



**Atıfta Bulunmak İçin / Cite This Paper:** Sop, S. A., Yeşiltaş, M. ve Soslu, S. (2019). "Fiziksel Çevrenin Müze Ziyaretçileri Üzerine Etkisi: Burdur Müzesi Örneği", *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (4): 3889-3910.

**Geliş Tarihi / Received Date:** 28 Ocak 2019

**Kabul Tarihi / Accepted Date:** 7 Mayıs 2019

#### Araştırma Makalesi

## FİZİKSEL ÇEVRENİN MÜZE ZİYARETÇİLERİ ÜZERİNE ETKİSİ: BURDUR MÜZESİ ÖRNEĞİ

### Serhat Adem SOP

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi  
*serhatademsop@gmail.com*  
ORCID:0000-0001-9096-9496

### Murat YEŐILTAŐ

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi  
*yesiltas.murat@gmail.com*  
ORCID:0000-0001-7865-0407

### Salih SOSLU

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi  
*ssoslu@mehmetakif.edu.tr*  
ORCID:0000-0003-2045-116X

#### Öz

Bu araştırmanın amacı, müzelerin fiziksel çevresinin ziyaretçilerin müze memnuniyeti ve davranışsal niyetleri (tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme) üzerindeki etkilerini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, mevcut araştırma Burdur Müzesi'nde yürütölmüş ve araştırmanın veri toplama aracı müzenin 237 ziyaretçisine uygulanmıştır. Araştırmanın kuramsal modeli kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellenmesi (PLS-SEM) yoluyla analiz edilmiştir. Veri analizi sonucunda müzenin fiziksel çevresinin ziyaretçilerin müze memnuniyetini, müze memnuniyetinin ise ziyaretçilerin müzeyi tekrar ziyaret etme ve müzeyi başkalarına tavsiye etme niyetlerini anlamlı şekilde etkilediği belirlenmiştir. Ancak, ziyaretçilerin müzeyi tekrar ziyaret etme ve müzeyi başkalarına tavsiye etme niyetleri üzerinde fiziksel çevrenin doğrudan bir etkisi gözlenememiştir. Buna karşın, fiziksel çevrenin müze memnuniyeti aracılığıyla davranışsal niyetler üzerinde dolaylı etki sergilediği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Fiziksel çevre, Müze memnuniyeti, Davranışsal niyet, PLS-SEM, Burdur müzesi

#### THE INFLUENCE OF PHYSICAL ENVIRONMENT ON MUSEUM VISITORS: THE CASE OF BURDUR MUSEUM

#### Abstract

The purpose of this research is to explain the effects of physical environment on museum satisfaction and behavioral intentions (intention to recommend and revisit) of museum visitors. For this purpose, the research was conducted in Burdur Museum and data collection tool of the research was applied to 237 visitors of the museum. The theoretical model of the study was analyzed via partial least squares structural modeling (PLS-SEM). As a result of data analysis, it was determined that physical environment of the museum significantly influences visitors' museum satisfaction, and museum satisfaction has significant effects on their intentions to recommend and revisit the museum. However, no direct effects of physical environment on visitors' behavioral intentions were observed. Instead, it was concluded that physical environment has an indirect effect on behavioral intentions through museum satisfaction.

**Key Words:** Physical environment, Museum satisfaction, Behavioral intentions, PLS-SEM, Burdur museum

## 1. GİRİŞ

Müzeler, miras ve kültürün korunması, miras hakkındaki bilginin yayılması, yerel halkın yanı sıra turistlerin bölgeye çekilmesi gibi çeşitli işlevleri yerine getiren mekânlardır (Trinh ve Ryan, 2013). Dolayısıyla müzeler, turizm destinasyonlarının en popüler çekicilikleri arasında yer almaktadır (McKercher, 2004). “*Turizmin destinasyonlara ihtiyacı vardır ve müzeler önde gelen turistik yerlerdir*” ifadesi, müzelerin turizm bağlamındaki bu önemini açıkça göstermektedir (Stylianou-Lambert, 2011: 403). Bu kapsamda günümüz müzeleri geçmişteki gibi sadece bir takım eserlerin toplandığı ve sergilendiği alanlar olarak görülmemekte, ziyaretçilerinin boş zamanlarını değerlendirmesine ve eğitimine olanak sağlayan mekânlar olarak yorumlanmaktadır (Weil, 2000; Özer, Avcı ve Sop, 2014). Müzelerin bu konumu, onları bir çeşit hizmet üretimi yapan mekânlara dönüştürmüş, müzeleri yöneten kişileri ise ziyaretçi odaklı bir bakış açısına yönlendirmiştir (Weil, 2000). Bu durumda müzeler açısından ziyaretçinin değeri artmış, ziyaretçi beklenti ve deneyimlerinin incelenmesi ve anlaşılması ise gerek alanyazın gerekse müze yöneticileri açısından önemli bir konu haline almıştır (Özer, Sop ve Avcı, 2013). Bu amaçla bazı araştırmacılar müze memnuniyetini etkileyen faktörleri incelerken (Jeong ve Lee, 2006; Trinh ve Ryan, 2008; Brida, Disegna ve Vachkova, 2013; Özer vd., 2014), bazı araştırmacılar ise ziyaretçilerin müzelere yönelik davranışsal niyetlerini yorumlamaya çalışmışlardır (Harrison ve Shaw, 2004; Huo ve Miller, 2007; Armario, 2008; Sert ve Karacaoğlu, 2018; Brida, Meleddu ve Pulina, 2012).

Müzeler, tüketicilere fiziksel çevre bağlamında sunulan ürünlerdir. Dolayısıyla müze deneyimi, ziyaretçilerin çeşitli fiziksel çevre unsurlarından etkilenmesiyle meydana gelmektedir. Söz konusu fiziksel çevre özellikleri ise müzenin sergi alanı, termal koşulları (sıcaklık, nem vb.), karmaşıklığı, aydınlatması, ziyaretçi yoğunluğu, gürültü seviyesi, müzede bulunan eserlerin sergilenme biçimi, miktarı ve eserlere ilişkin açıklamalar gibi çeşitli unsurları kapsamaktadır (Jeong ve Lee, 2006). Bu bağlamda mevcut araştırmanın amacı, müzelerin fiziksel çevresinin ziyaretçilerin müze memnuniyeti ve müzeye yönelik davranışsal niyetleri üzerindeki etkilerini incelemektir. Alanyazın taraması, sınırlı sayıda araştırmada fiziksel çevrenin müze memnuniyeti (Jeong ve Lee, 2006; Hui-Ying ve Chao-Chien, 2008; Brida vd., 2013) ve ziyaretçilerin davranışsal niyetleri (Harrison ve Shaw, 2004; Sert ve Karacaoğlu, 2018) üzerine etkisinin incelendiğini göstermektedir. Burdur Müzesi bağlamında yürütülen bu araştırmada ise söz konusu değişkenler arasındaki doğrusal ve dolaylı ilişkiler ortaya çıkarılarak, gerek alanyazına gerekse müze yöneticilerine katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Müze ve Turizm İlişkisi

Müze kelimesi Antik Yunanca'da “μουσεῖο”, “Mousaion” kelimesinden, Latince ise “Musa” kelimesinden gelmektedir. Antik Yunan'da Zeus ile Titan Tanrıça Mnemosyne'nin dokuz kızları vardır ve bunlara Musa adı verilmektedir. Ayrıca Musa'lar “İlham perilerinin yaşadığı yer” ya da “Bilimler Tapınağı” anlamını da taşımaktadır. Müze kelimesi, Yunanca'da ise akıl, düşünce, yaratıcılık gibi kavramları içeren “men” kelimesinden türemiştir (Çelgin, 2010: 440; Er 2012: 261).Günümüzde müze kavramı, Uluslararası Müzeler Konseyi tarafından, “*insanlığın ve çevresinin soyut ve somut mirasını bir araya getiren, koruyan, araştıran, ileten ve eğitim, çalışma ya da keyif alma amaçlarıyla halka açık olarak sergileyen, toplumun ve onun gelişiminin hizmetinde olan kâr amacı gütmeyen daimi bir kuruluş*” şeklinde tanımlanmaktadır (ICOM, 2018).Türk Dilimi Kurumu ise müzeyi “*sanat ve bilim eserlerinin veya sanata ve bilime yarayan nesnelere saklandığı, halka gösterilmek için sergilendiği yer veya yapı*” olarak açıklamaktadır (TDK, 2005: 1445).

Müzeler, bir ülkenin kültürel özelliklerine ve değerlerine sahip çıkma, kültürel değerlerdeki değişimi objektif biçimde yansıtabilme, toplum için bir eğitim kaynağı olma ve bir turizm çekiciliği olarak şehir ve kırsal alandaki ekonomiye katkı sağlama gibi roller üstlenmektedir (Erbay, 1997; Özkoç ve Duman, 2008).Dolayısıyla müze ziyaretleri daha çok kültür turizmi ile ilişkilendirilmektedir (Herremen, 1998; Stylianou-Lambert, 2011). Arkeolojik, etnografik, tablet, fosil, sanat eseri vb. türünden çeşitli eserlerin sergilendiği müzelerin ziyaretçi sayıları ise bu mekânların turizm sektörüyle etkileşimini ortaya koymaktadır (Erbay, 1997). Bu bağlamda, 2017 yılında ülkemizde en çok ziyaret edilen ilk üç müzenin Konya Mevlana Müzesi [2.480.433 ziyaretçi], İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi [1.932.726 ziyaretçi] ve İstanbul Ayasofya Müzesi [1.892.250 ziyaretçi] olduğu görülmektedir(Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

Turizm sektöründe yaşanan büyüme müzeler üzerinde bazı değişimlerin meydana gelmesini sağlamış (Herremen, 1998),müzelerin kapsam (arkeoloji, tarih, sanat müzeleri gibi) olarak çeşitlendirilmesi ve turistik açıdan önemli ziyaret merkezleri haline gelmesi ise zaman içinde bu merkezlerin yönetilmesini eskiye oranla daha da önemli kılmıştır (Jeong ve Lee, 2006). Turizm çekicilikleri arasında yer alması nedeniyle etkin bir rol üstlenen müzelerde genellikle eğitim, eserleri koruma ve sergileme konularına odaklanıldığı düşünülse de birçok araştırma müze ziyaretçilerinin eğlence gibi farklı deneyimleri yaşama beklentilerinde de artış olduğunu göstermektedir (MacDonald ve Alsford, 1995; Moscardo, 1996; Kang ve Gretzel, 2012). Dolayısıyla, müze ziyaretinden farklı deneyimler edinmek isteyen ziyaretçileri

anlayabilmek, onların beklentilerini karşılayabilmek ve memnuniyet düzeylerini arttırabilmek, müze yöneticileri için önemli bir görev haline gelmiştir (Gartenhaus, 1997; Kang ve Gretzel, 2012; Siu, Zhang, Dong ve Kwan, 2013; Su ve Teng, 2018).

