

Mutfak Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimlerinin İncelenmesi: Emine Göğüş Mutfak Müzesi Örneği*

Arş. Gör. Hülya YEŞİLYURT

Adıyaman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Adıyaman, e-posta: hysesilyurt@adiyaman.edu.tr

Arş. Gör. Dr. Reşat ARICA

Adıyaman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Adıyaman, e-posta: rarica@adiyaman.edu.tr

Öz

Bu çalışmada Türkiye'nin ilk mutfak müzesi olan Emine Göğüş Mutfak Müzesi ziyaretçilerinin deneyimleri değerlendirilmiştir. Tripadvisor.com internet sitesinde Nisan 2012-Ağustos 2017 tarihleri arasında yapılan ziyaretçi yorumları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda mutfak müzesi ziyaretçilerinin deneyimleri eğitim, estetik, kaçış, tarihsel hatırlatıcılık ve çalışanlarla yaşadıkları deneyim olarak beş temaya ayrıldığı saptanmıştır. Ziyaretçilerin mutfak müzeleri ziyaretleri sırasında yöreye ait bilmedikleri farklı yemeklerin olduğunu öğrenmelerinden dolayı yaşadıkları eğitici deneyimden daha çok etkilendikleri ortaya çıkmıştır. Araştırma sonucunda müze yöneticilerine ve planlamacılarına yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Deneyim, Yöresel Yemek Kültürü, Mutfak Müzesi.

*Bu çalışma, 18. Ulusal Turizm Kongresinde bildiri olarak sunulmuştur.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi
Cilt.2, Sayı.1, 2018
ss.60-70.

DOI: 10.26677/tutad.2018.24

Önerilen Atıf:

Yeşilyurt, H. ve Arıca, R. (2018). Mutfak Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimlerinin İncelenmesi: Emine Göğüş Mutfak: Müzesi Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.2, Sayı.1, ss. 60-70.

Reviewing The Experiences of Culinary Museum Visitors: Emine Göğüş Culinary Museum Example

Assistant Research Hülya YEŞİLYURT

Adıyaman University, Faculty of Tourism, Adıyaman, e-mail: hysesilyurt@adiyaman.edu.tr

Dr. Reşat ARICA

Adıyaman University, Faculty of Tourism, Adıyaman, e-mail: rarica@adiyaman.edu.tr

Abstract

In this study, the experiences of the visitors to Turkey's first culinary museum, Emine Göğüş Culinary Museum have been reviewed. In Tripadvisor.com website, visitor comments made during the April 2012-August 2017 period have been reviewed by content analysis method. It has been observed that following the analysis, experiences of the culinary museum visitors have been categorized into five themes, education, esthetics, escapism, historic evoking and the experience with staff. It has been reported that visitors were mostly impressed with the educational experience, as their trip showed them there were different dishes they did not know about in the region. At the end of the study, recommendations towards museum directors and planners have been developed.

Keywords: Experience, Local Food Culture, Culinary Museum



Journal of Turkish Tourism Research
Vol. 2, Issue.1, 2018
pp.60-70.

DOI: 10.26677/tutad.2018.

Suggested Citation:

Yeşilyurt, H. and Arıca, R. (2018). Reviewing The Experiences of Culinary Museum Visitors: Emine Göğüş Culinary Museum Example, *Journal of Turkish Tourism Research*, Vol.2, Issue.1, pp.60-70.

GİRİŞ

Turizm sektöründe müzeler kültürlerin tanıtılması, gelecek nesillere aktarılması ve korunarak devam ettirilmesini sağlayan önemli araçlardandır. Gastronomi turizmine yönelik ilginin artmasından dolayı yöresel yemeklerin korunması tanıtılması unutulmaya yüz tutmuş yemeklerin gün yüzüne çıkarılması çalışmaları artmış ve buna bağlı olarak dünyada ve Türkiye’de mutfak müzeleri kurulmaya başlanmıştır. Mutfak müzeleri turizm açısından önemli çekicilik unsuru olan yöresel mutfak kültürünün korunmasını ve nesilden nesile aktarılmasını sağlamaktadır. Günümüzde gelinen noktada turistler ziyaret ettikleri bölgelerin yeme-içme kültürünü ve tarihçesini bilmek, kendilerine sunulan lezzetlerin üretimi ve hazırlanışı hakkında bilgi almak ve üretilenleri tadımlayarak deneyim kazanmak arzusundadır. Bu durum son yıllarda gastronomi turizminin önemli öğelerinden biri olan mutfak müzelerine ilgiyi arttırmaktadır. Bu kapsamda mutfak müzeleri gerek yeme ve içme kültürlerinin unutulmaması, gerekse destinasyon çekiciliğinin artırılması bakımından önemli bir turizm ürünü haline gelmektedir (Yılmaz ve Şenel, 2014).

