

Araştırma Makalesi

**Kültürel Miras Turizmi Bağlamında Deneyim/Deneyimsel Kalite Kavramının
İncelenmesi¹**

*Examining the Concept of Experience Quality/Experiential Quality in the Context of Cultural
Heritage Tourism*

Fuat ATASOY Öğr. Gör. Dr., Ankara Üniversitesi Beypazarı Meslek Yüksekokulu fuatatasoy@hotmail.com https://orcid.org/0000-0003-2336-2234	İlker ÖZTÜRK Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Cumhuriyet Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu ilker5885@gmail.com https://orcid.org/0000-0002-7302-2337
---	--

Makale Geliş Tarihi	Makale Kabul Tarihi
08.03.2022	01.11.2022

Öz

Bu çalışma son yıllarda yapılmış olan turizm araştırmalarında, deneyim kalitesi / deneyimsel kalite' nin, kültürel miras turizmi bağlamında ele alınıp şeklini anlayarak, gelecekteki araştırma yönelimlerine ilişkin öneriler ortaya koymayı amaçlamaktadır. Sistematik literatür tarama yönteminin uygulandığı bu çalışmada, 2000-2021 yılları arasında uluslararası en üst düzey 61 tane turizm, boş zaman ve ağırlama yönetimi dergisinde yayımlanan deneyim /deneyimsel kalite(si)nin, kültürel miras turizmi bağlamında ele alındığı 11 uluslararası makale içerik analizine tabi tutulmuştur. Bununla birlikte Dergi Parkta, TR Dizin ve Türkçe veya İngilizce olarak yayımlanan konaklama, spor ve turizm dergilerinde yapılan taramada, kavramla ilgili 2003-2021 yılları arasında kültürel miras bağlamında 2 tane araştırma makalesi olduğu anlaşılmıştır. Dolayısıyla bu çalışmada toplam 13 tane araştırma makalesi içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizinin bulgularına göre, deneyim /deneyimsel kalite(si)nin kültürel miras bağlamında incelendiği makalelerin tamamı ampirik çalışma olarak tasarlanmıştır. Araştırmacılar çalışmalarında nicel ve karma araştırma yöntemlerini tercih etmişlerdir. En fazla kullanılan örnekleme tekniği ise kolayda örneklemedir.

Anahtar kelimeler: Turizm, Kültürel Miras Turizmi, Deneyim Kalitesi, Deneyimsel Kalite, Sistematik Literatür Taraması

Abstract

This study aims to reveal suggestions for future research directions by understanding the way in which experience quality / experiential quality is handled in the context of cultural heritage tourism in tourism researches conducted in recent years. In this study, systematic literature review method was used. Through this method, 61 high-level tourism, leisure and hospitality management journals published between 2000-2021 were examined. As a result of the review, eleven international articles in which experience / experiential quality(s) are discussed in the context of cultural heritage tourism were subjected to content analysis. However, as a result of the review in Dergi Park, TR Index and accommodation, sports and tourism journals published in Turkish or English, it was determined that there were 2 research articles related to the concept between 2003 and 2021 in the context of cultural heritage.

¹ Çalışma, 15-16-17 Ekim 2021 tarihlerinde gerçekleştirilen 21. Ulusal Turizm Kongresi'nde sunulmuştur.

Önerilen Atıf /Suggested Citation

Atasoy, F. – Öztürk, İ., 2022 Kültürel Miras Turizmi Bağlamında Deneyim/Deneyimsel Kalite Kavramının İncelenmesi, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 57(4), 2677-2692.

Therefore, a total of thirteen research articles were analyzed for content in this study. According to the findings of the content analysis, all of the articles examining the experience / experiential quality(s) in the context of cultural heritage were designed as empirical studies. Researchers preferred quantitative and mixed research methods in their studies. The most commonly used sampling technique is convenience sampling.

Keywords: Tourism, Cultural Heritage Tourism, Quality of Experience, Experiential Quality, Systematic Literature Review

1. Giriş

Post-modern tüketici davranışlarının damgasını vurduğu 21. yüzyıl, pazarlama uygulamalarında bir paradigma değişikliği yaşanmasına neden olmuştur. İşletmelerin bütünsel müşteri deneyimleri oluşturarak, müşteri ilişkilerini geliştirmeye çalıştıkları bu yeni dönemde, ürünlerin performans kalitesi yerini yavaş yavaş deneyim kalitesine bırakmaya başlamıştır (Alnawas ve Hemsley-Brown, 2019). Kusumawati, ve Rahayu' ya (2019) göre rekabet sadece ürün kalitesi ile değil, aynı zamanda müşterilere sunulan ürün ve hizmetleri yeniden satın almaya teşvik edecek hizmet ve deneyim kalitesine de dayanmaktadır. Bu yüzden bazı araştırmacılara (Jin, Lee ve Lee, 2015; Lemke vd., 2011; Wu, Li ve Li, 2016) göre deneyim kalitesi, sadakatin bir öncülüdür (Hussein, Hapsari ve Yulianti, 2018).

Bazı yazarlar (Bushell ve Griffin 2006; Floyd ve Graham, 1997; Graefe, , 2000; Manfreda, Driver ve Brown, 1983; Priskin ve McCool, 2006) yüksek kaliteli deneyim fırsatlarının yönetilmesi ve izlenmesinin, deneye dayalı rekreasyon planlama ve yönetim süreçlerinin vazgeçilmez bir parçası olduğu tespitinde bulunmuşlardır (Hansen, 2016). Deneyim ekonomisi, turistlerin öğrenebilecekleri ve turizm cazibe unsurlarına katılabilecekleri yeni deneyimler arama eğiliminde olduklarına işaret etmektedir (Suhartanto, Brien, Primiana, Wibisono ve Triyuni, 2019). Kao, Huang ve Wu (2008) deneyim ekonomisinin süreçlerinin bol miktarda deneyim içerdiğini, dolayısıyla bu durumun ilgili ürünlerin benzersizliğini öne çıkarmayı ve rekabet piyasasında fiyatlandırmayı kolaylaştırdığını ifade etmiştir. Ayrıca kişileştirilmiş tüketici taleplerini karşılamının en iyi yolu, tüketiciye deneyim imkânı sunmaktan geçmektedir.

