



Araştırma Makalesi (Research Article)

MÜZE REHBERLERİNİN MÜZE DENEYİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: ESKİŞEHİR ODUNPAZARI MODERN MÜZE (OMM) ÖRNEĞİ (THE EFFECTS OF MUSEUM GUIDES ON THE CONSUMER EXPERIENCE: THE CASE OF ESKİŞEHİR ODUNPAZARI MODERN MUSEUM)**

Rabia Özge KADIOĞLU¹ (orcid.org/ 0000-0002-3632-3800)

Gökçe YÜKSEK^{1*} (orcid.org/ 0000-0002-1010-8694)

¹Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir, Türkiye

²Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Eskişehir, Türkiye

Özet

Günümüzde ziyaretçiler için ziyaret edilen yerlerin sağladığı hizmetler yeterli olmamakta, farklılaşabilmek için tüketicilere deneyim sahnelenmesi gerekmektedir. Deneyimin sahnelenmesi gereken en önemli sektörlerden birisi de turizm sektörüdür. Özellikle kültür ve şehir turizmine ilgili turistler ve yerel halk için önem arz eden müzeler, insanları kültür, sanat, tarih, bilim gibi konularda bilgilendiren, bilinçlendiren, eğlenceli vakit geçirmelerini sağlayan, insanların sosyalleşmesine olanak tanıyan ve aynı zamanda ziyaretçilerine çeşitli alanlardan deneyim yaşatan kurumlar olarak tanımlanabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, rehber eşiksiz müze ziyareti deneyimi ile rehber eşikli müze ziyareti deneyimi arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını tespit etmektir. Deney öncesi modellerden birisi olan tek grup ön test-son test modeli ile yürütülen bu çalışmada elde edilen veriler katılımcılara yüz yüze dağıtılan anketler ile toplanmıştır. Amaçlı örnekleme tekniğine başvurulmuş belirlenen yirmi iki katılımcıdan toplanan veriler SPSS programında analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda rehber eşikli müze ziyareti eğitim, eğlence, kaçış, estetik ve genel deneyim ile rehber eşiksiz müze ziyareti eğitim, eğlence, kaçış, estetik ve genel deneyim arasında son testler lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Araştırma sonuçları ışığında müze yöneticileri ve gelecek çalışmalar için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Deneyim, Müze deneyimi, Müze rehberliği, Odunpazarı Modern Müze (OMM), Deneysel araştırma.

Abstract

Today, the services provided by the agricultural areas are not sufficient for visitors. In order to differentiate, it is necessary to stage the experience to the consumers. One of the most important sectors in which experience should be staged is the tourism sector. Museums, which are especially important for tourists who related to culture and city tourism and local people, it can be defined as institutions that inform people about culture, art, history, science, raise awareness, enable them to have fun, allow people to socialize and at the same time give their visitors experiences from various fields. The aim of this study is to determine whether there is a significant difference between the experience of visiting the museum without a guide and the experience of visiting a museum with a guide. The data obtained in this study, which was carried out with the single group pretest-posttest model, which is one of the pre-experimental models, was collected by face-to-face questionnaires distributed to the participants. The data collected from twenty-two participants determined by applying the purposive sampling technique were analyzed in the SPSS program. As a result of the research, a statistically significant difference was found in favor of posttests between guided museum visit education, entertainment, escape, aesthetics and general experience and guided museum visit education, entertainment, escape, aesthetic, and general experience. In the light of the research results, suggestions for museum managers and future studies are presented.

Keywords: Experience, Museum experience, Museum guide, Odunpazarı Modern Museum (OMM), Empirical research.

** Bu makale, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Tezli Yüksek Lisans Programı'nda yüksek lisans tezi olarak gerçekleştirilmiştir.

* Sorumlu yazar: gozer@anadolu.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2021.107