

# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2023, 7(2): 266-283.

DOI: [10.26677/TR1010.2023.1241](https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1241)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### **Gastronomi Temalı Müzelerdeki Ziyaretçi Deneyimlerinin Hizmet Hataları Yönünden İncelenmesi**

Gül BEKAR ŞİMŞEK, Milli Eğitim Bakanlığı, Kuşadası Güvercinada Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Aydın, e-posta: [2130300208@stu.adu.edu.tr](mailto:2130300208@stu.adu.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0680-1525>

Doç. Dr. Ahu Yazıcı AYYILDIZ, Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Aydın, e-posta: [ayazici@adu.edu.tr](mailto:ayazici@adu.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1301-2428>

#### **Öz**

Müzeler kültürel deneyimin önemli bir bileşeni olarak gündemdeki yerini korumaktadır. Gastronomik deneyim yaşamak ve bilgi birikimlerini artırmak isteyen turistlerin yönedikleri alanların başında gastronomi müzeleri gelmektedir. Çalışma kapsamında Türkiye'deki gastronomi temalı müzelerdeki ziyaretçi deneyimleri; hizmet hataları yönünden incelenerek, gastronomi müzelerine ve ziyaretçilerine; deneyimlerini geliştirici öneriler sunulması amaçlanmıştır. Müze ziyaretçilerinin, TripAdvisor sitesindeki oldukları olumsuz yorumları hizmet hataları olarak kabul edilmiş, içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Analizler sonucunda gastronomi temalı müzelerdeki hizmet hatalarının ziyaretçi, servis sistemi, çalışan, müze yönetimi ve organizasyon, ortamdaki kaynaklı olduğu görülmüştür. Olumsuz bildirilen konular arasında en yüksek oranda; ziyaretçi kaynaklı hizmet hatası boyutu tespit edilmiştir. Sunulan yiyecek ve içeceklerin içeriği, kalitesi ve lezzeti, fiyatların yüksek oluşu, diğer ziyaretçilere tavsiye durumu, sunulan yiyecek ve içeceklerin içerik porsiyon yeterliliği, çalışanların ilgisiz tavır ve yaklaşımları hizmet hatası olarak önemli ölçüde ziyaretçiler tarafından ifade edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomik Deneyim, Gastronomi Temalı Müzeler, TripAdvisor, Hizmet Hataları.

**Makale Gönderme Tarihi:** 26.03.2023

**Makale Kabul Tarihi:** 07.06.2023

#### **Önerilen Atıf:**

Bekar Şimşek, G. ve Ayyıldız, A. Y. (2023). Gastronomi Temalı Müzelerdeki Ziyaretçi Deneyimlerinin Hizmet Hataları Yönünden İncelenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2): 266-283.

© 2023 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



## Journal of Turkish Tourism Research

2023, 7(2): 266-283.

DOI: [10.26677/TR1010.2023.1241](https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1241)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



### RESEARCH PAPER

## Investigation of Visitor Experiences in Gastronomy Themed Museums in Terms of Service Errors

Gül BEKAR ŞİMŞEK, Ministry of National Education, Kuşadası Güvercinada Vocational and Technical Anatolian High School, Aydın, e-mail: [2130300208@stu.adu.edu.tr](mailto:2130300208@stu.adu.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0680-1525>

Associate Prof. Dr. Ahu Yazıcı AYYILDIZ, Adnan Menderes University, Faculty of Tourism, Aydın, e-mail: [ayazici@adu.edu.tr](mailto:ayazici@adu.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1301-2428>

### Abstract

Museums remain on the agenda as an important component of cultural experience. Gastronomic museums are one of the areas that tourists who want to have a gastronomic experience and increase their knowledge turn to. Within the scope of the study, visitor experiences in gastronomy-themed museums in Türkiye; It is aimed to present suggestions to gastronomy museums and visitors to improve their experiences by examining them in terms of service errors. Negative comments of museum visitors on the TripAdvisor site were accepted as service errors and were evaluated by content analysis. As a result of the analysis, service errors in gastronomy-themed museums; visitors, service system, employees, museum management and organization, environment. Among the negatively reported subjects, the highest rate was; The size of the service error caused by the visitor has been determined. The content, quality and taste of the food and beverages offered, the high prices, the recommendation status to other visitors, the adequacy of the content of the food and beverages offered, the disinterested attitudes and approaches of the employees were expressed by the visitors as service failures.

**Keywords:** Gastronomic Experience, Gastronomy Themed Museum, TripAdvisor, Service Failure.

**Received:** 26.03.2023

**Accepted:** 07.06.2023

### Suggested Citation:

Bekar Şimşek, G. and Ayyıldız, A. Y. (2023). Investigation of Visitor Experiences in Gastronomy Themed Museums in Terms of Service Errors, *Journal of Turkish Tourism Research*, 7(2): 266-283.

© 2023 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

## GİRİŞ

Gastronomi turizmi günümüzde hızlı bir şekilde büyümekte ve kültürel lezzetlerin tüketimi geniş ölçüde yaygınlaşmaktadır. Yiyecek içecek üreten işletmelere, yemek festivallerine, restoranlara, yemek tadımı ve özel yiyecekler sunan alanlara gerçekleştirilen seyahat deneyimleri olarak ifade edilmektedir. Gastronomi turizmi, çeşitliliği ve eklektik yapısı itibarıyla kaliteli yemekler, kurslar, tadım etkinlikleri ve gastronomi müzeleri ziyareti gibi farklı türdeki motivasyonel turizm faaliyetlerini içermektedir (Kim vd., 2020:1).

Türkiye’de son yıllarda gastronomi deneyimi yaşamak isteyen turistlerin artışı ile gastronomi temalı müzelerin popülaritesi ve ziyaretçi sayılarında artış yaşanmış bu alanda yeni müzelerin açılması hız kazanmıştır. Gastronomi turizmi deneyimlerinin kitle turizminden farklılıklar içermesi nedeniyle hizmet alımı sürecinde ve yaşantılarında farklı deneyimlerin oluşmasını beraberinde getirmiştir.

Hizmet hataları turistlerin hizmet alımı süreci ve sonucunda yaşadıkları başarısızlık ve memnuniyetsizlikleri ifade eden kapsayıcı bir tanımdır (Chuang vd., 2012:257). Gastronomi turizmi ile temalı müzelere olan ilginin artması sonucu, ziyaretçilerin müze deneyimini olumsuz etkileyebilecek etkenleri de ortaya çıkmaktadır. Örneğin; gidilen bölgenin yemek kültürünü öğrenebilmek adına gerçekleştirilen gastronomik tadım; kalabalık ve yönetsel aksaklıklar nedeniyle hayal kırıklığı ile sonuçlanabilmektedir. Bu nedenle müzelerin temel amacı ve değerlerini tehlikeye atmadan, ziyaretçi beklentilerini sürdürmek ve kaliteyi artırmak amacıyla, müze deneyimleri sürecinde ortaya çıkan hizmet hatalarını, çevrimiçi paylaşımlarını inceleyerek ortaya çıkarmak hedeflenmiştir. Çünkü ziyaretçiler memnuniyetsizliklerini ifade etmede, genellikle hizmet aldıkları işletmeyi diğer turizm deneyimleri için tercih etmeme yoluna gitmektedirler. Ancak son yıllarda sosyal medyanın ortaya çıkışı ile ziyaretçilerin tatmin durumlarını web tabanlı platformlarda yayınlamalarına imkân sağlamıştır (Su ve Teng, 2018).

Dünyanın en büyük seyahat sitesi platformlarından olan TripAdvisor üzerinde ziyaretçiler gittikleri destinasyon ve müzeler gibi pek çok yer hakkında paylaşım yapmaktadırlar (Sarı Gök Şalvarcı, 2021:123). Günümüzde yaygın olarak ziyaretçilerin çoğunun seyahate çıkmadan önce, gidecekleri destinasyona ilişkin bilgi ve yorumlar edinebilecekleri seyahat sitelerini incelemekte olduğu görülmüştür. UNWTO raporuna göre turizm etkinliklerine katılan %12’nin gastronomi amaçlı seyahat ettikleri ayrıca seyahat eden aktif turistlerin de çoğunun bölgesel yer alan müzeleri ziyaret ettikleri göz önüne serilmiştir (Demirci, 2021:1186).