Wu ve Li' ye (2017) göre miras deneyim kalitesi, bir turistin miras turist deneyiminin üstünlüğü veya mükemmelliği ile ilgili yargısıdır. Miras turizmi büyük ölçüde deneyimsel bir tüketim olarak değerlendirilmektedir. Bu yüzden ziyaretçilerin algıladıkları kalite, miras alanında verilen hizmetlerden daha ziyade, ziyaret sürecinde yaşanan deneyimler ile ilişkilidir (Chen ve Chen, 2010). Kültürel ve miras turizmi pazarları, turizm endüstrisinde en hızlı gelişen turizm piyasa türlerindendir. Avrupa'daki turizm faaliyetlerinin yarısından fazlasının kültürel miras tarafından yönlendirildiği bilinmektedir. Buna rağmen kültürel miras alanlarının sahip oldukları çekicilik unsurları ortalama bir ziyaretçi deneyimini garanti edememektedir (Altunel ve Erkut, 2015). Bundan dolayı miras alanındaki yöneticilerin olumlu davranışsal niyet oluşturmak amacıyla, ziyaretçilerin değer algılarında yüksek kalite algısı yaratabilmeleri için tatmin edici deneyimler sağlamaları gerekmektedir (Chen ve Chen, 2010).

Araştırmanın alt amacı, kültürel miras turizm alanında deneyim /deneyimsel kalite(si) ile ilgili güncel literatürü açıklamaktır. Dolayısıyla bu bağlamda kavramla ilgili makale yayımlayan dergiler, makalelerin yayın yılı, kavram ile ilgili çalışan yazarlar, kavram ile ilgili makale türleri, makalelerde kullanılan araştırma desenleri gibi bazı bibliyometrik göstergeler, gelecekte yapılacak araştırmalara rehberlik yapmak için incelenmiştir. Mevcut çalışmanın sonuçlarının, gelecekteki turizm, boş zaman ve ağırlama yönetimi çalışmalarında araştırmaları için yeni yönler önererek, deneyim/deneyimsel kalite(si) ve kültürel miras yazınına katkıda bulunacağına inanılmaktadır.

2. Literatür taraması

Bazı yazarlar (Chhabra, Healy ve Sills, 2003; González-Rodríguez, Domínguez-Quintero ve Paddison, 2019) kültürel miras turizmini gerek bilişsel gerekse duygusal olarak deneyim yaşanan bir turizm türü olarak nitelendirmişlerdir. Dolayısıyla bu bölümde deneyim kalitesi ile kültürel miras alanları arasındaki ilişki, daha önce yapılan araştırma sonuçları kanıt gösterilerek ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2.1. Deneyim Kalitesi

Chan ve Baum'a (2007, s. 578) göre deneyim kalitesi, arzu edilen sosyal-psikolojik faydalara yönelik duygusal tepkilerdir. Deneyim kalitesi, ayrıca gerçek deneyimin meydana gelmesinde rolü bulunan örneğin tedarikçi gibi, faydalı olan kişiler ile teması da ifade etmektedir. Manning (1986, s. 80) ise

deneyim kalitesini, psikolojik bir çıktı olarak tanımlamıştır. Yin, Cheng, Bi ve Ni (2020, s. 5) ise turist deneyim kalitesini, turistlerin turizm çekiciliklerini kapsamlı şekilde değerlendirmeleri olarak ifade etmektedir.

Turist memnuniyeti ile ilgili son zamanlarda yapılan araştırmalar (De Rojas ve Camarero, 2008; Han ve Jeong, 2013; Yüksel, Yüksel ve Bilim, 2010), duygusal bileşen olan deneyim kalitesinin, turistlerde memnuniyet yargıları meydana getirme sürecinde, giderek daha önemli olduğuna işaret etmektedir (González-Rodríguez, Domínguez-Quintero ve Paddison, 2019, s. 2779). Kao, Huang ve Wu (2008, s. 163) turist deneyimi modelinde, performans kalitesi ve memnuniyet arasındaki ilişkide deneyim kalitesinin aracı rolünü incelemektedir. Ulaştıkları sonuçlara göre değişkenler arasında pozitif ilişkiler bulunmaktadır. Bununla birlikte deneyimsel tatmin, sadakat ile pozitif ilişkiye sahiptir. Haji, Surachman, Ratnawati ve MintartiRahayu'nun (2021, s. 1023) çalışmasında deneyim kalitesi, turist memnuniyetinin öncülü durumundadır. Araştırmanın sonucunda turist memnuniyetinin davranışsal niyetler üzerindeki etkisinde, deneyim kalitesinin kısmi etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bir turistik destinasyonun sahip olduğu genel fiziksel ve sosyal çevredeki turist deneyimi kalitesi, turiste kaçış duygusu yaratabilmektedir. Böylece turistin fiyat hassasiyeti yerini olumlu fiyat algısına bırakabilmektedir. Turistin keyif alabileceğini düşündüğü ve günlük rutinlerden uzaklaştığı bir seyahat fikri, tur deneyiminin daha değerli algılanmasına katkıda bulunabilmektedir. Elde edilen kaliteli deneyim algısı, amaca ulaşmak için yapılan fedakârlıkların olumlu algılanmasına yardımcı olabilmektedir (Moon ve Han, 2018, s. 44). Ayrıca turistlerin, keyif alma hissi ve kaçış duygusu gibi genel deneyim kalitesinden memnuniyet yaşadıklarında, bir destinasyona karşı olumlu bir tutum sergileme ve destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetinde olma şansı artmaktadır (Ghorbanzadeh, Shabbir, Mahmood ve Kazemi, 2020, s. 5). Bu yüzden olumlu deneyimlerin, turistlerin memnuniyet, imaj ve algılanan değer gibi tüketim sonrası değerlendirmelerini etkilemesinden dolayı müşterilerin deneyimlerini anlamak, pazarlama stratejileri için kritik bir unsur haline gelmiştir (Jin, Lee ve Lee, 2013, s. 82).

2.2. Kültürel Miras Turizmi

Fyall ve Garrod (1998) miras turizmini, destinasyona turist talebi oluşturmak amacıyla sosyo-kültürel varlıklardan yararlanılan ekonomik bir faaliyet olarak tanımlamaktadırlar. Zeppal ve Hall'e (1991) göre miras turizmi, geçmişe yönelik nostalji ve çeşitli kültürel manzaraları ve biçimleri deneyimleme arzudur (akt. Chhabra, Healy ve Sills, 2003, s. 703). Tipik olarak kültür turizmi kapsamında bulunan ve en yaygın turizm türlerinden olan miras turizmi, en eski seyahat etme biçimlerindendir. Eski Mısırlılar, Romalılar ve ortaçağ döneminde yaşayanlar, kültürel öneme sahip yerleri deneyimlemek için seyahat etmişlerdir (Timothy ve Boyd, 2006, s. 1). Miras turizmi faaliyetleri, turistlerin deneyim ve duygusal tepkilerini ortaya çıkarma fırsatları sunmaktadır (González-Rodríguez, Domínguez-Quintero ve Paddison, 2019, s. 2779). MacCannell'a (1993) göre turizmin tümü kültürel bir deneyimdir (Mousavi, Doratlı, Mousavi ve Moradihari, 2016, s. 70). McKercher ve Du Gros (2020) ve Stebbins'in (1996) yaptıkları kültür turisti sınıflandırmaları, turistlerin içinde bulundukları deneyimin derinliğine göre temellendirilmiştir. Örneğin, McKercher ve Du Gros'un (2020) en deneyimli turist tipi amaçlı turist iken, Stebbins'in (1996) sınıflandırmasında bu turist tipi uzman olarak belirlenmiştir (akt. Mousavi vd., 2016, s.72). Kültürel miras çekicilikleri ziyaretçiler için duygulanım ve bilgi edinmeyi kolaylaştıran deneyimsel ürünlerdir. Eğlence, keyif alma, kaçış, aile veya arkadaşlarla değerli vakit geçirme, öğrenme bu deneyimlere örnek gösterilebilir. Bu deneyim türleri bilişsel ve duygusal niteliktedirler. Bu bağlamda düşünüldüğünde, insanların değerli miras deneyimleri anlaşılması, destinasyon ve miras yöneticilerinin pazarlama başarılarını etkilemektedir (McIntosh, 1999, s. 43).

