



Çevrim İçi Ziyaretçi Yorumlarının Karma Yöntem ile Analizi: Konya Tropikal Kelebek Bahçesi Uygulaması

Ramazan GÖRAL | 0000-0003-0918-6537 | trgoral28@hotmail.com
Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Konya, Türkiye

Bilge ARICAN | 0000-0002-4195-1369 | azracigdem10@gmail.com
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye

ROR ID: <https://ror.org/045hgzm75>

Öz

Parklar, kentlerin turistler tarafından gidilecek yer olarak tercih edilmesinde önemli bir çekicilik unsurudur. Ziyaretçiler, ziyaret ettikleri destinasyon ile ilgili yorumlar yapmaktadırlar. Yorumların, ilgili destinasyonun seçim sürecine etki ettiği bilinmektedir. Dolayısıyla yorumların dikkate alınması, destinasyonun sürdürülebilirliği açısından önemlidir. Bu çalışmada, Konya Tropikal Kelebek Bahçesi (KTKB)'nin çevrim içi ziyaretçi yorumlarının analizi yapılmıştır. KTKB ile ilgili 2018 yılının Ocak ayından 2022 yılı Ekim ayına kadar yapılan yorumlardan seçilmiş 2700 yorum araştırma kapsamına alınmıştır. Bu yorumlarda, en çok vurgulanan durumlar, araştırma kriteri olarak belirlenmiştir. Duygu analizi yardımıyla yorumlar üzerinden ziyaretçilerin tercih sebepleri belirlenmiştir. Duygu analizinin en önemli kriterlerinden birisi bireylerin seçimlerine göre duygu durumlarındaki değişimlerin dengesidir. Duygu analizi sonuçlarına göre destinasyonun ziyaretçi çekmesinde en fazla katkısı bulunan kriter "Doğal Çekicilik" olmuştur. Yıldız değerlendirmesinde ise en fazla "Çok İyi" olarak değerlendirilen kriter "Rehberlik" olarak belirlenmiştir. Bunun aksine "Giriş" kriteri "Çok Kötü" yıldız değerlendirmesinde en çok yorumu alarak destinasyonun tercih edilmesinde en kötü etkisi bıraktığı anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler

Duygu Analizi, Tema Parklar, Çevrim İçi Yorumlar, Konya Tropikal Kelebek Bahçesi

Atıf Bilgisi

Göral, R. ve Arıcan, B. (2023). Çevrim içi ziyaretçi yorumlarının karma yöntem ile analizi: Konya Tropikal Kelebek Bahçesi uygulaması. Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi, 4:1-25.

Geliş Tarihi	04.07.2023
Kabul Tarihi	23.08.2023
Yayın Tarihi	31.12.2023
Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme
Etik Beyan	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.
Yazar Katkıları	Göral, R. (%50), Arıcan, B. (%50)
Benzerlik Taraması	Yapıldı - Turnitin
Etik Bildirim	ethics.stbad@selcuk.edu.tr
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Finansman	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
Telif Hakkı & Lisans	Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.



Mixed Analysis of Online Visitor Comments: Konya Tropical Butterfly Garden

Ramazan GÖRAL | 0000-0003-0918-6537 | trgoral28@hotmail.com
Selcuk University, Beyşehir Ali Akkanat Tourism Faculty, Konya, Türkiye

Bilge ARICAN | 0000-0002-4195-1369 | azracigdem10@gmail.com
Selcuk University, Institute of Social Science, Konya, Türkiye

ROR ID: <https://ror.org/045hgzm75>

Abstract

Parks are an important element of attraction in cities being preferred by tourists as destinations. Visitors make comments about the destination they visit. It is known that the comments affect the selection process of the relevant destination. Therefore, taking into account the comments is important for the sustainability of the destination. In this study, online visitor comments of Konya Tropical Butterfly Garden (KTKB) were analyzed. 2700 comments selected from the comments made between January 2018 and October 2022 on KTKB were included in the research. In these comments, the most emphasized situations were determined as research criteria. With the help of sentiment analysis, the reasons for preference of the visitors were determined through the comments. One of the most important criteria of sentiment analysis is the balance of changes in mood according to the choices of individuals. According to the sentiment analysis results, the criterion that contributed the most to the destination's visitor attraction was "Natural Attractiveness". In the star evaluation, the criterion that was evaluated as "Very Good" was determined as "Guidance". On the contrary, it is understood that the "Entry" criterion received the most comments in the "Very Bad" star rating and had the worst effect on the choice of the destination.

Keywords

Sentiment Analysis, Theme Parks, Online Reviews, Konya Tropical Butterfly Garden

Citation

Göral, R. ve Arıcan, B. (2023). Mixed analysis of online visitor comments: Konya Tropical Butterfly Garden. Selcuk Tourism and Information Research Journal, 4:1-25.

Date of Submission	04.07.2023
Date of Acceptance	23.08.2023
Date of Publication	31.12.2023
Peer-Review	Double anonymized - Two External
Ethical Statement	It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
Author Contributions	Göral, R. (%50), Arıcan, B. (%50)
Plagiarism Checks	Yes - Turnitin
Conflicts of Interest	The author(s) has no conflict of interest to declare.
Complaints	ethics.stbad@selcuk.edu.tr
Grant Support	The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research.
Copyright & License	Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0 .

Giriş

Yerel yönetimler tarafından şehirlerin öncelikle kentleşme alanında birçok faaliyet gerçekleştirilmesi, sonrasında markalaşma bakımından girişimlerde bulunması son derece önemlidir (Koçyiğit ve Aktan, 2020: 9). Tematik parklar, kentlerin markalaşmasında önemli bir unsurdur (Chan ve diğ., 2015: 1157). Tema, Türk Dil Kurumu'na göre "asıl konu, temel motif, ana konu" anlamına gelmektedir (TDK, 2022). Tema park, içinde gezinti alanları, farklı duygular ortaya çıkmasını sağlayan etkinlikler, gösteriler sunulan, bir grup tema etrafında tasarlanarak inşa edilmiş olan merkez ya da eğlence parklarıdır. Boş zamanların değerlendirilmesi, yaşam kalitesinin artırılması, bireylerin rekreasyona yönelik isteklerinde değişikliklerin karşılanması gibi amaçlarla ortaya çıkmıştır (Dalkılıç, 2007: 3). Tema parklar sayesinde bireyler eğlence ihtiyaçlarını karşılamalarının yanında kültürlerini tanıma imkanı da elde etmektedir.

Son yüzyılda internetin gelişim göstermesi, yaygın bir şekilde kullanılmasıyla geniş bir kullanım yüzdesine ulaşan sosyal medya, zamanla ağını genişleten web sitelerini de kapsayan bir yapıya bürünmektedir (Ateş, Sunar ve Bilge, 2019: 753). Dijital teknolojilerin gelişmesi ile beraber tüketiciler, seslerini daha kolay ve daha güçlü biçimde duyurabilmektedir. Sosyal medya sayesinde bir ürün, hizmet ya da destinasyon ile ilgili fikirler ve görüşler oldukça kolay biçimde paylaşılabilir (Sayımer, 2012: 124). Günün her anında internet ortamları sayesinde iletişim imkanı elde edilmiştir. Bu durum da geniş ve kesintisiz bir iletişim ağı anlamına gelmekte olup internetin önemli bir iletişim ve pazarlama kanalı haline geldiğini göstermektedir (Peltekoğlu, 2009: 56). Aaker (2016), sosyal medyanın her marka için bir zorunluluk haline geldiğini ifade etmektedir. Markalaşma için sosyal medya artık bir seçenek olmaktan çıkmış, rekabet üstünlüğü ve uzun vadede var olabilmek için bir zorunluluk haline almıştır (Özgen ve Elmasoğlu, 2016: 187).

Çalışma saatlerinin azalması sonucunda boş zamanın artması ve eğlence anlayışının günümüz koşulları çerçevesinde şekillenmesi ön plana çıkan tema parklar, kentsel yaşamda olduğu gibi literatürde de görece yeni bir konudur. Sosyal medya ise etkileri ve yaşamın her alanında bulunması ile artık herkes için sıradan bir yaşam unsuru haline gelmiştir. Tema parkların internet ortamlarında bulunan yorumlar kapsamında değerlendirilmesi, bu çerçevede literatüre katkı sağlanması bakımından önem taşımaktadır. Araştırmada, Avrupa'nın en büyük kelebek uçuş alanına sahip Türkiye'nin ilk kelebek bahçesi olan Konya Tropikal Kelebek Bahçesi'nin internet ortamlarındaki yorumlar çerçevesinde incelenmesi amaçlanmıştır.

