



KÜLTÜR TURİZMİ KAPSAMINDA AİZANOİ ANTİK KENTİNİ ZİYARET EDEN TURİSTLERİN ZİYARETÇİ DENEYİMLERİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. İlker VURAL¹

Dr. Öğr. Üyesi Fatih ÇAVUŞOĞLU²

ÖZET

Bu araştırma, Kütahya ili Çavdarhisar ilçesinde bulunan Aizanoi Antik Kenti'ni ziyaret eden turistlerin ziyaretçi deneyimlerinin ortaya çıkarılmasına odaklanmaktadır. Bu kapsamda antik kenti ziyaret eden turistlerin Tripadvisor.com platformunda bıraktıkları çevrimiçi yorumlar incelenmiş ve farklı dillerde 169 yorum analiz edilmiştir. Yorumlar Web HARVY web veri kazıma programı yardımıyla siteden çekilmiştir. Araştırmada, yorumlar çeşitli boyutlar ve alt boyutlar altında kodlanarak MAXQDA programı aracılığıyla değerlendirilmiş ve ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri, olumlu-olumsuz görüşleri ve bilgilendirme gereksinimleri analiz edilmiştir. Verilerin analizi sonucunda, ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun (yaklaşık %95,86) Aizanoi Antik Kenti'nden memnun kaldığı ve bu memnuniyetin antik kentin tarihî, kültürel ve doğal özelliklerinden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte, ulaşım, konaklama ve çevresel düzenlemelerle ilgili eksikliklerin olduğu gözlemlenmiştir. Araştırma, Aizanoi Antik Kenti'nin güçlü yönlerinin korunması ve eksik görülen alanlarda iyileştirmeler yapılması gerektiğini vurgulamaktadır. Ziyaretçi deneyimini zenginleştirmek ve memnuniyeti artırmak adına altyapı geliştirmeleri ve tanıtım faaliyetleri önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültür turizmi, ziyaretçi deneyimi, Aizanoi Antik Kenti.

A RESEARCH ON THE EXAMINATION OF THE VISITOR EXPERIENCES OF TOURISTS VISITING THE AIZANOI ANTIQUE CITY WITHIN THE SCOPE OF CULTURAL TOURISM

ABSTRACT

This research focuses on revealing the visitor experiences of tourists visiting the ancient city of Aizanoi in Çavdarhisar, Kütahya. In this context, online comments left by tourists visiting the ancient city on Tripadvisor.com platform were examined and 169 comments in different languages were analyzed. In the study, reviews were coded under various dimensions and sub-dimensions and evaluated by MAXQDA software and visitors' satisfaction levels, positive and negative opinions and information needs were analyzed. As a result of the analysis of the data, it was determined that the majority of the visitors (approximately 95.86%) were satisfied with the Ancient City of Aizanoi and that this satisfaction stemmed from the historical, cultural and natural features of the ancient city. However, it has been observed that there are deficiencies related to transportation, accommodation and environmental regulations. The research emphasizes that the strengths of the ancient city of Aizanoi should be preserved and improvements should be made in the areas that are seen as deficient. Infrastructure improvements and promotional activities are recommended to enrich the visitor experience and increase satisfaction.

Keywords: Cultural tourism, visitor experience, Aizanoi Ancient City.

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Domaniç Hayme Ana Meslek Yüksekokulu, Bilgi Yönetimi Bölümü, ORCID ID: 0000-0002-3357-7725, ilker.vural@dpu.edu.tr

² Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ORCID ID: 0000-0003-4522-6401, fatih.cavusoglu@dpu.edu.tr

GİRİŞ

Kültür turizmi, ziyaretçilerin bir ülkenin veya bölgenin kültürel mirasını, geleneklerini, sanatsal etkinliklerini, tarihi yapıları ve yaşam tarzını deneyimlemek amacıyla yaptıkları seyahatleri ifade etmektedir. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hız kazanan bu turizm türü, yalnızca eğlence ve dinlenme amaçlı seyahatlerle sınırlı kalmayan, aynı zamanda kültürel ve entelektüel zenginleşme arayışındaki bireyleri hedef almaktadır. Kültür turizminin popüleritesi, küreselleşme ve artan kültürlerarası etkileşimle birlikte büyük bir ivme kazanmış, bu da yerel ve ulusal ekonomilere olan katkısının önemini artırmıştır (Richards, 2001; Smith, 2015). Günümüzde turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte ziyaretçilerin beklentileri de çeşitlenmiş, kültür turizmi ziyaretçilerin özgün ve anlamlı deneyimler arayışında önemli bir rol üstlenmiştir. Kültür turizmi kapsamındaki seyahatler, ziyaretçilerin buldukları yerin yerel kültürüyle etkileşime geçmelerini sağlarken, aynı zamanda kültürel mirasın korunması ve yerel ekonominin canlanmasına da katkıda bulunmaktadır (Richards, 2018; Timothy ve Boyd, 2003). Ziyaretçilerin katıldıkları deneyimler, kültür turizminin sürdürülebilirliği ve destinasyonlar üzerinde yarattığı etki açısından da büyük bir önem taşımaktadır. Kültür turizmi, ziyaretçilerin anlamlı ve özgün deneyimler yaşama taleplerine hitap ederken, aynı zamanda yerel kültürün sürdürülebilirliği ve korunması açısından önemli bir etki yaratmaktadır (Richards, 2018).

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre, kültür turizmi dünya genelinde turizm sektörünün yaklaşık %40'ını oluşturarak, en hızlı büyüyen turizm türlerinden biri haline gelmiştir (UNWTO, 2018). Bu büyüme, yalnızca ekonomik açıdan değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel sürdürülebilirlik açısından da geniş çapta etkiler yaratmaktadır. Kültür turizmi, yerel halkın kendi kültürel mirasını koruma bilincini artırırken, turistlere kültürel çeşitliliği tanıma ve farklı yaşam biçimlerini deneyimleme fırsatı sunar (Ivanovic, 2008). Bu sayede kültür turizmi, hem turistler hem de yerel toplumlar için önemli bir sosyal ve kültürel kazanım sağlamaktadır.

Turizm sektörü, ziyaretçilerin yaşadığı deneyimlerin kalitesi ve bu deneyimlerin yaratıcı bir şekilde sunulmasıyla büyük ölçüde şekillenmektedir. Ziyaretçi deneyimi, yalnızca fiziksel ziyaretle sınırlı kalmayıp, bireylerin seyahat sürecinde yaşadığı duygusal, bilişsel ve sosyal etkileşimlerin bütününe kapsamaktadır (Pine ve Gilmore, 1999). Turistlerin deneyim kalitesi, seyahat esnasında kazandıkları kültürel farkındalık ve doyum düzeyi ile doğrudan ilişkilidir. Kültür turizmine katılan bireylerin, yalnızca yerel kültürel öğeleri gözlemlemekle kalmayıp, yerel halkla etkileşim kurarak kendilerini bir “kültür taşıyıcısı” olarak hissetmeleri beklenir (McKercher ve Cros, 2002). Bu bağlamda ziyaretçi deneyimi, turistik destinasyonların rekabet gücünü artırırken, kültür turizminin sürdürülebilir gelişimini desteklemektedir. Deneyim ekonomisinin yükselmesiyle birlikte, ziyaretçilerin yalnızca bir destinasyonu görmek yerine, anlamlı, özgün ve unutulmaz deneyimler yaşamayı talep ettiği görülmektedir. Bu bağlamda ziyaretçi deneyimi, turizm sektörünün sürdürülebilirliği ve destinasyonların rekabet gücü açısından önemli bir unsurdur (Oh, Fiore, ve Jeoung, 2007). Ziyaretçilerin tatmin düzeyi ve destinasyonlara yönelik algıları, deneyimin kalitesine bağlı olarak şekillenmekte ve bu algılar, bireylerin destinasyon seçimlerini doğrudan etkileyebilmektedir. Bu bağlamda ziyaretçi deneyimini anlamak, turizm sektörü için stratejik bir önem taşır. Ziyaretçi deneyimini zenginleştiren unsurlar; destinasyonun kültürel ve doğal zenginlikleri, etkinlikler, ziyaretçiyle kurulan etkileşimler ve hizmet kalitesi gibi birçok faktörü içermektedir (Walls vd., 2011). Ziyaretçilerin deneyimlerinin olumlu olması, hem destinasyonların tanıtımına katkı sağlar hem de ziyaretçilerin tekrar ziyaret olasılığını artırır (Hosany ve Witham, 2010).