Bu çalışmada gastronomi turizmi aktivitesini tematik müzeler yoluyla yaşamak isteyen ziyaretçilerin, deneyimleri sürecinde karşılaştıkları hizmet hataları; web tabanlı gezgin platformu olan TripAdvisor’a bıraktıkları olumsuz yorumlara dayalı olarak incelenmek istenmiştir. Bulgular sonucunda, ziyaretçilerin müze deneyimlerini iyileştirmek ve gelecekte yaşanacak hataların ortadan kaldırılması için yapılması gerekenlere ışık tutulacak, hizmet kalitesi ve ziyaretçi sayısının artırılmasına yönelik öneriler geliştirilecektir. Gastronomi turizm etkinliklerinin, müzelerde sürdürülebilir bir boyuta ulaşmasında kaynak bir çalışma olacaktır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### Gastronomi Müzeleri

Uluslararası Müzeler Birliği (ICOM) müzeyi; insanlığa ait somut ve somut olmayan mirası araştıran ve kapsayan, birikimi sunan, öğrenme, eğlenme, keşif amaçlı toplum hizmeti sağlayan kâr amacı gütmeyen kurumlar olarak açıklamaktadır (Lokman vd., 2022:382). Türkiye’nin müzecilikte son yıllarda müzecilikte gelişim gösterdiği görülmektedir. Sürekli değişen müzecilik

yaklaşımları ve ziyaretçi deneyiminin zenginleşmesini ön plana alan farklı türdeki müzelerin kurulması ile rekabet avantajı elde edilmektedir (Yeşilyurt ve Arıca, 2018:63). Müzelerin, kültürel varlıkları yansıtanın bir parçası olarak dünya çapında birçok insanı tatiller sırasında etkilediği bilinmektedir. Ayrıca müzeler, belirli bölge veya destinasyonların kültürel unsurlarını arayan gezginler için benzersiz deneyimler sunmaktadır. Ayrıca müzeler, öğrenmeyi ve kültürel anlayışı teşvik ederek insanlar için değer yaratma potansiyeline sahiptir (Seyitoğlu ve Alphan, 2021:414).

Gastronominin tüm insan duyularına hitap eden bir sanat şekli olduğu düşünüldüğünde doğası gereği diğer seyahat türlerinden farklılıklar içermektedir. Gastronomi turizminde; farklı gastronomik deneyimlere ve yiyecek ve içeceklerle ulaşmayı içine alan bir kavramdan bahsedilmektedir. Deneyim hizmetten farklı olarak duygu ve hayalleri de kapsayan sübjektif bir kavram olup eğitim, estetik, eğlence ve gerçeklerden kaçış boyutlarını içerir. Bu nedenle turizm destinasyonları içerdikleri gastronomik deneyimleri, turizm pazarında aktif rol üstlenmek ve farkını ortaya koymak için ön plana çıkarmaktadır.

Ziyaret edilen destinasyon, gerçek yerel kültür ve yemek deneyimleri sunduğunda bölgenin çekiciliğini artırmada, turistlerin katılımını teşvik etmede ve seyahat kararlarının olumlu olmasında ve süreç sonundaki tatminin oluşmasında benzersiz güce sahiptir. Ayrıca tekrar ziyaret etme niyeti ve akılda kalıcılığın oluşumunda oldukça etkilidir. Özellikle akılda kalıcılık faktörü için otantik yiyecek ve içeceklerin etkisi araştırmalarla görülmüştür (Primanayam vd., 2020:320).

Gastronomi deneyiminde ziyaretçiler yiyecek ve içecekler aracılığıyla tarih, kültürel alışkanlıklar, gelenekler, sosyal ilişkilere yönelik bir içgörü sağlamaktadırlar. Bu birikimler, yemek gelenekleri, yemek tüketim şekilleri, yiyecek ve içeceğin hazırlanması ve sunumu, yemeğin kültürü ve yiyecek ve içeceklerin tadımı gibi aktiviteleri yapısında barındırmaktadır (Seyitoğlu ve Alphan, 2021:414).

Belirli destinasyon ve yörelere ait yiyecek içecek kültürünü öğrenmek, araştırmak, deneyimlemek sonucu oluşan turizm faaliyetlerin tümü olarak ele alınan gastronomi turizmi (Şahin vd., 2018:70) boyunca turistler ürünlerin yanı sıra otantiklik ve kültürdeki anlamı aramakta ve bu durum memnuniyetlerinin belirleyicisi olmaktadır (Güzel ve Apaydın, 2016:401). Bu turizm türü; lezzet sunulan bölgelere, yemek festivallerine, restoranlara, yemek tadımı ve özel tatlar sunan alanlara gerçekleştirilen seyahat deneyimleri olarak tanımlanmaktadır. Gastronomi turizminin çeşitliliği ve eklettik yapısı; kaliteli yemekler, kurslar ve gastronomi müzeleri gibi farklı türdeki turizm faaliyetlerini içermektedir (Kim vd., 2020:1).

Gastronomi turizminin bileşenlerinden biri olan müzeler; bölgenin otantik kültürü ve yiyecek içecek kültürü tanınmasında ve deneyimlenmesinde, destinasyonun seçimi ve tekrar ziyaret etme isteğinin oluşmasında etkin bir role sahiptir. Yerel mutfakların tadımı ile gerçekleşen yiyecek içecek deneyimler, ziyaretçilerin eğitim ve duygusal tatmin yaşamalarına da yol açmaktadır (Keskin vd., 2020:3634).

Ülkeler arasında, gastronomi turizminin gerçekleştiği destinasyonlarda temalı müzelerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu deneyimi yaşamak isteyen turistler, gittikleri destinasyonların yemek kültürünü araştırdıkları ve bu aktarımların gerçekleştiği müzeleri ziyareti seyahatlerinin bir parçası olarak gördükleri ifade edilmiştir (Demirci, 2021:1186). Kültürel miras ve değerlerin aktarımında söz sahibi olan müzeler (Kılıç ve Gönenç Güler, 2022:93) mutfak kültürünün sözel, yazılı ve görsel açıdan desteklenerek, alışlagelmiş üretme biçimlerinin ve mutfak gereçlerinin sergilendiği ve yaşatıldığı mekanlardır (Akyürek ve Erdem, 2019:21). Ayrıca bu müzelerinin tanıtım çalışmalarında kullanılması destinasyona olan turist talebini arttırmada, bölgenin destinasyon pazarlaması için önemli katkı sağlamaktadır. Bölgenin gastronomik çekicilik ve bilinirliğinin oluşumuna da değer katmaktadır (Çetin ve Küçükkömürler, 2019:3, Savaşkan, 2021:64). Sürdürülebilirlikte güvenilir kaynak olan müzelerin, bölgenin mirası konumuna gelmiş

ürünleri tanıtmaya ve geçmişten günümüze yolculuğunu sergilemeye, gastronomi tarihini öğretmeye, gastronomi kültürünü tanıtmaya gibi misyonları üstlendiği görülmektedir. Bununla birlikte yiyecek içecek yapım tekniklerinin ve üretim aşamalarının öğretimi, üretimde kullanılan araç gereçlerin sergilenmesi, yöresel kültür ile ilişkili yiyecek ve içeceklerin tadımı, sunulan ürünlerin tarihçesinin araştırılması, ürün deneyimleme ve satın alma faaliyetlerini kapsadığı belirlenmiştir (Çavdırılı ve Adan Gök, 2020:2245, Savaşkan ve Çavuş, 2021:95).

Müzelerdeki restoranların tasarım ve işleyiş açısından müze ile paralel konumlanmış olduğu bilinmektedir. Yöreyle özgü ürünlerin kullanımının gerekliliğini vurgulayan, sosyal kuruluş olarak hareket eden temalı müzeler, gıdaları ve mutfak kültürlerini yerel kültürle ilişkilendiren, hizmet sunduğu restoranlarında duyuşsal gastronomik deneyim yaşama imkanı veren, kültürel bilgi ve eğitimin önemli bir uzantısı olarak düşünölmektedir (Eerang vd., 2020:131-133).

Dünyada yer alan gastronomi temalı müzelerine kıyasla, zengin bir yeme-içme kültürüne sahip olunduğı düşünöldüğünde, temalı müzelerin sayısal ve niteliksel yönlerden yetersiz kaldığı görölmektedir (Sandıkçı vd., 2019:3046). Yılmaz ve Şenel (2014:501) müzeleri; popüler kültür, endüstriyel miras ve kültürel olarak, Akyürek ve Erdem (2019:21) mutfak kültürü ve üretim, tarım ürünleri, içecek temelli müzeler olarak sınıflandırmışlardır. Bu çalışmada incelenen müzelerin Tablo 1’de gösterildiğı üzere gastronomik deneyim, yerel kültürün tanıtımı, ürün, üretim yöntem ve tekniklerini temsil ettiği görölmektedir.

Lokman, (2022), Sezgin ve Akbiyuk, (2021), Demirci, (2021), Sarı ve Şalvarcı, (2020), Akyürek ve Erdem, (2019), Ceyhun Sezgin ve Şanlıer (2018), Özer Şahin, (2017), Sandıkçı vd., (2019a), Çekal vd., (2022), Mankan, (2017) yararlanılarak geliştirilmiştir.

Şahinoğlu (2015:157) somut olmayan kültürel mirasın yaşatılmasında mutfak müzelerinin önemine dikkat çekmiş, Aksoy ve Sezgi (2015:82) gastronomi turizmi yapan ziyaretçilerin gastronomi tarihi gelenekleri ve üretim teknikleri hakkında bilgi edinebilecekleri müzeleri görmek istediklerini vurgulamışlardır. Bekar vd., (2017:465) Marmaris Bal Evini inceledikleri çalışmalarında müzenin yerel turizme getirileri ve gastronomik çekicilikteki rolü araştırarak apiturizm ve müzecilik için öneriler geliştirmişlerdir. Şahin ve Aydın (2017:180) Oleatrium Müzesi ile ilgili müzenin ziyaretçi ve çocuklara sağladıkları eğitim içerikli deneyimine vurgu yapmışlardır. Mankan (2017:641) ülkedeki ve dünyadaki gastronomi müzelerinin konumunu araştırarak bu müzelerin iyileştirilmesinde tanıtım ve yenileme çalışmalarına ihtiyaç duyduğunu sergilemiştir. Yeşilyurt ve Arıca (2018:60) Emine Göğüş Mutfak müzesini deneyimleyen kişilerin yorumları açısından incelemiş, yerel kültürü tanıtan ve bilgilendiren yemekleri öğrenmekten aldıkları deneyimden çok etkilendiklerini bildirmişlerdir. Akyürek ve Erdem (2019:17) Gümüşhane iline kazandırılmak istenen gastronomi müzesi için dünya ve ülke çapındaki temalı müzeleri inceleyerek bölgenin gastronomik ürün potansiyeline ışık tutmuştur. Sandıkçı vd., (2019:1210) ülkedeki gastronomi temalı müzeler arasındaki hizmet farklılıklarını odağı almışlardır. Ayrıca Emine Göğüş Mutfak müzesinin ürün sergileme yöntemleri arasından dinamik sergileme örneğı olan video stilini seçtiklerini ortaya koymuşlardır.