Kılınç (2020); Burdur'da bulunan restoranların müşteri deneyimini çevrim içi analiz yöntemiyle incelemiştir. Çalışma sonuçlarına göre, restoran değerlendirirken en yüksek ve en düşük puan verme eğilimde olanların paylaşımlarında daha çok kelime ve cümle kullandıkları aynı zamanda bu kişilerin fotoğraf paylaşma eğilimlerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu durumun yanı sıra kadın müşterilerin, daha az kelime ve cümle

kullanarak yorum yaptıkları ve fotoğraf paylaşmayı tercih etmedikleri tespit edilmiştir. Ayrıca, Tripadvisor’da yer alan Burdur restoranları yorumları içinde en çok tekrar eden kelimenin "Burdur" olduğu, destinasyonun özgün ve ana yemeği olan Burdur Şiş’in müşteriler tarafından yanlış isimlendirildiği görülmüştür.

Başka bir araştırmada; bir otel zinciri işletmesi değerlendirilmiş, işletme ile ilgili yapılan olumlu ve olumsuz toplam 6.302 yorum incelemeye alınmıştır. Araştırmada, eski ve yeni çalışanların memnuniyet durumlarında farklılık olup olmadığı ile ilgili, çalışanların otelle ilgili yaptıkları olumlu-olumsuz yorumlar değerlendirilmiştir. Webharvy 5.0 programı kullanılarak yorumlar temin edilmiş ve excel ortamına alınmıştır. Rapidminer 9.0 programıyla metin madenciliği ve konu modelleme yönteminden yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda çalışanların genel olarak otelden memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca mevcut çalışanların eski çalışanlara göre otelden daha fazla memnun oldukları saptanmıştır (Çatır, 2021).

Bahsedilen örnek çalışmalar ele alındığında, bu araştırmada daha spesifik ve Türkiye’de benzeri olmayan bir turistik mekan değerlendirilmiştir. Diğer çalışmalara ek olarak duygu analizi de yapılarak tercih sebepleri detaylandırılmıştır. Daha geniş bir zaman diliminde bırakılan daha fazla yorumun incelemeye alınması çalışmanın daha kapsamlı bir nitelikte olmasını sağlamıştır. Analizler sonucunda da tercih sebepleri ortaya konulmuştur.

Çalışmanın giriş bölümünde amaca, literatürdeki benzer çalışmalara ve çalışmanın önemine yer verilmiştir. Birinci ve ikinci bölümde kavramsal çerçeve sunulmuştur. Üçüncü bölümde araştırma yöntemi ele alınmıştır. Araştırma bulgularına dördüncü bölümde yer verilmiştir. Son bölümde ise sonuç ve değerlendirmeler yer almaktadır.

1. Kent Turizmi ve Tematik Parklar

Kültür, tarih, kongre, spor, yeme içme, gece hayatı, alışveriş gibi farklı etkinlikler, kentsele yaşam içerisinde yer almaktadır. Kent turizmi, turizm alanında köklü bir kavram olmasının yanında, son zamanlarda yeniden gündeme gelen bir kavram olmuştur. Kent turizmi, “Kasaba ve kentlerde ziyaretçilere sunulan turizm faaliyetleri” şeklinde tanımlanmıştır (European Commission, 2000: 21). Kent turizmi; tatile çıkmak, tarihi ve kültürel anlamda birikim yapmak, spor müsabakalarına katılım sağlamak, sanatsal aktivitelerle ilgilenmek, alışveriş imkanlarından faydalanmak, diğer toplumların kültürlerini ve yaşam tarzlarını tanımak amacıyla kentlere gerçekleştirilen kısa süreli seyahatlerdir (Emekli, 2013).

Kentler, turistler için birçok çekici unsura sahiptir. Günümüz koşulları çerçevesinde önemli ölçüde değişen tatil motivasyonu ve beklentileri kapsamında kentler, ortaya koydukları esnek ve erişilebilir turizm değer ve yapılarına gereksinim duymaktadırlar (Şalvarcı, 2018: 107-109). Yerel yönetimlerin turizm alanında yaptığı yatırımlar, şehrin turizm çekiciliğine katkı sağlayarak, turizm ürününü çeşitlendirmekte ve dolayısıyla kentin turizm gelirlerini arttırmaktadır.

Müzeler ve anıtlar, parklar, luna parklar, spor stadyumları ve alışveriş merkezleri gibi çeşitli kültürel, tarihi ve rekreasyonel cazibe merkezleri; kentsel alanlarda temel turistik yer olarak kabul edilmektedir (Timothy ve Kim, 2015). Uluslararası Eğlence Parkları ve Çekicilikleri Birliği (IAAPA) tema park kavramını; "yiyecek, kostüm, eğlence, mağazalar ya da eğlence oyuncularıyla gezinti gibi temalı atraksiyonlar içeren bir eğlence parkıdır" şeklinde tanımlamıştır (Guo, 2014:6). Günümüzde temalı parklar toplumların dikkatini çeken mekanlar olarak görülmektedir. Bu kapsamda, Konya ilinin sahip olduğu tarihi ve turistik değerler göz önünde bulundurulduğunda rekreasyon alanlarının cazibesi turizm alanında önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Kente kazandırılan temalı parklar ve rekreasyon alanları, turistlerin sosyal açıdan zamanlarını değerlendirmelerine imkan tanımaktadır (Aylan ve Şalvarcı, 2018: 50). Tema parklar, ziyaretçileri farklı yöntemlerle kendilerine çekerler. Eğlendirici oyunlar veya etkileyici faaliyetlerle yeni bir deneyim ortamı oluştururlar.

Temalı Eğlence Birliği (Themed Entertainment Association-TEA) tarafından her yıl Dünyadaki tema parkların performans ve ziyaretçi sayılarının değerlendirildiği "Theme Index" adlı rapor yayınlanmaktadır. Bu birliğin 2021 yılı raporunda, "Dünya Çapında İlk 25 Eğlence/Tema Parkları" listesinde Magic Kingdom at Walt Disney World Resort (ABD) 12,691,000 katılımcı oranı ile ilk sırada yerini almıştır (AECOM Theme Index, 2021).

Turizmin en önemli niş unsurlarından sayılan tema ve eğlence parkları; yer aldıkları kentin tanıtımına ve ekonomik anlamda kazanç sağlamasına etki etmektedir. Bununla birlikte turizm sektörünün ilerlemesine destek olmaktadır. İnsanların hayal dünyasını etkileyen, onların taleplerini karşılayan tema parklar, kendilerini sürekli güncelleyen bakış açılarıyla ziyaretçilerin ilgisini çekmeyi başarmaktadırlar (Küçük ve İnce, 2018:19-20). Tema parklar; ailelerin eğlenceli vakit geçirebilmeleri amacıyla iç ve dış alanlarda kurulmuş eğlence üniteleri ve farklı tarzları içerisinde bulunduran özel bölgelerdir. Aynı zamanda tema parklar; bilimsel, kültürel ve tarihsel değerleri esas alan bir müze rolündedirler. Bu alanlar, temaları öncesinden kararlaştırılmış alan çerçevesinde canlandırılmışlardır. Ayrıca tema parklar eğlence alanlarını bir kurgu kapsamında hikayeleştirerek, meraklılarına konsept olarak sunmaktadırlar (Gök ve Bingöl, 2017:133-135).

2. Konya Tropikal Kelebek Bahçesi

Konya Tropikal Kelebek Bahçesi, Avrupa'nın en büyük kelebek uçuş alanına sahip Türkiye'nin ise ilk kelebek bahçesi olma özelliğine sahiptir. Bahçe, 2015 yılında ziyarete açılmıştır. Bahçenin, 7.200 m² kullanım alanı bulunmaktadır. Kelebek Uçuş Alanı ve Böcek Müzesi ile iki ana bölüme sahiptir. Buna ek olarak 3.500 m²'lik gezi alanında ziyaretçilere hizmet verilmektedir. Kapalı alanın inşasında 630 ton çelik kullanılmıştır. Ayrıca her biri farklı ölçülerde olmak üzere 1.730 adet cam bulunmaktadır. Bu camlar, giydirme cephe kaplama sistemi ile kaplanmıştır. Ayrıca camlarda, özel PVB malzemesi kullanılmıştır. Bu malzeme, keleklerin doğal yaşam alanlarına benzer şekilde güneşten gelen ışınlarla yönlerini bulmalarını sağlamaktadır. Bahçe, her yaşta ziyaretçisine doğa sevgisini

aşlamak amacıyla doğayı anımsatacak tarzda ve kelebek şeklinde inşa edilmiştir. Bahçe ortamı, sıcaklık olarak 28 °C ve nem bakımından % 80 oranındadır. Bahçenin bu değerleri devamlı olarak kontrol altında tutulmaktadır. Ayrıca ziyaretçiler, normal yaşamlarında rastlayamayacağı farklı türlerde kelebekler ve böcekleri görebilmektedirler. Bunun yanında değişik türde bitkileri de görmelerini amaçlayarak, güzel anılarla bahçeden ayrılmaları amaçlanmıştır (<https://www.selcuklu.bel.tr>, 2022).