## 2.2.İlgili Araştırmalar ve Kuramsal Model

Müzelerde fiziksel çevre, müzenin içerisinde bulunduğu araziye ve bina alanını, şeklini, aydınlatmasını, ziyaretçi yönlendirmelerini, kalabalıklaşmayı, oluşan sıraları, ilgi uyandırıcı ve katılımı teşvik edici yöntemleri kapsamaktadır (Goulding, 2000). Diğer bir ifadeyle müzelerin fiziksel çevre özellikleri; müzenin sergi alanı, termal (sıcaklık, nem vb.) koşulları, karmaşıklığı, aydınlatması, ziyaretçi yoğunluğu, gürültü seviyesi, müzedeki eserlerin sergilenme biçimi, miktarı ve eserlere ilişkin açıklamalar gibi çeşitli unsurlardan oluşmaktadır (Jeong ve Lee, 2006). Yapılan araştırmalar, müzelerin fiziksel çevre özelliklerinin ziyaretçi deneyimi üzerinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Örneğin 1992 yılında yapılan bir araştırmada, müze ziyaretçilerinin yaklaşık % 85'inin bir müzedeki eserlere bakarken bilgilendirme yazısı görmeleri durumunda eserleri incelemekten daha çok keyif aldıkları belirlenmiştir (Temme, 1992). 2008 yılında Çin'de yapılan diğer bir araştırmada, müzenin genel çevre temizliğinin ve bakımının ziyaretçi memnuniyeti açısından önemli olduğu anlaşılmıştır (Hui-Ying ve Chao-Chien, 2008). Müze ziyaretçilerinin deneyimsel beklentileri üzerine Tayvan'da yapılan diğer bir araştırmada ise genel olarak ziyaretçilerin müze deneyiminde "rahatlık ve eğlence" beklentisi içerisinde oldukları tespit edilirken; özellikle yüksek eğitim düzeyinde yer alan kadın ziyaretçilerin bu beklenti içerisinde olduğu, evli ve yaşlı ziyaretçilerin ise daha çok "tarihi hatıra" beklentisinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Sheng ve Chen, 2012). Diğer taraftan İtalya'da yürütülen bir araştırmada; uzun giriş kuyrukları, sergilenen eserlerin rahatça görülememesi ve oturma/dinlenme alanının bulunmaması gibi müzenin fiziksel çevresiyle ilgili sorunların ziyaretçi memnuniyetini olumsuz etkilediği tespit edilmiştir (Brida vd., 2013). Söz konusu araştırmalardan hareketle mevcut araştırmada, müze ziyaretçilerinin fiziksel çevreye yönelik değerlendirmelerinin müze memnuniyetine etkisini incelemek için aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

*H<sub>1</sub>: Müzenin fiziksel çevresi, ziyaretçilerin müze memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.*

Müze memnuniyetinin çıktıları konusunda yapılan araştırmalara göre müze ziyaretçilerinin memnuniyet düzeyleri tekrar ziyaret etme davranışına etki etmekte, dolayısıyla müze yöneticilerinin pazarlama maliyetlerinden tasarruf etmelerine imkân sağlamaktadır (Özer vd., 2014). Ayrıca müzeden memnun kalan ziyaretçiler, müzeyi tekrar ziyaret ettikleri gibi (Armario, 2008); arkadaş, diğer aile üyeleri ve akraba gibi çevrelerindeki insanlara da tavsiye

etmektedir (Armario, 2008; Sert ve Karacaoğlu, 2018). Bu kapsamda yapılan bir araştırmada ziyaretçilerin müze memnuniyetinin tekrar ziyaret etme niyetinden çok müzeyi başkalarına tavsiye etme niyeti üzerinde güçlü bir etki sergilediği iddia edilmektedir (Simpson, 2000). Huo ve Miller (2007) tarafından yürütülen çalışmada ise müze memnuniyetiyle sadece tavsiye etme niyeti arasındaki ilişki sorgulanmış, tekrar ziyaret etme niyeti incelenmemiştir. Bu bağlamda, mevcut araştırmada müze memnuniyetinin ziyaretçilerin davranışsal niyetleri üzerine etkisini tartışmak üzere aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

*H2: Müze memnuniyeti, müzeyi başkalarına tavsiye etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.*

*H3: Müze memnuniyeti, müzeyi tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.*

Alanyazına göre müzelerin fiziksel çevre özellikleri ile ziyaretçilerin davranışsal niyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Örneğin, müzelerin fiziksel çevre özelliklerini park alanı, oturma alanı, tuvalet sayısı, genel temizlik, görevlilerin görünümü, sergilerin korunması ve eserlerin çeşitliliği üzerinden yorumlayan Sert ve Karacaoğlu (2018), bu fiziksel çevre özelliklerinin olumlu algılanması durumunda ziyaretçilerin müzeyi yakınlarına tavsiye etme niyetlerinin yüksek olduğunu belirlemiştir. Müzeleri yorumlarken ulaşılabilirlik, işlevsellik, temizlik, hareket kolaylığı, rahatlık, güvenlik ve estetik unsurlarını dikkate alan Harrison ve Shaw (2004) ise ziyaretçilerin müzeyi tekrar ziyaret etme niyetlerinin bu çevresel özelliklerden etkilendiği sonucuna ulaşmıştır. Mevcut araştırmada da müzenin fiziksel çevresi ile ziyaretçilerin davranışsal niyetleri arasındaki ilişkiyi incelemek için aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

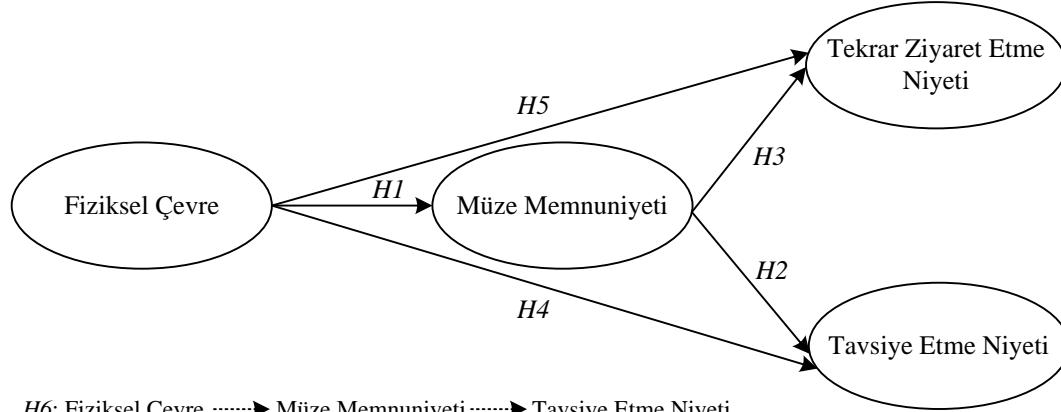
*H4: Müzenin fiziksel çevresi, müzeyi başkalarına tavsiye etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.*

*H5: Müzenin fiziksel çevresi, müzeyi tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.*

Müzelerin fiziksel çevre özellikleri, müze memnuniyeti ve ziyaretçilerin davranışsal niyetleri arasındaki bu ilişkiler araştırmanın kuramsal modelinde gösterilmiştir (bkz. Şekil 1). Bu kapsamda, müzenin fiziksel çevre özellikleri araştırmanın bağımsız değişkeni, müze memnuniyeti aracı değişken, ziyaret etme niyeti ve tavsiye etme niyeti ise bağımlı değişkenlerdir. Önceki hipotezlerde belirtilen doğrusal ilişkilerin yanı sıra mevcut araştırmada müze memnuniyetinin fiziksel çevre ile davranışsal niyetler ilişkisindeki dolaylı etkileri de incelenecektir. Bu çerçevede, araştırmanın altıncı ve yedinci hipotezleri şöyledir:

*H6: Müzenin fiziksel çevresi ile müzeyi başkalarına tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkide müze memnuniyetinin aracılık etkisi vardır.*

*H7: Müzenin fiziksel çevresi ile müzeyi tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide müze memnuniyetinin aracılık etkisi vardır.*