Çavdırılı Adan ve Gök (2020:2241) Köstem Zeytinyağı Müzesi’nin kültürel mirasın katkısını araştırdıkları görüşme temelli araştırmalarında müzenin kültürel birikimi koruma ve gelecek kuşaklara aktarmadaki etkisini desteklemişlerdir. Kendir (2020:408) çalışmasında gastronomik tescilli bir ürün olan Edirne Tava ciğereinin tadımı sonrası oluşan ziyaretçi görüşlerine dayalı olarak yaptıkları içerik analizi çalışmasında, olumsuz yorum olarak servis edilen ürünün içeriğı ile ilgili kuru, lezzeti az ve fiyatı yüksek gibi yorumlar ile karşılaşmışlardır. Sarı Gök ve Şalvarcı (2020:120) gastronomi temalı müzeler hakkındaki ziyaretçi yorumlarını analiz ettikleri çalışmalarında müzenin yapısına ilişkin estetik temasının ziyaretçiler için önemli bulunduğunu tespit etmişlerdir. Keskin vd., (2020:3633) Gaziantep’e kültür turizmi için giden ziyaretçilerin

unutulmaz deneyim olarak özel ve lezzetli yemeklerin yüksek değer aldığı yaratarak davranış niyetine olumlu katkılar yaptıklarını tespit etmişlerdir. Akbulut ve Yazıcıoğlu (2020:100) Konya ilinin gastronomik görünümünün destinasyon imajı ve marka algılaması üzerindeki faktörleri belirledikleri çalışmada etli ekmek ve bamya çorbasının öne çıktığı saptanmıştır. Eerang vd., (2020:130) yemek müzelerini ziyaret eden turistlerin motivasyonlarının altında yatan nedenleri ortaya koydukları çalışmada bireysel olarak gerçekleştirilen duyuşsal ve somut deneyimlerden oluştuğu sonucuna varmışlardır. Primanayam vd., (2020:316) yerel yiyecek ve içeceklerin unutulmaz turizm deneyimi sunmada memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde olumlu yönde etkiler tespit etmişlerdir.

**Tablo 1.** Türkiye’deki Gastronomi Temalı Müzeler

Müze Adı	Bulunduđu İl	Kuruluş Yılı	Tema
Balık Müzesi	İstanbul	1991	Deniz Ürünleri
Adatepe Zeytinyağı Müzesi	Çanakkale	2001	Zeytinyağı,
Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi	Tekirdağ	2003	Şarap
Polonezköy Arıcılık Müzesi	İstanbul	2004	Arıcılık Malzemeleri / Bal Üretimi
Mutfak Sanatları Akademisi Gastronomi Müzesi	İstanbul	2004	Mutfak Gereçleri
Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi	Balıkesir	2005	Zeytinyağı
Halk Ekmek Müzesi	Ankara	2007	Ekmek Yapımı
Emine Göğüs Mutfak Müzesi	Gaziantep	2008	Yöreye Özgü Mutfak Kültürü
Çine Arıcılık Müzesi	Aydın	2010	Arıcılık
Atatürk Orman Çiftliği Şarap Müzesi	Ankara	2010	Şarap, Turşu, Sirke
Özel Muğla Arıcılık Müzesi	Muğla	2010	Arıcılık
Eko Zavot Peynir Müzesi	Kars	2011	Peynir
Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi	Şanlıurfa	2011	Yöresel Mutfak Kültürü
Tarihi Erzurum Evleri Restoran Müze	Erzurum	2011	Mutfak Kültürü
Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	Aydın	2012	Zeytin ve Zeytinyağı
Marmaris Bal Evi Müzesi	Muğla	2012	Bal
Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi	Hatay	2012	Tıbbi Aromatik Bitkiler ve Baharatlar
Egea Zeytinyağı Müzesi	Manisa	2013	Zeytin ve zeytinyağı
Pelit Çikolata Müzesi	İstanbul	2014	Çikolata
Marmaris Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi	Muğla	2015	Mutfak Kültürü
Gaziantep Baklava Müzesi	Gaziantep	2016	Baklava
Bıçak Müzesi	Bursa	2017	Bıçak
Köstem Zeytinyağı Müzesi	İzmir	2017	Zeytinyağı
Altınözü Tokaçlı Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi	Altınözü/Hatay	2017	Zeytinyağı Üretimi / Tarişçesi
Dulkadiroğlu Tematik Mutfak Müzesi	Kahramanmaraş	2017	Yöresel Mutfak Kültürü
Özel Yörük Müzesi	Antalya	2017	Mutfak Kültürü
Türk Lezzet Müzesi	İstanbul	2018	Yerel Yemek
UNESCO Hatay Gastronomi Evi	Hatay	2019	Yöresel Mutfak Kültürü
Dondurma Müzesi	Kahramanmaraş	2019	Dondurma
Safranbolu Çikolata Müzesi	Safranbolu	2019	Çikolata Üretimi / Ekipmanları
Safranbolu Kahve Müzesi	Safranbolu	2019	Kahve Tarişçesi / Ekipmanları
Hayrabolu Şalgamlı Tarım Müzesi	Tekirdağ	2019	Şarap, Turşu, Sirke
Buğday Müzesi	Malatya	2020	Buğday ve Üretilen Gıdalar
Bursa Çikolata Müzesi	Bursa	2021	Çikolata
My Chocolate Bodrum Çikolata Müzesi	Muğla	2021	Çikolata
Ayvalık Zeytinyağı Müzesi	Ayvalık	2022	Zeytinyağı Üretimi / Ekipmanları
Çaykur Çay Müzesi	Rize	2002	Çay ve Üretim

Savaşkan ve Çavuş (2021:93) Adatepe Zeytinyağı Müzesinin ziyaretçi deneyimlerini TripAdvisor üzerinden analiz ederek müzeye ilişkin eğitim ve estetik boyutun olumlu yorumlar arasında bildirildiği ayrıca az da olsa olumsuz olarak çalışan, alışveriş ve bina ile ilgili yorumların varlığı gözlenmiştir. Seyitoğlu ve Alphan (2021:413) çay ve kahve müzesinde gastronomik deneyim yaşayan ziyaretçilerin olumsuz yorum olarak personel tavır ve yetenekleri, yabancı dil bilgileri ve temizlik konularını sorun olarak gördüklerini rapor etmişlerdir. Özer Şahin ve Aydın (2021:459) Muğla Arıcılık Müzesi’nin gelişimine katkı sağlayacak araştırmalarında, arıcılığın turizm sektörü için önemini ve atılması gereken adımları bildirmişlerdir. Demirci (2021:1184) gastronomi müzelerinin web sitelerini analiz ederek sitelerin müşteri ilişkileri, kurumsal marka

kimliği ve tasarım yönünden yetersiz düzeyde kaldıklarını belirlemişlerdir. Ceyhun Sezgin ve Akbıyuk (2021:153) dünyanın farklı yerlerdeki gastronomi müzelerini ele aldıkları çalışmada bu müzelerin destinasyonun pazarlanması ve turizm potansiyeline yaptıkları katkıda cazibe rolüne atıf yapmışlardır. Kurt ve Arslan Ayazlar (2021:1286) Gaziantep Mutfak Müzesi ziyaretçi profilinin çoğunlukla İstanbul'dan seyahat eden genç yaş grubundan oluştuğunu ortaya koymuşlardır.

Çekal vd., (2022:1655) ülkede bulunan gastronomi temasına sahip müzeleri ayrıntılı şekilde inceleyerek bu alanda farkındalığın artırılmasına olan ihtiyaca dikkat çekmişlerdir. Lokman vd., (2022:380) Türkiye'nin zeytinyağı ile ilgili ilk müzesi olma unvanı taşıyan Adatepe Zeytinyağı Müzesini bölge turizm etkinliklerini artırmadaki katkısını ve çekim unsuru olma rolünü ele almışlardır. Kırbac ve Bucak (2022:581) Eko Müze Kars Zavot Peynir Müzesi'nin yerel turizmdeki çekicilik rolünü, turistik aktivite oluşturma ve gastronomik marka değeri yaratma yeteneğini incelemişlerdir.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde, gastronomi temalı müzelerin; sürdürülebilir turizm faaliyetlerinde, son yıllarda yükselen değer olarak ifade edilen gastronomi turizmi için önemine vurgu yapılmıştır. Özellikle temalı müzeleri; kültürel mirasın aktarımının sağlanmasında, destinasyon seçiminde cazibe unsuru olarak anılmasında, ziyaretçilerin merak, öğrenme, tadım gibi önemli deneyimlerini gerçekleştirmelerindeki rolüne dikkat çekilmiştir. Gelecekte farkındalığın artırılması için müzelerin sayısının ve niteliğinin zenginleştirilmesine olan ihtiyaç gözler önüne serilmiştir.