Bahçede, 60 farklı türde aylık olarak 20.000 adet canlı kelebek, uçuşlarını gerçekleştirilmektedir. Kelebekler bahçeye; Kostarika, Kenya, Filipinler, Malezya, Singapur, Endonezya, Kolombiya ve Panama gibi ülkelerden getirilmektedir. Kelebek yaşamının 3. evresi olan pupa evresinde özel kutular kullanılarak bahçeye ulaştırılmaktadırlar. Pupalar, özel dolaplar içerisine yerleştirilmektedir. Bu dolaplarda başkalaşım süreçlerini tamamlamakta ve kelebek olarak uçuşlarını sağlamaktadırlar. Bahçede 195 çeşit canlı bitki ve farklı ülkelerden gelen kelebekler ziyaretçilerin gezilerine eşlik etmektedir. Ayrıca Türkiye’de sadece burada yer alan pek çok bitki türü yetiştirilmektedir. Bahçe içerisinde, bitki ve böceklerin yaşamını daha kaliteli hale getirebilmek için ortamdaki zararlı maddeleri ortadan kaldıracı, yüksek oranda oksijen üretebilen bitkiler seçilmiştir. Bahçe; Böcek Müzesi Bölümü, Kelebek Yaşam Döngüsü, Böcek Sineması, Kelebek Sınıflandırması, Kelebek Davranışı ve Böcek Köyü’nden oluşmaktadır. Bu alanda, kurutulmuş kelebekler ve diğer ilginç böcekler özel bölümlerde sergilenmektedir (www.konyatropikalkelebekbahcesi.com, 2022).

Ayrıca Selçuklu Belediyesi resmi sitesinde yer alan yıl yıl belirtilmiş faaliyet raporlarına göre; 2018 yılında 340.817, 2019 yılında 374.304, 2020 yılında 115.173, 2021 yılında 375.610, 2022 yılında Ekim ayı dahil 450.739 turist; son 5 yılda toplam 1.656.643 turist, Konya Tropikal Kelebek Bahçesi’ni ziyaret etmiştir (<https://www.selcuklu.bel.tr>, 2022). Konya Tropikal Kelebek Bahçesi içerisinde, Türkiye’nin LEED Sertifikalı ilk müzesi yer almaktadır. Biri kelebek formunda olmak üzere toplamda üç yapıdan oluşmaktadır. 2.100 m2 alanlı Kelebek Bahçesi, 550 m2 alanlı Böcek Müzesi, çok amaçlı lobisi, ofisleri, kafesi ve alışveriş bölümleri ile 800 m2’den oluşan karma bir yapıdadır. Konumu açısından değerlendirildiğinde, şehir merkezine, otobüs terminaline ve havaalanına yakınlığı sebebiyle ziyaretçiler için kolay ulaşım imkanı sunmaktadır (Burkut, 2018: 213-214).

2.1. Konya Tropikal Kelebek Bahçesi Hakkında Yapılan Bazı Araştırmalar ve Kullanılan Yöntemler

Tema parklar ve Konya Tropikal Kelebek Bahçesi ile ilgili turizm alanında son zamanlarda farklı başlıklar ile spesifik açıdan değerlendirmeler yapılmış, tema parkların gelişim sürecine katkı sağlayacak önerilerde bulunulmuştur. Aşağıda bu araştırmalardan bazıları hakkında genel bilgilerle literatür değerlendirmelerine yer verilmiştir.

Koçyiğit ve Aktan(2020), Konya Kelebekler Vadisi’ni ele alarak tema parkların kent imajına etkisini araştırmışlardır. Bununla birlikte, ziyaretçiler üzerine anket uygulanarak,

anket verileri ile değişkenler arasındaki ilişkiler belirlenmiştir. Araştırmada; tanımlayıcı istatistikler, faktör analizi, değişkenler arasındaki bağlantıyı ve etki değerini belirlemek maksadıyla sırasıyla korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizleri uygulanmıştır. Sonuç olarak; tematik parklarla ilgili bilişsel ve duygusal değerler (çekicilikler) ile kent imajı arasında pozitif ve orta kuvvette, anlamlı bir ilişkinin bulunduğu belirlenmiştir (Koçyiğit ve Aktan, 2020).

Aylan ve şalvarcı(2018), çalışmalarında Konya'daki rekreasyon alanlarından biri olan tema parkları araştırmışlar ve rekreasyon faaliyetlerinin kent turizmine etkisini ortaya koymuşlardır. Konya'da yer alan 8 adet temalı park değerlendirmeye alınmış ve turizme etkileri araştırılmıştır. Araştırmada ikincil verilerden faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda; Konya'daki tema parkları ziyaret edenlerin farklılaşan turizm taleplerini karşıladığı ve bölgenin turistik alanlarını çeşitlendirmesiyle kent turizmini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Aylan ve şalvarcı, 2018).

Büyüķřalvarcı ve diğ. (2019); araştırmalarında, Konya'daki tema parkları ve turizm sektörünün uluslararası alandaki ilerleyişini dikkate alarak çeşitli öneriler geliştirmeyi amaçlamışlardır. Turistik ürün ve özellikleri, turistik ürün faktörleri ile ilgili bilgi verilerek, turistik ürün farklılaştırılması, ürünlerin yaratılış amaçları ve sağladığı faydalar belirtilmiştir. Ayrıca tema parkların özellikleri, tarihsel gelişim süreçleri ve tema türleri irdelenmiştir. Uluslararası alanda en çok ziyaretçi çeken tema parklar belirtilmiştir. Tema parkların Türkiye'deki gelişim süreci ifade edilmiş ve Türkiye'den de tema park örnekleri belirtilirken Konya'dan da örnekler verilmiştir. Türkiye'de bu anlamda dikkat çeken yatırımlar yapılırsa da elde edilen gelirler değerlendirildiğinde, Türkiye'nin tema park sektöründe oldukça gerilerde olduğu sonucuna varılmıştır (Büyüķřalvarcı ve diğ., 2019).

Zhexenbayeva ve diğ. (2017); 2017 yılında yaptığı Uluslararası Vuslat Sempozyumu'nda Selçuklu Kelebekler Vadisi bildiriminde, Konya Tropikal Kelebek Bahçesi'nin sıradışı özelliklerinden bahsederek; turizm, doğa, çevre, çocuklar açısından yatırımın önemli bir değer olduğunu belirtmişlerdir. Konya Tropikal Kelebek Bahçesi örneğinin yaygınlaşmasının yanında TİKA ve Türk Dünyası Belediyeler Birliği (TDBB) gibi örgütler aracılığıyla diğer coğrafyalarda da benzer yatırımların özendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Zhexenbayeva ve diğ., 2017: 159-164).

Burkut (2018) araştırmasında, Konya'da yer alan sürdürülebilir mimari (LEED sertifikalı) olarak tasarlanan; Konya Bilim Merkezi, Kelebek Bahçesi, Konya Spor ve Kongre Merkezi gibi yapıları kentsel algı ve kentsel imaj bakımından incelemiştir. Yapıların LEED Sertifikası Puanlama Kriterleri ile LEED Sertifika Dereceleri üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır. Konya Tropikal Kelebek Bahçesi LEED Silver Sertifika Derecesinde 55 puan ile Konya Bilim Merkezi'nden sonra ikinci sırada yerini almıştır. Konya'da sürdürülebilir mimari olarak düşünölen LEED sertifikalı binalar, buldukları şehirlerde dikkat çeken tasarımlarıyla bundan sonra inşa edilecek sertifikalı binalar için model olarak değerlendirilebileceği sonucuna ulaşılmıştır (Burkut, 2018).

Koçyiğit ve Eren (2020), araştırmalarında kent imajını ve kentsel rekreasyon alanlarına yönelik algıyı değerlendirmişlerdir. Konya kent imajının ve Konya'daki kentsel rekreasyon alanlarına ilişkin algının ölçülmesi amaçlamıştır. Konya Mevlana Müzesi'ni, Kelebekler Vadisi'ni ve 80 Binde Devri Âlem Parkı'nı ziyaret etmek üzere kente gelen turistlere anket tekniği uygulanarak veriler elde edilmiştir. Betimleyici İstatistik Programları aracılığı ile yapılan analizler sonucunda, Konya kent imajı bakımından doğal, sosyal, kültürel, sosyo-ekonomik ve kent atmosferi değerlerinin olumlu yönde olduğu belirlenmiştir (Koçyiğit ve Eren, 2020).

Gülhan (2019), "Turizm Açısından Tema Parkların Ekonomik Etkileri: Sazova Parkı Örneği" isimli yüksek lisans tezinde, turizm açısından tema parkların etkisini açıklamıştır. Ekonomik bakımdan 2016, 2017 ve 2018 yıllarında parkın ziyaretçi sayıları irdelenmiştir. Turizm boyutunda insanların Eskişehir Sazova Bilim, Sanat ve Kültür Parkı hakkında memnuniyet düzeylerini tespit etmek için bir anket çalışması yapılmıştır. Verilerin analizinde SPSS programı kullanılmış, analizlerde öncelikle araştırmanın güvenilirliği ölçülmüş, sonrasında demografik verilerin frekans analizleri gerçekleştirilmiştir. Gelir tablolarına bakıldığında Sazova Parkı'nın yıllık gelirinde yukarı doğru bir artış gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda, "parkın hem yerel hem de ulusal ekonomiye önemli ölçüde katkı sağladığı ve tema parkların geliştirilmesi, ihtiyaçlara ve beklentilere cevap vermesinin ekonomiye daha fazla katkı sağlayacağı" sonucuna ulaşılmıştır (Gülhan, 2019).