Günümüzde çevrimiçi yorum platformları, turistlerin deneyimlerini ifade edebildiği ve destinasyon seçimlerinde diğer potansiyel turistlere rehberlik ettiği birer araç olarak öne

çıkılmaktadır. Tripadvisor gibi platformlarda yapılan yorumlar, ziyaretçilerin bir destinasyona dair algılarını ve edindikleri deneyimleri başkalarıyla paylaşmasını sağlamakta ve aynı zamanda gelecekteki turistlerin tercihlerini de önemli ölçüde etkilemektedir (Jeacle ve Carter, 2011). Bu tür platformlar üzerinden yapılan yorumlar, destinasyonların rekabet gücünü artırma potansiyeline sahip olup, turistlerin bir destinasyondaki memnuniyetini ve geri dönüş olasılığını etkileyen faktörler arasında yer almaktadır (López ve Sicilia, 2014). Ziyaretçilerin deneyimlerini dijital platformlarda paylaşmaları, aynı zamanda destinasyon yönetimi açısından önemli bilgiler sağlayarak, kültür turizminin gelişimine katkı sağlamaktadır (Xiang ve Gretzel, 2010).

Bu araştırmada, kültür turizmi çerçevesinde ziyaretçi deneyimi ve Tripadvisor gibi çevrimiçi platformlarda yapılan yorumların turizm sektöründeki rolü ve etkisi ele alınacaktır. Araştırmada Aizanoi Antik Kentine ilişkin Tripadvisor.com sitesinde yer alan çevrimiçi yorumların incelemesi 6 ana boyut ve 22 alt boyutta yapılmıştır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kültür Turizmi

Kültür turizmi, gezginleri bir destinasyonun kültürel mirası, sanat ve gelenekleri ile meşgul eden çeşitli etkinlikleri kapsamaktadır. Bu turizm biçimi sadece kültürel alışverişi teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda yerel ekonomileri ve mirasın korunmasını da destekler. Festivaller ve sergiler gibi kültürel etkinlikler turistleri cezbeder ve yerel kimliği geliştirir (Todorov vd., 2023). Bu etkinlikler sanat sergilerinden geleneksel performanslara kadar değişebilir ve ziyaretçiler için sürükleyici deneyimler sağlayabilir. Kültür turizmi genellikle bir bölgenin kültürel ve mimari tarihini yansıtan saray ve bahçeler gibi tarihi simge yapılarla ve yerlere ziyaretleri içermektedir (Erdoğan ve Göker, 2019). Bu siteler, yerel gelenek ve yaşam tarzlarına ilişkin içgörüler sunarken, aynı zamanda turizm yoluyla ekonomik faydalar sağlayan eğitim kaynakları görevi görmektedir. Sanat ve el sanatları sektörü, özellikle yerel el sanatlarının çeşitli kültürel anlatıları yansıttığı Afrika gibi bölgelerde kültür turizminde önemli bir rol oynamaktadır (Eseagwu, 2023). Turistler, seyahat deneyimlerini geliştiren ve yerel zanaatkarları destekleyen otantik kültürel ürünlere çekilebilir. Kültür turizminin birçok faydası olsa da, korumaya çalıştığı mirası tehdit edebilecek aşırı turizm gibi zorluklara da yol açabilir. Turizm büyümesini kültürel koruma ile dengelemek, sektördeki paydaşlar için kritik bir endişe olmaya devam etmektedir (Benhaida vd., 2024).

Türkiye'de kültür turizmi, zengin tarihi ve kültürel mirası nedeniyle büyük ilgi görmüştür. Çeşitli araştırmalar, kültürel miras ve turizm arasındaki etkileşimi, turistlerin tipolojisini ve kültürel alanların sürdürülebilirliğini vurgulamaktadır. Türkiye'de kültürel miras ve turizm arasındaki ilişki, 1923'ten beri gelişerek turizmi teşvik ederken tarihi mekânların korunmasının önemini vurgulamıştır. Bu tarihsel bakış açısı, kültür turizminin Türkiye'nin kimliği ve ekonomisinin ayrılmaz bir parçası haline geldiğini göstermektedir (Çokişler, 2022). Erdoğan ve Göker (2019), başta İstanbul milli sarayları olmak üzere kültürel alanların yönetiminde sürdürülebilir uygulamaların önemini vurgulamaktadırlar. Kültür turizminin sürdürülebilirlik ilkelerine uyulması koşuluyla ekonomik büyümeyi teşvik ederken mirasın korunmasına yardımcı olabileceğini savunmaktadırlar. Koçoğlu ve Boztepe'nin (2017) UNESCO Dünya Mirası listesindeki Safranbolu üzerine yaptığı araştırmalar, yerli turistlerin kültür turizmi algılarının ziyaret sıklığı ve memnuniyet düzeylerinden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Bu araştırma, yerel mirasın turistleri çekmede ve deneyimlerini geliştirmedeki öneminin altını çizmektedir.

Türkiye'de kültür turizmi üzerine, özellikle Aizanoi antik kenti ile ilgili araştırmalar, tarihi öneminin ve eğitim girişimlerinin çeşitli yönlerini vurgulamaktadır. Zengin Helenistik ve Roma mirasıyla tanınan Aizanoi, kültürel mirasını korumayı ve tanıtmayı amaçlayan kültür

turizmi ve eğitim programları için bir odak noktası olarak hizmet vermektedir (Turkcan, 2019). Son dönemlerde Aizanoi antik kentinin tanıtımına katkıda bulunmak amacıyla 2021 yılından itibaren son dört yıldır Aizanoi Kısa Film Festivali düzenlenmektedir. Aizanoi'nin ziyaretçi katılımını artırmak ve bu paha biçilmez alanı bozulmadan korumak için geliştirilmiş yasal çerçevelere ve pazarlama stratejilerine ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Araştırma kapsamında incelenen ziyaretçilerin çevrim içi yorumlarında da benzer konuya vurgu yapıldığı görülmektedir.