Dünya’da ve Türkiye’de yiyecek ve içeceklerin üretim aşamalarını sergileyen şarap müzesi, peynir müzesi ve zeytinyağı müzesi gibi müzecilik örnekleri bulunmaktadır. Ancak bu müzelerde üretim ve saklama aşamasıyla ve üretimde kullanılan makineler sergilenmektedir. Yemek kültürlerinin sunulduğu müzelerde ise yemeklerin hazırlanışından servisine değin tüm üretim aşamaları ve müzenin bulunduğu bölgenin geleneksel kültürü sergilenmektedir. Günümüzde bilinen müzelerin yanı sıra özel müzelerinde hizmete girmesiyle birlikte müzeler arasında rekabet artmakta ve müzelerde ziyaretçi-odaklı girişimler yaygınlaşmaktadır. Nitekim müzelerdeki koleksiyonlarla birlikte ziyaretçilerin müze deneyimleri müzelerin tekrar tercih edilmesinde etkilidir (Kotler, 1999). Uriely (2005) de deneyimin müze çeşitlerine ve ziyaretçilerin özelliklerine göre farklılık göstereceğini belirtmektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişme ve değişimler insanlar arasında iletişimi kolaylaştırmaktadır. Böylece insanlar duygu ve düşüncelerinin elektronik mecralarda kolayca ortaya koymakta ve bu yorumlar hızla yayılmaktadır. Bu mecralardan biri de dünyanın en büyük seyahat sitelerinden biri olan TripAdvisor’dır. İnsanlar seyahatleri sırasında buldukları destinasyondaki otel, restoran gibi turistik mekanlar hakkında deneyimlerini TripAdvisor platformu aracılığıyla paylaşmaktadır. Ziyaretçilerin deneyimlerini paylaşması mevcut ve potansiyel ziyaretçilerin müzeye bakış açılarını etkilemektedir (Şahin ve Şad, 2016). Dolayısıyla ziyaretçilerin müze deneyimleri sırasındaki memnuniyetleri tavsiye etme eğilimlerini de etkilemektedir.

İlgili alanyazın incelendiğinde mutfak müzelerine yönelik yapılan çalışmaların genel olarak mutfak müzelerinin işlevlerine ve tanıtımına yönelik yapıldığı görülmektedir. Mutfak müzeleri ziyaretçilerinin yaşadıklarını deneyimlere yönelik çalışma sayısı ise yok denecek kadar azdır. Bu bağlamda destinasyonlarda yöresel mutfak kültürünün tanıtımını sağlayan ve henüz yeni olan mutfak müzelerinin ziyaretçilerinin deneyimlerinin değerlendirilmesi çalışmanın konusu oluşturmaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

Bir destinasyonun turistik açıdan gelişimi sahip olduğu doğal ve kültürel çekicilikler, imaj, ulaşım, konaklama ve yeme-içme imkanları, park, müze ve ören yerleri gibi rekreasyonel çekiciliklerle yakından ilişkilidir. Müzeler kültürel mirasın önemli bir parçası ve çoğu

destinasyonda yerli ve yabancı ziyaretçiler için önemli kültürel çekicilikler arasındadır (Jansen-Verbeke ve Rekom, 1996; Goeldner ve Ritchie, 2012). Bu bağlamda destinasyon pazarlamasında müzelerin oldukça önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. Günümüzde gelinen noktada Dünya’da ve Türkiye’de arkeoloji, etnografya, tarih, güzel sanatlar, açık hava, bilim, askeri, özel müzeler gibi farklı ilgi alanlarına hitap eden türde müzeler bulunmaktadır (Sezgin, Haşılıoğlu, ve İnal, 2011; Demir, 2013). Müzelerde ortaya çıkan bu çeşitlilikle birlikte müzeler, turizm sektörünü için önemli bir çekicilik potansiyeli üretmektedir (Hsieh, 2010). Sürekli değişen müze anlayışı ve farklı türlerde müzelerin kurulması müzeler arasında farklılaşma çabalarını ve rekabeti arttırmaktadır Böylece ziyaretçilere farklı deneyimler yaratarak müşteri deneyim yönetimine önem veren müzeler rekabet avantajı sağlayacağı düşünülmektedir.