## Hizmet Hataları

Süreç odaklı bir etkinlik olan turizm faaliyetlerinde hizmet alımı ve hizmetin sunumu sırasında bazı sorunların yaşanması kaçınılmaz görülmektedir. Hizmet hatası kavramı; müşteri deneyimi sırasında hizmetle ilgili yaşanan ve beklentilerin karşılanamamasından doğan bir sorun, eksiklik ve memnuniyetsizlik olarak açıklanmaktadır (Temiz ve Kurtoğlu, 2021:363).

Hizmet hataları farklı aşamalarda ortaya çıkmakta, süreç içerisinde hizmet karşılaşmalarının yoğun yaşandığı zamanlarda kendini göstermektedir. Hizmetin sunumundan, müşteri beklentilerinin karşılanmamasından, iş görenin tutum ve tavırlarından, kurumun organizasyon yapısından kaynaklanan hatalar ile kurumun fiziki şartlarından kaynaklanan ergonomik koşullar hizmet hataları olarak sınıflandırılmaktadır (Akgöz ve Krasnikova, 2020:449).

Müzelerin hizmet kalitesini anlamada, hizmetten duyulan memnuniyetin yanında, aksaklıklardan kaynaklanan memnuniyetsizliği anlamak da önemlidir. Hizmet hataları müşteri beklentilerinin altında kalan hizmet performanslarını göstermektedir. Hizmet başarısızlığının sonuçları arasında olumsuz ağızdan ağıza iletişim ve şikayetler en yaygın iki memnuniyetsizlik sonrası oluşan davranışlardır.

Literatürde hizmet hataları ve şikayetlerini çevrimiçi platformlar yoluyla araştırıldığı çalışmalar incelendiğinde; Chuang vd., (2012:257) hizmet hataları ile karşılaşan müşterilerin ekonomik kaynaklı telafi çabalarından daha fazla memnun olduklarını, süreçte karşılaştıkları hataların telafisinde ise psikolojik kaynaklı telafi stratejilerinin işe yaradığını bildirmişlerdir. Hizmet hatası boyutlarının ziyaretçilerin olumsuz yorumlarına dayalı olarak keşfedilip tanımlanması hatanın telafisine yönelik adımlara destek olmaktadır (Su ve Teng, 2018:216).

Şahin ve Şad (2018:199) Türkiye'de popüler ve ziyaretçi sayısı en fazla olan müzelerin şikâyet yorumlarını analiz ettiğinde %14 oranında ortaya çıkarılan olumsuz yorumun çevre, bina ve ziyaretçi kaynaklı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Su ve Teng (2018:215) müze hizmet hatalarını

belirlemek istemiş ve girişte beklenen sıralar, kalabalık kaynaklı sorunlar ve çalışanlardan kaynaklı sıkıntıları hata olarak belirtmişlerdir.

Koç (2019:513) hizmet hataları ve telafilerinde örgütsel vatandaşlık, işlem analizi, duygusal zekâ, stres, tükenmişlik, duygusal zekâ, gibi kavramların birlikte değerlendirilerek geliştirilmesinin altını çizmiştir. Şahin vd., (2019:68) Alaçatı'daki restoranlarda hizmet alan misafirlerin en çok fiyatın yüksek olmasından, verilen hizmetin fiyatı karşılamamasından ve fiyat bilgisinin menülerde yer almamasından şikâyetçi olduklarını bildirmişlerdir.

Yazıcı Ayyıldız ve Baykal (2020:2660) tarafından konaklama işletmelerinde olumsuz bildirilen durumlar incelendiğinde; çalışanların tavırları, yemeğin lezzetli ve çeşide sahip olması, odaların temizlik ve düzeni olarak bildirilmiştir. Akdu ve Cengiz (2020:4413) konaklama işletmelerinde hizmet sunumu sırasında şikâyet yoluyla bildirilen hataları incelemiş, hizmet kalitesi ve kurumsal imaja yönelik algıların negatif olduğunu ve özellikle telafi etmede özür dilemenin önemini vurgulamışlardır. Krasnikova ve Akgöz (2020:446) konaklama işletmelerinde hizmet hataları ile karşılaşan misafirlerin işletmeye tekrar ziyaret etme niyetlerinin olmadığını belirlemişlerdir. Erdoğan Tarakçı ve Göktaş (2020:259) turizm işletmelerinde çalışan kaynaklı hatalar ile işletme yönetiminin yarattığı hizmet hatalarının müşteri memnuniyetsizliğini ortaya çıkarmada etkin olduğu, hata telafisinde odaya yemek servisi, ücretsiz ala carte yemeği ve indirim uygulamalarının etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Demirdelen Alrawadeih (2021:15) tarihi müzelere yönelik çevrimiçi şikâyetleri incelediği çalışmasında yönetsel sorunlar, ziyaretçiler ve müze deneyiminden kaynaklanan sorunların sıklıkla dile getirildiğini tespit etmişlerdir. Kırıcı Tekeli ve Tekeli (2021:55) Sarıkamış kış otellerinin hizmet kalitelerini artırmada TripAdvisor sitesinden elde ettikleri olumsuz görüşlere odaklanmış, hizmetin doğru ve güvenli bulunmaması, yemeklerin lezzetini düşük ve çeşitliliğinin az olması, kahvaltı servisinde yöresel yiyeceklere yer verilmemesi, sıcak içeceklerin yetersiz ölçüde servis edilmemesi gibi konuların yüksek düzeyde şikâyet konusu olduğunu belirlemişlerdir. Lee vd., (2021:1) engelli turistlerin duygusal değerlendirmeler sonucunda temel hizmet hataları ve kişilerarası hizmet hatalarının açıklanmasında anlamlı ilişkiler ortaya koymuşlardır. Tavukçuoğlu ve Atay (2021:173) konaklama işletmelerinde yer alan animasyon etkinliklerine yönelik TripAdvisor üzerinden elde ettikleri yorumlar üzerinden yaptıkları çalışma sonucunda; animasyon aktivitelerinin yetersiz düzeyde, rutin ve düşük kalitede algılandığını göstermişlerdir.

Rosouli vd., (2022:662) müşteri affetme ve ihanet duyguları arasındaki ilişkinin restoran hizmet hatalarında restoran itibarının kaybına olan etkisini, hizmet hatasın oluştuktan sonra müşteriye gönderilen özür mektubunun müşteri affetmesi üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde; hizmet hatalarının, özellikle müşterilerin olumsuz yorum ve deneyimlerinin analizi üzerine belirlendiği görülmüştür. Ortaya çıkan ve bu hataların daha çok çalışan, ziyaretçi ve fiziki şartlardan kaynaklandığı tespit edilmiş ve ziyaretçilerin memnuniyet, tekrar ziyaret etme ve satın alma davranışlarını etkilediği görülmüştür. Hizmet hatalarının telafisinde uygulanan stratejilerin ziyaretçilerin duygusal ve zihinsel durumlarına büyük ölçüde etkileme gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir.

## **ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Türkiye'de bulunan gastronomi temalı müzeleri ziyaret edenlerin deneyimleri; hizmet hataları yönünden incelenerek, gastronomi müzelerine ve ziyaretçilerine deneyimlerini geliştirici öneriler



sunulması amaçlanmıştır. Ziyaretçilerin müze deneyimlerini iyileştirmek ve gelecekte yaşanacak hataların ortadan kaldırılması için yapılması gerekenlerin ortaya konacağı çalışma ile müzelerin hizmet kalitesi ve ziyaretçi sayısının artırılması hedeflenmektedir.

Araştırmada gastronomi müzelerindeki ziyaretçi deneyimleri, hizmet hatası yönünden nitel araştırma uygulamalarından içerik analizi ile incelenmiştir. İçerik analizi; sözlü ve yazılı metinler ve diğer belgelerin sistemli ve objektif bir şekilde incelendiği nitel yöntemlerden bir yaklaşımdır (Ünal ve Çelen, 2021:267). Bu doğrultuda TripAdvisor seyahat sitesinde gastronomi temalı müzelerin ziyaretçi yorumları incelenmiş ve müze deneyimine yönelik yapılan yorumlar arasından hizmet hatasını temsil edecek olumsuz yorumlar çalışmaya dahil edilmiştir. Toplanan yorumlar, araştırmanın verileri olup doküman analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir.

Doküman analizi; metinlerin değerlendirilme sonucunda anlamlı yorumlar kazandırılmasını amaçlayan bir yaklaşımı ifade etmektedir. Doküman kaynağı; dergi, gazete, kitap, bilgisayar, film veya internet aracılığıyla elektronik ortamlardaki; e-postalar, bloglar, sosyal medya platformları, web siteleri vb. gibi web tabanlı kaynaklardan da oluşabilmektedir. Doküman analizi sonucundaki, elde edilen görsel ve yazılı belgeler veri kaynağını oluşturarak ayrıntılı analize tabi tutulmaktadır (Tavukçuoğlu ve Atay, 2021:177).