1.2. Ziyaretçi Deneyimi

Ziyaretçi deneyimi, kültürel ve miras alanlarına yapılan ziyaretler sırasında çeşitli etkileşimleri ve algıları kapsayan çok yönlü bir kavramdır. Son dönemde gerçekleştirilen araştırmalar, ziyaretçi memnuniyetini ve sadakatini artırmak için bu deneyimleri anlamının önemini vurgulamaktadır (Doodson vd., 2024). Bu deneyimler, ziyaretçilerin beklentileri ve katılım düzeyleri tarafından şekillendirilerek genel memnuniyetlerini etkileyebilmektedir (Ferreira da Silva vd., 2024). Ziyaretçi deneyimleri ayrıca duygusal ve ilişkisel boyutları da kapsamaktadır. Özellikle kültürel miras bağlamında UNESCO alanlarında yapılan araştırmalar, bilişsel, duygusal ve ilişkisel deneyimlerin alan ile daha derin bir bağlantıya katkıda bulunduğunu, ziyaretçilerin algılarını ve aidiyet duygusunu etkilediğini ortaya koymaktadır (Nguyen vd., 2023). Ziyaretçi deneyimlerini geliştirmeye odaklanmak çok önemli olsa da, genel memnuniyet ve sadakati azaltabilecek aşırı kalabalık veya yetersiz tesisler gibi olumsuz deneyimlerin potansiyelini de dikkate almak önemlidir.

Kültürel ve miras alanlarındaki ziyaretçi memnuniyeti, hizmet kalitesi, duygusal katılım, algılanan değer ve alanların benzersiz özellikleri dahil olmak üzere birbiriyle ilişkili çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Bu unsurları anlamak, genel ziyaretçi deneyimini geliştirmeye ve sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik etmeye yardımcı olabilir. Yüksek kaliteli yiyecek içecek hizmetleri ve konforlu konaklama, bu faktörlerin turist tercihleri arasında üst sıralarda yer aldığını gösteren araştırmalarda kanıtlandığı gibi, ziyaretçi memnuniyetini önemli ölçüde artırmaktadır. Ziyaretçinin alanla ilgili deneyimini ve anlayışını zenginleştirdiği için bilgilendirici ve ilgi çekici kültürel miras bilgisi sağlamak da oldukça önemlidir (Huyên vd., 2024). Ziyaretçilerin motivasyonları, miras alanlarındaki duygusal deneyimlerinde kritik bir rol oynamaktadır (Alrawadieh vd., 2023). Ziyaretçiler genellikle miras alanlarının değerini, sanatsal ve tarihsel önemi içeren ve genel memnuniyetlerini etkileyen kişisel algılara dayanarak değerlendirmektedirler (Chen, 2023).

Outstanding Universal Value(OUV) olarak tanınan “Olağanüstü Evrensel Değer” bir alanın doğal çekiciliği ziyaretçi memnuniyetini önemli ölçüde etkilemektedir. UNESCO'ya göre, "Olağanüstü Evrensel Değer, ulusal sınırları aşacak ve tüm insanlığın şimdiki ve gelecek nesilleri için ortak öneme sahip olacak kadar istisnai olan kültürel ve/veya doğal öneme sahip olmak anlamına gelir. Bu nedenle, bu mirasın kalıcı olarak korunması, uluslararası toplumun tamamı için en büyük öneme sahiptir (Nian vd., 2023).

Literatür incelendiğinde kültür turizmi kapsamında ziyaretçi deneyimlerini ele alan bazı araştırmaların olduğu görülmektedir. Harman ve Akgündüz (2014) Efes Ören Yeri ziyaretçilerinin müze deneyimi beklentilerini ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre Efes Ören Yerini ziyaret eden yabancı turistlerin ören yeri ve müze deneyimi beklentilerinin kişisel özdeşim kurma, tarihsel hatırlatıcılık, kültürel eğlence ve kaçış olduklarını ifade etmişlerdir. Akoğlan Kozak ve Güncan (2021) oyuncak müzelerini ziyaret eden kişilerin ziyaretçi deneyimlerini belirlemek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırma sonuçlarına göre, çocuk ve yetişkin ziyaretçilerin genel olarak çocuk müzeleri hakkında olumlu duygu ve düşüncelere sahip oldukları ve yaşadıkları müze deneyiminden memnun kaldıkları ortaya çıkmıştır. Aynı

zamanda, oyuncak müzelerinin yetişkinlerde çocukluk hatıralarına dönme ve nostaljik anlar yaşama; çocuklarda ise oyun oynayarak keyifli vakit geçirme ve oyuncaklarla etkileşime girme algısını oluşturduğu ifade edilmektedir. Gök ve Şalvarcı (2021) gastronomi temalı müzelere yönelik çevrimiçi ziyaretçi deneyimlerini ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırma sonuçlarına göre 6 ana tema ve 46 kod ortaya çıkmıştır. Ziyaretçiler için gastronomi müzelerinin fiziki yapılarını gösteren “estetik” temasının oldukça önemli olduğu dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra kaçış deneyimi, eğitim, tarihsel hatırlatıcılar temalarının da ziyaretçiler için önem arz ettiği görülmektedir. Eser (2021) Göbekli Tepe Açık Hava Müzesi’ni ziyaret eden turistlerin ziyaretçi deneyimlerini ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bu araştırma sonucuna göre, ziyaretçilerin olumlu deneyim yaşadıkları boyutların teknoloji kullanımı, eserler ve buluntular, koruma ve bakım, müze evi, alan içi ulaşım ve müze kart uygulaması olduğu görülmektedir. Olumsuz deneyim yaşadıkları boyutların ise müze giriş ücreti, alan içi bilgilendirme, kazı ve ziyaret alanı, engellilere yönelik düzenlemeler, bilet gişesi, hediyelik eşya ve kafe olduğu dikkat çekmektedir. Metin, Kalay ve Arslan Kalay (2022) Van (Urartu) müzesini ziyaret eden kişilerin ziyaretçi deneyimlerini ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirdikleri görülmektedir. Bu araştırma sonuçlarına göre müze ziyaretçilerinin en fazla estetik boyutunda olumlu deneyim yaşadıkları görülürken, sosyalleşme boyutunda yaşadıkları olumlu deneyimin en az olduğu dikkat çekmektedir. Yavuzkır ve Genç (2022) müzelerde eser sergileme politikasının ziyaretçi deneyimine etkisini belirlemek amacıyla bir araştırma ortaya koymuşlardır. Bu araştırma sonuçlarına göre eser sergileme politikalarının ziyaretçi deneyimi üzerinde olumlu etkileri olduğunu ileri sürmüşlerdir.

2. YÖNTEM

Bu çalışmada kültürel turizm kapsamında Kutahya Çavdarhisar Aizanoi Antik Kentini ziyaret eden turistlerin Tripadvisor.com sitesinde yapmış oldukları çevrimiçi yorumların incelenmesiyle Aizanoi Antik Kentinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g1413798-d3507778-Reviews-Aizanoi-Kutahya.html internet adresinde yer alan 169 yorum WebHarvy Data Extractor web kazıma programı ile web sitesinden alınmıştır. Tripadvisor.com sitesinden Aizanoi antik kentine ilişkin yorumlar 16.10.2024-20.10.2024 tarihinde toplanmıştır. Araştırma kapsamında Tripadvisor.com sitesinin tercih edilmesinin temel nedeni, uluslararası anlamda turistlerin seyahat deneyimlerini yoğun bir şekilde paylaştıkları, tanınmış ve popüler bir seyahat deneyimi paylaşım platformu olmasıdır.