Ali, Hussain ve Ragavan (2014) turistlerin yaşamış oldukları deneyimlerin anılarına ve sadakatlerine olan etkisini incelemek amacıyla resort otelde konaklamış turistler üzerine bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmanın sonucu müşterilerin deneyimlerinin anılarını ve sadakati etkilediğini göstermektedir. Oh, Fiore ve Jeoung (2007) tarafından hazırlanan çalışmada müşterilerin deneyimlerinin olumlu anılara, memnuniyet ve tekrar ziyaret etme eğilimlerine etkisi olduğu belirlenmiştir. Genel itibarıyla, hazırlanan çalışmalarda deneyim ekonomisi konsepti çerçevesinde eğlence, kaçış, eğitim ve estetik boyutlarıyla incelenen müşteri deneyimi müşterilerin anılarının ve davranışsal niyetlerinin önemli bir belirleyicisidir. Chan (2009) ziyaretçilerin müze deneyimlerini araştırmak amacıyla gerçekleştirdiği araştırmada ziyaretçilerle mülakat yapmıştır. Araştırmanın sonuçları ziyaretçilerin yaşadıkları olumlu müze deneyimlerinin ziyaretçi sadakatini geliştirmede önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Bu nedenle müze deneyiminin müze pazarlaması ve tanıtımı için anahtar rol oynamaktadır. Chan ve Yeoh (2010) yaptıkları araştırmada müze ziyaretçilerini tatmin eden deneyimleri ortaya çıkarmıştır. Çalışmada ziyaretçilerin müze deneyimlerini eğitici ve eğlendirici buldukları saptanmıştır. Dirsehan (2012) müze deneyimi ve deneyim sonrası oluşan ziyaretçi davranışlarını incelemek amacıyla İstanbul’da bulunan müzelerde bir araştırma yapmıştır. Çalışmada müze deneyiminin ziyaretçilerin memnuniyetini ve tavsiye etme eğilimini etkilediği sonucuna varılmıştır. Sheng ve Chen (2012) müze ziyaretçilerinin deneyim beklentilerini incelemiştir. Araştırma sonucuna göre, katılımcıların müze deneyimine ilişkin beklentileri; rahatlık ve eğlenme, kültürel eğlence, kişisel özdeşim kurma, tarihsel hatırlatıcılık ve kaçış boyutları altında incelenmiştir. Altunel (2013)’ün Topkapı Sarayı ziyaretçilerinin deneyim beklentilerini incelemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada da benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır. Harman ve Akgündüz (2014) Efes ören yeri ziyaretçilerinin müze deneyimi beklentilerini kişisel özdeşim kurma, tarihsel hatırlatıcılık, kültürel eğlence ve kaçış olmak üzere dört boyutta incelemiştir. Tarihsel hatırlatıcılık ve kişisel özdeşim kurma ziyaretçilerin önem verdiği boyutlardır. Bununla birlikte ilgili literatürde mutfak müzelerini konu edinen araştırmalarda bulunmaktadır.

Mutfak Müzeleri İle İlgili Çalışmalar

Yılmaz ve Şenel (2014) çalışmasında gastronomi müzelerini turistik bir çekicilik ögesi olarak incelemiştir. Gastronomi müzelerini kültürel mirasa, endüstri mirasına, kırsal turizme ve popüler kültüre dayalı gastronomi müzeleri olarak dört gruba ayırmış ve örneklendirmiştir. Aksoy ve Sezgi (2015) ise Güneydoğu Anadolu bölgesinin gastronomik unsurlarının ortaya çıkarmak amacıyla yapmış olduğu çalışmada, mutfak müzelerini bölgenin önemli gastronomik unsurları arasında değerlendirmektedir.

