önüne gelen ismini kazımış. Tahribat inanılmaz seviyede..." , "Restorasyon nedeniyle yalnızca üst kısmı ziyarete açık, üst kısımda da görebileceğiniz tek şey gözleri ve kafaları oyulmuş İsa ve havarilerinin freskleri. Tavandaki freskler hariç tüm fresklerdeki gözler ve kafalar oyulmuş, önüne gelen ismini kazımış. Tahribat inanılmaz seviyede. 20. yüzyıl başında aktif bir manastır 100 senede nasıl bu hale getirilir aklım almıyor. Ziyaretim sonrası tek duyduğum üzüntü ve utanç. Görmesem daha iyiydi." , "...Bari 2 güvenlik koyulsa ve kontrollü olarak giriş sağlansa fresklerin bulunduğu şapele. Bu olumsuzluklara rağmen freskler ve manzara hayran bırakmayacak gibi değil. Ama benden tavsiye manastırdan çıkınca hemen müze kafeye uğrayın fiyatına bakmadan bir çay alın (bakarsanız üzülürsünüz) manzara karşı şöyle bir keyif yapın." , "Muhteşem ama okumadan gitmeyin.... Biz bayramın ikinci günü gittik Maçka'da oraya varmamız 2 saat sürdü" , "Manastır hafta sonları da açık. Araçla uzun bir kuyruk beklemek zorundasınız biz 1 saatten fazla bekledik..." , "İçerisi gerçekten insanı hayrete düşürecek kadar güzel bir kompleks, kesinlikle görülmeli. Biz gittiğimizde hala her yer görülemiyordu ama çoğu kısmı görme şansına eriştik. Tekrar kapanma ihtimali varmış, kesinlikle bir an önce gidilmeli." , "Karadeniz'in yayla havasını, görüntüsünü içinize çekiyorsunuz. Tarihin içinde kayboluyorsunuz. Keşke kalan çalışmalar da bitmiş olsaydı..." , "Tarihi ve mutlaka görülmesi gerekli bir yapı. Servislerle yukarı çıkılıyor sonra yürüyüş yolu merdivenler başlıyor.

Yürürken yavaş yavaş gidin Karadeniz'in yayla havasını, görüntüsünü içinize çekin. Son manastır bölümünde çıkılan merdivenlerde zorlanılabilir. Yürüyüş bastonunuz varsa çok işe yarayabilir. Bazı fresklere verilen tahribat çok fazla ve çok üzücü. Yapılan restorasyon işlemleri ve yeni eklentileri çok üzücü. Bütün negatifliklere rağmen çıkmaya değer bir yapı..." , "O zamanda mağarayı oyup nasıl kilise yapmışlar insan hayret ediyor. Kök boyasıyla yapılan resimler çok etkileyici. Sonradan dış kısmına inşa edilen yapı bile güzel. Sislerin, ormanların içinde başka bir havası var. Tırmanması zor olsa da değer." şeklindedir.

Ziyaret aşamasına ilişkin değerlendirmelerde, manastırın tarihi ve doğal güzellikleri etkileyici bulunurken; restorasyon süreci, fresklerdeki tahribat, kalabalık, ulaşım zorlukları ve denetim eksikliği sıklıkla eleştirilmektedir. Tüm olumsuzluklara rağmen ziyaretçilerin çoğu, yapının görülmeye değer olduğunu belirtmişlerdir.

Ödeme/Ticaret Aşaması

Manastırı ziyaret eden bireylerin ödeme/ticaret aşamasındaki yorumları incelendiğinde ticarileşme ve değer algısı olarak iki temaya ayrıldığı görülmektedir. Ortaya çıkan alt temalar ise fiyatlandırma ve ücretler ve ücrete rağmen değip değmediği şeklindedir. Bu doğrultuda ziyaretçilerin yorumları incelendiğinde;