Yazarları bu çalışmayı gerçekleştirmeye iten araştırma sorularını aşağıda şekilde sıralamak mümkündür:

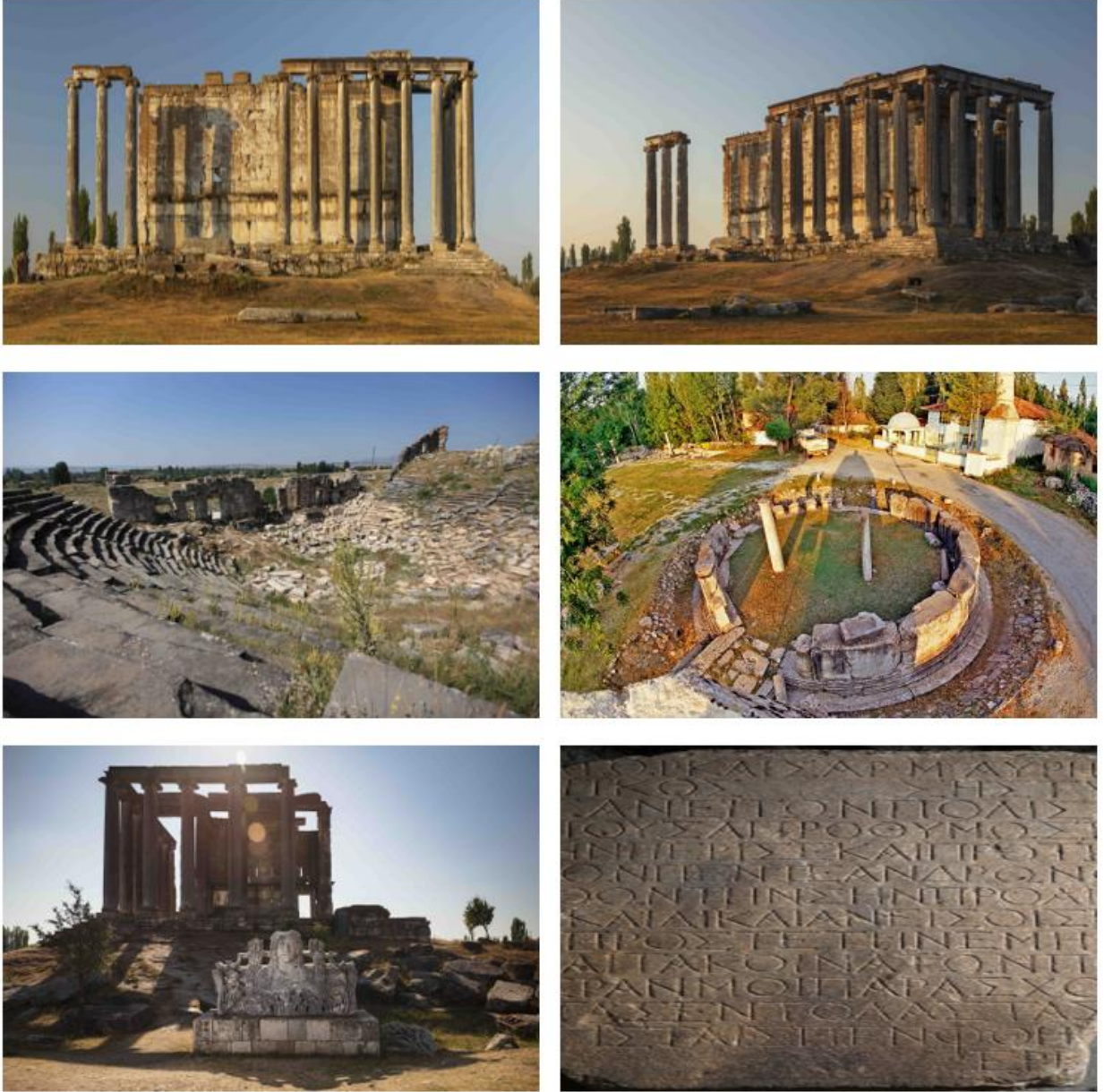
- Aizanoi Antik Kentini ziyaret eden turistlerin ziyaretçi deneyimleri nasıldır?
- Aizanoi Antik Kentini ziyaret eden turistlerin memnuniyet düzeyleri nasıldır?
- Aizanoi Antik Kentini ziyaret eden turistlerin bu kültürel değere yönelik olumlu/olumsuz düşünceleri nelerdir?

Araştırmada kullanılan ana ve alt boyutların belirlenmesinde Tür (2023) tarafından ortaya konan çalışmadan faydalanılmıştır. Araştırma kapsamında tripadvisor.com internet sitesinden elde edilen veriler, herhangi ekstra bir yorum ya da değerlendirme yapılmadan direkt olarak aktarılmıştır. Araştırmanın geçerliliği, alanında uzman iki farklı turizm akademisyenlerinin görüş ve önerilerinden yararlanılarak sağlanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin kodlanmasında hem araştırmacılar hem de turizm alanında uzman iki farklı

turizm akademisyeni ile birlikte genel itibariyle görüş birliğine varılmıştır. Araştırmanın güvenilirliği, elde edilen ve kodlanan verilerin tekrar analiz edilip benzer sonuçlara erişilmesiyle sağlanmıştır.

Aizanoi Antik Kenti, Kütahya'nın Çavdarhisar ilçe merkezinde yer almakta olup, Kütahya'ya 50 kilometre mesafededir. Kentin, Penkalas (Kocaçay) Irmağı'nın yukarı kesiminde, tanrıça Meter Steunene'nin kutsal mağarası civarında yerleşen Frigyalılar'ın atası olarak anılan mitolojik kahraman Azan tarafından kurulduğu düşünülmektedir. Rivayete göre, Azan'ın, Su Perisi Erato ve efsanevi Kral Arkas'ın birlikteliğinden doğduğu anlatılmaktadır. Aizanoi, Frigya'ya bağlı olarak yaşayan Aizanitis'lerin ana yerleşim alanı olarak öne çıkmıştır. Kentin yüksek kesimindeki Zeus Tapınağı etrafında yapılan kazılarda, MÖ 3 binlere tarihlenen yerleşim izlerine rastlanmıştır. Helenistik Dönem boyunca Bergama ve Bithynia hâkimiyeti altında değişimli olarak kalan bölge, MÖ 133'te Roma yönetimine girmiştir. Roma İmparatorluk Dönemi'nde tarım, şarap ve yün üretimi ile zenginleşen Aizanoi'de belirgin kentleşme izlerine MÖ 1. yüzyılın sonlarına doğru rastlanmakta olup, bu dönemde ilk sikkelerin basıldığı bilinmektedir. Kent, en parlak dönemini MS 2. yüzyılda yaşamış, yoğun imar faaliyetleri ile pek çok yapı bu dönemde inşa edilmiştir. Erken Bizans Dönemi'nde bir piskoposluk merkezi olan Aizanoi, 7. yüzyıldan itibaren bu statüsünü kaybetmiştir. Orta Çağ'da ise tapınak düzlüğü bir hisara dönüştürülmüştür. Selçuklular Dönemi'nde Çavdar Tatarları tarafından üs olarak kullanılan bölgeye bu nedenle "Çavdarhisar" adı verilmiştir. 1824 yılında Avrupalı gezginlerce yeniden keşfedilen Aizanoi, 1830-1840'lı yıllarda incelenmiş ve tanımlanmıştır. İlk kazılar ise 1926 yılında M. Schede ve D. Krencker başkanlığında Alman Arkeoloji Enstitüsü tarafından başlatılmıştır. 1970 yılından itibaren düzenli olarak kazı çalışmalarına devam edilmektedir. Aizanoi kalıntıları arasında Anadolu'nun en iyi korunmuş Zeus Tapınağı, 15 bin kişilik tiyatro, 13 bin 500 kişilik stadyum, iki hamam, dünyanın ilk ticaret borsa binası, sütunlu cadde, Kocaçay üzerinde ikisi günümüze ulaşmış beş köprü, iki agora, gymnasium, Meter Steunene kutsal alanı, nekropoller, antik bent, su yolları ve çeşitli kapı yapıları bulunmaktadır. (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı,2024).