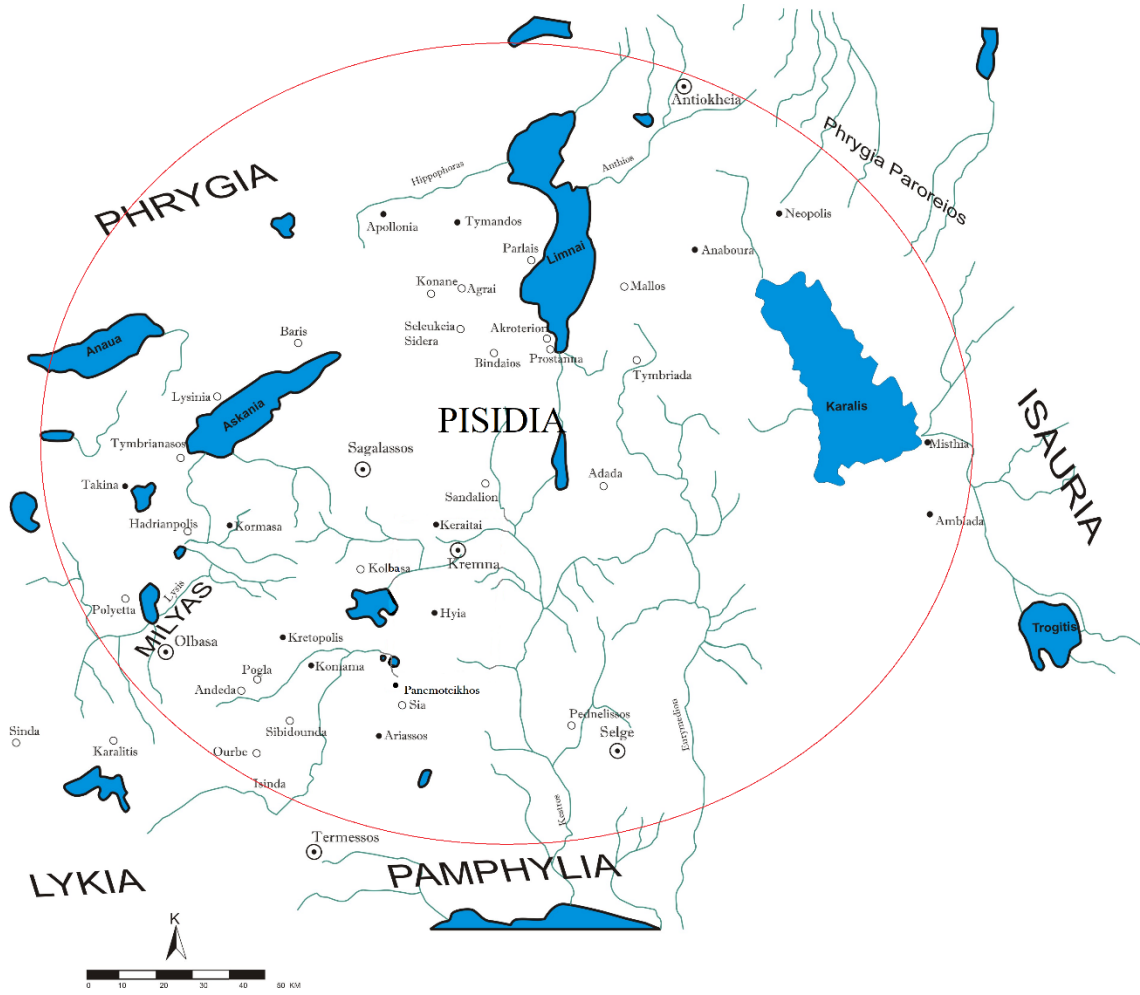
*H6: Fiziksel Çevre ..... Müze Memnuniyeti ..... Tavsiye Etme Niyeti*

*H7: Fiziksel Çevre ..... Müze Memnuniyeti ..... Tekrar Ziyaret Etme Niyeti*

**Şekil 1.** Araştırmanın Kuramsal Modeli

### 2.3. Araştırmanın Bağlamı: Burdur Müzesi ve Temel Özellikleri

Günümüzde Afyon, Isparta, Antalya ve Denizli illeriyle sınırdış Burdur İli, antikçağda doğudan Isauria, Lykaonia, güneyden Kilikia, Pamphylia, batıdan Likya, Karia, kuzeyden Phrygia, Galatia bölgeleriyle çevrili *Pisidia Bölgesi*'nde yer almaktadır (bkz. Resim 1). Kent, coğrafi özellikler ve tarihsel olaylar bakımından İç Anadolu, Ege ve Akdeniz uygarlıklarının kavşak noktasında olup, ortak özellikler taşımaktadır. Tarih öncesi (prehistorik), Paleolitik, Neolitik, Kalkolitik, Tunç ve Demir çağlarına kadar uzanmaktadır (Sevin, 2013). Bu dönemlere ait ilk somut veriler, Baradız, Hacılar ve Kuruçay'daki arkeolojik çalışmalar ile ortaya çıkarılmıştır (Duru, 2008). Daha sonra kronolojik olarak Pers, Hellen, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerine ait veriler tespit ve tescil edilmiştir (Sevin, 2013).



Resim 1. Pisidia Bölgesi Haritası

**Kaynak:** Metin, H. ve Soslu, S. (2017). Kremna Antik Kenti ve Kırsal Yerleşimlerin Tespiti (Proje No: 0327-NAP 16). *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonu*, 4-19.

En eski çağlardan itibaren tarihsel bir zenginliğe sahip olan kentteki ilk müze (μουσείο) kurma girişimi, 1956'da çevredeki arkeolojik eserlerin Bulguroğlu (Pirgulzade) Medresesi'nin sağlam durumdaki kütüphanesinde toplanarak koruma altına alınmasıyla başlamıştır (Yılmaz, 2005). 1957-1960'larda Hacılar höyüğündeki arkeolojik kazılarda ortaya çıkarılmış eserler (Akurgal, 1970), 1963'te Burdur Müzesi'nin kurulmasının ilk resmi belgelerini oluşturmuştur. 1969'da inşa edilmiş teşhir salonlarının yetersizliği gerekçesiyle 1992'de yeni teşhir salonları yapılmıştır. 2001'deki kamulaştırma kapsamında sergi, teşhir ve konferans salonları ile idari binanın yapım çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalar, medresenin tarihsel dokusuyla bütünlük oluşturmuş ve böylelikle Burdur Müzesi 2006'da ziyaretçilerine kapılarını açmıştır. Arkeolojik eser zengini müze, 2008'de "Gezilip Görülmeye Değer Müze" ödülünü alarak günümüzde faaliyetlerini sürdürmeye devam etmektedir (bkz. Fotoğraf 1).



**Fotoğraf 1.** Burdur Müzesi

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Burdur Müzesi, küçük mekânlardan ibarettir, fakat taşınır kültür varlıkları sayısı oldukça fazladır. Bunlar müsadere, satın alma ve bağış yoluyla gerçekleşmiş olup; müzede yaklaşık altmış bin eser bulunmaktadır. Müze üç bölümden oluşmaktadır. *Bahçe (Açık Teşhir)* alanı olan birinci bölüm; Hellenistik, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerine ait mezar steli, lahit, pithos, büst, heykel, vaftiz havuzu, yazıtlı ve kabartmalı eser, mimari parça ile Bulguroğlu (Pirgulzade) Medresesi'nden oluşmaktadır. *Heykel Salonu* olan ikinci bölüm; Sagalassos, Kibyra ve Kremna'daki arkeolojik kazı çalışmalarında tespit edilmiş heykeller ve kabartmalı frizlerden oluşmaktadır. Bu kapsamda Sagalassos'dan edinilen eserler: Hadrianus, Marcus Aurelius, Apollon, Poseidon, Aphrodithe, Hera Ephesia, Tykhe, Nike, Dionysos, Nemesis, Asklepios, Kronis, Satyr heykelleri ile otothek, sunak ve ölü gömme kültürüne ait bilgilendirme panolarıdır (Waelkens-Polome, 2012). Kibyra'dan getirilen eserler, bir film şeridi gibi yan yana sergilenmiş gladyatör frizleri, av sahnelerinin betimlendiği M.S. 2. yüzyıla ait diğer frizler ile silahşor giyimli başsız bir heykeldir (Özüdoğru, 2013; Ekinci, 2003). Kremna'dan ise Aphrodithe, Leton, Asklepios, Nemesis, Herakles, Büyük Athena, Küçük Athena, Apollon, Hygia ve giyimli bir Kadın olmak üzere Tanrı ve Tanrıça heykelleri sergilenmektedir (Metin, 2013; Metin, 2015; Metin ve Polat Becks, 2015). *Küçük Eserler Salonu* olan üçüncü bölüm ise Neolitik ve Erken Kalkolitik'e ait buluntular ile Eski Tunç Çağı buluntularınıyer aldığı bölümdür. Müzedeki bu eserlerin sergilenmesinde kronolojik sıralamaya dikkat edilmiştir: Hacılar ve Kuruçay höyüğündeki arkeolojik kazılarda ortaya



çıkarılmış eserler, Roma ve Bizans dönemlerine ait boyalı ve boyasız seramik kap, rithon kap, bronz taş balta, sikke, yüzük, süs eşyası, makyaj malzemesi, damga ve silindir mühür, Ana Tanrıça ile Tanrı ve Tanrıça tasvirli metal figürinler.

Mevcut araştırmanın bağlamı olan Burdur Müzesi, Antikçağ Anadolu'sunun arkeolojik eserlerinin kronolojik olarak sergilendiği zengin ve modern bir müzedir. Müze, arkeolojik ve tarihsel araştırma yapanlar, arkeolojik eserlere ilgi duyanlar ve tarihsel perspektifte uzun ve keyifli, bir o kadar da bilgi dolu bir yolculuğa çıkmak isteyenler için oldukça idealdir. Bu bağlamda, 2007'den 2018'e kadar kaydedilmiş ziyaretçi istatistikleri ve ICOM (Milletlerarası Müzeler Konseyi) kararları müzenin önemini ve değerini ortaya koymaktadır (Burdur Müze Müdürlüğü, 2019).