Şahinoğlu (2015) mutfak müzelerinin somut olman kültürel mirasın yaşatılmasındaki önemine vurgu yapmaktadır. Mutfak müzesi ziyaretçilerinin mutfak kültürü ve müzesi görüşlerine yönelik bir çalışma yapmıştır. Çalışma sonucunda ziyaretçiler müzelerin bölgenin mutfak

kültürünü yansıttığına ve kültürün gelecek kuşaklara aktarılmasında önemli bir rol üstlendiğini belirlenmiştir.

Sormaz ve Güneş (2016) yerel yemek kültürlerini tanıtmak ve sürdürmek amacıyla kurulan mutfak müzelerini tanıtmak amacıyla yaptıkları çalışmada Türkiye’de bulunan dört adet mutfak müzesini incelemişlerdir. Bu kapsamda çalışmada müzede yer alan eserlere ve yapılan etkinliklere yer verilmiş ve Türkiye’de mutfak müzelerinin sayısının artırılması gerektiği vurgulanmıştır.

Bekar, Arman ve Sürücü (2017) Marmaris’te gastronomi müzesi olarak faaliyet gösteren Marmaris Bal Evini turizmde bir çekicilik unsuru olarak bölgeye olan katkısı kapsamında incelemişlerdir. Çalışmada Marmaris Bal Evi’nin çam balına sahip çıkma ve tanıtmak amacıyla kurulduğu vurgulanırken, bal evinde yapılan faaliyetlere yer verilmiştir.

Mankan (2017) çalışmasında gastronomi müzelerinin turizmi canlandırma ve farkındalık oluşturulması amacıyla ülkemizde ve dünyadaki gastronomi müzelerini incelemiştir. Bu kapsamda Türkiye’de bulunan 8 adet gastronomi müzesi olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışma sonucuna göre, gastronomi müzelerinin yerli ve yabancı turistler açısından çekicilik oluşturacağı saptanmıştır. Dolayısıyla gastronomi müzelerinin sayılarının artırılması ve müzelerde peynir ve zeytinyağı yapımı gibi uygulamaya yönelik etkinlikler düzenlenerek daha ilginç hale getirilmesine yönelik önerilerde bulunmuştur.

YÖNTEM

Çalışmada mutfak müzesi ziyaretçilerinin önem verdiği deneyim faktörleri ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırma evrenini Türkiye’de bulunan mutfak müzelerinin ziyaretçi yorumları oluşturmaktadır. Araştırmada incelenen mutfak müzesi, araştırmacının yargısına göre belirlenmiş ve yargısal örnekleme başvurulmuştur. Araştırma örnekleme ise Türkiye’nin ilk mutfak müzesi olması ve TripAdvisor’da en fazla yorum alan mutfak müzesi olması nedeni ile Emine Göğüş Mutfak Müzesine yönelik yorumlardır. Araştırmada veri toplamak amacıyla doküman incelemesi yapılmıştır. Doküman incelemesi araştırılmak istenen konuyla ilgili bilgi içeren yazılı ve görsel materyalleri içerir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Bu kapsamda Nisan 2012-Ağustos 2017 tarihleri arasında müzeye yönelik yerli ve yabancı turistler tarafından gerçekleştirilen 137 yorum değerlendirilmeye alınmıştır.

Araştırmada elde edilen veriler nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz ve içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Ziyaretçi yorumlarının temalandırılmasında deneyime ve müze deneyimine yönelik yapılan çalışmalar temel alınmıştır. Sonuç olarak, ziyaretçilerin müzede önem verdikleri deneyimler dört temada sınıflandırılmıştır. Böylelikle mutfak müzelerinde ziyaretçilerin önem verdiği deneyim boyutları belirlenmeye çalışılmıştır.

BULGULAR

Genel Bilgiler

Emine Göğüş Mutfak Müzesi 2008 yılında hizmete girmiş olup, TripAdvisor sitesinde müze yönelik 2012 yılı itibariyle yorum yapılmaya başlanmıştır. Müze yorumları yıllar itibariyle artış göstermektedir.