Şekil 1. Aizanoi Antik Kentine Ait Görseller



Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2024). *Aizanoi Antik Kenti – Kütahya*. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kutahya/gezilecekyer/azano-antk-kent> sayfasından erişilmiştir.

Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizinde MAXQDA programından yararlanılmıştır. İlk olarak MAXQDA ile verilerin boyut ve alt boyutlara göre kodlamalar yapılmıştır. Yorumlara ilişkin kelime bulutu ve kelimelerin sıklıkları belirlenmiştir. 169 yorum üzerinden 442 adet kodlama yapılmıştır. Araştırmada kullanılan ana ve alt boyutlara ilişkin bilgi Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırma Kapsamında Oluşturulan Boyutlar

Ana Boyutlar	Alt Boyutlar
Olumlu Görüşler	Doğal Ortam
	Genel Memnuniyet
	Olanaklar
	Yöre İnsanı
	Ücret
Tavsiye	Potansiyel Ziyaretçilere Yönelik Tavsiyeler
	Diğer Tavsiyeler
Bilgilendirme	Seyahat Deneyimi Hakkında Bilgilendirme
	Destinasyon Hakkında Bilgilendirme
	Konaklama İmkânları Hakkında Bilgilendirme
	Ücretler Hakkında Bilgilendirme
Olumsuz Görüşler	Kişisel Bilgilendirme
	Çevre
	Genel Memnuniyetsizlik
	Ulaşım
	Ücret
Uyarı	Olanaklar
	Potansiyel Ziyaretçilere Yönelik Uyarılar
Dilekte Bulunma	Diğer Uyarılar
	Destinasyon Hakkında Dilekte Bulunma
	Kişisel Dilekte Bulunma
	Halk ile İlgili Dilekte Bulunma

Kaynak: Tür, E. (2023). Doğa Turizmi Kapsamında Kaz Dağlarını Ziyaret Eden Turistlerin Yaptıkları Çevrimiçi Yorumların İncelenmesi: TripAdvisor Örneği. Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(1), s. 8.

Ziyaretçilerin yapmış oldukları yorumlarda birden fazla boyut ilgilendiren yorumlar olduğu belirlenmiştir. Bu sebeple 169 yoruma 442 adet kodlama yapılmıştır.

3. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde Çavdarhisar Aizanoi Antik Kentini ziyaret eden turistlerin Tripadvisor.com internet sitesinde farklı dillerde yaptıkları 169 çevrimiçi yorum incelenmiştir. Yorumlar ana ve alt boyutlara göre kodlanmış ve bu çerçevede değerlendirilmiştir. Bunun yanında yorum yapılan dil, ziyaretçiler tarafından verilen değerlendirme puanı, yorumlarda en çok kullanılan kelimelerin tespiti ve kelime bulutu oluşturulması, yorumlarda geçen kelimelerin frekanslarına yer verilmiştir.

3.1. Tanımlayıcı Bulgular

Bu başlık altında yorumlara ilişkin yorum yapılan dil ve değerlendirme puanlarına ilişkin istatistiki bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 2. Çevrimiçi Yorumların Yazım Dili

Yorum Dili	Yorum Sayısı	Yüzde
Türkçe	129	76%
İngilizce	29	17%
Rusça	3	2%
Almanca	2	1%
Japonca	2	1%
İtalyanca	2	1%
İspanyolca	1	1%
Felemenkçe	1	1%
Toplam	169	100,00%

Tablo 2'ye göre yedi farklı dilde yorum yapıldığı görülmektedir. En çok yorum %76 oranıyla Türkçe dilinde yapılmış iken en az yorum %1'er oy oranıyla İspanyolca ve Felemenkçe dillerinde yapılmıştır.

Tablo 3. Çevrimiçi Yorumların Ziyaretçi Değerlendirme Puanları

Değerlendirme Puan Türü	Değerlendirme Puanı	Yorum Yapan Kişi Sayısı	Yüzde(%)
Mükemmel	5	118	69,82%
Çok İyi	4	44	26,04%
Orta	3	6	3,55%
Kötü	2	1	0,59%
Berbat	1	0	0,00%

Tablo 3 incelendiğinde ziyaretçilerin %69,82'sinin mükemmel ve %26,04'ünün ise çok iyi kategorisinde Aizanoi Antik Kentini değerlendirdiği görülmektedir. Bu ise ziyaretçilerin toplamda %95,86'sının 4 puan ve üzerinde değerlendirme yaptığını göstermektedir. Elde edilen bu sonuçtan da anlaşılacağı üzere Aizanoi Antik Kentini ziyaret eden turistlerin memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

3.2. Yorumlara İlişkin Kodların Ana Boyutları

Aizanoi Antik Kentine ilişkin Tripadvisor.com sitesinde yapılmış olan çevrimiçi yorumlar 6 ana boyutta kodlama işlemine tabii tutulmuştur. Belirlenen boyutlar; “olumlu görüşler”, “tavsiye”, “bilgilendirme”, “olumsuz görüşler”, “uyarı” ve “dilekte bulunma” şeklindedir. Boyutlara ilişkin açıklamalar Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 4. Yorumlara İlişkin Ana boyutlar ve Açıklamaları

Ana Boyutlar	Açıklama
Dilekte Bulunma	Destinasyona, yöre insanına ve işletmelere ilişkin dilek ve temennilerin olduğu çevrimiçi yorumlar
Uyarı	Destinasyona ilişkin gezi alanları, işletmeler, yöre insanı vb. durumları içeren uyarı içerikli çevrimiçi yorumlar
Olumsuz Görüşler	Destinasyona ilişkin negatif anlam taşıyan çevrimiçi yorumlar
Bilgilendirme	Destinasyona ilişkin konaklama, seyahat süresi, ücretler vb. durumlar hakkında bilgilendirme içeren çevrimiçi yorumlar
Tavsiye	Destinasyona ilişkin potansiyel ziyaretçilere, işletmelere vb. yönelik tavsiyeleri içeren çevrimiçi yorumlar
Olumlu Görüşler	Destinasyona ilişkin pozitif anlam taşıyan çevrimiçi yorumlar

Aizanoi Antik Kentini ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarına ilişkin yapılan kodlama çalışması sonucunda elde edilen bulgular Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Ana Boyutlara İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Bilgileri

Ana Boyutlar	Frekans	Yüzde(%)
Dilekte Bulunma	13	2,94%
Uyarı	7	1,58%
Olumsuz Görüşler	55	12,44%
Bilgilendirme	168	38,01%
Tavsiye	125	28,28%
Olumlu Görüşler	74	16,74%
Toplam	442	100,00%

Tablo 5 incelendiğinde olumsuz görüşlerin %12,44 ve uyarı görüşlerinin %1,58 olduğu görülmektedir. Olumlu görüşler %16,74 ve tavsiye içeren yorumlar ise %28,28 oranında bulunmuştur. Dolayısıyla yaklaşık %45 oranında çevrimiçi ziyaretçi yorumlarında Çavdarhisar Aizanoi Antik Kentinin ziyaretçilere olumlu bir anlamda önerildiği görülmektedir.