Tezer ve Bingöl (2021) araştırmalarında, Konya'da bulunan, 80 Binde Devr-i Alem Parkı'nı değerlendirmeye almıştır. Parkla ilgili edinilen veriler; "parkın bölümleri, parkta bulunan aktivite ve mekânlar, parkın bitkilendirme ve tasarım özellikleri, parkın ulaşılabilirlik altyapısı ve parkın çevresel faktörleri" açısından ele alınmıştır. Parkın olumlu ve olumsuz tarafları göz önünde bulundurularak, Konya iline katkısını ve önemini ortaya koymak amaçlanmıştır. Literatür taraması ve mülakatlarla veriler elde edilmiştir. Verilerin analizinde, yurt içi ve yurt dışı tema parklar değerlendirilmiş, parkla ilgili veriler incelenerek parkın olumlu ve olumsuz tarafları belirtilmiştir. Sonuç olarak, parkın şehrin turizmine ve ekonomisine önemli getiriler sunduğu belirlenmiştir (Tezer ve Bingöl, 2021).

Emiroğlu (2022) araştırmasında, "tema park ziyaretçilerinin motivasyon kaynakları ve parkları tercih ve ziyaret etme sebeplerini" belirlemeyi hedeflemiştir. Literatür taraması yapılarak, PRISMA 2020 metodolojisi ile 13 makale incelemeye alınmıştır. İncelenen makalelerin; "ziyaretçilerin tema parkları genel olarak eğlenmek, yenilik (yeni deneyimler kazanma), gerileme/nostalji (çocuklukları ve gençliklerini anımsama), merak, kaçış (günlük hayattan ve evden uzaklaşmak), dinlenme, eğitim ve öğrenme, aile ve arkadaşlarla sosyalleşmek, yeni insanlarla tanışmak, alışveriş, rekreasyonel faaliyetler yapmak, güvenlik, fiyat, interaktif gezintiler, eğlenceli personel, temiz ve güvenli bir çevre, özel etkinliklere katılmak, akran etkisi ve tema parkın benzersiz atmosferi ve aktivitelerini keşfetmek" gibi konuları ele aldığı belirtilmiştir. Ziyaretçilerin bu nedenlerle parkları ziyaret etme eğiliminde bulunduğu belirlenmiştir (Emiroğlu, 2022).

3. Araştırma Yöntemi

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmada, Avrupa'nın en büyük kelebek uçuş alanına sahip Türkiye'nin ise ilk kelebek bahçesi olan Konya Tropikal Kelebek Bahçesi'nin çevrim içi yorumlar aracılığıyla tercih sebeplerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Kent turizmi ve tema parklar kategorisinde yer alan bahçenin değerlendirmesi yapılırken çevrim içi yorumlarda yıldız değerlendirmeleri de dikkate alınmıştır.

3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

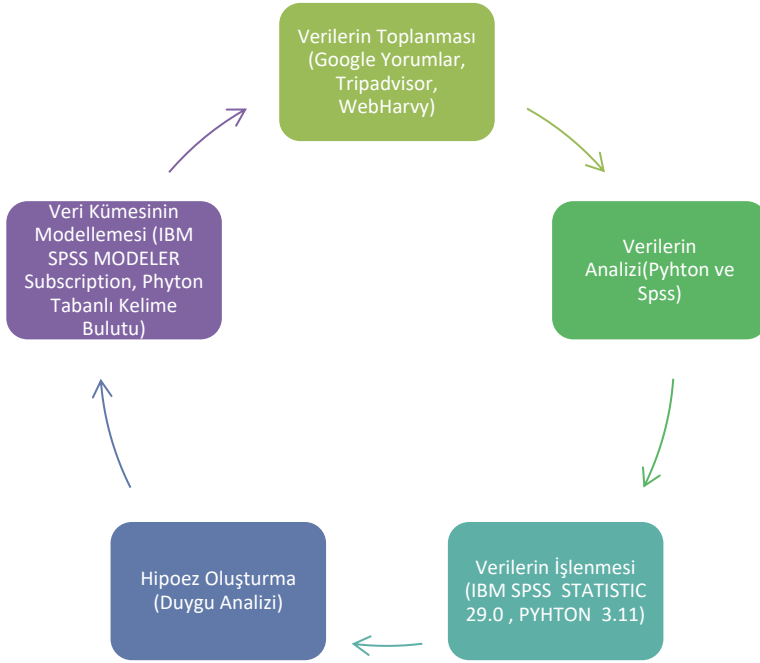
Araştırmada; Konya Tropikal Kelebek Bahçesi ile ilgili Google yorumlar ve Tripadvisor üzerinde yer alan ziyaretçilerin son 5 yıl içerisinde yaptıkları 11.648 yorum araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu yorumlar içerisinde Konya Tropikal Kelebek Bahçesi için değerlendirmeye alınan 2700 yorum ise araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Son tarihli yorumlar ve puanlama içeren yazılı yorumlar tercih edilmiştir ve bu yorumlar üzerinden ziyaretçilerin destinasyonu ziyaret etme sebeplerini belirlemek için duyu analizleri gerçekleştirilmiştir.

Ayrıca Selçuklu Belediyesi resmi sitesinde yer alan yıl yıl belirtilmiş faaliyet raporlarına göre; 2018 yılında 340.817, 2019 yılında 374.304, 2020 yılında 115.173, 2021 yılında 375.610, 2022 yılında Ekim ayı dahil 450.739 turist; son 5 yılda toplam 1.656.643 turist, Konya Tropikal Kelebek Bahçesi'ni ziyaret etmiştir (<https://www.selcuklu.bel.tr>, 2022). Bununla birlikte araştırmada son 5 yılda Konya Tropikal Kelebek Bahçesi ile ilgili toplam 11.648 yoruma ulaşılmıştır.

3.3. Veri İşleme Süreci

Konya Tropikal Kelebek Bahçesi için yapılmış olan kullanıcı yorumları, bir yıldızdan beş yıldıza kadar değerlendirme ölçeğini oluşturmaktadır. Yıldız ölçeklendirmesindeki veriler, IBM SPSS STATISTIC 29.0 uygulamasıyla incelenmiştir. Python 3.11 uygulamasıyla da çeşitli sözlükler yardımıyla duyu analizi yapılmıştır. Elde edilen yorumlarda 1-5 arası derecelendirmeler ile düşünceleri ifade eden sözel değerlendirmeler yer almaktadır. 1-5 arası derecelendirmeler IBM SPSS STATISTIC 29.0'de analiz edilirken sözel değerlendirmelerin analizinde Python 3.11 programı kullanılmıştır.

Şema 1: Metin Madenciliği Veri Analiz Süreci Şeması



Araştırmaya ilişkin süreç aşağıda alt başlıklar halinde detaylandırılmıştır.

3.3.1. Metin Madenciliği

Metin madenciliği, metinde yer alan verilerde doğrudan anlaşılabilen ifadelerin edinilmesi için yararlanılan yöntem olarak tanımlanmaktadır (Dolgun ve diğ., 2009:50). Metin madenciliği yöntemiyle edinilen metinler, veri içeriği olarak değerlendirilmiş, veri madenciliği uygulaması şeklinde belirtilmiştir. Verileri elde etmek için WebHarvy uygulamasından yararlanılmıştır. Araştırma için seçilen tema parkın çevrim içi yorumları WebHarvy aracılığıyla Google yorumlar ve Tripadvisor web sayfasından elde edilerek, bu yorumlar üzerinden kriterler belirlenmiştir.

WebHarvy; çevrim içi verileri web sitelerinden kolaylıkla toplayabilen ve bu içerikleri farklı formlarda kaydedebilen bir programdır. Bu uygulamadan web sitelerinden kolayca veri elde edebilmek için faydalanılmaktadır. Birden çok sayfadan, anahtar kelimelerle veri ayıklama özelliğine sahiptir (<https://www.webharvy.com>). WebHarvy uygulamasıyla, belirlenen destinasyonun edinilen tüm yorumları, anahtar kelimeler aracılığı ile ayıklanmıştır.