Müze, Gaziantep’te yapılması gerekenlerin sıralandığı listede ‘39’ yapılacak şey arasında 6. sırada bulunmaktadır. Ziyaretçilerin müzeye yönelik genel değerlendirmesi Tablo 2’de yer

almaktadır. Yorum yapan ziyaretçilerin %75'inin müzeye yönelik olumlu görüşler beyan ettiği, %7'lik bir kısmının ise olumsuz değerlendirmelerde bulunduğu görülmektedir.

Tablo1: Yorumların Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Yorum Sayısı
2012	7
2013	14
2014	8
2015	34
2016	44
2017	28

Tablo 2: Genel Değerlendirme

	Sayı	Yüzde
Mükemmel	57	42
Çok iyi	41	33
Ortalama	28	18
Kötü	9	6
Berbat	2	1
Toplam	137	100

Mutfak Müzesi Deneyimlerine Yönelik Bulgular

Yapılan içerik analizi neticesinde ziyaretçilerin mutfak müzesinde yaşadıkları deneyimler eğitici, estetik, kaçış, tarihsel hatırlatıcılık temalarına ayrıldığı görülmektedir. Bu sonuç Oh, Fiore ve Jeoung (2007), Chan ve Yeoh (2010), Sheng ve Chen (2012)'in deneyime yönelik yapmış oldukları çalışmalar ile benzerlik göstermektedir. Tablo 3'de deneyim temalarına yönelik sayısal bilgiler yer almaktadır.

Tablo 3: Ziyaretçilerin Mutfak Müzelerine Yönelik Deneyimleri

	Sayı	Yüzde
Eğitim	98	71,5
Kaçış	48	35,0
Estetik	42	30,6
Tarihsel Hatırlatıcılık	24	17,5
Çalışanlar	9	6,5

Eğitim Deneyimi

Eğitim deneyimi kişilerin aktif olarak katıldığı ve öğrenmenin yoğun olduğu bir deneyimdir. Bu deneyimde ziyaretçiler daha çok yeni bir şeyler öğrenmeyi istemekte ve beklemektedir (Oh, Fiore ve Jeoung, 2007; Chan ve Yeoh,2010). Mutfak müzesi ziyaretçilerinin çoğunluğu (%71,5)

yorumlarında eğitim deneyiminden etkilenmişlerdir. Ziyaretçiler yorumlarında müzede Gaziantep mutfak kültürü hakkında çok şey öğrendiklerini ve yeni şeyler öğrenerek gerçek bir öğrenme deneyimi yaşadıklarını belirtmişlerdir. Ziyaretçilerden biri yorumunda Gaziantep yöresine ait bilinen yemekler dışında farklı yemekleri de öğrendiklerini şu şekilde belirtmiştir:

Aklımda kalan bir kaç önemli şey; herkesin Ali Nazik diye söylediği yemeğin adının aslında "Ale Nazik" olduğu, yuvarlama yemeğinin son derece zahmetli ve zaman alan bir yemek olduğu, bilinen yemeklerin dışında daha bilmediğimiz çok sayıda yöresel yemeğin Gaziantep'linin damak zevklerini gösterdiğine tanıklık etmek oldu.

Yorum 31

Bir diğer ziyaretçi ise yorumunda mutfak müzesinin Gaziantep yemek kültürünün gelecek nesillere aktarılması ve yabancı ziyaretçilere tanıtılmasında önemli bir aracı olduğunu şu sözlerle belirtmiştir:

Gaziantep'in eski yemek kültürü ile ilgili çok özel bilgiler derlenmiş. yabancı olanlara eski kültürü tanıtmak için sergilenen mobilyalar, mutfak araç ve malzemeleri, tarihi değeri olan bir çok eşya yeni nesillere çok güzel bilgi aktarıyor.