3. Yöntem

Son yıllarda yapılan çalışmalarda sistematik literatür taramasının daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Örneğin Yung ve Khoo (2017), turizm araştırmalarında sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik üzerine yaptıkları çalışmada aynı yöntemi kullanmıştır. Park ve Jeong (2019) ise turizmde hizmet kalitesini inceledikleri çalışmada, kavram ile ilişkilendirilmiş anahtar kelimelerin analizini sistematik literatür taraması ile ele almıştır. Pickering ve Byrne'ye (2014) göre sistematik literatür taraması yöntemini uygulayan bir araştırma makalesi, beş aşamadan meydana gelmektedir. Buna göre mevcut çalışmanın ilk aşamasını gerçekleştirmek amacıyla deneyim kalitesi literatürü dikkatlice analiz

edilmiştir. İkinci aşamada, kavram bağlamında araştırma soruları oluşturulmuştur. Sonraki aşamada ise Ulakbim ve uluslararası veri tabanlarında, taramada parametre olarak kullanılacak “deneyim kalitesi, deneyimsel kalite, kültürel miras, experience quality, quality of experience, experiential quality, cultural heritage” sözcükleri anahtar kelime olarak belirlenmiştir. Dördüncü aşamada taramanın yapılacağı veri tabanları belirlenmiştir. Bu amaçla uluslararası alandaki tarama için, dergi etki faktörü, h-index veya SJR puanı gibi farklı çeşitli bibliyometrik göstergeler yardımıyla, diğerlerine kıyasla daha yüksek puanlara sahip dergiler listelenmiştir. Listeleme işlemi için Scimago Journal Rank (SJR) kullanılmıştır. SJR puanı, seçilen alandaki derginin son üç yılda aldığı ortalama atıf sayısını göstermektedir (Scimago, 2021).

Sistematiik literatür araştırmasında, yazarın belirlediği parametreler yardımıyla SJR’de listeme işlemi 02.08.2021, Ulakbim’de ise listeleme işlemi 03.08.2021 tarihinde yapılmıştır. Filtreleme işleminde turizm, boş zaman ve ağırlama yönetimi alanlarında 2021 yılında uluslararası alanda yayımlanmış Q1 ve Q2 dergiler aranmış ve listelenmiştir. Filtreleme işlemi, arama sonucu elde edilen Q1 ve Q2 dergi sayısını 61 olarak sınırlandırmıştır. Her bir derginin web sayfasındaki gelişmiş arama özellikleri kullanılarak makale başlığı, özet ve anahtar kelimeler alanlarında “experience quality, quality of experience, experiential quality” terimleri aratılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda kültürel miras bağlamında deneyim kalitesi ile ilgili yayımlanmış 11 makale olduğu anlaşılmıştır. Bunun yanı sıra Türkiye’de TR Dizin’ de yer alan dergilerde deneyim kalitesinin kültürel miras bağlamında incelendiği sadece 2 makale tespit edilebilmiştir. Dolayısıyla toplamda 13 makale içerik analizine tabi tutulmuştur. Belirlenen 13 makalenin her biri dikkatlice incelenmiş, özet ve yöntem bölümlerinin içerik analizi yapılmıştır. Araştırma soruları (tablo 8) ile ilgili anahtar kelimeler (tablo 4) tespit edilmiştir.

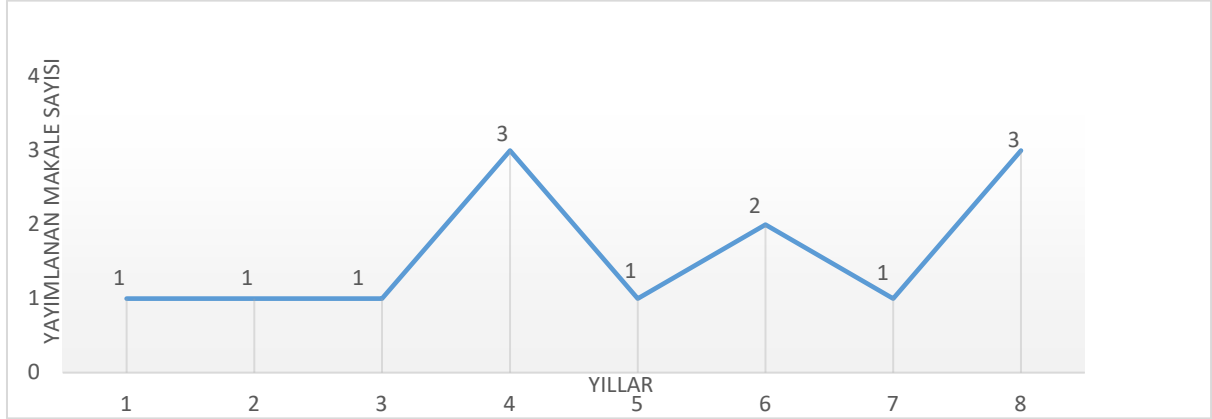
4. Bulgular ve Tartışma

Tablo 1’ de turizm, boş zaman ve ağırlama yönetimi alanında yayınlanmış, deneyim kalitesi ile ilgili makalelerin dağılımı gösterilmektedir. Buna göre dergilerden dört tanesi, ikişer yayın yapmıştır. Diğerleri ise sadece birer yayın yapmışlardır. Alanda deneyim kalitesi ile ilgili iki makale yayımlayan Current Issues in Tourism, Journal of Destination Marketing and Management, Journal of Heritage Tourism ve Journal of Hospitality and Tourism Research dergileri en çok yayın yapan dergiler olarak ilk sırayı paylaşmaktadırlar.