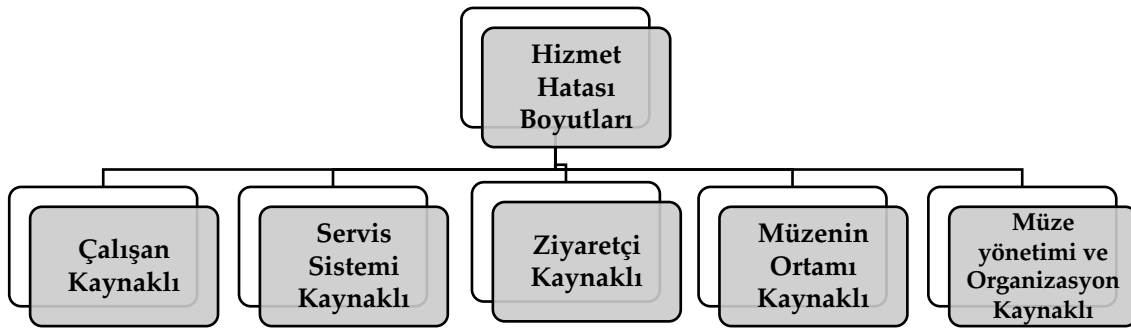
**Tablo 2.** Gastronomi Temalı Müzelerdeki Ziyaretçi Deneyimlerine Yönelik Trip Advisor Sitesinde Yer Alan Olumsuz Yorumlar

Müzenin Adı	Orta	Kötü	Berbat	Toplam
Adatepe Zeytinyağı Müzesi	12	1	0	13
Kutman Şarap Müzesi	2	2	0	4
Emine Göğüş Mutfak Müzesi	56	15	3	74
Marmaris Bal Evi	2	1	1	4
Eko Müze Zavot	5	2	2	9
Tarihi Erzurum Evleri	45	10	27	82
Hatay Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi	4	1	1	6
Hatay Unesco Gastronomi Evi	8	5	7	20
Köstem Zeytinyağı Müzesi	1	0	0	1
Egea Zeytinyağı Müzesi	4	2	1	7
Pelit Çikolata Müzesi	16	5	3	24
Marmaris Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi	1	0	1	2
Mutfak Sanatları Akademisi	1	0	0	1
Gaziantep Mutfak Sanatları Müzesi	20	8	20	48
Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi	1	0	0	1
Türk Lezzet Müzesi	2	0	0	2
Dondurma Müzesi	2	0	0	2
Bursa Çikolata Müzesi	1	1	0	2
Safranbolu Kahve Müzesi	2	0	0	2
Toplam	185	53	66	304

Çalışma kapsamında öncelikle gastronomi temalı müzelerinin listesi oluşturulmuş ve TripAdvisor seyahat sitesinde ziyaretçi yorumu alanlar araştırmaya dâhil edilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde; Türkiye’de gastronomi temalı toplam 37 müze olduğu görülmektedir. Müzelerin tema dağılımlarına bakıldığında en fazla dokuz müze ile mutfak kültürü müzesi, yedi adet zeytinyağı müzesi, dört adet çikolata müze, üç adet şarap temalı müze, üç tane arıcılık müzesi, bir tane bıçak, bal, çay, ekmek, buğday, peynir, dondurma, kahve, baklava, balık, tıbbi ve aromatik bitkiler müzesi bulunmaktadır. Bu müzeler içinden olumsuz yoruma sahip olan 19 gastronomi temalı müze araştırmanın örneklemini oluşturmuş, çalışmada Mart 2013-Ocak 2023 arasında yapılmış olan toplamda 304 yorum ele alınmıştır. Yorumlar içerik ve doküman analizi ile değerlendirilmiş ve araştırmanın tema ve boyutları oluşturulmuştur.

## BULGULAR

TripAdvisor seyahat sitesinden elde edilen veriler gastronomi müze ziyaretçilerinin bırakmış olduğu olumsuz yorumları içermektedir. Yorumlar analiz edildiğinde; gastronomi temalı müzelerde yaşanan hizmet hataları boyut ve temaları keşfedilerek ortaya konulmuştur. Yapılan analizler sonrasında karşılaşılan hizmet hataları boyutlarının ziyaretçi (%36,2), servis sistemi (%35,4), çalışan (%13,5), müze yönetimi ve organizasyon (%10), müzenin ortamı (%4,8) kaynaklı hizmet hataları olduğu ortaya konulmuştur. En yüksek olumsuz yorum alan boyutun ziyaretçi kaynaklı hizmet hatası boyutu olduğu görülmüş, tüm boyutlar içinde sunulan yiyecek ve içeceklerin içeriği, kalitesi ve lezzeti (%9,9), fiyatların yüksek bulunması (%9,7), diğer ziyaretçilere tavsiye durumu (%9,4), sunulan yiyecek ve içeceklerin içerik porsiyon yeterliliği (%7,7), çalışanların ilgisiz tavır ve yaklaşımları (%6,9) temaları tespit edilmiştir.



**Sekil 1.** Araştırma Kapsamında Ortaya Çıkan Gastronomi Temalı Müze Hizmet Hataları Tema ve Boyutları

**Tablo 3.** Ziyaretçi Kaynaklı Hizmet Hataları

Ziyaretçi Kaynaklı Hizmet Hataları	f	%	Ziyaretçi İfadeleri Örnekleri
Diğer Ziyaretçilere Tavsiye Durumu	37	9,4	Yöresel yemekler başta olmak üzere tüm yemekler için asla tercih edilmemesi gerekir
Fiyatların Yüksek Bulunması	38	9,7	Fiyatlar gereksiz yüksek
Beğeni-Memnuniyet Algısı	29	7,4	Büyük merakla gittik ama büyük hayal kırıklığı oldu
Müzenin İçeriği ile İlgili Düşünceler	22	5,6	Biz gezmek için girdiğimizde maalesef yemek kültürünü yansıtmadığını gördük, benim beklentim rehber turunun biraz daha zengin olması
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	16	4,1	Misafirperverlikten eser yok asla gitmeyeceğim yerlerin başında geliyor

Tablo 3 incelendiğinde ziyaretçi kaynaklı hizmet hataları arasında en çok olumsuz yorum alan temanın, müzeyi ziyaret etme potansiyeline sahip ziyaretçilere yönelik bırakılan olumsuz ifadelerden oluştuğu görülmüştür. “Maalesef hem zaman hem para kaybı oldu, tavsiye etmiyorum” gibi ifadelerin sıklıkla tekrarlandığı görülmüştür. Beklenti içinde geline müze ziyaretlerinden istenilen düzeyde tatminin alınamaması ifadelerine yansımıştır. Fiyatların yüksek bulunması dikkate değer hizmet hatalarının başında gelmektedir. Ziyaretçi sayısını artırmak isteyen müzeler için fiyatların herkes için ortalama standartlara getirilmesi ihtiyaç olarak belirtilmiştir. “Hayal kırıklığı” ifadelerin büyük ölçüde tekrarlandığı, beğeni- memnuniyet temasında müzelerin ziyaretçi beklentilerini karşılamada yetersiz kaldığı gösterilmiştir. Müzenin içeriğinin, gastronomi turizm odaklı deneyim yaşamak isteyen turistler için tatminlerinin epey altında kaldığı “Biz gezmek için girdiğimizde maalesef yemek kültürünü yansıtmadığını gördük, benim beklentim rehber turunun biraz daha zengin olması” ifadeleri ile ortaya konmuştur. Bununla birlikte tekrar ziyaret etme niyetine yönelik müzeye gelenler “asla gelmeyeceğim yerlerin başında geliyor” gibi yorumlar kullanmışlardır.

**Tablo 4.** Servis Sistemi Kaynaklı Hizmet Hataları

Servis Sistemi Kaynaklı Hizmet Hataları	f	%	Ziyaretçi İfadeleri Örnekleri
Servis edilen yiyecek ve içeceklerin içeriği, kalitesi ve lezzeti	39	9,9	Herhangi bir esnaf lokantasında çok daha lezzetli yemekler var. Mezeler idare ederdi ama et yemekleri tam bir fiyasko. 5 kişi gittik, kimse ana yemeğini bitiremedi. Böyle rezil et anlayışı olmaz. Ne baharatı var ne pişmesine dikkat edilmiş
Servis edilen yiyecek ve içeceklerin içerik porsiyon yeterliliği	30	7,7	Tadım tabağı tam anlamıyla tadım için ikinci lokma yok ve yeterli çeşit olmadığını düşünüyorum.
Servis hizmetinin kalitesi kaynaklı hatalar	20	5,1	Kısacası korkunç bir servis
Servis hizmetinin eksik ve hatalı olmasından kaynaklı hatalar	15	3,8	Hem de sıcak olmadı gereken yemekler buz gibi geldi
Servis hizmetinin zamanlaması ve yaşanan gecikme kaynaklı hatalar	12	3,0	Çok çok servisleri kötü yarım saat oturduk kimse gelmedi bile servise için, Fakat kendimde işletmecilik yapmış biri olarak bu kadar kötü ve yavaş servis asla görmedim
Servis hizmet alanının temiz ve hijyeni ile ilgili sorunlar	10	2,6	İğrenç masalar, tozlu yerler var. Hayatımda gittiğim en iğrenç yer.
Sunulan yiyecek ve içeceklerin otantikliği ve kültürü yansıtmaması	8	2,0	Yemeklerin yöreyi temsil etmekle alakası yok
Servis alanı ve oturma düzeni ile ilgili	5	1,3	Çok iç içe