3.3.2. Araştırma Kriterlerinin Belirlenmesi ve Ağırlıklandırılması

WebHarvy ile ayıklanan yorumlar yardımıyla, araştırma kriterleri olarak seçilen destinasyon için yapılan yorumlarda en çok vurgulanan durumlar belirlenmiştir. Son tarihli yorumlar ve puanlama içeren yazılı yorumlar tercih edilmiştir ve bu yorumlar üzerinden ziyaretçilerin destinasyonu ziyaret etme sebeplerini belirlemek için duygu analizleri gerçekleştirilmiştir. Kriterlerin ağırlıklandırılmasında eşit ağırlıklandırma yapılmıştır. Çok Kriterli Karar Verme tekniklerinden en çok tercih edilenlerden biri olan Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) yöntemidir (Gündüz ve Güler, 2015:208). AHP yöntemiyle modelleme için çeşitli basamaklar bulunmaktadır. Bunlar; problemin tanımı, kriterlerin ortaya konulması, alternatiflerin belirlenmesi, hiyerarşik yapının çizilmesi, kriter ağırlıklarının hesaplanması, alternatiflerin her kritere göre değerlendirilmesi, her alternatifin çok kriterli puanının belirlenmesi, genel puanların karşılaştırılması ve en iyi alternatiflerin belirlenmesi şeklinde ifade edilmektedir (Aydn, 2007:358).

Kriterler ("Hizmet, Otopark-Güvenlik, Giriş, Temizlik, Doğal Çekicilik, Turizm ilişkisi, Tanıtım, Sosyal Olanaklar, Rehberlik") tercih edilme skorlarına göre elde edilen verilerle AHP yöntemi kullanılarak tercih edilebilirlik düzeylerini ortaya koyar.

Tablo 1: Konya Tropikal Kelebek Bahçesi Kriterlerine Göre Tercih Edilebilirliğine Göre Ağırlıklandırma Değerleri Tablosu

KRİTERLERİN AĞIRLIKLANDIRMA ORTALAMALARI	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ORTALAMA DEĞERLERİ
Otopark-Güvenlik	0,67
Hizmet	0,58
Temizlik	0,62
Doğal Çekicilik	0,71
Tanıtım	0,68
Sosyal Olanaklar	0,44
Giriş	0,36
Turizm ilişkisi	0,54
Rehberlik	0,42

Ziyaretçilerin yapmış olduğu yorumlar IBM SPSS Statistics 29.0 uygulaması üzerinden değerlendirilip yapılan yorumlara göre tercih edilebilirliğine ait ağırlıklandırılmış ortalamaları alınmış ve Tablo 1'de gösterilmiştir. Yorumlar her bir kriterde ayrı ayrı analiz edilmiştir. Bir yorum içinde birden fazla kriter için değerlendirme olabildiği durumlar göz önünde bulundurulmuştur. Buna göre ağırlıklandırılmış ortalaması fazla olan ve standart ortalamaya en yakın değer, 0,71 değer ile "Doğal Çekicilik" kriteridir. Bu kriterin, Konya Tropikal Kelebek Bahçesi'nin ziyaretçiler tarafından daha çok ziyaret edilmesi ve rağbet

görmesinin sağlanabildiği en temel kriter olduğu tespit edilmiştir.

3.3.3. Nicel Veriye Ulaşılması

Ağırlıklandırılmış ortalama değerleri alınan kriterler, IBM SPSS Statistics 29.0 uygulaması aracılığıyla, frekans tabloları ile gösterilmiş, tespit edilen ağırlıklara ilişkin destinasyonun fonksiyonel frekans tablolarının uygulanması gerçekleştirilmiştir. Böylece belirlenen ve önem ağırlıkları saptanan kriterlerin yorumu daha kolay ve sistemli hale gelmiştir.

3.3.4. Duygu Analizi

Turistleri ziyarete yönelten etkileri belirlemek amacıyla metin madenciliği tekniklerinden birisi olan duygu analizinden yararlanılmıştır. Öncesinde ise içerik analizi yapılmış ve genel anlamda karma yöntem uygulanmıştır. Bu çalışmada, ziyaretçilerin destinasyonu tercih etme eğilimleri yorumlar aracılığı ile kriterler belirlenerek analiz edilmiştir. Buna göre incelemeye alınan yorumlar analiz edilip ağırlıklandırma ortalamalarına göre kriterler arası duygu durumu analizi yapılmıştır.

Sosyal ağlardan istenilen bilgileri elde edebilmek için doğal dil işleme tekniklerinden faydalanan duygu analizi, öğrenilmek istenilen duygusal yönelimlerin bilinmesinde kullanılan bir fonksiyondur. Duygu analizi, karmaşık bir süreç içermektedir. Bu analiz; dilbilim, psikoloji ve doğal dil işleme gibi alanların yöntemlerinden faydalanmaktadır (Lin ve diğ., 2020: 1).

3.4. Verilerin Analizi

Duygu analizi değerlendirmesi için Konya Tropikal Kelebek Bahçesi destinasyonu ile ilgili WebHarvy 6.5 programıyla çekilen yorumlar, Phyton 3.11 programında işlenmiştir. WebHarvy uygulaması aracılığı ile alınan yorumlar fonksiyonel işlem olarak en fazla sonuçlandırma seçeneği bulunan IBM SPSS Statistics 29.0 uygulamasına aktarılmıştır. SPSS uygulamasına işlenen veriler duygu analizini uygulayabilmek için Phyton 3.11'e eklenmiştir. Phyton'a eklenen veriler duygu analizini yapabilmek için çeşitli editörlerle tanımlanmıştır. Doğal dil işleme programı Pyhton 3.11 içerisindeki sözlük tanımlama editörü Pycharm ve İngilizce yorumları işlemede kullanılan TextBlob editörü aktif hale getirilmiştir. Kişilerin yorumlarındaki duygu durumunu gösterebilmek amacıyla 38 farklı duygu durumunu çıkarabilen Pyhton editör sözlüklerinden olan NAYALex duygu sözlüğünden yararlanılmıştır. Türkçe metinlerdeki duygu analizini yapabilmek için ise yine Pyhton editör sözlüklerinden olan ZEMBEREK sözlüğünden yararlanılmıştır.

4. Bulgular

Bu çalışmada, ziyaretçilerin temalı park ziyaretlerinde etkili olan faktörler ve bu faktörlerin önem sıraları belirlenmiştir. Ayrıca KTKB özelinde ziyaretçileri olumlu, olumsuz etkileyen veya hiç etkilemeyen kriterler belirlenmiştir. Konya Tropikal Kelebek Bahçesi ile ilgili son 5 yılın ziyaretçi sayıları değerlendirildiğinde seçilen destinasyonu toplam

1.656.643 kişi ziyaret etmiştir. Ziyaret durumuna oranla yorum sayısının oldukça az olduğu söylenebilir. Bu araştırmada, Konya Tropikal Kelebek Bahçesi için yapılan 2700 yorum değerlendirmeye alınmıştır.

4.1. Kriterlere Göre Yorumların Değerlendirilmesi

Tablo 2: Konya Tropikal Kelebek Bahçesi'ni Ziyaret Eden Turistlerin Yıldız Ölçeğiyle Çevrim içi Yorumlarının Kriterlerine Göre Değerlendirmeleri

Konya Tropikal Kelebek Bahçesi	Çok Kötü (*)	Kötü (**)	Orta (***)	İyi (****)	Çok İyi (*****)	
Hizmet	57	14	45	120	64	
Otopark-Güvenlik	21	17	157	25	80	
Giriş	110	35	75	32	48	
Temizlik	105	56	33	45	61	
Doğal Çekicilik	19	21	64	120	76	
Turizm İlişkisi	56	24	33	125	62	
Tanıtım	45	23	45	136	51	
Sosyal Olanaklar	85	56	62	24	73	
Rehberlik	19	25	45	19	192	
TOPLAM	517	271	559	646	707	2700

Tablo 2'de tema parkın ziyaret eden turistlerin yorumları yıldız ölçeği değerlendirmesinde kriterlerin aldığı yorum sayıları belirtilmiştir. Konya Tropikal Kelebek Bahçesi için "Çok İyi" değerlendirmesinde en çok yorumu 192 yorumla "Rehberlik" kriteri, "İyi" değerlendirmesinde en çok yorumu 136 yorumla "Tanıtım" kriteri almıştır. "Orta" değerlendirmesinde en çok yorumu "Otopark-Güvenlik" kriteri, "Kötü" değerlendirmesinde en çok yorumu 56 yorumla "Temizlik" ve "Sosyal Olanaklar" kriterleri eşit oranda yorum almıştır. "Çok Kötü" değerlendirmesinde ise en çok yorumu 110 yorumla "Giriş" kriteri almıştır.

Tablo 3: Destinasyonun Kriter Bazında Dağılım Ölçütlerinin Tespiti Amaçlı Varyans Analizleri

DESTİNASYON KRİTERLERİ	VARYANS ANALİZLERİ
Otopark-Güvenlik	0,890
Hizmet	0,960
Temizlik	0,785
Doğal Çekicilik	0,970
Tanıtım	0,654
Sosyal Olanaklar	0,997
Giriş	1,000
Turizm İlişkisi	0,824
Rehberlik	0,790

Analizler gerçekleştirirken örnekleme bulunan her bir örneğin dağılımının ne düzeyde olduğunu araştırmak amacıyla varyans analizleri yapılmıştır. Araştırma kapsamında varyans sonuçları ile dağılımın normal dağılıma yakın-benzer olduğu tespit edilmiştir. Buna göre elde edilen veriler ışığında ziyaretçiler tarafından yapılmış olan yorumların birbiri ile tutarlı olduğu görülmüştür.