### 3. YÖNTEM

Birden çok değişken arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlandığından, mevcut araştırma ilişkisel tarama modelinin uygulandığı nicel bir araştırmadır. Araştırmanın veri toplama aracı iki bölümden oluşmaktadır. Veri toplama aracının birinci bölümünde değişkenlere ilişkin ölçüm maddeleri, ikinci bölümünde ise demografik sorular bulunmaktadır (*Veri toplama aracı ekte sunulmuştur*). Araştırmada; 13 maddelik müzelerde fiziksel çevre değerlendirme ölçeği (Jenong ve Lee, 2006), beş maddelik müze memnuniyeti ölçeği (Bigné, Matilla ve Andreu, 2008) ve dört maddelik (üç madde tavsiye etme niyeti, bir madde tekrar ziyaret etme niyeti) davranışsal niyetler ölçeğinden (Bigné vd., 2008) yararlanılmıştır. Ölçeklerin Türkçeye uyarlanması aşamasında uzman desteği alınarak dilsel dönüşüm gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın veri analizi aşamasında ise düşük faktör yükü üreten, güvenilirlik ve geçerlik sorunları yaratan ölçek maddeleri elenmiştir. Analize tabi olan maddeler ölçüm modeli tablosunda sunulmuştur (*bkz.* Tablo 1).

Araştırma Burdur Müzesinde gerçekleştirilmiştir. Burdur Müzesi sahip olduğu eser zenginliği açısından önde gelen müzeler arasında yer almaktadır. Ayrıca bölgesel olarak çok farklı kültürleri barındırması ve kültürlerin kesişim noktası olması dolayısıyla eser zenginliği oldukça fazla olan bir müzedir. Bu bağlamda ziyaretçilerin ilgisini çekecek bir ziyaret alanı olduğu söylenebilir. Araştırmanın evreni, 2017-2018 yılları içerisinde Burdur Müzesi'ni ziyaret eden yerli ziyaretçilerdir. Araştırmanın örnekleme ise belirtilen dönem içerisinde müzeyi ziyaret eden bireyler arasından kolayda örnekleme tekniği uygulanarak seçilmiştir. 2017-2018 yılları boyunca devam eden veri toplama sürecinde, araştırmanın veri toplama aracı müzenin danışma birimine bırakılmış ve müze görevlileri tarafından ziyaretçilere sunulmuştur. Araştırmaya gönüllü olarak katılmak isteyen ziyaretçiler yanıtladıkları veri toplama aracını müze görevlilerine teslim etmiştir. Bu bağlamda müzeye bırakılan 500 veri

toplama aracından 271'i yanıtlanmıştır. Ancak, hatalı ve eksik doldurulanların elenmesiyle birlikte 237 geçerli veri toplama aracı analize uygun bulunmuştur.

### 3.1. Analiz Yöntemi

Araştırma hipotezlerinin test edilmesi için Smart PLS (versiyon: 3.2.7) programı aracılığıyla yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır (Ringle, Wende ve Becker, 2015). Smart PLS programı son zamanlarda popüler olan ve yol katsayılarının hesaplanmasında, daha küçük örneklerde ve normal dağılmayan verilerde daha doğru sonuçlar vermesi nedeniyle tercih edilmektedir (Ali, Rasoolimanesh, Sarstedt, Ringle ve Ryu, 2018; Hair, Hollingsworth, Randolph ve Chong, 2017). Araştırmada basıklık ve çarpıklık katsayıları, Merli vd. (2018) tarafından önerilen Mardia'nın normallik testi hesaplama yazılımından<sup>1</sup> faydalanılarak incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre; basıklık değeri ( $\beta=56.642$ ,  $p<0.01$ ) ve çarpıklık değerinin ( $\beta=33.996$ ,  $p<0.01$ ) olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre verilerin çoklu normallik özelliğini sağlamadığı söylenebilmektedir. Bu nedenle, araştırmada Smart PLS programının kullanılmasının uygun olduğuna karar verilmiştir.

Araştırmada Anderson ve Gerbing'in (1988) ikili yaklaşımı doğrultusunda modelin bir bütün olarak test edilmesinden önce ölçüm modelinin test edilmesi sağlanmıştır. Bu doğrultuda öncelikle faktör yükleri, yapı güvenilirliği, varyans açıklama oranı ve Cronbach Alfa değerleri hesaplanmıştır. Böylece, araştırmada içerik geçerliliğinin sağlanması hedeflenmiştir. Ayrıca, araştırmada Fornell-Larcker (1981) Kırteri, Heterotrait-Monotrait Kriteri (HTMT) ve Çapraz Yükler hesaplanarak ayrışma geçerliliğinin sağlanması hedeflenmiştir.

### 3.2. Ortak Metot Varyansı

Anket tekniğinden faydalanılarak bireyin kendini değerlendirmesi yoluyla gerçekleştirilen davranış çalışmalarında ortak metot varyansı (common method variance) ortaya çıkabilecek sorunlar arasındadır (MacKenzie ve Podsakoff, 2012). Bunu çözümenin nitel ve nicel bazı yolları söz konusudur (Podsakoff ve Organ, 1986). Mevcut araştırmada bu sorunun ortadan kaldırılması için iki yola da başvurulmuştur. Araştırmada nitel yöntem olarak; gönüllük temeline göre ankete katılımın sağlanmasına ve onları yönlendirici herhangi bir eylemde bulunmamaya dikkat edilmiştir. Nicel yöntemler olarak Harman'ın tek faktör testi ve VIF (variance inflation factors) değerlerinin hesaplanması yöntemlerine başvurulmuştur. Podsakoff vd. (2003) ortak metot varyansının belirgin bir faktörün en fazla kovaryansa sahip olduğu durumda veya faktör analizi sonucunda tek bir faktörün baskın faktör olarak ortaya çıktığı durumda meydana gelebileceğini ifade etmektedir. Bu nedenle, nicel yöntem olarak Podsakoff ve Organ (1986) tarafından önerilen Harman'ın tek faktör testi uygulanmış; herhangi bir

<sup>1</sup> <https://webpower.psychstat.org/models/kurtosis>

rotasyona uygulanmadan yapılan faktör analizi sonucunda ilk faktörün toplam varyansın % 37.5'ini açıkladığı tespit edilmiştir. Araştırmada her bir değişkene yönelik VIF değerleri de incelenmiştir. Bu değerlerin, Hair, Hult, Ringle ve Sarstedt (2014) tarafından 5'in altında, Kock (2015) tarafından ise 3.3'ün altında olması önerilmektedir. Bu çalışmada ise VIF değerlerinin önerilen değerlerin altında olduğu (1.000-2.029) tespit edilmiştir. Bu sonuçlar araştırmada ortak metod varyansının bir sorun oluşturmadığını göstermektedir.

### 3.3. Ölçüm Modelinin Analizi

#### 3.3.1. İçerik Geçerliliği

Araştırmalarda içerik geçerliliğinin sağlanması için genellikle faktör yükleri, varyans açıklama oranı (AVE) ve birleşim güvenilirliği (Composite Reliability - C.R.) kullanılmaktadır (Hair vd., 2014). Bu bağlamda, her bir maddenin faktör yükünün 0.7 ve üstünde olması maddelerin güvenilir olduğunu göstermektedir. Cronbach Alfa (C.A.) ve birleşim güvenilirliğinin de 0.7 ve üstünde olması gerekmektedir. Buna ilaveten AVE değerinin 0.5 ve üstünde olması içerik geçerliliğinin sağlanmasında sınır değer olarak kabul edilmektedir (Ali vd., 2018; Fornell ve Larcker, 1981). Bu araştırmada, ölçek maddelerinin faktör yükleri 0.729-1.000, C.A. değerleri 0.804-1.000, C.R. değerleri 0.883-1.000, AVE değerleri ise 0.711-1.000 aralığındadır. Bu değerler dikkate alındığında, araştırmada içerik geçerliliğinin sağlandığı söylenebilmektedir (bkz. Tablo 1).

**Tablo 1.** Araştırmanın Ölçüm Modeli

| Yapılar             | Madde* (M) | Faktör Yüğü | C.A.  | rhoA  | C.R.  | AVE   | R <sup>2</sup> |
|---------------------|------------|-------------|-------|-------|-------|-------|----------------|
| Fiziksel Çevre      | M10        | 0.950       | 0.801 | 0.808 | 0.882 | 0.713 | -              |
|                     | M11        | 0.807       |       |       |       |       |                |
|                     | M12        | 0.872       |       |       |       |       |                |
|                     | M13        | 0.729       |       |       |       |       |                |
| Müze Memnuniyeti    | M15        | 0.922       | 0.881 | 0.885 | 0.927 | 0.809 | 0.261          |
|                     | M16        | 0.915       |       |       |       |       |                |
|                     | M17        | 0.860       |       |       |       |       |                |
| Tavsiye Etme        | M20        | 0.943       | 0.957 | 0.959 | 0.972 | 0.922 | 0.627          |
|                     | M21        | 0.971       |       |       |       |       |                |
|                     | M22        | 0.966       |       |       |       |       |                |
|                     | M19        | 1.000       |       |       |       |       |                |
| Tekrar Ziyaret Etme | M19        | 1.000       | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 0.222          |

\*Belirtilen madde numarasının karşılığı Ek'te sunulan veri toplama aracında görülebilir.