Tablo 1: Kültürel Miras Bağlamında Deneyim Kalitesi İle İlgili Yayın Yapan Dergiler

Dergiler		İndex		n	(%)
1	Current Issues in Tourism	SSCI	Scopus	2	15
2	Journal of Destination Marketing and Management	SSCI	Scopus	2	15
3	Journal of Heritage Tourism	ESCI	Scopus	2	15
4	Journal of Hospitality and Tourism Research	SSCI	Scopus	2	15
5	Tourism Economics	SSCI	Scopus	1	8
6	Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism	ESCI	Scopus	1	8
7	Tourism Management	SSCI	Scopus	1	8
8	İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	Tr Dizin		1	8
9	Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi	Tr Dizin		1	8
Toplam				13	100

Şekil 1’de 2000 ile 2021 yılları arasında yayınlanan dergilerdeki deneyim kalitesi ile ilgili makale sayıları gösterilmektedir. Grafik, deneyim kalitesi kavramına olan ilginin son yıllarda daha fazla olduğuna işaret etmektedir. Yoğun olarak yayın yapılan 2017 ile 2021 yılları arasında en çok yayın Current Issues in Tourism (2), Journal of Hospitality and Tourism Research (2) ve Journal of Heritage Tourism (2) dergilerinde yapılmıştır.

Şekil 1: Yıllara Göre Yayınlanan Makale Sayısı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2’de turizm, boş zaman ve ağırlama yönetimi alanında yayınlanmış, deneyim kalitesi ile ilgili makalelerin yazarlarının isimleri gösterilmektedir. Deneyim kalitesi ile ilgili olarak Dominguez-Quintero, Ana M. ve Gonzalez-Rodriguez, Rosairio M. üçer çalışma yapmışlardır. Paddison, Brendan ise iki çalışmaya sahiptir. Geriye kalan 29 yazarın ise birer çalışması bulunmaktadır.

Tablo 2: Yazar Listesi

Yayınlanan Makalelerin Yazarları ve Yayın Sayıları					
1.	Domenguez-Quintero, Ana M.	(3)	17.	Li, Tao	(1)
2.	González-Rodríguez, M. Rosario	(3)	18.	Lin, Bishu	(1)
3.	Paddison, Brendan	(2)	19.	Mansour, Jabar S.A.	(1)
4.	Akkuş, Çetin	(1)	20.	Marrero-Rodriguez, J.Rosa	(1)
5.	Altunel, M. Cevdet	(1)	21.	Martin, Carlos Juan	(1)
6.	Ariffin, Ahmad Azmi M.	(1)	22.	Moreira, Pedro	(1)
7.	Bi, Yahua	(1)	23.	Ni, Yensen	(1)
8.	Chen, Ching-Fu	(1)	24.	Öksüz, Nadire	(1)
9.	Chen, Fu-Shian	(1)	25.	Roldan, José Luis	(1)
10.	Chen, Yonghong	(1)	26.	Roman, Concepcion	(1)
11.	Cheng, Yun	(1)	27.	Santana, Agustin	(1)
12.	Erkut, Berkay	(1)	28.	Sun, Xiaolong	(1)
13.	Eryılmaz, Gamze	(1)	29.	Şimşek, Aykut	(1)
14.	Gao, Jie	(1)	30.	Tseng, Shuyin	(1)
15.	Hapsari, Raditha	(1)	31.	Wu, Hung-Ce	(1)
16.	Hussein, Sabil Ananda	(1)	32.	Yin, Jie	(1)

Tablo 3, deneyim kalitesi ile ilgili yapılan çalışmaların tamamının ampirik nitelikli çalışmalar olduğuna işaret etmektedir. Kullanılan araştırma desenlerinde ise %85 oranında nicel yöntemlerin kullanılmış olduğu göze çarpmaktadır. Çalışmaların sadece 2 tanesinde karma yöntem kullanılmıştır. Örneklem teknikleri incelendiğinde, çoğunlukla kolayda örneklem yönteminin (%77) tercih edildiği

anlaşılmaktadır. Araştırmalarında tamamında olasılığa dayalı olmayan örnekleme teknikleri seçilmiştir. On üç çalışmanın toplam örneklem büyüklüğü 4.163 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 3: Makale Türü, Araştırma Yöntemleri, Örneklem Türü ve Büyüklükleri

		n	%	En az	En fazla	Toplam
Makale Türü						
	Amprik	13	100			
Araştırma Yöntemi						
	Nicel	11	85			
	Karma	2	15			
Örnekleme Tekniği						
	Kolayda	10	77	130	447	
	Amaçsal	3	23	205	500	
Örneklem Büyüklüğü		13	100	130	500	4.163

Tablo 4’de deneyim kalitesi ile ilgili yapılmış çalışmalarda kullanılan anahtar sözcükler görülebilmektedir. Buna göre, deneyim kalitesi ile yapılan çalışmalarda en sık kullanılan anahtar sözcük, deneyim kalitesi (11) olarak tespit edilmiştir. Bu sözcüğü kültürel turizm (5), davranışsal niyetler (5), memnuniyet (5), algılanan değer (3), otantiklik (2), duygular (2) ve miras turizmi (2) izlemektedir. Geriye kalan 28 sözcük ise sadece bir kez kullanılmıştır. Bulgular, deneyim kalitesi kavramının incelenmesinde tüketicilerin memnuniyet, algılanan değer, tekrar ziyaret etme, tavsiye etme, katılım gibi tercihlerine odaklanıldığına işaret etmektedir.

Tablo 4: Makalelerde Kullanılan Anahtar Kelimeler

Anahtar Kelimeler ve Kullanım Sıklıkları					
1.	deneyim kalitesi	(11)	19.	Guizhou	(1)
2.	kültürel turizm	(5)	20.	insan kalabalıklığı	(1)
3.	davranışsal niyetler	(5)	21.	İstanbul	(1)
4.	memnuniyet	(5)	22.	Kastamonu	(1)
5.	algılanan değer	(3)	23.	konaklama pazarlaması	(1)
6.	otantiklik	(2)	24.	kültür turistleri	(1)
7.	duygular	(2)	25.	miras oteli	(1)
8.	miras turizmi	(2)	26.	müze	(1)
9.	algılanan risk	(1)	27.	otel imajı	(1)
10.	arkeoloji müzeleri	(1)	28.	tavsiye niyeti	(1)
11.	çok boyutlu ve hiyerarşik model	(1)	29.	tekrar ziyaret niyeti	(1)
12.	deneyimsel değer	(1)	30.	turist katılımı	(1)
13.	deneyimsel kalite boyutları	(1)	31.	turist tecrübesi	(1)
14.	deneyimsel memnuniyet	(1)	32.	turizm	(1)
15.	destinasyon çekicilikleri	(1)	33.	turizm ve ulaştırma	(1)
16.	destinasyon imajı	(1)	34.	turizmin ticarileşmesi	(1)