"...otopark zorunlu yapılmış ve yüksek meblağ alıyorlar manastıra çıkmak için kendi servislerini zorunlu yapmışlar ... gitmeyenler bir kere daha düşünsün" , "...Her yeri kapatmışlar..... Aşağıda durdurup otoparka park ettiriyorlar birinci söğüş, servisle çıkarıyorlar ikinci söğüş, bir de giriş ücreti..." , "Restorasyon yaptıklarını sanıp burayı da tekdüze bir yere çevirmişler. O kadar eziyete değmeyecek bir ziyaret. Manastırın içinde kayda değer bir şey kalmamış. Dışarısını zaten görebileceğiniz bir açı yok. Servislerle yukarı çıkıyorsunuz. 52 TL kişi başı servis ücreti. Otopark 80 TL 1 saati zaten 1 saatte mümkün değil dönemiyorsunuz. Müze kartınız varsa girişe para ödemiyorsunuz şükür. Tamamen para tuzağı bir yapılanma söz konusu." , "Adı Sümela manastırı olan ama tarihten eser kalmamış tamamen restore edilmiş insanları sömürmek için bir yer. İlk defa gittim ve hayal kırıklığı ve pişmanlık yaşadığım belki de tek yer" , "Girişte otoparkta araçlarının bırakmak zorundasınız 100 TL bir saat kadar süresi itibaren... yetmiyormuş gibi dolmuş servisine geçiyorlar kişi başı gidiş dönüş 52 TL fiyat alınıyor güzel bir ticaret olmuş.. Manastıra gelince tarihinden eser kalmamış hala güzel mi güzel gezilmeye değer değer tabii ama maalesef ciddi bir restorasyon ve ziyaretçilerin tarihi eserlere saygı duymasına ihtiyacı var üzücü" , "... O kadar yolu gittiğimize değmediğini düşünüyorum. Senelerce restorasyonunun bitmesini bekledim. Hala da 28 ekim 2021 itibarıyla açılmamış yerleri vardı. Bekledik bekledik hüsrana." , "Sümela manastırına daha önce defalarca gitmişimdir. Gel gör ki yeni Türkiye'nin rant/çıkar işleri buraya da sirayet etmiş." , "Ailecek kendi aracım ile ulaşabileceğim bir yere neden ben ekstra para ödeyerek götürülmek zorundayım." , "Trabzon belediyesi buraya ücretli bir otopark (giriş 10 tl)ring sistemi ile çalışan bir dolmuş sistemi kurmuş (kişi başı 8 tl). ...manastırda restorasyondan geçmiş tabii (kişi başı 75 tl) fiyatı artmazsa olmaz." şeklindedir.