#### 3.3.2. Ayrışma Geçerliliği

Araştırmalarda ayrışma geçerliliğinin sağlanması için Fornell-Larcker kriteri ve çapraz yükler (Hair vd., 2014: Fornell ve Larcker, 1981) kullanılabilir. Ayrıca son dönemlerde Fornell-Larcker kriterine ilaveten kullanılacak güçlü bir yöntem olan Heterotrait-Monotrait korelasyon değerinin (HTMT) hesaplanması da önerilmektedir (Ali vd.,

2018). Bu yöntemlerden Fornell-Larcker (1981)kriteri, ölçüm modelindeki her bir bileşenin ortalama varyans değerinin karekökünün, diğer bileşenlerle ilişkisini baz alan ve her bileşenin korelasyonundan daha fazla olması temeline dayanan bir kriterdir (Bagozzi ve Yi, 1988). Tablo 2 incelendiğinde, italik olarak gösterilen bu değerlerin (her bir değişkenin açıklanan varyans değerinin karekökü) kendisiyle ilişkili değişkenlerin korelasyon katsayısından daha fazla olduğu görülmektedir. Böylece, Fornell-Larcker (1981) kriterine göre araştırmada ayırışma geçerliliğinin sağlandığı söylenebilmektedir.

**Tablo 2.** Fornell-Larcker Analizi Sonuçları

|                     | <i>Fiziksel Çevre</i> | <i>Müze Memnuniyeti</i> | <i>Tavsiye Etme</i> | <i>Tekrar Ziyaret Etme</i> |
|---------------------|-----------------------|-------------------------|---------------------|----------------------------|
| Fiziksel Çevre      | <i>0.845</i>          |                         |                     |                            |
| Müze Memnuniyeti    | 0.712                 | <i>0.899</i>            |                     |                            |
| Tavsiye Etme        | 0.609                 | 0.792                   | <i>0.960</i>        |                            |
| Tekrar Ziyaret Etme | 0.374                 | 0.457                   | 0.627               | <i>1.000</i>               |

Ayırışma geçerliliğinin irdelenmesi için, Henseler, Ringle ve Sarstedt'ın (2015) önerisi doğrultusunda, HTMT değeri de hesaplanmıştır. Bu değer sınırların değeri olan 0.90 ve altında olması kriter geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir (Rodríguez-Victoria, Puig ve González-Loureiro, 2017). Tablo 3 incelendiğinde 0.90'ın üstünde olan bir değer bulunmamaktadır. Belirtildiği üzere, ayırışma geçerliliğinin sağlanmasında çapraz yüklerin incelenmesi de önerilmektedir (Ali vd., 2018). Dolayısıyla, bu araştırmada maddelerin çapraz yükleri de incelenmiş, her maddenin kendi yapısı altında en yüksek faktör yüküne sahip olduğu, böylece ayırışma geçerliliğinin sağlandığı irdelenmiştir.

**Tablo 3.** HTMT Analizi Sonuçları

|                     | <i>Fiziksel Çevre</i> | <i>Müze Memnuniyeti</i> | <i>Tavsiye Etme</i> | <i>Tekrar Ziyaret Etme</i> |
|---------------------|-----------------------|-------------------------|---------------------|----------------------------|
| Fiziksel Çevre      | -                     |                         |                     |                            |
| Müze Memnuniyeti    | 0.842                 | -                       |                     |                            |
| Tavsiye Etme        | 0.683                 | 0.860                   | -                   |                            |
| Tekrar Ziyaret Etme | 0.408                 | 0.486                   | 0.641               | -                          |

#### 4. BULGULAR

Araştırmada öncelikle katılımcıların demografik profilini belirlemeye yönelik betimsel analizler yapılmıştır. Tablo 4'te görüldüğü üzere, katılımcıların çoğunluğu kadın (% 51.5), bekâr (% 56.1) ve lisans düzeyinde eğitim alan bireylerdir (% 46). Katılımcıların yaş ortalaması 34.5, ortalama aylık gelirleri ise 3974 TL'dir (katılımcıların yaklaşık % 47'si aylık gelirlerini belirtmek istememiştir). Araştırmaya katılan bireylerin ~%24'üBurdur Müzesi'ni önceden de ziyaret etmiştir (ortalama ~2 kez).

**Tablo 4.**Katılımcıların Profili

|                                     | <i>n</i> | %    | <i>Min.</i> | <i>Maks.</i> | <i>Ort.</i> | <i>Mod</i> | <i>Med.</i> |
|-------------------------------------|----------|------|-------------|--------------|-------------|------------|-------------|
| Cinsiyet                            | 235      | 99.2 |             |              |             |            |             |
| Kadın                               | 122      | 51.5 |             |              |             |            |             |
| Erkek                               | 113      | 47.7 |             |              |             |            |             |
| <i>Belirtilmemiş</i>                | 2        | 0.8  |             |              |             |            |             |
| Yaş                                 | 229      | 96.6 | 16          | 74           | 34.5        | 21         | 30          |
| <i>Belirtilmemiş</i>                | 8        | 3.4  |             |              |             |            |             |
| Medeni durum                        | 234      | 98.7 |             |              |             |            |             |
| Evli                                | 101      | 42.6 |             |              |             |            |             |
| Bekâr                               | 133      | 56.1 |             |              |             |            |             |
| <i>Belirtilmemiş</i>                | 3        | 1.3  |             |              |             |            |             |
| Eğitim Durumu                       | 234      | 98.7 |             |              |             |            |             |
| İlköğretim                          | 19       | 8.0  |             |              |             |            |             |
| Lise                                | 33       | 13.9 |             |              |             |            |             |
| Önlisans                            | 16       | 6.8  |             |              |             |            |             |
| Lisans                              | 109      | 46.0 |             |              |             |            |             |
| Yüksek lisans                       | 41       | 17.3 |             |              |             |            |             |
| Doktora                             | 16       | 6.8  |             |              |             |            |             |
| <i>Belirtilmemiş</i>                | 3        | 1.3  |             |              |             |            |             |
| Ortalama aylık gelir (TL)           | 126      | 53.2 | 0           | 20000        | 3974        | 3000       | 3000        |
| <i>Belirtilmemiş</i>                | 111      | 46.8 |             |              |             |            |             |
| Müze'yi Önceden Ziyaret Etme Durumu | 232      | 97.9 |             |              |             |            |             |
| Evet                                | 57       | 24.1 |             |              |             |            |             |
| <i>Evet ise Kaç Kez?</i>            | -        | -    | 1           | 10           | 2.2         | 1          | 2           |
| Hayır                               | 175      | 73.8 |             |              |             |            |             |
| <i>Belirtilmemiş</i>                | 5        | 2.1  |             |              |             |            |             |

Araştırma modelinin test edilmesi aşamasında, yol katsayılarının ve temel bileşenlerin anlamlılığının test edilmesi için 5000 iterasyon ile önyükleme tekniğinden faydalanılmıştır (Chin, Peterson ve Brown, 2008). Modelin test edilmesinden önce model uyum iyiliği değerleri kontrol edilmiştir. Bu aşamada SRMR ve NFI değerleri incelenmiştir. Ayrıca içsel değişkenlere yönelik  $R^2$  değerleri, Cohen'in etki katsayısı ( $f^2$ ) ve Stone-Geisser's  $Q^2$  değerleri modelin değerlendirmesinde kullanılan diğer ölçütler olmuştur (Cohen, 1988; Henseler, Ringle ve Sinkovics, 2009).

Modelin uygunluğunun test edilmesinde ilk olarak SRMR ve NFI değerleri incelenmiş ve bu değerlerin sırasıyla 0.064 ve 0.869 olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada modelin doğruluğunun test edilmesi amacıyla Stone-Geisser's  $Q^2$  değeri hesaplanmıştır.  $Q^2$  değeri bir modelde kestirimci bağıntılılığın göstergesi olarak kullanılmaktadır. Bu değer in sıfırdan büyük olması reflektif dışsal örtük değişkenin kestirimci bağıntılılığa sahip olduğunu göstermektedir (Hair vd., 2014). Bu çalışma için yapılan *blinffolding* analizi sonucunda  $Q^2$  değeri müze memnuniyeti için 0.381, tavsiye etme niyeti için 0.540 ve ziyaret etme niyeti için ise 0.179 olarak hesaplanmıştır. Araştırmada, öncül değişkenlerin her bir yapı üzerindeki açıklayıcı gücünü ifade eden  $R^2$  değerleri incelenmiştir. Hair vd. (2014) bu değer in 0.25 olması durumunda zayıf, 0.50 olması durumunda orta ve 0.75 olması durumunda ise mükemmel bir açıklama oranı olduğunu ifade etmektedir. Mevcut araştırmada ulaşılan  $R^2$

değerleri ise müze memnuniyeti için 0.507, tavsiye etme niyeti için 0.631 ve ziyaret etme niyeti için 0.214 düzeyindedir. Son olarak, değişkenlerin etkilerinin tespit edilmesi amacıyla Cohen'in etki değerinden ( $f^2$ ) faydalanılmıştır. Bu değer her bir bileşen için 0.02, 0.15 ve 0.35 düzeyinde olması sırasıyla küçük, orta ve büyük etki olması anlamına gelmektedir (Cohen, 1988). Bu bağlamda mevcut araştırmada ulaşılan  $f^2$  değerleri Tablo 5'te sunulmuştur.