3.3. Ana Boyutların Alt Boyutlarına Ait Bulgular

Ana boyutlara ilişkin alt boyutlar, alt boyutlara ait frekanslar ve yüzde değerleri Tablo 6’te verilmiştir.

Tablo 6. Ana Boyutların Alt Boyutlarına İlişkin Bulgular

Ana Kodlar	Alt Kodlar	Frekans	Yüzde(%)
Dilekte Bulunma	Halk ile İlgili Dilekte Bulunma	0	0,00%
	Kişisel Dilekte Bulunma	2	0,45%
	Destinasyon Hakkında Dilekte Bulunma	11	2,49%
Uyarı	Diğer Uyarılar	5	1,13%
	Potansiyel Ziyaretçilere Yönelik Uyarılar	2	0,45%
Olumsuz Görüşler	Olanaklar	17	3,85%
	Ücret	0	0,00%
	Ulaşım	16	3,62%
	Genel Memnuniyetsizlik	13	2,94%
	Çevre	9	2,04%
Bilgilendirme	Kişisel Bilgilendirme	19	4,30%
	Ücretler Hakkında Bilgilendirme	23	5,20%
	Konaklama İmkânları Hakkında Bilgilendirme	3	0,68%
	Destinasyon Hakkında Bilgilendirme	114	25,79%
	Seyahat Deneyimi Hakkında Bilgilendirme	9	2,04%
Tavsiye	Diğer Tavsiyeler	12	2,71%
	Potansiyel Ziyaretçilere Yönelik Tavsiyeler	113	25,57%
Olumlu Görüşler	Ücret	1	0,23%
	Yöre İnsan	13	2,94%
	Olanaklar	6	1,36%
	Genel Memnuniyet	31	7,01%
	Doğal Ortam	23	5,20%
Toplam		442	100%

Tablo 6’te verilen ana boyutlara ilişkin alt boyutları ait yapılan çevrimiçi ziyaretçi yorumlarından bazı örnekler Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Alt Kodlara İlişkin Örnek Yorumlar

Alt Kodlar	Örnek Yorum
Destinasyon Hakkında Dilekte Bulunma	“... Umarım daha da güzel tanıtımı yapılır.”
Diğer Uyarılar	“... Önce tanıtım maalesef Kütahya İli tanıtımında sınıfta kalmış bir ilimiz”
Potansiyel Ziyaretçilere Yönelik Uyarılar	“... Yeter ki yerli halkı rahatsız etmeyelim.”
Olumsuz Görüşler-Olanaklar	“...konaklayacak yerler tatmin edici değil”
Olumsuz Görüşler-Ulaşım	“...Ancak Zeus’un annesi Rhea (Kybele) için yapılmış özel kutsal bir alan var ki (Meter Steunene) maalesef çok uğraşmamıza rağmen ulaşmayı başaramadık; kentten 3,5 km ileride toprak yollardan gidiliyor ama çok yukarılarda sadece uzaktan resimlerini çekebildik.”
Olumsuz Görüşler-Genel Memnuniyetsizlik	“...anladık başından savmış, kilitliydi geri döndük. tekrar rica minnet güvenlik görevlisinin refakatini istedik. bu kez arkadaşlarıyla görüşmesine bir ara vererek pişkin pişkin "onbeş dakika bekleyin nöbet değişecek o arkadaş götürsün" dedi.. bu tür sorumsuz ve bilinçsiz insanların böylesi güzel bir yerde görevlendirilmemesi gerektiği kanaatindeyim. yetkililerin bilgisine sunarım.”
Olumsuz Görüşler-Çevre	“...çevre düzeni sıfır civarında”
Kişisel Bilgilendirme	“...Kütahya'nın en değerli tarihi turistik yeri diyebilirim.”
Ücret Hakkında Bilgilendirme	“...saat 8:30'dan 19:00'a kadar taahhüt ve giriş 6 TL'dir (Nisan 2019'da; yaklaşık 1 €).”
Konaklama İmkânları Hakkında Bilgilendirme	“...konaklayacak yerler tatmin edici değil”
Destinasyon Hakkında Bilgilendirme	“...Çavdarhisar ilçesi yerleşimiyle iç içe girmiş Efes, Side ile çağdaş bir antik kent. Zeus tapınağı, amfi tiyatro, dünyanın ilk borsası, hamam, sütunlu cadde ve köprüleri gezebilirsiniz.”
Seyahat Deneyimi Hakkında Bilgilendirme	“...Ziyaret 1 ila 2 saat arasında sürüyor.”
Diğer Tavsiyeler	“...Tapınağın merdivenlerinde oturup harika fotoğraflar çekebilirsiniz.”
Potansiyel Ziyaretçilere Yönelik Tavsiyeler	“...Dokusunu Halen Koruyabilmiş, Bölgenin En Özel Yeri. İçerdiği Tarihi Argümanlar ve Olaylarla Bezeli Bu Kent Size Tarihte Bir Yolculuğa Çıkaracak Özel Bir Mekan. Bölgeden Yolu Geçenlerin Bir Saat Ayırıp Ziyaret Etmesi Gereken Bir Tarih.”

Olumlu Görüşler- Ücret	“...bu sebeple verdiğiniz para hiç önemli değil.”
Yöre İnsanı	“...Şirin kent Çavdarhisar halkının insani da gayet insancıl ve sevecen”
Olumlu Görüşler- Olanaklar	“...Antik kent içinde bulunan Anturia’ da konaklayabilir ya da kısa bir mola verebilirsiniz”
Genel Memnuniyet	“...Yunanistan’da gördüğümüz tapınaklardan daha görkemliydi ve çok memnun kaldık.”
Doğal Ortam	“...Dokusunu Halen Koruyabilmiş, Bölgenin En Özel Yeri.”

3.4. Kelime Bulutuna İlişkin Bulgular

Aizanoi Antik Kentini ziyaret eden turistlerin TripAdvisor.com internet sitesinde yaptıkları çevrimiçi yorumlarda geçen kelimelerin MAXQDA programı ile frekansları çıkartılmıştır. Frekans tablosuna göre en çok 91 kez “antik” kelimesi kullanılırken 88 kez “Zeus” kelimesi kullanılmıştır. Bunun yanında 8. sırada 49 kez “güzel” kelimesi kullanılmıştır. “Aizanoi” ve “Çavdarhisar kelimeleri ise toplamda 76 kez kullanıldığı tespit edilmiştir. Stopwords yani çok az veya hiç anlamlı bilgi taşımayan kelimeleri yaygın durdurma sözcükleri yorumlardan çıkartıldıktan sonra elde edilen kelime bulutu Şekil 2. de gösterilmiştir.

Şekil 2. Kelime Bulutu



4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma, Çavdarhisar Aizanoi Antik Kenti’ni ziyaret eden turistlerin çevrimiçi yorumlarını inceleyerek ziyaretçilerin memnuniyet düzeyini, olumlu ve olumsuz geri bildirimlerini, bilgilendirme ihtiyaçlarını ve geliştirilmesi önerilen alanları ayrıntılı bir biçimde değerlendirmektedir. Analiz, TripAdvisor.com platformunda yapılan 169 yoruma dayalıdır ve 7 farklı dilde yapılmış yorumları kapsamaktadır.