Ziyaretçilerin ödeme ve ticaret aşamasına dair yorumları, yüksek otopark ve servis ücretleriyle birlikte zorunlu harcamaların yarattığı memnuniyetsizlik üzerinden ticarileşme eleştirilerini öne çıkarırken; bazı ziyaretçiler, ödenen ücretin deneyime değip değmediği konusunda da hayal kırıklığı yaşadıklarını belirtmiştir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, çevrim içi kullanıcıların yorumları aracılığıyla turist deneyimlerini analiz ederek, Sümela Manastırı'nın ziyaretçilere nasıl bir izlenim sunduğunu ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu kapsamda veri kaynağı olarak TripAdvisor platformundaki 2020 yılı ve sonrasına ait, toplam 65 kullanıcı yorumu incelenmiştir. İncelenen yorumlar neticesinde giriş / ulaşım, ziyaret anı ve ödeme / ticaret şeklinde üç kategori belirlenmiştir. Giriş / ulaşım aşaması ile ilgili temalar ulaşım ve erişilebilirlik, fiziksel zorluklar ve bilgilendirme eksikliği olarak; ziyaret anındaki temalar restorasyon etkisi, alan yönetimi ve denetim, kalabalık ve konfor, tarihi ve kültürel çekicilik ve doğal ve manzara değerleri olarak; ödeme / ticaret aşaması ile ilgili temalar ise ticarileşme ve değer algısı olarak belirlenmiştir. Mevcut literatür tarandığında, çalışmanın ele aldığı konuya doğrudan odaklanan benzer bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu durum, çalışmanın bulgularının önceki literatürle doğrudan karşılaştırılmasını güçleştirmektedir. Çelik ve arkadaşları (2017) yapmış oldukları çalışmada, Kasım 2016'da Home Turkey'in resmi Facebook hesabını manuel olarak taramış, 1300 fotoğraf incelenmiş ve 'Doğal Çekicilikler' teması kapsamında Sümela Manastırı'nın da bu içeriklerde yer aldığını belirlemişlerdir. Bu durum Sümela Manastırı'nın Türkiye tanıtımlarında doğal çekicilik unsuru olarak kullanıldığını ifade etmektedir. Ziyaretçilerin yorumları incelendiğinde de Sümela manastırının doğal ve manzara değerleri ile öne çıktığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Mevcut çalışmanın ortaya çıkan kategorileri Soltani-Nejad ve arkadaşlarının (2024), Ağustos 2019'da Eyfel Kulesi'ni ziyaret eden turistlerin yorumlarını incelemek amacıyla TripAdvisor'dan son 200 çevrimiçi yorumu 100 web sayfası üzerinden analiz ettiği çalışmanın kategorileri ile benzerlik göstermektedir. Her iki çalışma farklı destinasyonlarda gerçekleştirildiği için doğrudan karşılaştırma yapmak mümkün değildir. Fakat Soltani-Nejad ve arkadaşlarının (2024) temaları seyahat öncesi hazırlık, giriş, ödeme ve ziyaret sonrası şeklindedir. Mevcut çalışmada da kategoriler giriş / ulaşım, ziyaret anı ve ödeme / ticaret şeklinde benzerlik taşımaktadır. Kara ve Çeken (2025) Sümela Manastırı gibi Trabzon ilinde yer alan Uzungöl Tabiat Parkı'nı ziyaret eden turistlerin Tripadvisor yorumlarını incelemişlerdir. Toplam 43 yorumun incelendiği çalışmada ortaya çıkan doğa harikası/manzara alt temasının benzerlik gösterdiği özellikle olumsuz yorumlarda ulaşım, yönlendirme levhası ve ziyaretçi yoğunluğu da mevcut çalışmanın bulguları ile benzerlik göstermektedir. Mancı ve Tengilimoğlu (2021) yapmış oldukları çalışmada Göbekli tepeyi ziyaret eden turistlerin 2013-2020 yılları arasında TripAdvisor sitelisindeki 518 yorumu incelemiştir. Bu çalışmadaki olumsuz yorumlarda giriş ücretinin (kazık fiyat, bu kadar pahalı olmamalı) pahalı bulunması, tabela ve yetersiz yönlendirmeler temaları mevcut çalışmanın fiyatlandırma, ücretler ve yetersiz yönlendirme temaları ile benzerlik göstermektedir.

Mevcut çalışmadan elde edilen bulgular, ziyaretçilerin deneyimlerinin yalnızca tarihi ve doğal çekiciliklerle sınırlı kalmadığını, aynı zamanda fiziksel erişim, hizmet kalitesi ve ticarileşme gibi çok boyutlu faktörlerden etkilendiğini göstermektedir. Özellikle ulaşım zorlukları, alanla ilgili bilgilendirme eksiklikleri ve kalabalık yoğunluğu gibi faktörler ziyaret memnuniyetini olumsuz etkileyen başlıca unsurlar arasında yer almaktadır. Öte yandan, manastırın tarihi, kültürel ve doğal özellikleri, ziyaretçilerin mekana dair genel algısını olumlu yönde şekillendirmektedir. Bu doğrultuda, ilgili kamu kurumları için bazı önerilerde bulunmak mümkündür. Öncelikle, erişim altyapısının güçlendirilmesi ve yönlendirme/bilgilendirme uygulamalarının iyileştirilmesi ziyaret deneyimini olumlu yönde etkileyecektir. Restorasyon çalışmalarının ziyaretçileri mümkün olduğunca az etkileyecek şekilde planlanması ve alanın daha iyi denetlenmesi gerekmektedir. Kalabalığı azaltacak önlemler, ziyaretçilerin daha rahat bir deneyim yaşaması için önemlidir. Ayrıca, ticarileşmenin kontrol altında tutulması ve sunulan hizmetlerin ücretlerine değip değmediğinin göz önünde bulundurulması, bölgenin değer algısını artırabilir. Gelecek çalışmalar, farklı kültürel ve coğrafi destinasyonlarda

yapılmasıyla karşılaştırmalı bir perspektif sunabilir. Ayrıca, niteliksel yöntemlerin yanı sıra nicel veya karma analizlerin de kullanılması sayesinde daha fazla veriye ulaşılabilir.