**Tablo 5.** Hipotez Testi Sonuçları

|  | $f^2$ | $\beta$ | <i>ss</i> | <i>t</i> | <i>p</i> | <i>Sonuç</i>  |
|--|-------|---------|-----------|----------|----------|---------------|
| H1: Fiziksel Çevre → Müze Memnuniyeti      | 0.354 | 0.712   | 0.058     | 12.354   | 0.000    | Desteklendi   |
| H2: Fiziksel Çevre → Tavsiye Etme          | 0.001 | 0.091   | 0.092     | 0.985    | 0.325    | Desteklenmedi |
| H3: Fiziksel Çevre → Tekrar Ziyaret Etme   | 0.016 | 0.097   | 0.084     | 1.158    | 0.247    | Desteklenmedi |
| H4: Müze Memnuniyeti → Tavsiye Etme        | 1.264 | 0.727   | 0.081     | 8.945    | 0.000    | Desteklendi   |
| H5: Müze Memnuniyeti → Tekrar Ziyaret Etme | 0.261 | 0.388   | 0.088     | 4.398    | 0.000    | Desteklendi   |

Tablo 5'te, doğrudan etkileri içeren hipotezlere yönelik yol analizi sonuçları yer almaktadır. Görüleceği üzere, araştırmada fiziksel çevrenin müze memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ( $\beta=0.712$ ,  $p<0.001$ ), buna karşın tavsiye etme niyeti ( $\beta=0.091$ ,  $p>0.05$ ) ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde ise ( $\beta=0.097$ ,  $p>0.05$ ) anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle  $H_1$  hipotezi desteklenirken,  $H_2$  ve  $H_3$  hipotezleri desteklenmemiştir. Müze memnuniyetinin ise tavsiye etme niyeti ( $\beta=0.727$ ,  $p<0.001$ ) ve tekrar ziyaret etme niyeti ( $\beta=0.388$ ,  $p<0.001$ ) üzerinde anlamlı bir etki sergilediği belirlenmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın  $H_4$  ve  $H_5$  hipotezleri de desteklenmiştir.

Araştırmada aracılık etkilerinin anlamlılığını ölçmek amacıyla *bootstrapping* analizinden faydalanılmıştır. Nitzl, Roldán ve Cepeda (2016) ve McKinnon, Fairchild ve Fritz (2007), güven aralığı (Confidence Interval - CI) hesaplanması yoluyla aracılık etkisinin dağılım özelliği üzerinden daha geçerli bilgi elde edilebileceğini ifade etmektedir. Bir başka ifadeyle, aracılık etkisinin tespitinde  $t$  değerinin yanıltıcı olabileceği, bu nedenle güven aralığı hesaplanmasının daha doğru olduğu ifade edilmektedir (Nitzl vd., 2016). Bu nedenle mevcut araştırmada, 5000 kez önyükleme (bootstrapping) yoluyla % 95 güven aralığında parametrelerin tahmin edilmesi yoluna başvurulmuştur. Bu bağlamda, fiziksel çevrenin müze memnuniyeti aracılığıyla ziyaretçilerin müzeyi başkalarına tavsiye etme niyetini ( $\beta=0.518$ ,  $CI=[0.395-0.645]$ ) ve müzeyi tekrar ziyaret etme niyetini ( $\beta=0.276$ ,  $CI=[0.168- 0.402]$ ) dolaylı olarak etkilediği tespit edilmiştir (*bkz.* Tablo 6). Dolayısıyla araştırmanın  $H_6$  ve  $H_7$  hipotezleri desteklenmiştir.

**Tablo 6.** Aracılık Hipotezlerine Yönelik Test Sonuçları

|   | $\beta$ | Güven Aralığı (CI) |             |
|---|---------|--------------------|-------------|
|   |         | LLCI(5.0%)         | ULCI(95.0%) |
| H6: Fiziksel Çevre → Müze Memnuniyeti → Tavsiye Etme        | 0.518   | 0.395              | 0.645       |
| H7: Fiziksel Çevre → Müze Memnuniyeti → Tekrar Ziyaret Etme | 0.276   | 0.168              | 0.402       |

Araştırmada, müze memnuniyetinin aracılık rolü Zhao, Lynch ve Chen'in (2010) önerdiği doğrultuda yorumlanmıştır. Zhao vd.'ne (2010) göre aracılık türleri; tamamlayıcı aracılık (kısmi aracı), rekabetçi aracılık (sürekli kısmi aracı), dolaylı aracılık (tam aracı), doğrudan etki (aracılık bulunmamakta) ve etki yok (aracılık yok) şeklinde beş farklı şekilde ifade edilmektedir. Mevcut araştırmada ise bağımsız değişken ile bağımlı değişkenler arasındaki doğrudan etkiler anlamlı olmadığından, müze memnuniyetinin *dolaylı aracılık* rolünde olduğu tespit edilmiştir.

## 5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Müzelerin fiziksel çevre özellikleri; müzenin sergi alanı, termal koşulları (sıcaklık, nem vb.), karmaşıklığı, aydınlatması, ziyaretçi yoğunluğu, gürültü seviyesi, müzedeki eserlerin sergilenme biçimi, miktarı ve eserlere ilişkin açıklamalar gibi çeşitli unsurlardan oluşmaktadır (Jeong ve Lee, 2006). Yapılan araştırmalar, müzelerin bu fiziksel çevre özelliklerinin ziyaretçi deneyimi üzerinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Temme, 1992; Brida vd., 2013). Bu kuramsal temelden hareketle yürütülen mevcut araştırmada, müzenin fiziksel çevre özelliklerinin ziyaretçilerin müze memnuniyeti ve davranışsal niyetleri üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırma, Burdur Müzesi'ni deneyimleyen 237 ziyaretçiyle yürütülmüş, elde edilen veriler PLS-SEM yöntemiyle analiz edilmiştir.

Araştırmada ulaşılan bulgular, fiziksel çevrenin müze memnuniyetini anlamlı ve olumlu bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Bir başka ifadeyle, müzenin termal (sıcaklık, nem vs.) koşullar açısından konforlu, aydınlatmasının yeterli, gürültü seviyesinin düşük ve ziyaretçi yoğunluğu açısından sakin olması ziyaretçilerin müze memnuniyetini olumlu bir şekilde etkilemektedir. Araştırmanın bu sonucu *fiziksel çevrenin ziyaretçilerin müze memnuniyeti üzerindeki etkisi*- önceki araştırmaları da destekler niteliktedir (Temme, 1992; Hui-Ying ve Chao-Chien, 2008; Brida vd., 2013). Özer vd.'ne (2014) göre müze ziyaretçilerinin memnuniyet düzeyleri ise tekrar ziyaret etme davranışına etki etmekte, dolayısıyla müze yöneticilerinin pazarlama maliyetlerinden tasarruf etmelerine imkân sağlamaktadır. Bu araştırmada ulaşılan bulgular da müze memnuniyetinin hem ziyaretçilerin müzeyi tekrar ziyaret etme hem de müzeyi başkalarına tavsiye etme niyetleri üzerinde etkili

olduğunu ortaya koymakta ve önceki araştırmaların sonuçlarıyla paralellik göstermektedir (Simpson, 2000; Huo ve Miller, 2007; Armario, 2008; Sert ve Karacaoğlu, 2018). Araştırmada, ayrıca, müze memnuniyetinin tekrar ziyaret etme niyetinden daha çok müzeyi başkalarına tavsiye etme niyeti üzerinde güçlü bir etki sergilediği belirlenmiştir ( $\beta=0.727 > \beta=0.388$ ). Bu da Simpson'ın (2000) müze memnuniyetinin tavsiye etme eğilimi üzerinde daha güçlü bir etki sergilediği yönündeki bulgusuyla örtüşmektedir. Alanyazındaki bazı araştırmalarda ise müzenin fiziksel çevresinin davranışsal niyetler üzerinde doğrudan etkili olduğu belirtilmektedir (Harrison ve Shaw, 2004; Sert ve Karacaoğlu, 2018). Ancak bu araştırmada, fiziksel çevrenin davranışsal niyetler üzerinde anlamlı bir etkisi gözlenmemiştir. Buna karşın, fiziksel çevrenin müze memnuniyeti aracılığıyla davranışsal niyetler üzerinde dolaylı bir etki sergilediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla, fiziksel çevre özelliklerinin etkisiyle oluşan müze memnuniyetinin ziyaretçilerin davranışsal niyetlerini destekleyen önemli bir faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu anlamda bu çalışmada ilk olarak gelecekteki araştırmacılara Türkiye'deki müzelerin fiziksel olanaklarının araştırılması önerilmektedir. Böylece müzelerin fiziksel olanaklarının muhtemel eksiliği ortaya konulabilir. İkinci olarak araştırmacılara müzelerin turistik bağlamda önemli bir çekim unsuru olması bu alanlarının yönetiminin de incelenmesi önerilmektedir. Zira müzelerdeki fiziksel alanların muhtemel yönetsel eksiklikleri turistik çekim unsuru olabilecek bu alanların daha az ziyaret edilen alanlar haline gelmesine neden olabilecektir.

### **Teşekkür**

Araştırmanın veri toplama aşamasına sağladıkları katkılarından dolayı dönemin Burdur Müzesi Müdürü Sn. H. Ali Ekinci'ye ve müze personeline teşekkür ederiz.

### **KAYNAKÇA**

- Akurgal, E. (1970). *Ancient civilizations and ruins of Turkey*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Ryu, K. (2018). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 514-538.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Armario, E. M. (2008). Tourist satisfaction: An analysis of its antecedents. *Asociacion Espanola de Direccion y Economia de la Empresa (AEDEM)*. ISBN: 978-84-691-5667-4, 367-382.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Bigné, J. E., Mattila, A. S., & Andreu, L. (2008). The impact of experiential consumption cognitions and emotions on behavioral intentions. *Journal of Services Marketing*, 22(4), 303-315.
- Brida, J. G., Meleddu, M., & Pulina, M. (2012). Factors influencing the intention to revisit a cultural attraction: The case study of the museum of modern and contemporary art in rovereto. *Journal of Cultural Heritage*, 13(2), 167-174.
- Brida, J. G., Disegna, M., & Vachkova, T. (2013). Visitor satisfaction at the museum: Italian versus FOREIGN visitors. *BEMPS – Bozen Economics & Management Paper Series*, 2, 1-25.