Yorum 96

Estetik Deneyim

Estetik deneyimde kişiler bir durum veya ortamın içinde pasif olarak katılırken bulduklarının yerin fiziksel özelliklerinden etkilenmekte ve bu ortamdaki keyif almaktadır. Kapadokya'da peri bacalarında bulunmak ya da bir müzeyi veya sanat galerisini gezmek estetik deneyime örnek olarak verilebilir (Oh, Fiore ve Jeoung, 2007; Mehmetoğlu ve Mengen, 2011; Oral ve Çelik, 2013). Araştırmada ziyaretçilerin mutfak müzesinin binasının ve eserlerine yönelik yapılan yorumlar değerlendirilmiştir. Buna göre, ziyaretçilerin %28'i müzede yaşadığı estetik deneyime yönelik paylaşımda bulunduğu saptanmıştır. Ziyaretçilerin şirin müze, büyük ve güzel dizayn, ilgi çekici, tarihi değer, hoş, keyifli bir ortam gibi ifadelerle estetik deneyime dikkat çeken vurgular yaptığı görülmektedir. Ziyaretçilerden biri müzenin dekoruyla yaşadığı olumlu deneyimi ile ilgili yorum şu şekildedir:

En meşhur lezzetlerden unutulmuş tariflere kadar Gaziantep'in mutfak kültürü hakkında fikir edinebileceğiniz, dekoru ve maketleriyle eski mutfak atmosferini tecrübe edebileceğiniz güzel bir vakit değerlendirme seçeneği...

Yorum 26

Ziyaretçilerin çoğunluğu müzede yer alan eserlere yönelik yaşadığı deneyimden memnun olup müzeyi başkalarına tavsiye etmektedir. Bu yorumlardan biri aşağıda yer almaktadır.

Gaziantep'te farklı mutfak aletlerinin ve yemek kültürünün anlatıldığı keyifli bir müze. Geleneksel yemek tariflerini de bulabileceğiniz müze, tarihi bir konağın içerisinde bulunmakta. Görmenizi tavsiye ederim.

Yorum 39

Kaçış Deneyimi

Kaçış deneyimi aktif katılım gerektiren, ziyaretçilere kısa bir süreliğine de olsa günlük yaşamdan uzaklaştırma ve farklı bir dünyada yaşama imkanı veren bir deneyimdir (Hosany ve Witham,

2010). Ziyaretçiler müzede daha çok tatmin edici otantik deneyimler yaşadıklarını belirtmişlerdir. Analiz sonucunda ziyaretçilerin %34,3'ü kaçış deneyiminden etkilenmişlerdir. Ziyaretçilerden biri yaşamış olduğu deneyimin kendisinde farklı bir zamanda yaşıyormuş gibi bir his uyandırdığını aşağıdaki yorumunda belirtmiştir.

Eskiden bakraçlar vardı bilir misiniz, yoğurt satılıyormuş bu bakraçlarda önceleri, benim yaşam yetmiyor ama evlerde kullanıldığı zamana ucundan denk geldim yine de :) insan bir hoş oluyor, eskilere gidiyor... Hey gidi ne zamanlarmış!

Yorum 24

Bir diğer ziyaretçi de müzenin kendisinde otantik bir ortamda yaşamış hissi uyandırdığını şu sözlerle belirtmiştir.

Çok farklı bir müze anlayışı değişiklik ve nostalji yaşamak için müthiş bir ortam kullanılan araçlar ve gıda hazırlama doğu mutfağı malzemeler ilginç; en önemlisi müze mihmandarı öyle güzel anlatıyor ki, yaşıyorsunuz.

Yorum 49

Tarihsel Hatırlatıcılık

Ziyaretçiler tarihsel hatırlatıcılık deneyiminde tarihi bir atmosferi veya tarihi bir duyguyu yaşamayı beklemektedirler (Sheng ve Chen,2012). Ziyaretçiler bu deneyimde geçmiş yaşantılara ya da kendi anılarına götüren deneyimler yaşadıklarını belirtmişlerdir. Aşağıda yer alan yorumlar bu duruma örnek olarak verilebilir.

Girince aa bizim evde vardı bundan, aa bunu hatırlıyor musun falan diyorsun.

Yorum 65

Eski mutfağımızı hatırlar gibi oldum. Tepsiler, kepeçler, kazanlar vs. eskiden kalaylatıp kullandığımız ne kadar bakır mutfak eşyası varsa burada.