Servis sisteminden kaynaklanan hatalar incelendiğinde; ziyaretçiler tarafından müze restoranlarında sunulan yiyecek ve içeceklerin lezzet ve kalitesinden duyulan memnuniyetin hizmet süreci ve sonucuna yansıdığı tespit edilmiş olup “yemek kalitesi ve lezzeti kötü” ifadeleri ön plana çıkmıştır. Ziyaretçiler tarafından en fazla olumsuz olarak bildirilen servis edilen yemeklerin porsiyon büyüklükleri ve miktarları olmuş “normal porsiyonların dahi tadım tabağı gibi” ifadeleri beraberinde getirmiştir. Servisin kalitesi; sunum ve servis şekilleri, ikramlar yönünden değerlendirilmiş “berbat servis” ifadelerinin yinelenildiği görülmüştür. Hazırlanan yemeklerin servisinde sıcaklığa uyulmaması, siparişin eksik sunulması, sipariş edilen yiyecek içecek yerine farklı ürünlerin sunulması gibi durumlarının belirlendiği servis hizmetinin eksik ve hatalı olmasından kaynaklanan hataların, ziyaretçilerin memnuniyetlerini büyük ölçüde etkilediği saptanmıştır. Ziyaretçi tarafından istenen yiyecek ve içeceklerin zamanında getirilmemesi ve fazla bekletilme kaynaklı hataların tekrar ziyaret etme niyetine olumsuz yansıdığı belirlenmiştir. Restoran alanının temizlik ve hijyen durumları ile sunulan yemeklerin yerel kültürü yansıtmaması ziyaretçilere hayal kırıklığı yaşatmıştır. Bununla birlikte restoran yemek alanının düzeninin yemekten duyulan tatmini etkilediği belirlenmiştir.

**Tablo 5.** Çalışan Kaynaklı Hizmet Hataları

Çalışan Kaynaklı Hizmet Hataları	f	%	Ziyaretçi İfadeleri Örnekleri
Çalışanların İlgisiz Tavrı ve Yaklaşımları	27	6,9	“Garsonlar insanın yüzüne bile bakmıyor”
Çalışanların Kaba ve Saygısız Tavrıları	18	4,6	“Nezaketsiz garsonlarla dünyanın en güzel yemeğini yiyeceğimi bilsem (ki o da yok) bir daha gitmem”
Çalışanların Güler Yüzlü Olmaması	4	1,0	“Garsonlardan güler yüz beklemiyorduk ama suratsız olmalarını da beklemiyorduk”
Çalışanların Eğitimi ve Kalitesi	4	1,0	“Çok kötü düşük bir seviyede personel”

Ziyaretçilerin memnuniyet ve müzeden aldıkları tatmini en çok etkileyen durumların başında gelen çalışanlara ilişkin davranışlar arasında; çalışanların hizmet süreçlerinde ilgisiz tavır ve yaklaşımları gelmiştir. “Servis personelinin sipariş esnasında ziyaretçilerin yüzüne bakmaması” en çok hata olarak bildirilen konular arasında dikkati çekmiştir. Çalışanların kaba ve saygısız davranışları, yerel yemeklerin tadımı esnasında alınan zevk ve heyecanı azaltıcı yönde etki göstermiştir. Çalışanların güler yüzlü olmamaları “Garsonlardan güler yüz beklemiyorduk ama suratsız olmalarını da beklemiyorduk” yorumu ile duyulan memnuniyetsizlik dile getirilmiş,

çalışanların nitelik olarak istenilen kalitede olmamaları “Çok kötü düşük bir seviyede personel” söylemi ile hizmetin kalitesine yansıyan diğer hususları meydana getirmiştir.

**Tablo 6.** Müze Yönetimi ve Organizasyonu Kaynaklı Hizmet Hataları

Müze Yönetimi ve Organizasyonu Kaynaklı Hizmet Hataları	f	%	Ziyaretçi İfadeleri Örnekleri
İşletme-yönetim kaynaklı durumlar	16	4,1	Müdürlerine bu konuyu söyledik bizi tersledi. Bu nasıl esnaflık bu nasıl kültür anlayamadım.
Rezervasyon ve sipariş takibi ile ilgili sorunlar	9	2,3	Bir gün öncesinden işletmeye gidip rezervasyon yaptırdığımız halde mekâna almıyorlar küstah bir şekilde etkinlik var iki saate biter diyorlar
Ödeme ile ilgili durumlar	7	1,8	Temassız özelliği olan kartınız yoksa giremiyorsunuz
Giriş ücreti	7	1,8	Müze Giriş Ücreti Ortalamanın Biraz Üzerinde.

Müze yönetimi ve organizasyondan kaynaklanan hatalar her ne kadar ziyaretçi ve çalışan kaynaklı hizmet hataları kadar ön plana çıkmasa da hizmet alımı sürecinde aksaklık ve problemlerin yaşanmasına neden olabilmektedir. Özellikle müze ve müzeye ait restoranın işletilmesinden sorumlu kişi ve yöneticilerin kişilik özellikleri, bilgi ve deneyim eksiklikleri, organizasyon yapma becerilerinin düşük olması ve ziyaretçi iletişimde yetkin olmama gibi konuların yol açtığı durumlar müzeden alınan tatmin, beğeni ve tekrar ziyaret etme niyetine yansımıştır. Bununla birlikte rezervasyon ve sipariş takibi gibi sorunların etkili bir şekilde yönetilememesi ziyaretçilerin güvenini düşüren etkenler olarak gözlenmiştir. Ayrıca giriş ücretleri bazı ziyaretçiler tarafından yüksek bulunmuş ve olumsuz bir durum olarak ifade edilmiştir. Ödeme sırasında yaşanan aksaklıkların giderilememesi, hizmetin alım sürecini yavaşlattığı tespit edilmiştir.

**Tablo 7.** Müzenin Ortamından Kaynaklı Hizmet Hataları

Müzenin Ortamından Kaynaklanan Hizmet Hataları	f	%	Ziyaretçi İfadeleri Örnekleri
Temizlik ve Hijyen	6	1,5	Bir de alt kattaki tuvaletlerin kokusundan acayip rahatsız olduk.
Müzenin iç kısmının boyutları	6	1,5	Aman aman bir müze olmamakla birlikte gezmesi çok
Aile dostu mekân olması	4	1,0	Bununla birlikte içerisinde mescit ve çocuk workshop alanı için yer ayrılmışken, bebek bakım odasının olmamasının da çok ciddi bir eksiklik olduğunu düşünüyorum
Müzik yayınının kalitesi	3	0,8	Cansız müzik...

Müze ortamından kaynaklanan hizmet hatalarında ziyaretçiler tarafından temizlik ve hijyen ile ilgili rahatsız olunan durumlar olarak belirlenmiştir. Gastronomi müzeleri söz konusu olduğunda bu temadan duyulan rahatsızlık özellikle tuvalet koku ve hijyeni konusunda ifade edilmiştir. Aileler için çocukların rahat edeceği yaşanabilir keyif alınabilir ortamlar olarak gördükleri müzelerde bebek bakım odasının bulunmaması ve diğer müşterilerden kaynaklı görgü kurallarına uyulmaması aile dostu mekân olunmaması, hizmet hatası olarak bildirilmiştir. Müzik yayınının kalitesinin, ambiyansı etkilediği ifade edilmiş ve sorun olarak ziyaretçiler tarafından bildirilmiştir.

## TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada gastronomi turizmi aktivitesini tematik müzeler yoluyla yaşamak isteyen ziyaretçilerin deneyimleri; karşılaştıkları hizmet hataları TripAdvisor’a bıraktıkları olumsuz yorumlara dayalı olarak ortaya konulmuştur. Araştırma ile ziyaretçilerin müze deneyimlerini iyileştirme ve gelecekte yaşanacak hataların ortadan kaldırılması için yapılması gerekenler ile

müzelerin hizmet kalitesi ve ziyaretçi sayısının artırılmasına yönelik öneriler geliştirilmek istenmiştir.

Araştırmada elde edilen sonuçlar; ziyaretçilerin TripAdvisor seyahat sitesine bıraktıkları olumsuz yorumlar, araştırmanın verileri olarak içerik analizi ile incelenmiş, çalışmanın tema ve boyutlarını oluşturmuştur. Analiz sonuçlarına göre; gastronomi temalı müzelerde karşılaşılan hizmet hataları boyutlarının ziyaretçi, servis sistemi, çalışan, müze yönetimi ve organizasyon, müzenin ortamı kaynaklı olduğu ortaya konulmuştur.

En yüksek olumsuz yorum alan boyutun ziyaretçi kaynaklı hizmet hatası boyutu olduğu belirlenmiş, boyutlar arasında sunulan yiyecek ve içeceklerin lezzeti, içeriği, kalitesi ile fiyatların yüksek bulunması, diğer ziyaretçilere tavsiye durumu, sunulan yiyecek ve içeceklerin içerik porsiyon yeterliliği, çalışanların ilgisiz tavır ve yaklaşımları sıklıkla ifade edilen konular arasında yerini almıştır.