17.	Dünya miras şehri	(1)	35.	yapısal eşitlik modeli	(1)
18.	fiziksel kalabalık	(1)	36.	ziyaretçinin deneyimsel kalitesi	(1)

Literatür incelemesi sonucunda, deneyim kalitesi kavramının bazı çalışmalarda (Chen ve Chen, 2010; Ghorbanzadeh, Shabbir, Mahmood ve Kazemi, 2020; González-Rodríguez, Domínguez-Quintero ve Paddison, 2019; Hussein, Hapsari ve Yulianti, 2018, Wu ve Li, 2017) bağımsız değişken olarak, bazı çalışmalarda (Domínguez, González ve Paddison, 2018; Altunel ve Erkut, 2015; Yin, Cheng, Bi ve Ni, 2020; Sun, Lin, Chen, Tseng, ve Gao, J., 2017; Domínguez, González ve Roldan, 2019; Mansour ve Ariffin, 2017) ise aracı değişken olarak kullanıldığı anlaşılmıştır. Bunun yanı sıra bir çalışmada algılanan risk değişkeni, deneyim kalitesinin diğer değişkenler ile olan ilişkilerinde düzenleyici değişken olarak test edilmiştir. Yin, Cheng, Bi ve Ni'nin (2020) çalışmalarında, deneyim kalitesi hem aracı hem de düzenleyici değişken rolündedir. Akkuş ve Çetin'in (2021) araştırmasında ise bağımlı değişken rolündedir. Ayrıca Tablo 5, sistematik literatür taramasında deneyim kalitesi ile ilişkilendirilmiş diğer değişkenlerin isimlerini göstermektedir. Buna göre memnuniyet (6), davranışsal niyetler (5), algılanan değer (4), duygular (2) varoluşcu otantiklik (2) ve nesnel otantiklik (2) gibi değişkenler sıklıkla deneyim kalitesi ile ilişkilendirilerek test edilmişlerdir.

Tablo 5: Makalelerde Kullanılan Araştırma Değişkenleri

Araştırma Değişkenleri ve Kullanım Sıklıkları					
1.	deneyim kalitesi	(11)	13.	düzenleyici etki	(1)
2.	memnuniyet	(6)	14.	fiziksel kalabalık	(1)
3.	davranışsal niyetler	(5)	15.	insan kalabalığı	(1)
4.	algılanan değer	(4)	16.	miras deneyim değeri	(1)
5.	duygular	(2)	17.	miras deneyim kalitesi	(1)
6.	varoluşcu otantiklik	(2)	18.	miras deneyim memnuniyeti	(1)
7.	nesnel otantiklik	(2)	19.	miras imajı	(1)
8.	algılanan kalite	(1)	20.	miras otel imajı	(1)
9.	algılanan risk	(1)	21.	tavsiye etme niyeti	(1)
10.	deneyimsel memnuniyet	(1)	22.	ticari misafirperverlik	(1)
11.	destinasyon çekicilikleri	(1)	23.	yerel misafirperverlik	(1)
12.	destinasyon imajı	(1)			

Tablo 6'da deneyim kalitesi ile ilgili çalışmalardan, bu mevcut çalışmanın yazarlarının kişisel değerlendirmeleri sonucunda tespit edilmiş, ön plana çıkan kavramlar ve sözcükler sunulmaktadır. Buna göre yazarlar, duygular ve miras turizmi gibi sözcük ve kavramların daha çok vurgulandığı değerlendirmektedir.

Tablo 6: Öne Çıkan Kelime/ Kavram/ Terimler

Öne Çıkan Kelime/Kavram/Terimler ve Kullanım Sıklıkları					
1.	duygular	(2)	9.	miras otel imajı	(1)
2.	miras turizmi	(2)	10.	miras imajı	(1)
3.	arkeoloji müzeleri	(1)	11.	katılım	(1)
4.	otantiklik	(1)	12.	İstanbul	(1)
5.	kalabalık	(1)	13.	yerel ve ticari misafirperverlik	(1)
6.	deneyim kalitesi	(1)	14.	nesnel otantiklik	(1)
7.	varoluşcu otantiklik	(1)	15.	turizmin ticarileşmesi	(1)
8.	fuzzy logic	(1)			

Tablo 7’de deneyim kalitesinin ölçülmesinde kullanılan boyutlara yer verilmiştir. Buna göre en çok kullanılan boyutlar eğlence (2), iç huzur (2), haz (2) ve kaçış (2) olarak belirlenmiştir. İç huzur, katılım, tanınma ve haz boyutları, Otto ve Ritchie’nin (1996) çalışmalarında kullandıkları boyutlardır. Otto ve Ritchie (1996) eğlence ve kaçış boyutlarını, haz boyutunun bir unsuru olarak ele almışlardır. Literatür taraması sonucunda bu alanda çalışma yapan araştırmacıların boyut seçiminde genellikle Otto ve Ritchie’yi (1996) takip ettikleri söylenebilir.

Tablo 7: Makalelerde Kullanılan Deneyim Kalitesi Boyutları

Yazar(lar) ve Yıl	Boyutlar			
Chen ve Chen, 2010	haz	iç huzur	katılım	tanınma
Dominguez vd., 2008	n/a	n/a	n/a	n/a
Gonzalez vd., 2019	n/a	n/a	n/a	n/a
Yin vd., 2020	n/a	n/a	n/a	n/a
Altunel ve Erkut	öğrenme	eğlence	kaçış	
Sun vd.,2017	n/a	n/a	n/a	n/a
Martin vd., 2016	n/a	n/a	n/a	n/a
Dominguez vd., 2019	n/a	n/a	n/a	n/a
Mansour ve Ariffin, 2017	n/a	n/a	n/a	n/a
Hussein ve Hapsari, 2021	fiziksel deneyim kalitesi	etkileşimsel deneyim kalitesi	mirasa yönelik kalite	
Wu ve Li, 2017	etkileşim kalitesi	fiziksel çevre kalitesi	çıktı kalitesi	erişebilirlik kalitesi
Akkuş, ve Şimşek, 2021	iç huzur	haz	ilgi	macera
Eryılmaz ve Öksüz,2021	öğrenme	eğlence	kaçış	

5. Sonuç ve Öneriler

Elde edilen bulgular, son yirmi yılda kültürel miras turizmi konusunda deneyim kalitesi ile ilgili gerek ülkemizde gerekse uluslararası alanda çok fazla yayın yapılmadığına işaret etmektedir. Dolayısıyla bu çalışma, hem araştırmacılara hem de yayıncılara, bu kavramın farklı bağlamlarda ele alınabileceği konusunda farkındalık yaratması açısından faydalı olabilecektir. Ayrıca kültürel miras noktalarının sürdürülebilir turizm ilkeleri çerçevesinde gelecek kuşaklara aktarılmasında, kültürel miras ile deneyim kalitesi ilişkisinin öneminin vurgulanması bakımından bu çalışma önemlidir.