Yorum 95

Çalışanlar/Personel

Skogland ve Siquav (2004)'ün çalışmasında deneyimi etkileyen değişkenlerden biri de çalışanlar yani iç kaynaklar olduğunu belirtmiştir. Mutfak müzesi ziyaretçilerinin az da olsa bir kısmı çalışanların ilgili, misafirperver ve güler yüzlü olmasında dolayı yaşadıkları deneyimden memnun olduklarını belirtmişlerdir. Ziyaretçilerden biri bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:

Bu müze bizim nazik ve misafirperver bir Antepli ile tanışmamızı sağladı. Bize olağanüstü bir tanıtım ile müzeyi gezdirdi. Antep kültürünü detaylı bir şekilde görmemize vesile oldu.

Yorum 18

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada mutfak müzesi ziyaretçilerinin önem verdikleri deneyim faktörleri ortaya çıkarılmıştır. Bu kapsamda ziyaretçilerin yaşadıkları deneyimlerini paylaştıkları TripAdvisor sitesinde yer alan yorumlar içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre mutfak müzesi ziyaretçilerinin çoğunluğunun yaşadıkları deneyimlerinin olumlu olduğu

görülmüştür. Bu açıklamalar sonucunda ziyaretçilerin deneyimlerinden memnun olduğu söylenebilir.

Araştırmada mutfak müzesi ziyaretçilerinin deneyimlerinin eğitim, kaçış, tarihsel hatırlatıcılık, çalışanlarla yaşadıkları deneyim boyutları ile ön plana çıktığı görülmüştür. Ziyaretçiler mutfak müzesinden Gaziantep yemek kültürü ile ilgili bugüne kadar bilmedikleri yemekleri öğrenme şansı elde ettiklerini belirtmişlerdir. Bu durum eğitim deneyimine daha çok önem verdiklerini göstermektedir. Ziyaretçilerin yaşadıkları deneyimler sonucunda restoranlarda yaygın olarak kullanılan yemekler dışında yine bu yöreye ait farklı yemekleri de denemek istediklerini belirtmişlerdir. Aşağıdaki yorum bu duruma örnek olarak gösterilebilir.

...gerçi yemek fotoğraflarını ve tariflerini görünce canımız çekmedi değil. Ne de olsa bahsedilen yemeklerin çoğunu restoranlarda bulamadık.

Yorum 90

Yorumdan da anlaşılacağı gibi mutfak müzesi ziyaretçilerinin yaşadıkları deneyimler müze yöneticilerinin yanı sıra yiyecek-içecek sektörü açısından da önem taşımaktadır. Yöneticiler müşterilerine farklı tadları sunmaları yöresel yemek kültürünün tanıtılmasını sağlayacağı düşünülmektedir.

Ziyaretçiler eğitim deneyiminin ardından kaçış ve estetik deneyimlerinden olumlu olarak etkilendiklerini belirtmişlerdir. Bu sonuç Altunel ve Günlü (2015)'nin müzelere yönelik yapmış oldukları çalışma ile örtüşmektedir. Ziyaretçiler mutfak müze deneyiminin tarihsel hatırlatıcılık ve çalışanlarla yaşadıkları deneyim faktörlerinin de önemli olduğu vurgulamışlardır. Çalışmada mutfak müzesi deneyimi söz konusu deneyim boyutları ile şekillense de alanyazında müze deneyiminin farklı boyutları da bulunmaktadır. Bu nedenle müze yöneticileri ve planlamacıları müze deneyimini bütünsel bir bakış açısı ile değerlendirerek ziyaretçilere farklı deneyimler yaşatmaları gerekmektedir. Araştırma elde önemli bulgulardan biri de ziyaretçilerin bazıları uygulamalı eğitim istediklerini belirtmişlerdir. Müze yöneticileri ziyaretçilere merak ettikleri yemeklerin yapımını uygulamalı olarak anlatan yemek kursları verebilir. Ayrıca unutulmaya yüz tutmuş olan yemekler mutfak müzelerinde ziyaretçilere sunulabilir. Böylece destinasyonların yemek kültürünün sürdürülebilirliği sağlanabilir.

Sonuç olarak mutfak müzelerinin devamlılığının sağlanabilmesi için ziyaretçi deneyimlerinin zenginleştirilmesi gerekmektedir. Çalışmada Emine Göğüş Mutfak Müzesi ziyaretçilerinin e-yorumları incelenmiş olması bir sınırlılık oluşturmaktadır. Türkiye'de gastronomi alanında çeşitli mutfak müzeleri bulunmaktadır. Söz konusu müzelerin ziyaretçi deneyimleri incelenerek araştırma alanı genişletilebilir.