Tablo 4: Destinasyonu Ziyaret Eden Turistlerin Çevrim İçi Yorumlarının Kriterlere Göre Standart Hata Oranları

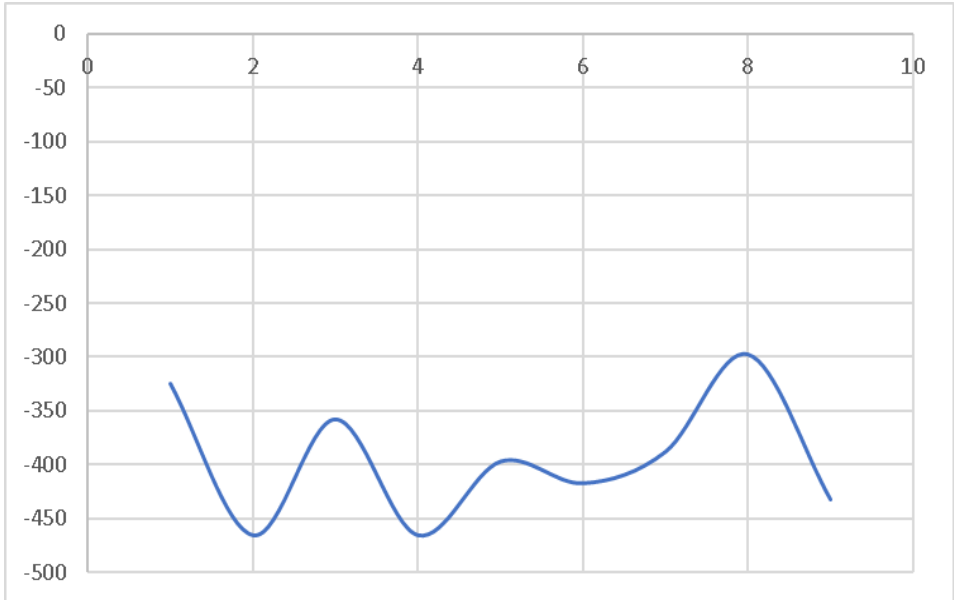
KRİTERLER / STANDART HATA ORANLARI	STANDART HATA DEĞERLERİ
Otopark-Güvenlik	0,00354
Hizmet	0,00412
Temizlik	0,00317
Doğal Çekicilik	0,00211
Tanıtım	0,00541
Sosyal Olanaklar	0,00425
Giriş	0,00654
Turizm İlişkisi	0,00425
Rehberlik	0,00354

Araştırmada hata payını ölçmek ve tutarlılık oranlarını belirlemek için, standart hata oranları alınmıştır. KTKB için standart hata oranları Tablo 4'te verilmiştir. Standart hata oranlarının değerleri 0-1 arası değer aldığıında, analiz olumlu-tutarlı-geçerli kabul edilmektedir. Tablo 4'teki veriler incelendiğinde yorumların analizlere göre standart hata oranı 0-1 arasında saptandığından analiz geçerli kabul edilmektedir.

Tablo 5: Destinasyonu Ziyaret Eden Turistlerin Çevrim İçi Yorumlarının Kriterlere Göre Çarpıklık Katsayı Oranları

KRİTERLER / ÇARPIKLIK KATSAYISI	ÇARPIKLIK KATSAYILARI
Otopark-Güvenlik	+325
Hizmet	+465
Temizlik	+358
Doğal Çekicilik	+465
Tanıtım	+397
Sosyal Olanaklar	+417
Giriş	+388
Turizm İlişkisi	+298
Rehberlik	+432

Grafik 1: Çarpıklık Grafiği



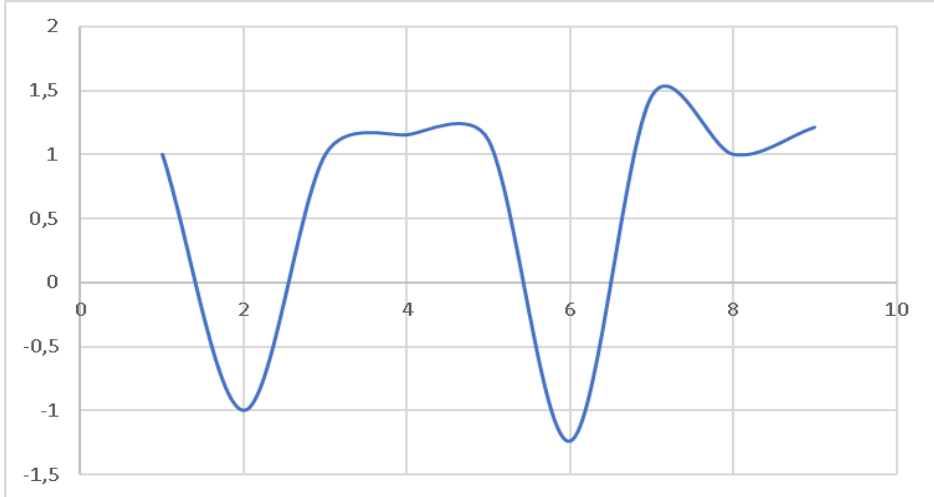
Dağılımlarda yığılmaların yoğunluğunun hangi bölgelerde olduğunu belirleyebilmek

için IBM SPSS Statistic 29.0 uygulaması kullanılmıştır. Çarpıklık katsayılarına göre dağılımlarda kriterlerin yığılmasına bakıldığında analizin başarılı sonuç verdiği tespit edilmiştir. Tablo 5 ve Grafik 1’de değerler belirtilmiştir.

Tablo 6: Destinasyonu Ziyaret Eden Turistlerin Çevrim İçi Yorumlarının Kriterlere Göre Basıklık Katsayı Oranları

KRİTERLER / BASIKLIK KATSAYISI	BASIKLIK KATSAYILARI
Otopark-Güvenlik	1,000
Hizmet	-1,000
Temizlik	1,000
Doğal Çekicilik	1,152
Tanıtım	1,110
Sosyal Olanaklar	-1,241
Giriş	-1,451
Turizm İlişkisi	1,000
Rehberlik	1,210

Grafik 2: Basıklık Grafiği



Araştırma kapsamında dağılım üzerindeki yığılma incelendikten sonra, bakılması gereken bir diğer husus da basıklık kavramıdır. Yığılmanın ne derece çeşitli olduğunu anlamak adına basıklık katsayıları IBM SPSS Statistic 29.0 uygulaması üzerinden hesaplanmıştır. Buna göre bazı kriterlerde basık ve bazı kriterlerde sivri dağılıma sahip olduğu belirlenmiştir. Buna göre basık olan bölgelerde yığılmanın daha çeşitli sivri olan

bölgelerde daha toplu olduğu görülmüştür. Bu tespitler Tablo 6 ve Grafik 2’de belirtilmiştir.

Tablo 7: Destinasyona İlişkin Yorumların Analizlerle Tutarlılık Ölçeği (Cronbach Alpha)

KRİTERLER / CRONBACH ALPHA	CRONBACH ALPHA KATSAYILARI
Otopark-Güvenlik	,820
Hizmet	,790
Temizlik	,850
Doğal Çekicilik	,870
Tanıtım	,835
Sosyal Olanaklar	,750
Giriş	,654
Turizm İlişkisi	,750
Rehberlik	,810

Konya Tropikal Kelebek Bahçesi için WebHarvy 6.5 uygulaması ile çekilen yorumlar, tutarlılık katsayılarını ölçmek için IBM SPSS Statistic 29.0 uygulamasına işlenmiştir. Seçilen destinasyon için Cronbach Alpha Tutarlılık Katsayıları Tablo 7’de belirtilmiştir. Tutarlılık katsayıları sonucunda Konya Tropikal Kelebek Bahçesi için yapılan yorumların analizlere yansıyan tutarlılık oranları değerlendirilmiştir. Tutarlılık katsayı oranı %70 üzerinde olduğu için analizin tutarlı olduğu sonucuna varılmıştır.