İncelenen yorumların %76’sı Türkçe dilindeyken, diğer yorumlar İngilizce (%17) ve diğer dillerde (%7) yapılmıştır. Bu dil dağılımı, Çavdarhisar Aizanoi Antik Kenti’nin ziyaretçi

kitlesinin çoğunlukla yerli turistlerden oluştuğunu göstermektedir. Ziyaretçilerin %69,82'si kenti "mükemmel" olarak değerlendirmiş; bu, antik kentin ziyaretçilerin beklentilerini büyük ölçüde karşıladığını ve olumlu bir izlenim bıraktığını göstermektedir. "Çok iyi" olarak değerlendiren %26,04'lük ziyaretçi kitlesi de dâhil edildiğinde, %95,86 oranında bir memnuniyet oranı ortaya çıkmaktadır. Bu yüksek memnuniyet oranı, kentin tarihî değeri, mimarisi, doğayla uyumu ve genel atmosferinin ziyaretçiler üzerinde olumlu bir etki bıraktığını ortaya koymaktadır.

Yorumlar, 6 ana boyut ve çeşitli alt boyutlar altında sınıflandırılmıştır: olumlu görüşler, tavsiye, bilgilendirme, olumsuz görüşler, uyarı ve dilekte bulunma. Kodlama sonuçlarına göre en yüksek oranda yer alan boyut bilgilendirme (%38,01) olarak öne çıkmıştır. Bu durum, ziyaretçilerin Çavdarhisar Aizanoi Antik Kenti hakkında daha fazla bilgiye ihtiyaç duyduğunu göstermektedir; özellikle ulaşım, konaklama, ücretlendirme ve genel seyahat bilgileri konularında bilgilendirici yorumlar öne çıkmıştır. Ayrıca, ziyaretçilerin %28,28 oranında tavsiye içeren yorumlar yapmış olması, kentin potansiyel ziyaretçilere önerilen bir destinasyon olduğuna işaret etmektedir. Tavsiye yorumlarında, kentin benzersiz atmosferine ve tarihî mirasına vurgu yapılırken, özellikle gezilecek yerler ve gezinin nasıl planlanması gerektiği konularında öneriler sunulmuştur. Söz konusu sonuçlar, Mancı ve Tengilimoğlu (2021) tarafından ortaya konan araştırmanın sonuçlarıyla kısmen benzerlik taşımaktadır.

Olumlu görüşler ise %16,74 oranında bulunmuş ve ziyaretçilerin genellikle kentin mimarisi, doğal güzelliği, yöre insanının misafirperverliği ve kentten duyulan genel memnuniyet üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür. Ziyaretçiler, antik kentin atmosferini ve tarihî zenginliğini olumlu bir şekilde değerlendirirken, aynı zamanda kentin doğa ile uyumlu yapısından övgüyle bahsetmişlerdir. Olumsuz görüşler ise %12,44 oranında olup, ağırlıklı olarak ulaşım, olanaklar ve çevresel düzenlemelerle ilgili eksikliklere odaklanmıştır. Söz konusu sonuçlar, Eser (2021) tarafından ortaya konan araştırma sonuçlarıyla kısmen benzerlik taşımaktadır. Bu yorumlar, kentin fiziksel altyapısının ziyaretçilerin beklentilerini tam olarak karşılamadığını ve bu alanlarda geliştirmeye ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Uyarı içerikli yorumların ise %1,58 oranında olduğu ve potansiyel ziyaretçilere veya yerel işletmelere yönelik uyarılardan oluştuğu belirlenmiştir. Dilekte bulunma boyutunda ise, ziyaretçilerin kentin korunması, çevresel duyarlılık ve hizmet kalitesinin artırılması gibi konularda önerilerde buldukları görülmektedir.

Yapılan bu analiz, Çavdarhisar Aizanoi Antik Kenti'nin güçlü yönlerinin başında tarihî ve kültürel cazibesi, mimarisi ve doğayla uyumlu yapısının geldiğini ortaya koymaktadır. Ziyaretçilerin çoğunluğu bu özelliklerden memnuniyet duymakta ve kentin tekrar ziyaret edilmesi gereken bir destinasyon olduğunu belirtmektedir. Ancak, kentteki ulaşım, tesis imkânları ve çevre düzenlemeleri gibi alanlarda eksiklikler olduğu ve ziyaretçilerin bu konularda daha iyi bir deneyim beklentisi içerisinde olduğu da gözlemlenmiştir.

Sonuç olarak, Çavdarhisar Aizanoi Antik Kenti'nin, tarihî dokusuyla ziyaretçileri etkileyen bir turizm destinasyonu olduğu, ancak bazı altyapı ve bilgilendirme alanlarında gelişmeye açık olduğu ortaya çıkmıştır. Bu noktada, yapılacak iyileştirmeler, ziyaretçilerin daha yüksek bir memnuniyetle ayrılmasını sağlayabilir ve kentin uluslararası tanınırlığını artırabilir.

4.1. Öneriler

1. **Altyapı ve Ulaşım İyileştirmeleri:** Ziyaretçilerin ulaşım konusundaki şikâyetleri dikkate alınarak, antik kente ulaşımı kolaylaştıracak düzenlemeler yapılmalıdır. Yerel

yönetimler ve turizm kurumları, kente doğrudan ulaşımı artırmak adına toplu taşıma seçeneklerini gözden geçirebilir.

2. **Çevresel Düzenlemeler ve Tesis İyileştirmeleri:** Antik kentin çevresel olanakları ve sosyal tesisleri artırılmalıdır. Dinlenme alanları, lavabolar ve kafe gibi ziyaretçilerin temel ihtiyaçlarını karşılayabilecek hizmetlerin kalitesi yükseltilmelidir.
3. **Rehberlik ve Bilgilendirme Hizmetlerinin Geliştirilmesi:** Kent hakkında daha fazla bilgi edinmek isteyen ziyaretçiler için rehberlik hizmetleri artırılabilir. Bilgilendirici panolar ve çok dilli broşürler, ziyaretçilerin antik kentin tarihini daha iyi anlamasına yardımcı olacaktır. Ek olarak, özellikle yabancı turistler için dijital bilgilendirme olanaklarının geliştirilmesi önerilmektedir.
4. **Çevre Duyarlılığının Artırılması:** Ziyaretçiler, kentin doğal ortamının korunması gerektiğine dair dileklerde bulunmuştur. Bu doğrultuda, ziyaretçilere çevreye duyarlı olmaları konusunda bilinçlendirme çalışmaları gerçekleştirilebilir; ayrıca, doğaya zarar vermeden gezi yapılmasını teşvik eden uyarı levhaları yerleştirilebilir.
5. **Olumsuz Görüşlere Yönelik Çözüm Geliştirme:** Olumsuz görüşleri azaltmak adına, yapılan eleştirilerin sistematik olarak izlenmesi ve özellikle olanaklar ve çevre ile ilgili geri bildirimlerin düzeltilmesi önemlidir. İlgili alanlarda iyileştirme yaparak memnuniyetsizliği gidermek, ziyaretçi memnuniyetini daha da artıracaktır.
6. **Tanıtım ve Pazarlama Çalışmalarının Geliştirilmesi:** Özellikle Türkçe dışındaki dillerde yapılan yorumların sayısının düşük olması, yabancı ziyaretçilerin ilgisini çekme konusunda daha fazla tanıtım yapılabileceğini göstermektedir. Uluslararası platformlarda tanıtım çalışmaları artırılarak, yabancı turistlerin Çavdarhisar Aizanoi Antik Kenti'ne olan ilgisinin artırılması sağlanabilir.