Tablo 8: Çalışmanın Araştırma Soruları ve Elde Edilen Sonuçlar

Araştırma Soruları	Sonuç
Araştırma sorusu 1: Kültürel miras bağlamında deneyim kalitesi ile ilgili en çok yayını hangi dergi(ler) yapmıştır?	-Current Issues in Tourism -Journal of Destination Marketing & Management -Journal of Heritage Tourism -Journal of Hospitality & Tourism Research
Araştırma sorusu 2: Kültürel miras bağlamında deneyim kalitesinin konu edildiği çalışmayı yapan yazarların isimleri nelerdir?	-Dominguez-Quintero, Ana M. -Gonzalez-Rodriguez, Rosairio M. -Paddison, Brendan
Araştırma sorusu 3: Kültürel miras bağlamında deneyim kalitesi çalışmalarında hangi araştırma desenleri, örneklem yöntemleri ve örneklem büyüklükleri kullanılmıştır?	- Nicel yöntemler (%85), Karma yöntemler (%15) -Olasılıklı olmayan yöntemler: *Kolayda örnekleme *Amaçsal örnekleme -En az 130, en fazla 500, toplam 4.163 katılımcı
Araştırma sorusu 4: Kültürel miras bağlamında deneyim kalitesi çalışmalarında, deneyim kalitesinin hangi boyutları araştırılmıştır?	Haz, iç huzur, katılım, tanınma, öğrenme, ilgi, eğlence, kaçış, macera, fiziksel deneyim kalitesi, etkileşimsel deneyim kalitesi, mirasa yönelik kalite, çıktı kalitesi, etkileşim kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, erişebilirlik kalitesi,
Araştırma sorusu 5: Kültürel miras bağlamında deneyim kalitesinin konu edildiği turizm yazınındaki çalışmalarda, hangi araştırma değişkenleri deneyim kalitesi ile ilişkilendirilmiştir?	Memnuniyet, davranışsal niyetler, algılanan değer, duygular, varoluşcu otantiklik, nesnel otantiklik, algılanan kalite, algılanan risk, deneyimsel memnuniyet, destinasyon çekicilikleri, düzenleyici etki, fiziksel kalabalık, insan kalabalığı, miras deneyim kalitesi, miras deneyim değeri, miras deneyim memnuniyeti, miras imajı, miras otel imajı, tavsiye etme niyeti, ticari misafirperverlik, yerel misafirperverlik

Tablo 8’de görülebileceği gibi, Kültürel miras turizmi bağlamında deneyim kalitesinin ele alındığı çalışmaların büyük bir kısmı, uluslararası yayın yapan dergilerin 2017 yılından sonraki yayınlarında gerçekleşmiştir. Ülkemizde ise ilgili konu ile yayınların 2021 yılında yapıldıkları anlaşılmaktadır. Uluslararası dergilerde üçer çalışma ile en çok yayın yapan yazarlar Dominguez-Quintero, Ana M. ve Gonzalez-Rodriguez, Rosairio M., üç çalışmada da ortak yazarlardır. İki çalışmaları Current in Tourism, bir çalışmaları ise Journal of Heritage Tourism’de yayımlanmıştır. Üç çalışmanın, iki tanesinin konusu otantiklik bağlamında ele alınmıştır. Türkiye’de yayımlanan makalelerin ise bir tanesinin konusu kültür turistleri, diğeri müzeler bağlamında incelenmiştir. Çalışmaların tamamı ampirik niteliktedir. Araştırmaların tümünde olasılıklı olmayan örnekleme yöntemleri tercih edilmiştir. Değişkenlerden ise

öne çıkan kavram haz (hedonik) olmuştur. Memnuniyet, davranışsal niyetler ve algılanan değer ise araştırmalarda sıklıkla tercih edilen diğer değişkenlerdir.

Tablo 9: Elde Edilen Bulgular

Yazar(lar) ve Yıl	Bulgular
Chen & Chen (2010)	Deneyim kalitesi algılanan değer üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Bununla birlikte davranışsal niyetler üzerinde önemli bir doğrudan etkisi bulunmamaktadır. Deneyim kalitesinin davranışsal niyetler üzerinde dolaylı etkisi, algılanan değer ve memnuniyetin aracılığın rolünde ortaya çıkmıştır.
Dominguez vd., (2018)	Deneyim kalitesinin aracılık rolünde olduğu modelde, nesnel ve varoluşçu otantikliğin memnuniyetin üzerinde doğrudan ve dolaylı etkileri bulunmaktadır. Bu yüzden memnuniyetin artırılabilmesi için ziyaretçilere yüksek kaliteli kişisel deneyim yaşayabilecekleri otantik çekicilik unsurları sunulmalıdır.
Gonzalez vd., (2019)	Çalışmanın sonucunda deneyim kalitesinin, bilişsel değişken olan algılanan değer yoluyla ve duygusal değişken olan duygular yardımı ile memnuniyeti olumlu ve doğrudan etkilediği anlaşılmıştır.
Yin vd., (2020)	Araştırmanın sonuçları deneyim kalitesinin, fiziksel kalabalığın neden olduğu olumsuz etkileri yumuşattığına işaret etmektedir.
Altunel & Erkut (2015)	Elde edilen bulgular katılımın, deneyim kalitesi üzerinde olumlu ve doğrudan etkili olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra deneyim kalitesinin, memnuniyet ve tavsiye etme davranışı üzerinde doğrudan ve olumlu etkisi bulunmaktadır. Ayrıca deneyim kalitesi, katılım ile tavsiye etme davranışı arasında aracılık etkisine sahiptir.
Sun vd., (2017)	Yazarlar deneyim kalitesinin, algılanan değer ve memnuniyet ile olumlu ilişkisi olduğunu belirlemişlerdir. Diğer taraftan deneyim kalitesinin, davranışsal niyetler üzerinde olumlu etkisi bulunmadığı anlaşılmıştır. Modeldeki aracılık testlerinin sonucuna göre algılanan değer aracılık rolünde turizmin ticarileşmesinin, deneyimsel kalite üzerinde dolaylı ve olumlu etkisi bulunmaktadır.
Domínguez vd., (2019)	Elde edilen sonuçlar, kültürel miras yöneticilerinin turistlerin, iç huzuru, kültürel deneyim ve yerel halkla gelenek ve göreneklere katılım unsurlarına ilişkin beklentileri karşılayacak stratejiler geliştirmelerinin, kültürel deneyimin gelişmesine katkıda bulunabileceğine işaret etmektedir.
Martin vd., (2016)	Deneyim kalitesi, ziyaretçilerin kullandıkları ulaşım modundan büyük ölçüde etkilenmektedir.
Hussein & Hapsari (2021)	Miras oteli deneyimsel kalitesi, müşterilerin otelin miras değeri algısını etkileyen önemli bir değişken olduğu bu çalışmada ortaya çıkmıştır. Konaklama bağlamında, miras hoteli yönetiminin, müşteriler için deneyimsel kalite yaratmasında en önemli boyut etkileşimsel deneyimsel kalite olarak bulunmuştur.
Mansour & Ariffin (2017)	Yerel misafirperverlik ve ticari misafirperverliğin, deneyim kalitesi ile olumlu ilişkisi bulunmaktadır. Bununla birlikte deneyim kalitesi, kültürel miras bağlamında davranışsal niyetlerle olumlu ilişkiye sahiptir.
Habibi & Rasoolimanesh (2020)	Elde edilen bulgulara göre deneyim kalitesinin, algılanan değer ve davranışsal niyetler üzerindeki etki büyüklüğü, hizmet kalitesinin bu iki değişken üzerindeki etki büyüklüğünden daha fazladır. Diğer bir sonuç ise deneyim kalitesinin, davranışsal niyetler üzerindeki doğrudan etkisinin dolaylı etkisine göre daha büyük olduğuna işaret etmektedir.
Akkuş & Şimşek, 2021	Kastamonu'yu ziyaret eden kültür turistlerinin şehir ile ilgili, deneyime dayalı ve hatırlanabilir eylemler bağlamında yeteri kadar tatmin olmadıkları ortaya çıkmıştır.
Eryılmaz & Öksüz, 2021	Ziyaretçilerin eğitim durumu, deneyim kalitesinin diğer iki boyutu olan kaçış ve eğlenceye göre farklılık göstermektedir.