4.2. Duygu Analizi Değerlendirmesi

Konya Tropikal Kelebek Bahçesi duygu analizi değerlendirmesinde, belirlenen kriterlerin karşılaştırması gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucunda turistlerin ziyaret eğilimlerini ölçmek için IBM SPSS Statistic 29.0 uygulaması ile işlenen veriler kullanılarak Python 3.11 uygulaması ile duygu analizi yapılmıştır. Yorumlarda yer alan sözcükleri analiz edip tanımlayabilmek amacıyla Python 3.11 uygulaması tabanında bulunan NAYALex ve ZEMBEREK sözlükleri kullanılmıştır. Sözlüklerden alınan sözcükler yardımıyla farklı kodlamalar uygulanarak turistlerin ziyaret eğilimleri ölçülmüştür. İşlenen kodlamalar, kod özelleştirme uygulaması olan Microsoft Visual Code Studio ile araştırma adına özelleştirilmiş ve kodlama kontrol uygulaması Anaconda (JupyterNotebook) ile kontrol edilip şematize edilmiştir.

Veri setinde yer alan 2.700 yorumun içerisinde kriterlere göre kullanılan anahtar kelimelerin ne sıklıkla kullanıldığı başlıklar altında toplanarak duygu analizi gerçekleştirilmiş ve Tablo 8’de belirtilmiştir. Ziyaretçi değerlendirmelerine göre 7.898 tanesi olumlu yorum iken 2.415 tanesi nötr ve 13.987 tanesinin olumsuz yorumdan oluştuğu belirlenmiştir. Olumlu değerlendirmesini "Doğal Çekicilik" kriterinde almış olması, destinasyonun bu kriterinin etkisiyle en çok ziyaret edilme nedeni olduğu sonucuna ulaşılabilir. Bunun aksine en çok olumsuz yorum değerlendirmesini "Giriş" kriterinde almış olması da, destinasyonun bu kriterinin etkisiyle en çok ziyaret edilmeme nedeni olduğu sonucu çıkarılabilir.

Şekil 3'te yapılan bulutlandırmada KTKB ile ilgili olumsuz kelimeler belirlenmiştir. Buna göre; Pahalı, Bilet, Gereksiz, Kötü, Saçma, Para gibi kelimeler ön plana çıkmaktadır.

5. Sonuç

Günümüzde turistler gidecekleri destinasyonları seçerken internet ortamlarındaki yorumları daha fazla dikkate almaktadırlar. Turist deneyimlerinin internet ortamlarında paylaşılıyor olması, çevrim içi değerlendirmelerin önemini artırmıştır. Buna istinaden aktif turistlerin destinasyonlardaki seyahat edinimlerine internet erişimlerinin de destek sağlaması, destinasyonların tercih edilmesi açısından büyük bir gelişim göstermesinde etkili olmuştur. Literatürde de ziyaretçilerin önemli bölümünün destinasyon seçiminde internet ortamlarında yer alan yorumlardan faydalandıkları ortaya konulmaktadır (Kilinç, 2020: 63).

Araştırma çerçevesinde değerlendirmeye alınan Konya Tropikal Kelebek Bahçesi destinasyonunun Avrupa'nın en büyük kelebek uçuş alanına sahip olması, Türkiye'nin ise ilk kelebek bahçesi olması, kültürel değer, kent turizmi ve tema parklar açısından uluslararası alanda büyük bir önem ve değere sahip olduğunun göstergesidir. Bunun bir getirisi olarak her yıl binlerce turist Avrupa'nın en büyük kelebek uçuş alanına sahip, Türkiye'nin ilk kelebek bahçesini ziyaret etmek istemektedirler. Araştırmada çevrim içi yorumlarda destinasyonun tercih edilme sebepleri belirlenen kriterler bağlamında incelenmiştir.

Konya Tropikal Kelebek Bahçesi ile ilgili son 5 yıl içerisindeki ziyaretçi sayısı değerlendirildiğinde; destinasyonu toplamda 1.656.643 turist ziyaret etmiştir. Bununla birlikte araştırmada son 5 yılda Konya Tropikal Kelebek Bahçesi ile ilgili toplam 11.648 yoruma ulaşılmıştır. Buna istinaden; ziyaretçi sayısına göre yorum sayısının oldukça az olduğu söylenebilir.

Araştırma kapsamına alınan 2700 yorumda en çok vurgulanan durumlar arasından analitik hiyerarşi süreci yöntemi kullanılarak yapılan analizler sonucunda Konya Tropikal Kelebek Bahçesi için "Hizmet, Otopark-Güvenlik, Giriş, Temizlik, Doğal Çekicilik, Turizm İlişkisi, Tanıtım, Sosyal Olanaklar, Rehberlik" şeklinde dokuz farklı kriter belirlenmiştir.

Karma analizler sonucunda aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Konya Tropikal Kelebek Bahçesi yıldız ölçeği değerlendirmelerinde; "Çok İyi" değerlendirmesinde en çok yorumu 192 yorumla "Rehberlik" kriteri, "İyi" değerlendirmesinde en çok yorumu 136 yorumla "Tanıtım" kriteri almıştır. "Orta" değerlendirmesinde en çok yorumu "Otopark-Güvenlik" kriteri, "Kötü" değerlendirmesinde en çok yorumu 56 yorumla "Temizlik" ve "Sosyal Olanaklar" kriterleri eşit oranda yorum almıştır. "Çok Kötü" değerlendirmesinde ise en çok yorumu 110 yorumla "Giriş" kriteri almıştır. Bu sonuçlara göre "Rehberlik" kriteri "Çok İyi" yıldız değerlendirmesinde en çok yorumu alarak destinasyonun tercih edilmesinde en iyi etkiyi bıraktığı anlaşılmaktadır. Bunun aksine "Giriş" kriteri ise "Çok Kötü" yıldız

değerlendirmesinde en çok yorumu alarak destinasyonun tercih edilmesinde en kötü etkiyi bıraktığı anlaşılmaktadır.

Duygu analizi ile yapılan duygu durumları değerlendirmelerine göre; Konya Tropikal Kelebek Bahçesi'nin en çok olumlu değerlendirmesini "Doğal Çekicilik" kriterinde almış olması, destinasyonun bu kriterinin etkisiyle en çok ziyaret edilme nedeni olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. Bunun aksine en çok olumsuz yorum değerlendirmesini "Giriş" kriterinde almış olması da, destinasyonun bu kriterinin etkisiyle en çok ziyaret edilmeme nedeni olduğu sonucu çıkarılabilmektedir. "Giriş" kriterinin bu olumsuz sonuca sebep olmasının nedeni, ziyaretçilerin gişelerin bulunduğu giriş kapısında bekletilmelerinden kaynaklanmaktadır. Bekletilme nedenleri ise kelebeklerin uçuş alanı olan kapalı alanda ziyaretçi birikmesinin olmaması gerekliliğindedir. Çünkü yoğunluk sebebi ile kelebeklerin yaşam şartları etkilenebilir ve böylece kelebeklerin hayatları son bulabilir. Bahçede kelebeklerin biyolojik gelişimleri ile ilgilenen biyologlar bu kontrolleri sağlamak durumundadırlar. Ziyaretçileri ve turist gruplarını bekletmemek adına bir randevu sistemi oluşturulabilir. Ayrıca bekleme süresi uzunluğu sebebi ile ziyaretçilerin bu süreyi verimli geçirebilmeleri için bekleme salonları ya da bahçenin kafeteryasının genişletilerek ziyaretçilere konforlu alanlar oluşturulabilir.

Analiz sonuçlarına göre; ziyaretçilerin Konya Tropikal Kelebek Bahçesi için olumlu değerlendirmelerde üç (3) kritere en çok dikkat ettiği ve memnun kaldığı tespit edilmiştir. Ayrıca ziyaretçilerin, Konya Tropikal Kelebek Bahçesi için olumsuz değerlendirmelerde yedi (7) kritere en çok dikkat ettiği ve memnun kalmadığı belirlenmiştir. Olumlu değerlendirmelerde sırasıyla; "Doğal Çekicilik", "Otopark-Güvenlik" ve "Turizm İlişkisi" kriterleri öne çıkan üç (3) kriter olarak belirlenmiştir. Olumsuz değerlendirmelerde sırasıyla; "Giriş", "Hizmet", "Tanıtım", "Temizlik", "Sosyal Olanaklar", "Rehberlik", "Turizm İlişkisi" kriterleri ise öne çıkan yedi (7) kriter olarak tespit edilmiştir.