- Burdur Müze Müdürlüğü. (2019). <http://www.burdurmuzesi.gov.tr/TR-120562/burdur-muzesi.html> (Erişim Tarihi: 22.01.2019).
- Çelgin, G. (2010). *Eski Yunanca-Türkçe Sözlük*. İstanbul: Kabcacı Yayınları.
- Chin, W. W., Peterson, R. A., & Brown, S. P. (2008). Structural Equation Modeling in Marketing: Some Practical Reminders. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 16(4), 287-298.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2<sup>nd</sup> Ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Duru, R. (2008). *Burdur-Antalya bölgesinin altı bin Yılı*. Antalya: Sunan & İnan Kırac Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Merkezi.
- Ekinci, H. A. (2003). Burdur müzesi çalışmaları 2001-2002. *ANMED*, 13, 55-56.
- Er, Y. (2012). *Klasik arkeoloji sözlüğü*. İstanbul: Phoenix Yayınları.
- Erbay, F. (1997). Müze işletmeciliğinin turizm sektörü ile ilişkisi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1-2, 40-41.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Gartenhaus, A. R. (1997). *Minds in motion-using museums to expand creative thinking* (3<sup>rd</sup> Ed.). USA: Caddo Gap Press.
- Goulding, C. (2000). The museum environment and the visitor experience. *European Journal of Marketing*, 34(3/4), 261-278.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equations modeling (PLS-SEM)*. London: Sage Publications.
- Hair, J., Hollingsworth, C. L., Randolph, A. B., & Chong, A. Y. L. (2017). An updated and expanded assessment of PLS-SEM in information systems research. *Industrial Management & Data Systems*, 117(3), 442-458.
- Harrison, P., & Shaw, R. (2004). Consumer satisfaction and post-purchase intentions: an exploratory study of museum visitors. *International Journal of Arts Management*, 6(2), 23-32.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277-319.
- Herreman, Y. (1998). Museums and Tourism: Culture and Consumption. *Museum International*, 50(3), 4-12.
- Hui-Ying, S., & Chao-Chien, C. (2008). A study of service quality and satisfaction for museums - taking the national museum of prehistory as an example. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 4(1), 159-169.
- Huo, Y., & Miller, D. (2007). Satisfaction measurement of small tourism sector (museum): Samoa. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 12(2), 103-117.
- ICOM [International Council of Museums]. (2018) <http://archives.icom.museum/definition.html> (Erişim Tarihi: 10.09.2018).
- Jeong, J. H., & Lee, K. H. (2006). The physical environment in museums and its effects on visitors' satisfaction. *Building and Environment*, 41(7), 963-969.
- Kang, M., & Gretzel, U. (2012). Perceptions of museum podcast tours: effects of consumer innovativeness, internet familiarity and podcasting affinity on performance expectancies. *Tourism Management Perspectives*, 4, 155-163.
- Kock, N. (2015). Common method bias in PLS SEM: A full collinearity assesment approach. *International Journal of e-Collaboration*, 11(4), 1-10.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2018). <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,43336/muze-istatistikleri.html> (Erişim Tarihi: 10.09.2018).
- MacDonald, G. F., & Alsford, S. (1995). Museums and theme parks: Worlds in collision? *Museum Management and Curatorship*, 14(2), 129-147.
- MacKenzie, S. B., & Podsakoff, P. M. (2012). Common method bias in marketing: Causes, mechanisms, and procedural remedies. *Journal of Retailing*, 88(4), 542-555.
- McKercher, B. (2004). A comparative study of international cultural tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 11(2), 95-107.
- McKinnon, D. P., Fairchild, A. J., & Fritz, M. S. (2007). Mediation analysis. *Annual Review of Psychology*, 58, 593-614.
- Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A., Lucchetti, M. C., & Ali, F. (2018). The impact of green practices in coastal tourism: An empirical investigation on an eco-labelled beach club. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 471-482.
- Metin, H. (2013). Kremna'nın üzgün perileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Bülteni: Asımın Sesi*, 1(2), 82-83.

- Metin, H. (2015). Burdur müzesi'nden bir grup kalıp yapımı kase. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37), 473-485.
- Metin, H., & Polat Becks, B. A. (2015). Burdur müzesi metal kandilleri. *OLBA*, 23, 273-320.
- Metin, H., & Soslu, S. (2017). Kremna antik kenti ve kırsal yerleşimlerin tespiti (Proje No: 0327-NAP 16). *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonu*, 4-19.
- Moscardo, G. (1996). Mindful visitors: heritage and tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 376-397.
- Nitzl, C., Roldán, J. L., & Cepeda, C. G. (2016). Mediation analysis in partial least squares path modeling: Helping researchers discuss more sophisticated models. *Industrial Management & Data Systems*, 116(9), 1849-1864.
- Özer, Ö., Avcı, U., & Sop, S. A. (2014). İnanç turizmi ziyaretçilerinin müze memnuniyetlerine ilişkin değerlendirme. Bilim Y. ve Özer, Ö. (Edt), *İnanç turizmi seçme konular içinde* (ss.133-156). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Özer, Ö., Sop, S. A., & Avcı, U. (2013). A comparison of museum visitors' expectations within the context of faith tourism. *International Conference on Religious Tourism and Tolerance* (9-12 Mayıs). Konya. ss: 57-65.
- Özkoç, A. G., & Duman, T. (2008). Müzelerde sergilenen eserlerin elde edilmesi ve korunmasına yönelik müze yöneticilerinin görüşleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(2), 157-168.
- Özüdoğru, Ş. (2013). Kibyra. *Göller Bölgesi Ekonomi ve Kültür Dergisi*, 6, 27-36.
- Podsakoff, P. M., & Organ, D. (1986). Self-reports in organizational research: Problems and prospects. *Journal of Management*, 12(4), 531-544.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. M., Lee, J., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method variance in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2015). "SmartPLS 3". Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.
- Rodríguez-Victoria, O. E., Puig, F., & González-Loureiro, M. (2017). Clustering, innovation and hotel competitiveness: evidence from the Colombia destination. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(11), 2785-2806.
- Sert, Ü. A. N., & Karacaoğlu, S. (2018). Müzelerdeki hizmet kalitesinin memnuniyet algısı ve tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisi: Anadolu medeniyetleri müzesi örneği. *Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences*, 20(2), 103-122.
- Sevin, V. (2013). *Anadolu'nun tarihi coğrafyası*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Sheng, W. C., & Chen, M. C. (2012). A study of experience expectations of museum visitors. *Tourism Management*, 33, 53-60.
- Simpson, K. (2000). Customer satisfaction and behavioural intentions in a rural community museum environment. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1(3), 1-27.
- Siu, N. Y. M., Zhang, T. J. F., Dong, P., & Kwan, H. Y. (2013). New service bonds and customer value in customer relationship management: The case of museum visitors. *Tourism Management*, 36, 293-303.
- Stylianou-Lambert, T. (2011). Gazing from home: Cultural tourism and art museums. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 403-421.
- Su, Y., & Teng, W. (2018). Contemplating museums' service failure: extracting the service quality dimensions of museums from negative online reviews. *Tourism Management*, 69, 214-222.
- TDK [Türk Dil Kurumu]. (2005). *Türkçe sözlük* (10. Baskı). Ankara: 4. Akşam Sanat Okulu Matbaası.
- Temme, J. E. V. (1992). Amount and kind of information in museums: Its effects on visitors satisfaction and appreciation of art. *Visual Arts Research*, 18(2), 28-36.
- Trinh, T. T., & Ryan, C. (2013). Museums, exhibits and visitor satisfaction: A study of the Cham museum, Danang, Vietnam. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 11(4), 239-263.
- Waelkens-Poblome, M., J. (2012). *Sagalassos city of dreams*. Roma: Openbaar Kunstbezit Vlaanderen.
- Weil, W. E. (2000). Transformed Form a Cemetery of Bric-a-Brac. Sheppard, B. (Edt.), *Perspectives on outcome based evaluation for libraries and museums içinde* (ss. 4-12). Washington: Institute of Museum and Library Services.
- Yılmaz, O. (2005). Burdur ilinin turizm potansiyeli. *I. Burdur Sempozyumu* (16-19 Kasım). Burdur. ss. 569-590.
- Zhao, X., Lynch, J.G., JR., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37, 197-206.

## Ek - Araştırmanın Veri Toplama Aracı



## Sayın Ziyaretçi,

Bu anket, müze ziyaretçilerinin memnuniyet düzeyini etkileyen faktörleri incelemek üzere yapılan bilimsel bir araştırma için geliştirilmiştir. **Araştırmadan geçerli ve güvenilir sonuçların alınabilmesi ve bilime katkı sağlanması, sizlerin değerli görüşlerinizi eksiksiz olarak belirtmenize bağlıdır.** Katkılarınızdan dolayı teşekkürlerimizi sunarız.