Tablo 9’da, içerik analizi yapılan çalışmalarda elde edilen önemli bulgulara yer verilmektedir. Elde edilen bulgular özetlenecek olursa; kültürel miras turizmi bağlamında deneyim kalitesinin, hatırlanabilirlik, memnuniyet, algılanan değer, sadakat, davranışsal niyetler üzerinde doğrudan ve olumlu etkileri mevcuttur. Deneyim kalitesi, kültürel miras çevresini algılamada olumsuz bir etki unsuru olan kalabalığın etkisini azaltabilmektedir. Kültürel miras turizminde ticarileşmenin, turistlerin deneyim kalitesinin üzerinde olumlu etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Turistlerin kullandıkları ulaşım şekli, deneyim kalitesini etkilemektedir. Otantiklik, deneyim kalitesi üzerinde olumlu etkiye sahiptir. Bilişsel ve duygusal olarak otantikliği algılama oranı artıkça, deneyim kalitesinin miktarında artış görülmektedir. Miras oteli deneyimsel kalitesi, müşterilerin otelin miras değeri algısını etkileyen önemli bir değişken olduğu anlaşılmıştır. Çoğu çalışmada bir deneyim kalitesi boyutu olan katılım, aynı zamanda deneyim kalitesinin öncülü olarak da kabul edilebilir. Deneyim kalitesi bazen algılanan fiyat gibi bilişsel unsurların önüne geçebilmektedir.

Bu çalışmanın, kültürel miras bağlamında deneyim kalitesi ile ilgili turizm, boş zaman ve ağırlama yönetimi alanında yapılmış makalelerin içerik analizlerinin yapılması açısından turizm yazınına katkısı olacağı ümit edilmektedir. Böylece deneyim kalitesi ile ilgili olarak hangi araştırma yöntemlerinin, örnekleme tekniklerinin kullanıldığını ortaya çıkarılmaktadır. Gelecekte araştırma yapacak araştırmacılara, şimdiye kadar araştırma bağlamı olarak daha az tercih edilen tarihi konak türünde olan konaklama işletmelerinde araştırma yapmaları önerilebilir. Böylece gerek otel yöneticileri gerekse otellerin bulundukları destinasyon yönetim yöneticilerine, deneyim kalitesinin, özellikle günümüz post-modern tüketim dünyasındaki önemi hakkında hatırlatmalarda bulunulabilir. Ayrıca, covid-19 pandemi sonrası insanların sağlık açısından daha az risk alacağı varsayımı altında, açık hava müzelerinin kültürel miras noktaları olarak daha çok tercih edileceği tahmin edilebilmektedir. Dolayısıyla bu alanların yöneticilerinin, ziyaretçilere daha nitelikli deneyim imkânları sunmaları, rekabet edebilirlik açısından faydalı olabilir. Bunun yanı sıra araştırmacılara, gelecekteki araştırmaların daha çok nitel olarak dizayn edilmiş yöntemlerle yapılması önerilebilir. Araştırmacılara çalışmalarında yenilik, marka sadakati, marka deneyimi, farkındalık, sosyal etkileşim gibi değişkenleri kullanmaları önerilebilir.

Bu çalışma, SJR ve Ulakbim vasıtasıyla tespit edilen bilimsel veri tabanlarında yapılmıştır. Dolayısıyla bu veri tabanlarının dışında yayınlanan makaleler veya kitaplar, bildiriler vb. araştırma örnekleme dışında kalmıştır. Bunun yanı sıra veri tabanlarında gelişmiş arama kriteri olarak sadece çalışma başlığı, özet ve anahtar kelimelerde arama yapılmıştır. Ayrıca arama ve filtreleme işleminde “experince quality, quality of experience, experiential quality, deneyim kalitesi ve deneyimsel kalite” sözcükleri kullanılmıştır. Dolayısıyla bazı araştırmacılar tarafından ve bu kavramlarla aynı anlamı taşıdığı düşünülen, örneğin duygusal deneyim, tüketim deneyimi gibi kavramlar araştırmada ihmal edilmiştir.

Kaynakça

- Akkuş, Ç. ve Şimşek, A. (2021). Destinasyon İmajının Algılanan Değer ve Deneyim Kalitesine Etkisi: Kültür Turistleri Üzerine Bir Araştırma, *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (1), 127-144.
- Alnawas, I. ve Hemsley-Brown, J. (2019). Examining The Key Dimensions of Customer Experience Quality in The Hotel Industry, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(7), 833-861, Doi: 10.1080/19368623.2019.1568339
- Altunel, M.C. ve Erkut, Berkay (2015). Cultural Tourism in İstanbul: The Mediation Effect of Tourist Experience and Satisfaction on The Relationship Between Involvement and Recommendation Intention, *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(4), 213-221. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.06.003>
- Chan, J. K. L. ve Baum, T. (2007). Ecotourists' Perception of Ecotourism Experience in Lower Kinabatangan, Sabah, Malaysia, *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 574-590. Doi: 10.2167/jost679.0
- Chhabra, D., Healy, R. ve Sills, E. (2003). Staged Authenticity and Heritage Tourism, *Annals of Tourism Research*, 30(3), 702-719. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00044-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00044-6)