Olumsuz değerlendirmelerde, öncelikle "Giriş" kriterinin ziyaretçi yorumlarında vurgulanması, bu kriterin öncelikle irdelenmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bahçe girişinde yaşanan kalabalık ve gişe bölümünde mecburi bekleme süreci ziyaretçiler üzerinde olumsuz izlenim bırakmaktadır. Bunu önleyebilmek için bir randevu sistemi oluşturulabilir. Randevu sistemi turizm sektörü paydaşlarına iletilebilir ve bununla ilgili öneriler alınabilir. Böylece uygulanabilir bir işleyiş oluşturulabilir. "Hizmet", "Temizlik", "Sosyal Olanaklar" ve "Rehberlik" kriterinde algılanan olumsuzluk da giriş kısmında yaşanan yoğunlukla bağlantılı olduğu belirlenmiştir. Kapasiteyi aşan ziyaretçi sayısı nedeniyle hizmet eden görevli personel iş akışına yetişememektedir. Ziyaretçiler tarafından yetersiz bulunan "Tanıtım" kriteri açısından değerlendirildiğinde, il ve ülke bazında tanıtımların dışına çıkılarak bahçenin değeri ve eşsiz özellikleri uluslararası turizm sempozyumlarına ve kongrelerine katılarak gösterilebilir. Tema parkların aktif üye oldukları Dünyaca tanınmış birliklere katılarak adını daha etkin hale getirebilir. Bahçenin kendini güncelleyebilmesi için örnek modeller fikirler böylece gelişme imkanı bulabilir. Şehrin turizm açısından önemli bir turist çekim gücüne sahip, yerel yönetime ve turizm

paydaşlarına sağladığı gelir bakımından önemli bir destinasyon olan KTKB'nin turizm sektörü ile bağlarının kuvvetlendirilmesi "Turizm İlişkisi" kriterinin bu bağlamdaki önerisi olarak sunulabilir.

Seçilen destinasyonun çevrim içi yorumları ele alınarak AHP veya duygu analizi ile kıyaslanması açısından literatürde örneğine rastlanmamıştır. Araştırmanın benzer araştırmalara kaynak niteliğinde olacağı düşünülmektedir. Bu araştırma, seçilen destinasyonun daha çok verimli hale getirilebilmesi, ziyaretçilere daha iyi kalitede hizmet sunulabilmesi ve küresel anlamda rekabet edilebilirliğini arttırılabilmesi için ilgili kurum ve kuruluşlara öneri mahiyetindedir. Ayrıca bu araştırma, bundan sonra destinasyonu ziyaret etmek isteyen turistler için dikkat etmeleri gereken hususlar konusunda bilgilendirmelerde bulunmaktadır. Turizm sektörü paydaşları için ise, tur programları hazırlanırken destinasyon seçimi ve programa katılan turistleri bilgilendirmeleri bakımından önem arz etmektedir.

Kaynakça

- A AECOM Theme Index 2021. Son Erişim Tarihi: 14.01.2023
<https://aecom.com/wp-content/uploads/documents/reports/AECOM-Theme-Index-2021.pdf>
- Aaker, D. (2016). Markalama; Başarıya Ulaştıran 20 Temel ilke. (N. Özata, Çev.) İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Aydın, U. (2007). Yöneylem Araştırması, İşletmecilik Uygulamalı Bilgisayar Destekli Modelleme. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Aylan, F. K., ve Şalvarcı, S. (2018). Kent Turizmi Açısından Rekreasyon Alanlarının Önemi: Konya Temalı Parklar Örneği, Çatalhöyük International Journal of Tourism and Social Research, (3), 49-62.
- Burkut, E. B. (2018). Sürdürülebilir Mimari Tasarımların Konya Örneğinde İncelenmesi, Uluslararası Yeşil Başkentler Kongresi, Konya, 208-218.
- Büyüksalvarcı, A., Aras, S. ve Çınarlı, E. (2019). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Tema Parklar: Konya Örneği, Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi, 6(36), 1198-1210.
- Chan, C. S., Peters, M. ve Marafa, L. M. (2015). Public Parks in City Branding: Perceptions of Visitors Vi-à-vis Residents in Hong Kong, Urban Forestry & Urban Greening, 14, 1157-1165.
- Çatır, O. (2021). Çevrimiçi Çalışan Yorumlarının İncelenmesi: Zincir Otel Örneği, Journal of Gastronomy Hospitality and Travel, 4(2), 637-646. ISSN: 2619-9548.
- Dalkılıç, E. (2007). Eğlence Parklarının Tarihsel Gelişimi ve Planlama Kriterleri (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Dolgun, M. Ö., Özdemir, T. G., ve Oğuz, D. (2009). Veri Madenciliğinde Yapısal Olmayan Verinin Analizi: Metin ve Web Madenciliği, İstatistikçiler Dergisi: İstatistik ve Aktüerya, 2(2), 48-58.
- Emekli, G. (2013). Öğrenen Turizm Bölgeleri Yaklaşımı ve Kent Turizmi-Öğrenen Turizm Bölgeleri, Kentler ve Kent Turizmine Kuramsal Yaklaşım, 3.Uluslararası Coğrafya Sempozyumu (s.381-392). Antalya.
- Emiroğlu, B. D. (2022). Motivation Sources of Theme Park Visitors and the Reasons to Visit the Park: A Systematic Literature Review, Journal of Turkish Tourism Research (Türk Turizm Araştırmaları Dergisi), 6(2), 411-433.
- European Commission. (2000). Towards Quality Urban Tourism, Integrated Quality Management (IQM) of Urban Tourist Destinations, Brussels: European Communities Publications.
- Eren, C. ve Koçyiğit, M. (2020). Kent İmajının ve Kentsel Rekreasyon Alanlarına Yönelik Algının Ölçümü, Aksaray Üniversitesi Aksaray İletişim Dergisi, 2(1), 66-81.
- Gök, A., B. ve Bingöl, B. (2017). History and Cultural Themed Parks, İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 7(12), 129-140.
- Göral, R. (2015). E-WOM'a Dayalı Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri ile En Uygun Otelin Belirlenmesi ve Bir Uygulama. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,

- (33), 1-17.
- Guo, W. (2014). What Effects Theme Park Performance: A Comparative Case Study of Disney Theme Parks in East Asia, Yüksek Lisans Tezi, Columbia University, USA.
- Güler, M. E. (2008). Incorporating Multi-Criteria Considerations Into Supplier Selection Problem Using Analytical Hierarchy Process: A Case Study. *Journal of Yasar University*, 3(12), 775-798.
- Gülhan, M. (2019). Turizm Açısından Tema Parkların Ekonomik Etkileri: Sazova Parkı Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gündüz, H. ve Güler, M. E. (2015). Termal Turizm İşletmelerinde Çok Ölçütlü Karar Verme Teknikleri Kullanılarak Uygun Tedarikçinin Seçilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(1), 203-222.
- İnce, S., ve Küçük, V. (2018). Tematik Park Kavramının Kayseri Harikalar Diyarı Örneğinde İrdelenmesi. *Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi (MBUD)*, 3(1), 18-33.
- Kilinç, U. (2020). Çevrim İçi Restoran Deneyimi Yorumlarının Karma Yöntem İle Analizi: Burdur Restoranları Örneği, *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 65-82.
- Koçyiğit, M., ve Aktan, E. (2020). Kent Markalaşması Bağlamında Tematik Parkların Kent İmajı Üzerindeki Rolü: Konya Kelebekler Vadisi Ziyaretçileri Üzerinde Bir Araştırma, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(1), 1-20.
- Konya Tropikal Kelebek Bahçesi hakkındaki bilgiler 07.12.2022 tarihinde <https://www.konyatropikalkelebekbahcesi.com/tr/bahcemiz> ve <https://www.selcuklu.bel.tr/ilcemiz/detay/288/konya-tropikal-kelebek-bahcesi.html> web sitelerinden edinilmiştir.
- Konya Tropikal Kelebek Bahçesi ziyaretçi verileri 12.12.2022 tarihinde <https://www.selcuklu.bel.tr/kurumsal/detay/238/faaliyet-raporlari.html> web sitesinden edinilmiştir.
- Lin, H. C. K., Wang, T. H., Lin, G. C., Cheng, S. C., Chen, H. R. ve Huang, Y. M. (2020), Applying Sentiment Analysis to Automatically Classify Consumer Comments Concerning Marketing 4Cs Aspects, *Applied Soft Computing*, 97, 1-9.
- Özgen, Ö., & Elmasoğlu, K. (2016). Sosyal Medya ve Marka İletişimi: Havayolu Şirketlerinin Twitter Kullanımına Yönelik Araştırma. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi*, (43), 181-202.
- Peltekoğlu, F. B. (2009). *Halkla İlişkiler Nedir?* (6. b.). İstanbul: Beta Yayınları.
- Sayimer, İ. (2012). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. (2. b.). İstanbul: Beta Yayınları.
- Şalvarcı, S. (2018). Kent Turizmi, içinde: *Turizmde Niş Pazarlar* (Ed: Göral, R.), 107-109, Konya: Eğitim Yayınevi.
- TDK. (2022). Güncel Türkçe Sözlük. 22.12.2022 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> web sitesinden edinilmiştir.
- Tezer, A. ve Bingöl, B. (2021). Tema Parkı Kapsamında 80 Binde Devr-i Alem Parkı'nın

İrdelenmesi, ATA Planlama ve Tasarım Dergisi, 5(1), 1-14.

WebHarvy, (<https://www.webharvy.com>). Son Erişim Tarihi: 14.01.2023.

Zhexenbayeva, A. ve Khan, L. F. (2017). Selçuklu Kelebekler Vadisi, Uluslararası Konya'da Vuslat Sempozyumu: "Bir Başkent Eski de Olsa Başkenttir", 19-22 Ocak 2017, Konya,