Yazar Katkı Beyanı: Makale yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Çelik, P., Yüzbaşıoğlu, N., & Topsakal, Y. (2017). Destinasyon tanıtımı ve pazarlamasında sosyal medya: home Turkey örneği. *Journal of Human Sciences*, 14(2), 1070-1081.
- Fernandes, T., & Fernandes, F. (2017). Social media and tourism: The case of e-complaints on TripAdvisor. In *Marketing at the Confluence between Entertainment and Analytics: Proceedings of the 2016 Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress* (pp. 825-829). Springer International Publishing.
- Kara, E., & Çeken, H. Doğa turizmi kapsamında Ulugöl Tabiat Parkı'nı ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesi: Tripadvisor örneği. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 15(1), 572-593.
- Kaya, M. C., & Kaya, E. (2022). Sümela Manastırı'nin İnanç Turizmi Potansiyeli Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 46-61.
- Kılıçlar, A., Bozkurt, İ., Sarıkaya, G. S., & Şahin, A. (2021). Sosyal medyanın X ve Z kuşağı üzerindeki yemek yeme davranışına etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 531-552.
- Mancı, A. R., & Tengilimoğlu, E. (2021). TripAdvisor ziyaretçi yorumlarının içerik analizi: Göbeklitepe örneği. *Türk turizm araştırmaları dergisi*, 5(2), 1525-1545.
- Nicoli, N., & Papadopoulou, E. (2017). TripAdvisor and reputation: a case study of the hotel industry in Cyprus. *EuroMed Journal of Business*, 12(3), 316-334.
- Nilashi, M., Ibrahim, O., Yadegaridehkordi, E., Samad, S., Akbari, E., & Alizadeh, A. (2018). Travelers decision making using online review in social network sites: A case on TripAdvisor. *Journal of computational science*, 28, 168-179.
- Onur, M., & Yaşa, H. (2025). Social perceptions on the use of robot waiters in restaurants: sentiment and content analysis on social media. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (68), 281-294.
- Reyes-Menendez, A., Saura, J. R., & Martinez-Navalon, J. G. (2019). The impact of e-WOM on hotels management reputation: exploring tripadvisor review credibility with the ELM model. *Ieee Access*, 7, 68868-68877.
- Soltani-Nejad, N., Rastegar, R., Shahriari-Mehr, G., & Taheri-Azad, F. (2024). Conceptualizing tourist journey: Qualitative analysis of tourist experiences on TripAdvisor. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 25(2), 343-364.
- Stoleriu, O. M., Brochado, A., Rusu, A., & Lupu, C. (2019). Analyses of visitors' experiences in a natural world heritage site based on TripAdvisor reviews. *Visitor Studies*, 22(2), 192-212.
- Taecharungroj, V., & Mathayomchan, B. (2019). Analysing TripAdvisor reviews of tourist attractions in Phuket, Thailand. *Tourism management*, 75, 550-568.

- Tayfun, O. (2020). Bir destinasyon olarak Trabzon'un marka kişiliği ve sembol yapısının tespitine yönelik bir çalışma. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 54-75.
- Wenan, T., Shrestha, D., Gaudel, B., Rajkarnikar, N., & Jeong, S. R. (2022). analysis and evaluation of TripAdvisor data: a case of Pokhara, Nepal. In *Intelligent Computing & Optimization: Proceedings of the 4th International Conference on Intelligent Computing and Optimization 2021 (ICO2021)* 3 (pp. 738-750). Springer International Publishing.
- Zaman, M. (2005). Türkiye'nin önemli inanç turizmi merkezlerinden biri: Sumela (Meryamana) manastırı. *Atatürk üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü dergisi*, 6(2), 1-24.