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi  
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

| Lütfen, aşağıdaki cümlelere ne düzeyde katılıp katılmadığınızı ① ile ⑤ arasında işaretleyerek belirtiniz. Her bir cümle için sadece bir kez işaretleme yapınız ve hiçbir cümleyi yanıtız bırakmayınız. | Kesinlikle Katılmıyorum | Katılmıyorum | Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum |
|--|-------------------------|--------------|--------------------------------|-------------|------------------------|
|  | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 1. Bu müze, metrekare (m <sup>2</sup> ) açısından büyük sergi alanlarına sahiptir.   | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 2. Müzeyi gezmek uzun zaman almaktadır.  | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 3. Müze karmaşık değildir, kolayca gezilebilmektedir.  | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 4. Müzedeki eserler rahatça görülebilecek şekilde sergilenmektedir.  | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 5. Müzenin dinlenme alanları yeterlidir.   | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 6. Müzede önemli eserler sergilenmektedir.   | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 7. Müzedeki eserler birbirinden farklı tekniklerle sergilenmektedir.   | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 8. Sergilenen eserlerle ilgili açıklamalar yeterlidir.   | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 9. Müzede çok sayıda eser sergilenmektedir.  | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 10. Müze, termal (sıcaklık, nem vs.) koşullar açısından konforludur.   | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 11. Müzenin aydınlatması yeterlidir.   | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 12. Müzedeki gürültü seviyesi düşüktür.  | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 13. Müze, ziyaretçi yoğunluğu açısından sakindir.  | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 14. Bu müze, şu ana kadar ziyaret ettiğim en iyi müzelerden birisidir.   | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 15. Müzeye yaptığım bu ziyaretimden memnun kaldım.   | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 16. Bu müzeyi ziyaret etmek iyi bir fikirdi.   | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 17. Bu müzede olmaktan keyif aldım.  | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 18. Bu müzeyi ziyaret ettiğim için pişmanım.   | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 19. Gelecekte, bu müzeyi tekrar ziyaret ederim.  | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 20. Çevremdeki kişilere bu müze hakkında olumlu şeyler söylerim.   | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 21. Çevremdeki kişileri bu müzeyi görmeleri için teşvik ederim.  | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |
| 22. Çevremdeki kişilere bu müzeyi görmelerini tavsiye ederim.  | ①                       | ②            | ③                              | ④           | ⑤                      |

|   |                                  |                                 |                                 |
|---|----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Daha önce bu müzeyi ziyaret etmiş miydiniz? | <input type="radio"/> Hayır      | <input type="radio"/> Evet      | →[..... kez ziyaret etmiştim]   |
| Yaşınız:                                    | .....                            |                                 |                                 |
| Cinsiyetiniz:                               | <input type="radio"/> Kadın      | <input type="radio"/> Erkek     |                                 |
| Medeni Durumunuz:                           | <input type="radio"/> Bekar      | <input type="radio"/> Evli      |                                 |
| Eğitim Durumunuz:                           | <input type="radio"/> İlköğretim | <input type="radio"/> Lise      | <input type="radio"/> Ön Lisans |
|   | <input type="radio"/> Lisans     | <input type="radio"/> Y. Lisans | <input type="radio"/> Doktora   |
| Mesleğiniz:                                 | .....                            |                                 |                                 |
| Ortalama Aylık Geliriniz:                   | ..... TL                         |                                 |                                 |

**[Anket Tamamlandı]**

**Zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz.**

## EXTENDED SUMMARY

Museums have been among the most popular attractions of tourism destinations (McKercher, 2004). In this context, today's museums are not seen as areas where only a number of objects are collected and exhibited, but also are interpreted as places that allow visitors to evaluate their leisure time and educate themselves (Özer et al., 2014; Weil, 2000). Therefore, in contrast with the past, the value of the visitor has increased for museums and investigating visitors' expectations and experiences have become an important issue for both academicians and museum managers (Özer et al., 2013). For this purpose, some researchers examined the factors affecting museum satisfaction (Brida et al., 2013; Jeong & Lee, 2006; Özer et al., 2014; Trinh and Ryan, 2008), while some researchers tried to interpret the behavioral intentions of the visitors towards museums (Armario, 2008; Brida et al., 2012; Harrison & Shaw, 2004; Huo & Miller, 2007; Sert & Karacaoglu, 2018).

Museums are products offered to consumers in the context of a physical environment. Therefore, museum experience is caused by the influences of various physical environment elements, such as the exhibition area, thermal conditions (temperature, humidity, etc.), complexity, lighting, visitor density, noise level, the way the artifacts are exhibited, the amount and description of the exhibits (Jeong & Lee, 2006). Within this perspective, the aim of the present research is to examine the effects of the physical environment of museums on visitor satisfaction and behavioral intentions toward museums. The literature review proves the lack of studies examining the influence of physical environment on museum satisfaction (Brida et al., 2013; Hui-Ying & Chao-Chien, 2008; Jeong & Lee, 2006) and behavioral intentions of visitors (Harrison & Shaw, 2004; Sert & Karacaoglu, 2018). In this study which has been carried out in Burdur Museum, it is thought that direct and indirect relations between these variables will be revealed and valuable contributions can be provided to the literature and museum managers.

Physical environment of a museum generally encompasses the land and the building area, shape, lighting, visitor direction, crowd, emergence, interest, and methods of encouraging participation (Goulding, 2000). Studies indicate that physical environment characteristics of museums play an important role in visitor experience. For example, a survey conducted in 1992 proved that approximately 85% of the museum visitors were more delighted to gaze the paintings if there were accompanying information texts (Temme, 1992). In another study conducted in China, general environmental cleanliness and maintenance of the museum was found important for visitor satisfaction (Hui-Ying & Chao-Chien, 2008). On the other hand, a study conducted in Italy proved that long entry queues, the inability to see the exhibited objects and the absence of a living/resting area reveal negative influence on visitor satisfaction (Brida et

al., 2013). Based on these studies the following hypothesis was developed:

*H1: Physical environment of the museum has a significant effect on museum satisfaction.*

Visitors who are satisfied with the museum are expected to visit the museum again (Armario, 2008) and/or recommend it to people they know (Armario, 2008; Sert & Karacaoglu, 2018). A study conducted in this context claims that museum satisfaction has a stronger influence on visitors' intention to recommend the museum than intention to revisit (Simpson, 2000). Huo & Miller (2007) investigated the relationship between museum satisfaction and intention to recommend, but they did not examine intention to revisit. In order to discuss the effect of museum satisfaction on behavioral intentions of visitors, the following hypotheses were developed in the present study:

*H2: Museum satisfaction has a significant effect on intention to recommend the museum to others.*

*H3: Museum satisfaction has a significant effect on intention to revisit the museum.*

According to the literature, there is a significant relationship between physical environment of museums and behavioral intentions of visitors. For example, Harrison & Shaw (2004), who took account of accessibility, functionality, cleanliness, ease of movement, comfort, security and aesthetics when interpreting museums, concluded that visitors' intention to revisit the museum is influenced by these environmental characteristics. Following hypotheses were developed to examine the relationship between the physical environment of the museum and behavioral intentions of the visitors, as well:

*H4: Physical environment of the museum has a significant effect on intention to recommend the museum to others.*

*H5: Physical environment of the museum has a significant effect on intention to revisit the museum.*

These relations between physical environment, museum satisfaction and behavioral intentions of the visitors are shown in the theoretical model of the study (Figure 1). In addition to direct effects mentioned in the previous hypotheses, indirect effects of museum satisfaction on between physical environment and behavioral intentions relationship will also be examined:

*H6: Museum satisfaction has a mediating effect on the relationship between physical environment and intention to recommend the museum to others.*

*H7: Museum satisfaction has a mediating effect on the relationship between physical environment and intention to revisit the museum.*

The purpose of this research is to explain the effects of physical environment on museum satisfaction and behavioral intentions (intention to recommend and revisit) of museum visitors.

For this purpose, the research was conducted in Burdur Museum and survey material of the research was applied to its 237 visitors. The theoretical model of the study was analyzed via partial least squares structural modeling (PLS-SEM) as Ali et al. (2018) and Hair et al., (2017) suggested for small sample size and non-normally distributed data set. SmartPLS software was utilized for data analysis. High scores for composite reliability, Cronbach alpha and AVEs supported the convergent validity (Table 1). Discriminant validity was also supported via Fornell-Larcker (1981) and Heterotrait-Monotrait (HTMT) analyses (Table 2 and 3).

Goodness of fit indices of the model were checked before the structural model was tested. In addition to SRMR and NFI scores,  $R^2$  values for internal variables, Cohen's coefficient of influence ( $f^2$ ) and Stone-Geisser's  $Q^2$  values were supported the overall quality of the model (Cohen, 1988; Henseler et al., 2009). These findings are presented in Table 5, within hypothesis test results. According to the results presented in the table, physical environment has a significant effect on museum satisfaction ( $\beta = 0.712$ ,  $p < 0.001$ ), but it has no significant effects on intention to recommend ( $\beta = 0.091$ ,  $p > 0.05$ ) or intention to revisit ( $\beta = 0.097$ ,  $p > 0.05$ ) Thus, hypothesis H1 was supported, but H2 and H3 hypotheses were not supported. However, museum satisfaction was found to have a significant effect on intention to recommend ( $\beta = 0.727$ ,  $p < 0.001$ ) and the intention to revisit ( $\beta = 0.388$ ,  $p < 0.001$ ). So, H4 and H5 hypotheses were supported. Bootstrapping analysis indicated Zhao et al.'s (2010) *indirect-only mediation* effect for museum satisfaction on relationships between physical environment-intention to recommend the museum to others ( $\beta = 0.518$ ,  $CI = [0.395-0.645]$ ) and physical environment-intention to revisit the museum ( $\beta = 0.276$ ,  $CI = [0.168- 0.402]$ ). Thus, H6 and H7 were supported, as well.

The findings of the study indicate that physical environment has a significant and positive effect on museum satisfaction by supporting previous studies (Hui-Ying and Chao-Chien, 2008; Temme, 1992; Brida et al., 2013). The findings also prove that museum satisfaction has positively affect visitors' intention to recommend and revisit the museum, as parallel with the results of previous studies (Armario, 2008; Huo & Miller, 2007; Sert & Karacaoğlu, 2018; Simpson, 2000). In addition, it was determined that museum satisfaction had a stronger effect on intention to recommend than intention to revisit ( $\beta = 0.727 > \beta = 0.388$ ), which supports Simpson (2000). However, conversely to the literature, no significant direct effects of physical environment on behavioral intentions were found. Instead, physical environment had an indirect effect on behavioral intentions through museum satisfaction. Therefore, it is concluded that satisfaction which is formed by physical environment is the crucial factor supporting behavioral intentions of museum visitors.