Bu öneriler doğrultusunda, Çavdarhisar Aizanoi Antik Kenti'nin turistik cazibesinin artırılması ve ziyaretçi memnuniyetinin en üst düzeye çıkarılması mümkündür. Araştırma sonuçları, Çavdarhisar Aizanoi Antik Kenti'nin, ziyaretçiler tarafından hem doğal hem de tarihi özellikleriyle oldukça beğenildiğini, ancak bazı altyapısal ve çevresel iyileştirmelere ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Kentin sahip olduğu benzersiz tarihi miras, turistik cazibeyi artırmakta; buna karşın eksik görülen altyapı ve bilgi eksiklikleri, ziyaretçi deneyimlerinde kısmi bir memnuniyetsizlik yaratmaktadır. Gelecekte benzer konuda araştırma yapmak isteyen araştırmacılar, farklı araştırma yöntemleri kullanarak antik kenti ziyaret eden turistlerin seyahat motivasyonları, antik kentin yer aldığı bölgedeki yerel halkın tutumları vb. konularda araştırmalar gerçekleştirebilirler.

KAYNAKÇA

Akoğlan Kozak, M. ve Güncan, Ö. (2021). Oyuncak müzeleri ve ziyaretçi deneyimleri. *Social Science Development Journal*, 6 (24), 74-97.

Alrawadieh, Z., Prayag, G. ve Alrawadieh, Z. (2023). 3. A cognitive appraisal perspective of emotional accessibility at heritage sites: Empirical evidence from the UNESCO World Heritage Site of Petra. *Journal of Heritage Tourism*, 18 (2), 145-163, doi: 10.1080/1743873x.2023.2169152

Benhaida, S., Saddou, H., Safaa, L., Perkumiené, D. ve Labanauskas. V. (2024). Acquirements of three decades of literature on cultural tourism. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8 (6), 1-19, doi: 10.24294/jipd.v8i6.3817

Chen, D. (2023). How visitors perceive heritage value: A quantitative study on visitors' perceived value and satisfaction of architectural heritage through SEM. *Sustainability*, 15, 1-16, doi: 10.3390/su15119002

Çokişler, N. (2022). The relationship between cultural heritage and tourism in Turkey: A historical perspective (1923-2000). *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5 (3), 1179-1188, doi: 10.33083/joghat.2022.193

Doodson, P., Dumbell, L., Amanda, D., Webber., Vicky, M. (2024). Human-Animal Interactions in Zoos: Integrating Science and Practice. (Fernandez, E. J. ve Sherwens, S. L.(Eds.) *Types of Visitor Experience* içinde 163-179. İngiltere: CABI.

Erdoğan, E. ve Göker, P.. (2019). The evaluation of Istanbul national palaces in the frame of sustainable cultural tourism. *Tourism, Leisure and Global Change*, 5, 32-45.

Eseagwu, O. (2023). Cultural tourism as an exponent of art and crafts sector in African economy. *NIU Journal of Humanities*, 8 (4), 267-270, doi: 10.58709/niujuhu.v8i4.1861

Eser, S. (2021). Ziyaretçi deneyimleri üzerine nitel bir araştırma: Göbekli Tepe örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18 (2), 478-495.

Ferreira da Silva, M., Martins, F. Costa, C. ve Pita, C. (2024). Visitors' experience in a coastal heritage context: A segmentation analysis and its influence on in situ destination image and loyalty. *European Journal of Tourism Research*, 37, 1-22, doi: 10.54055/ejtr.v37i.3238

Gök H. S. ve Şalvarcı, S. (2021). Türkiye'deki gastronomi temalı müzelere yönelik çevrimiçi ziyaretçi deneyimlerinin incelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18 (1), 120-140.

Harman, S. ve Akgündüz, Y. (2014). Efes Örenyeri ziyaretçilerinin müze deneyimi beklentilerini belirlemeye dönük bir araştırma. *Gazi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (2), 113-133.

Hosany, S., ve Witham, M. (2010). Dimensions of cruisers' experiences, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 49 (3), 351-364.

Huyèn, L. T. T., Van, L. H., Nguyen, V. T. ve Chu, T. T. (2024). Tourists' satisfaction on cultural heritage tourism quality: An empirical study Hanoi, Vietnam. *Multidisciplinary Science Journal*, 6 (10), 1-17, doi: 10.31893/multiscience.2024217

Ivanovic, M. (2008). *Cultural Tourism*. South Africa: Juta Academic.

Jeacle, I., ve Carter, C. (2011). In TripAdvisor we trust: Rankings, calculative regimes and abstract systems. *Accounting, Organizations and Society*, 36 (4-5), 293-309.

Koçoğlu, C. M. ve Boztepe, B. Ö. (2017). Examination of the cultural tourism perception of Safranbolu in terms of domestic tourists' travel behaviours. *International Journal of Contemporary Research*, 1 (2), 44-54, doi: 10.30625/IJCTR.346222.

López, M. ve Sicilia, M. (2014). Determinants of e-WOM influence: The role of consumers' internet experience. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 9 (1), 28-43.

Mancı, A. R. Ve Tengilimoğlu, E. (2021). Tripadvisor ziyaretçi yorumlarının içerik analizi: Göbeklitepe örneği. 5 (2), 1525-1545.

McKercher, B. ve Cros, H. D. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Haworth Hospitality Press.

Metin, D., Kalay, F. ve Arslan Kalay, H. (2022). Ziyaretçi deneyiminin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi: Van (Urartu) Müzesi'nde bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 378-396.

Nguyen, T. H. H., Ağbay, N. C. ve Çakar, K. (2023). Visitors' experiences of UNESCO World Heritage Site: Evidence from Göbeklitepe, Türkiye. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(4), 2310-2327, doi: 10.1108/jhti-05-2023-0311

Nian, S., Chen, M., Zhang, X., Li, D. ve Ren, J. (2023). How outstanding universal value attractiveness and tourism crowding affect visitors' satisfaction?. *Behavioral Science*, 13 (2), 1-22, doi: 10.3390/bs13020112

Oh, H., Fiore, A. M., ve Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46 (2), 119-132.

Pine, B. J., ve Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School.

Richards, G. (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*. CABI Publishing.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.

Smith, M. K. (2015). *Issues in Cultural Tourism Studies*. Routledge.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2024). Aizanoi Antik Kenti – Kütahya. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kutahya/gezilecekyer/azano-antk-kent> sayfasından erişilmiştir. Erişim Tarihi: 01.11.2024.

Timothy, D. J., ve Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. Pearson Education Limited.

Todorov, P., Borković, M. ve Tošić, T. (2023). The Business of Tourism. (Pecarski, D.) *Event Management in the Function of Cultural Tourism Development* içinde 97-108. Belgrad: Academy for Applied Studies.

Turkcan, B. (2019). Cultural heritage studies through art education: An instructional application in the Ancient City of Aizanoi. *Eurasian Journal of Educational Research*, 19, 83-29, doi: 10.14689/EJER.2019.83.2.

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

UNWTO (2018). *Global Report on Cultural Tourism*. United Nations World Tourism Organization.

Walls, A. R., Okumus, F., Wang, Y., ve Kwun, D. J. (2011). An epistemological view of consumer experiences in tourism and hospitality. *International Journal of Hospitality Management*, 30 (1), 10-21.

Xiang, Z., ve Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31 (2), 179-188.

Yavuzkır, A. ve Genç, V. (2022). Müzelerdeki eser sergileme politikasının ziyaretçi deneyimi ve öğrenme motivasyonuna etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 422-446.