KAYNAKÇA

Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3): 79-89.

Ali, F. Hussain, K. and Ragavan A.N. (2014). Memorable Customer Experience: Examining The Effects of Customers Experience on Memories and Loyalty in Malaysian Resort Hotels. *Procedia-Social Behavioral Sciences*, 144: 273-279

Altunel, M. C. ve Günlü, E. (2015). Deneyimleme Kalitesi, Algılanan Değer ve Memnuniyetin Müze Ziyaretçilerinin Tavsiye Etme Eğilimi Üzerindeki Etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2): 191-206.

- Bekar, A., Arman, M.S. ve Sürücü, Ç. (2017). Turizmde Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Marmari Bal Evi Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(42): 468-477.
- Chan, J. K. L. (2009). The Consumption of Museum Service Experiences: Benefits and Value of Museum Experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18:173-196.
- Chan, J.K.L. and Yeoh, E. (2010). The Experiential Dimensions of Museum Experiences: The Visitors' Perspectives. *Intentional Journal of Business and Accountancy*, 1(1): 20-31.
- Dirsehan, T. (2012). Analyzing Museum Visitor Experiences and Post Experiences Dimensions Using SEM. *Boğazici Journal Review of Social, Economic and Administrative Studies*, 26(1):103-125.
- Goeldner, C. R., Ritchie, J. B. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Wiley.
- Harman, S. ve Akgündüz, Y. (2014). Efes Ören Yeri Ziyaretçilerinin Müze Deneyimi Beklentilerini Belirlemeye Dönük Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16(2): 113-133.
- Hosany, S. and Witham, M. (2010). Dimensions of Cruisers' Experiences, Satisfaction, And Intention to Recommend. *Journal of Travel Research*, 49(3): 351-364.
- Hsieh, C. M. (2010). *Roles of Motivation, Past Experience, Perceptions of Service Quality, Value and Satisfaction in Museum Visitors' Loyalty*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Michigan: Michigan Devlet Üniversitesi Lisansüstü Çalışmalar Fakültesi.
- Jansen-Verbeke, M. and Rekom, V.C. (1996). Scanning Museum Visitors: Urban Tourism Marketing. *Annals of Tourism Research*, 23(2):364-375.
- Kotler, N. (1999). Delivering Experience: Marketing The Museum's Full Range of Assets. *Museum News*, May/June: 30-39.
- Mankan, E. (2017). Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Turkish Studies*, 14 (2): 641-654.
- Mehmetoglu, M. and Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's Concept of Experience Economy and Its Dimensions: An Empirical Examination in Tourism. *Journal of Quality Hospitality & Tourism*, 12: 237:255.
- Oh, H., Fiore, A. M. and Jeoung, M. (2007). Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications. *Journal of Travel Research*, 46(2): 119-132.
- Oral, S. ve Çelik, A. (2013). Türkiye'ye Gelen Turistlerin Estetik Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(4): 17-190.
- Sezgin, M., Haşılıoğlu, B. ve İnal, E. (2011). Müze Pazarlamasında Müşteri İlişkileri ve Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma. *ZKÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13): 201-220.
- Sheng, C. W., Chen, M. C. (2012). A Study of Experience Expectations of Museum Visitors. *Tourism Management*, 33(1): 53-60.
- Skogland, I. and Siguaw, J. A., (2004). Are You Satisfied Customers Loyal? *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(3): 221-234.
- Sormaz, Ü. and Güneş, E. (2016). Traditional Culinary Museums: Samples from Turkey. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 5(6): 27-31.
- Şahinoğlu, Ş. (2015). *Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramına Farklı Bir Yaklaşım: Mutfak Müzeleri*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Şahin, S. ve Şad, B. (2016). E-yorumlar Müzeler İçin Ne Diyor? 16. Ulusal Turizm Kongresi, Muğla, 982-993.

Uriely, N. (2005). The Tourist Experience: Conceptual Developments. *Annals of Tourism Research*, 32(1): 199-216.

Yıldırım, Al. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 8. Basım. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, H. ve Şenel, P. (2014). *Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri*, 15. Ulusal Turizm Kongresi. Ankara, 499-510.