Şahinoğlu (2015:156) iki farklı müzeyi karşılaştırdığı çalışmasında; ziyaretçilerden giriş ücretinin alınmaması ve giriş kapısında turnikelerin yer almamasının ziyaretçi sayısını artırdığını ifade etmiştir. Çalışmada belirlenen giriş ücretlerinin fazla ve gereksiz olduğu benzer şekilde ziyaretçiler tarafından ifade edilmiştir.

Su ve Teng (2018:219) müzelerdeki park alanının yetersiz oluşunu, personelin kaba tavırlarını, müze içinin yetersizliğini, personeldeki eğitim eksikliğini, asansörlerin olmaması, tuvaletlerin kirli ve küçük olması, Wi-fi kalitesinin düşük olması, engelli bireyler için daha fazla dikkat ve özene ihtiyaç olduğunu, yabancı turistler için çok dilli deneyim sunmanın gerekliliğini, sunulan gıdaların kalitesi ve fiyatı, çalışanların olumsuz tutumlarını hizmet hatası olarak belirttikleri çalışmayı destekler nitelikte, araştırmada; ziyaretçiler tarafından müzenin içeriğinin yetersiz oluşu, müzenin alanının küçük ve dar oluşu, müzik yayının kalitesiz olduğu, aile ve engelli dostu mekan olmayışı, çalışanların eğitim kalitesinin düşük oluşu benzer şekilde olumsuzluk olarak belirlenmiştir.

Şahin (2018:228) müzeler ile ilgili olumsuz yorumların başta çevre, bina, ziyaretçi kaynaklı dağılım gösterdiğini, olumsuz olarak görülen durumların başında ziyaretçi memnuniyeti için daha fazla imkân sunumu ve düzenleme yapmalarının gerekliliği olmuştur. Benzer şekilde, ziyaretçi kaynaklı hatalar araştırmada, büyük bir boyutu oluşturmuş, memnuniyet oranlarındaki düşüklük diğer ziyaretçilere tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme üzerine önemli ölçüde yansımıştır.

Şahin vd., (2018:68) Alaçatı restoranlarını deneyimleyen turistlerin en fazla fiyat ve fiyatın hizmete eşdeğer olmamasından şikâyet ettiği çalışmanın sonuçlarına yakın olarak, müzede gastronomi deneyimi yaşamak isteyen ziyaretçiler tarafından çok yakın bir şekilde yüksek fiyat ve değer uyuşmadığı hata olarak bulunmuştur.

Yazıcı Ayyıldız ve Baykal (2020:2600) otel e-şikâyet konularını daha çok, hizmet kalitesi, yönetici ve çalışanların tavırlarından kaynaklanan olumsuzluklar olarak belirlemişler bununla birlikte; temizlik yemeklerin lezzet algısı ve çeşitliliğin de önemli şikâyet konuları arasında bildirmişlerdir. Yakın bir şekilde ziyaretçiler temalı müzelerde yiyecek içeceklerin kalitesi ve lezzetini servis kaynaklı hizmet hatalarının başında ifade etmişlerdir. Ayrıca çalışanların ilgisiz, kaba, saygısız tavır ve yaklaşımlarının benzer konulardan duyulan memnuniyetsizliği göstermiştir. Akdu ve Cengiz (2020:4413) konaklama işletmelerinde hizmet sunumu sırasında şikâyet yoluyla bildirilen hataları incelemiş, hizmet kalitesi ve kurumsal imaja yönelik algıların negatif olduğunu belirledikleri araştırmanın sonuçları, bu çalışmada ortaya konan servis hizmetinin kalitesinden kaynaklanan durumların memnuniyetsizliği artırdığı ile paralellik göstermektedir. Akgöz ve Krasnikova (2020:446) konaklama işletmelerinde tespit edilen

hataların büyük bölümünün temizlik ve hijyen kaynaklı olduğunu bildirerek müze ziyaretçilerinin de hata olarak gördüğü benzer durumu ortaya koymuşlardır.

Tarakçı ve Gökteş (2020:273) turizm işletmelerinde yaşanan hizmet hatalarının başta yönetici olmak üzere diğer müşteriler, servis-mutfak personeli, müşterinin kendisi ve diğer hizmet hataları olarak bulgulmuş, çalışmada belirlenen yönetim ve organizasyondan kaynaklan hatalar da özellikle ziyaretçiler tarafından vurgulanmıştır. Sıklıkla çalışan servis personelinin ilgisiz ve kaba tavırları benzer şekilde şikâyet ve hata konusu olmuştur. Tavukçuoğlu ve Atay (2020:50) seyahat acentelerine yönelik şikayetleri inceledikleri çalışmalarında; personel ve operasyon kaynaklı şikayetlerin fazlalığına vurgu yaparak, müze çalışanlarından kaynaklanan olumsuz tavır ve yaklaşımların ziyaretçiler tarafından önemli hata kaynağı olarak ifade edilmesi çalışmayı destekler niteliktedir.

Demirdelen ve Alrawedieh (2021: 15) gastronomi temalı müze ziyaretçilerinin yaşadığı hizmet hatalarına benzer şekilde, tarihi müze ziyaretçilerinin yönetim, ziyaretçi ve müze deneyimi, müze nitelikleri, ücreti personel, ambiyans olarak ifade ettikleri belirlenmiştir. Kırıcı Tekeli ve Tekeli (2021:55) kış otellerinin hizmet kalitelerini artırmak için TripAdvisor sitesinden elde ettikleri olumsuz görüşlere odaklandığı çalışmalarında, yemeklerin lezzetini düşük ve çeşitliliğinin az olması, kahvaltı servisinde yöresel yiyeceklere yer verilmemesi, sıcak içeceklerin yetersiz ölçüde servis edilmesi, otelin fiziki yapısının küçük olmasını şikayet konuları olarak ifade ettikleri çalışmaya yakın sonuçlar elde edilen bu çalışmada; kültürü tanıtan yiyeceklerin sunum ve kalite, çeşit yetersizliği ve müzelerin fiziksel boyutların küçük oluşu müze ziyaretçileri tarafından hata olarak bildirilmiştir.

Sonuçlar değerlendirildiğinde ortaya çıkan öneriler;

Unesco Yaratıcı Şehirler ağı projesi, şehirlerden beklenen taahhütlerinin gerçekleşmesi adına yerel yemeklerin sürdürülebilir olmasını sağlamada önemlidir. Gastronomi temalı müzelerinin bu projede önemli görevler üstlenmesi sağlanabilir.

Gastronomi temalı müzelerin tanıtımı; destinasyon pazarlamasının önemli bir bileşeni olarak değerlendirilmeli, somut olmayan kültürel mirasın belleklere işlenmesindeki aracı rolü vurgulanmalıdır.

Yeni gastronomi turizmi koridorları ve rotalarının keşfi ile müzelerin bilinirliğinin ve ziyaretçi sayılarının zenginleştirilmesi sağlanmalıdır.

Müzedede sergilenen ürünlerin çeşitliliği ve pazarlamasında yenilikçi yaklaşımlar takip edilerek gastronomik turizm ürünü teması altında ziyaretçilere sunulmalıdır.

Müzeler yiyecek ve içeceklerin duyularını kimliğini, tarihini, anlamını, hafızasını oluşturarak somut kültürel mirası yansıtırlar bu nedenle müzeler gastronomik deneyim yaşamak isteyen ziyaretçilerin tüm beklentilerini karşılamada bütüncül bir yaklaşım sergilemelidirler.

Temalı müzelerde sunulan yiyecek ve içeceklerin kalitesi; ziyareti etkileyen önemli unsur olarak göz önüne alındığında, yöresel ve kültürel özellikleri yiyeceğe aktarabilen nitelikli aşçıların coğrafi ürünlerle hazırladığı gıdaları hijyen ve gıda güvenliği uygulamaları ile birleştiren kaliteli bir servis anlayışı sergilenmelidir.

Müze öğrenimi; müzelerin birincil işlevi haline geldiğinden, ziyaretçinin etkileşimi ve deneyimlerini büyük ölçüde etkileyen sergiye katılım ve öğrenme etkinlikleri daha fazla gerçekleştirilmelidir.

Müzeler güncel teknoloji yaklaşımlarını; sergileme, sunum, anlatım gibi müzenin hizmet verdiği tüm alanlarda sanal teknolojik uygulamaların desteğiyle hayata geçirmelidir.

Zengin bir gastronomi tarihi ve kültürüne sahip benzersiz özellikleri ve çok çeşitliliği barındıran Türkiye’de temalı müzelerin sayısının artırılması; destinasyon kimliğinin ön plana çıkarılmasında, imajının geliştirilmesinde, kamu ve özel girişimler tarafından desteklenmelidir.

Temalı müzelerin içeriği ve nitelikleri dünyadaki benzer müzelerden vizyon alınarak geliştirilmeli ve ziyaretçilerine eşsiz deneyin sunmanın itici gücünü kullanarak toplumda itibar kazanmalıdır.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluşun destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi’nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

## KAYNAKÇA

Akbulut, B. A. ve Yazıcıoğlu, İ. (2020). Destinasyon Markası Oluşumunda Gastronomik Kimlik ve İmaj: Konya Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 100-120.

Akdu, S. ve Cengiz, E. (2020). Hizmet Hatası Telafi Stratejileri, Hizmet Kalitesi Algısı ve Kurumsal İmaj Algısı Arasındaki İlişki: Konaklama İşletmeleri Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(4), 4413-4428.

Akgöz, E. ve Krasnikova, D. (2020). Konaklama İşletmelerinde Hizmet Hatası Telafi Stratejilerinin Kurumsal İtibara Etkisi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 446-461.

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

Akyürek, S. and Erdem, B. (2019). Gastronomy Museums as Sustainable Hangouts in Gastronomy Tourism: A Gastronomy Museum Proposal for Gümüşhane City, Turkey. *Turizam*, 23(1), 17-33.

Alrawadieh, D. D. (2021). Tarihi Müzelere Yönelik Ziyaretçi Şikayetlerinin İncelenmesi: Topkapı Sarayı Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 3(1), 15-30.

Ayyıldız, A. Y. ve Baykal, M. (2020). Otel İşletmelerine Yönelik E-Şikâyetlerin İçerik Analizi ile İncelenmesi: Kuşadası 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(30), 2659-2683.

Bekar, A., Arman, M. S. ve Sürücü, Ç. (2017). Turizmde Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Marmaris Bal Evi Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(42), 468-477.

Ceyhun Sezgin, A. ve Şanlıer, N. (2018). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Gastronomi Müzelerinin Değerlendirilmesi, (Editör) Yamaner, F. ve Eyüboğlu, E.: İnsan, Toplum ve Spor Bilimleri Araştırma Örnekleri içinde (ss.215-233) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Chuang, S. C., Cheng, Y. H., Chang, C. J. and Yang, S. W. (2012). The Effect of Service Failure Types and Service Recovery on Customer Satisfaction: A Mental Accounting Perspective. *The Service Industries Journal*, 32(2), 257-271.

- Çavdırılı, C. M. ve Gök, Ö. A. (2020). Müzeler ve Kültürel Mirasın Sürdürülebilirliği: Köstem Zeytinyağı Müzesi Museums. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2241-2262.
- Çekal, N., Doğan, E. ve Aktürk, H. (2022). Türkiye’de Gastronomi Müzeleri ve Özellikleri. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11), 1655-1673.
- Çetin, M. ve Küçükkömürler, S. (2019). Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi müzeleri: Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi örneği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(1), 1-17.
- Demirci, B. (2021). Türkiye’deki Gastronomi Müzelerinin Web Sitelerinin İçerik Analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1184-1199.
- Eerang, P., Sangkyun, K. and Min, X. (2022) Hunger for Learning or Tasting? An Exploratory Study of Food Tourist Motivations Visiting Food Museum Restaurants. *Tourism Recreation Research*, 47(2), 130-144.
- Güzel, B. and Apaydın, M. (2016). Gastronomy Tourism: Motivations and Destinations. (Editör) Avcıkurt., C and Dinu, M.S.: Global Issues and Trends in Tourism in (ss: 394-404) Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.
- Kendir, H. (2020). Gastronomik Lezzetlere Yönelik Çevrimiçi Turist Deneyimlerinin İncelenmesi: Edirne Tava Ciğeri Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 408-423.
- Keskin, E., Sezen, N. ve Dağ, T. (2020). Turistik Seyahatlerde Unutulmaz Yemek Deneyiminin Davranışsal Niyete Etkisi: Gaziantep Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3632-3648.
- Kırbaç, K. ve Bucak, T. (2022). Yerel Gıda Ürünlerinin Sürdürülebilirliğinde Gastronomi Müzelerinin Önemi: Kars Zavot Eko müze Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 581-603.
- Kılıç, B. ve Gönenç Güler, E. (2022). Hatıra Paranın Gastronomi Temalı Yaratıcı Kentlerin Pazarlanmasındaki Rolü: Gastronomi Şehri Afyonkarahisar Türkiye Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1): 87-105.
- Kim, S., Park, E. and Xu, M. (2020). Beyond The Authentic Taste: The Tourist Experience at A Food Museum Restaurant. *Tourism Management Perspectives*, 36(2000), 1-9.
- Koc, E. (2019). Service Failures and Recovery in Hospitality and Tourism: A Review of Literature and Recommendations for Future Research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(5), 513-537.
- Kurt, G. ve Ayazlar, R. A. (2021). Gastronomi Turist Taksonomisi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1280-1298.
- Lee, B., An, S. and Suh, J. (2021). How Do Tourists with Disabilities Respond to Service Failure? An Application of Affective Events Theory. *Tourism Management Perspectives*, 38 (2021), 1-10.
- Lokman, U., Yarmacı, N. ve Güdül, H. (2022). Turizmde Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Adatepe Zeytinyağı Müzesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(1), 380-399.
- Mankan, E. (2017). Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye’deki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Electronic Turkish Studies*, 12(4), 641-654.
- Özer Şahin, A. (2017). A Cultural, Gastronomic, and Touristic Asset: The Kuşadası Oleatrium Olive and Olive Oil History Museum Case. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4)180-199.
- Piramanayagam, S., Sud, S. and Seal, P. P. (2020) Relationship Between Tourists’ Local Food Experiencescape, Satisfaction and Behavioural Intention. *Anatolia*, 31(2), 316-330.



- Rasouli, N., Rasoolimanesh, S. M., Rahmani, A. K., Momayez, A. and Torabi, M. A. (2022). Effects of customer forgiveness on brand betrayal and brand hate in restaurant service failures: does apology letter matter? *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(6), 662-687.
- Sandıkçı, M., Mutlu, A. S. ve Mutlu, H. (2019a). Türkiye'deki Gastronomi Müzelerinin Turistik Sunum Farklılıkları Açısından Araştırılması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(68), 1210-1231.
- Sandıkçı, M., Mutlu, A.S. ve Mutlu, H. (2019b). Emine Göğüş Mutfak Müzesi Sergileme Şekilleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3045-3059.
- Sarı Gök, H. ve Şalvarcı, S. (2020). Türkiye'deki Gastronomi Temalı Müzelere Yönelik Çevrimiçi Ziyaretçi Deneyimlerinin İncelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(1), 120-140.
- Savaşkan, Y. (2021). Türkiye'deki Gastronomi Müzelerine Genel Bakış. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 61-78.
- Savaşkan, Y. ve Çavuş, Ş. (2021). Gastronomi Temalı Müzelerin Ziyaretçi Deneyimlerinin İncelenmesi: Adatepe Zeytinyağı Müzesi Örneği. Uluslararası Turizmde Yeni Nesil ve Yeni Trendler Kongresi, Sakarya Üniversitesi 27-28 Mayıs 2021. Sakarya. ss: 93-114.
- Seyitoğlu, F. and Alphan, E. (2021). Gastronomy Tourism Through Tea and Coffee: Travelers' Museum Experience. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*.15(3), 413-427.
- Sezgin, A. C. ve Akbıyık, T. (2021). Dünyadaki Gastronomi Müzelerinin Tematik Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 153-184.
- Su, Y. and Teng, W. (2018). Contemplating Museums Service Failure: Extracting the Service Quality Dimensions of Museums from Negative On-Line Reviews. *Tourism Management*, 69(2018), 214-222.
- Şahin, Ö. and Aydın, A. (2017). A Cultural, Gastronomic, and Touristic Asset: The Kuşadası Oleatrium Olive and Olive Oil History Museum Case. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(4), 180-199.
- Şahin, Ö. ve Aydın, A. (2021). Kültürel, Gastronomik ve Turistik Değer: Muğla'da Arıcılık ve Özel Muğla Arıcılık Müzesi Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 459-473.
- Şahin, S. ve Şad, B. (2018). Müzelere Yönelik E-Yorumların İçerik Analizi Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(1), 199-232.
- Şahin, S., Girgin, G. K., Kazoğlu, İ. H. ve Coşkun, G.N. (2018). Gastronomi Turistlerinin E-Şikâyet Davranışları Üzerine Bir Araştırma: Alaçatı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1) 68-82.
- Şahinoğlu, Ş. (2015). *Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramına Farklı Bir Yaklaşım: Mutfak Müzeleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Tarakçı, İ. E., ve Göktaş, B. (2020). Turizm İşletmelerinde Hizmet Hataları ve Hizmet Telifisi Yöntemlerinin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Bir Uygulama. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 259-278.
- Tavukçuoğlu, T. ve Atay, H., (2021). Kuşadası'nda Bulunan Konaklama İşletmelerinde Animasyon Hizmetlerine Yönelik Yapılan Sosyal Medya Yorumlarının İncelenmesi. *Journal of New Tourism Trends*, 2(2), 173-191.

Tekeli, E. K. ve Tekeli, M. (2021). Hizmet Kalitesini Arttırmaya Yönelik E-Şikâyetlerin Değerlendirilmesi: Sarıkamış Otellerine İlişkin Nitel Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 55-70.

Temiz, S. ve Kurtoğlu, R. (2021). Hizmet Hatası, Hizmet Telafisi ve Atıf Teorisi: Kavramsal Bir Çalışma. *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 360-383.

Ünal, A. ve Çelen, O. (2021). Türkiye'de Turizm Konulu Yayımlanmış Bibliyometrik Çalışmaların Analizine Yönelik Bir Araştırma. *Pearson Journal of Social Sciences & Humanities*, 6(16).267-295.

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

Yılmaz, H. ve Şenel, P. (2014). Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri, 15. Ulusal Turizm Kongresi, Gazi Üniversitesi, 13-16 Kasım 2014. Ankara. ss: 499-510.