- Chen, C-F. ve Chen, F-S. (2010). Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists, *Tourism Management*, 31(1), 29-35. doi:10.1016/j.tourman.2009.02.008
- Domínguez-Quintero, A.M., González-Rodríguez, M.R. ve Paddison, B. (2018). The Mediating Role of Experience Quality on Authenticity and Satisfaction in The Context of Cultural-Heritage Tourism, 23(2), 248-260, *Current Issues in Tourism*, Doi:10.1080/13683500.2018.1502261
- Domínguez-Quintero, A. M., González-Rodríguez, M. R. ve Roldan, J. L. (2019). The Role of Authenticity, Experience Quality, Emotions, and Satisfaction in a Cultural Heritage Destination, *Journal of Heritage Tourism*, 14, 5-6, 491-505, Doi: 10.1080/1743873X.2018.1554666
- Eryılmaz, G. ve Öksüz, N. (2021). Deneyim Kalitesinin Demografik Özelliklere Göre Değerlendirilmesi: Müze Ziyaretçileri Üzerine Bir Araştırma, *Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 10-22.
- Ghorbanzadeh, D., Shabbir, M.S., Mahmood, A ve Kazemi, E. (2020). Investigating The Role of Experience Quality in Predicting Destination Image, Perceived Value, Satisfaction, and Behavioural Intentions: A Case of War Tourism, *Current Issues in Tourism*, Doi: 10.1080/13683500.2020.1863924
- González-Rodríguez, M.R., Domínguez-Quintero, A.M. ve Paddison, B. (2019). The Direct And Indirect Influence of Experience Quality on Satisfaction: The Importance of Emotions, *Current Issues in Tourism*, 23(22), 2779-2797, Doi: 10.1080/13683500.2019.1668917
- Jin, N., Lee, S. ve Lee, H. (2013). The Effect of Experience Quality on Perceived Value, Satisfaction, Image and Behavioral Intention of Water Park Patrons: New versus Repeat Visitors, *International Journal of Tourism Research*, 17(1), 82-95. Doi: 10.1002/jtr.1968
- Habibi, A. ve Rasoolimanesh, S. M. (2020). Experience and Service Quality on Perceived Value and Behavioral Intention: Moderating Effect of Perceived Risk and Fee, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, Doi:10.1080/1528008X.2020.1837050
- Haji, S.A., Surachman, Ratnawati, K. ve MintartiRahayu (2021). The Effect of Experience Quality, Perceived Value, Happiness and Tourist Satisfaction on Behavioral Intention, *Management Science Letters*, 11, 1023-1032. Doi: 10.5267/j.msl.2020.9.040
- Hansen, A. S. (2016). Testing Visitor Produced Pictures as a Management Strategy to Study Visitor Experience Qualities – A Swedish Marine Case Study, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 14, 52-64, <https://doi.org/10.1016/j.jort.2016.05.001>
- Hussein, A.S., Hapsari, R.D.V. ve Yulianti, I. (2018). Experience Quality and Hotel Boutique Customer Loyalty: Mediating Role of Hotel Image and Perceived Value, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19(4) 442-459, Doi:10.1080/1528008X.2018.1429981
- Hussein, A.S. ve Hapsari, R. (2021). Heritage Experiential Quality and Behavioural Intention: Lessons From Indonesian Heritage Hotel Consumers, *Journal Of Heritage Tourism*, 16(3), 317-336, Doi: 10.1080/1743873X.2020.1792474
- Kao, Y. F., Huang, L.-S., ve Wu, C.-H. (2008). Effects of Theatrical Elements on Experiential Quality and Loyalty Intentions for Theme Parks, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(2), 163-174. Doi:10.1080/10941660802048480
- Kusumawati, A. ve Rahayu, K. S. (2019). The Effect of Experience Quality on Customer Perceived Value and Customer Satisfaction And Its Impact on Customer Loyalty, *The TQM Journal*, 32(6), 1525-1540. <https://doi.org/10.1108/TQM-05-2019-0150>
- Manning, R. E. (1986). *Studies in Outdoor Recreation*. Corvallis OR: Oregon State University Press.
- Mansour, J. S. A. ve Ariffin, A. A. M. (2017). The Effects of Local Hospitality, Commercial Hospitality and Experience Quality on Behavioral Intention in Cultural Heritage Tourism, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(2), 149-172, Doi:10.1080/1528008X.2016.1169474

- Martin, C. J., Marrero-Rodriguez, J.R., Moreira, P., Roman, C. ve Santana, A. (2016). How Access Transport Mode to a World Heritage City Affects Visitors' Experienced Quality, *Tourism Economics*, 22(2), 207-226, Doi: 10.5367/te.2016.0550
- McIntosh, A. (1999). Into The Tourist's Mind: Understanding The Value of The Heritage Experience, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 8(1), 41-64. https://doi.org/10.1300/J073v08n01_03
- Moon, H. ve Han, H. (2018). Tourist Experience Quality And Loyalty to an Island Destination: The Moderating Impact of Destination Image, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(1), 43-59, Doi: 10.1080/10548408.2018.1494083
- Mousavi, S.S., Doratlı, N., Mousavi, S.N. ve Moradiahari, F. (2016, Kasım). *Defining Cultural Tourism*, International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development, London
- Otto, J.E. ve Ritchie, B. (1996). The Service Experience in Tourism, *Tourism & Management*, 17(3), 164-174. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(96\)00003-9](https://doi.org/10.1016/0261-5177(96)00003-9)
- Park, J. ve Jeong, E. (2019). Service Quality in Tourism: A Systematic Literature Review and Keyword Network Analysis, *Sustainability*, 11(13), 3665- 3686. Doi:10.3390/su11133665
- Pickering, C. ve Byrne, J. (2014). The Benefits of Publishing Systematic Quantitative Literature Reviews for Phd Candidates and Other Early-Career Researchers, *Higher Education Research & Development*, 33(3), 534-548. Doi: 10.1080/07294360.2013.841651
- Scimago (2021). Scimago Journal & Country Rank. 02.08.2021 tarihinde www.scimagojr.com/journalrank.php adresinden erişildi.
- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N. ve Triyuni, N. N. (2019). Tourist Loyalty in Creative Tourism: The Role of Experience Quality, Value, Satisfaction, and Motivation, *Current Issues in Tourism*, 23(7), 867-879, Doi: 10.1080/13683500.2019.1568400
- Sun, X., Lin, B., Chen, Y., Tseng, S. ve Gao, J. (2017). Can Commercialization Reduce Tourists' Experience Quality? Evidence from Xijiang Miao Village in Guizhou, China, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(1), 120-140. <https://doi.org/10.1177/1096348017736569>
- Timothy, D J. ve Boyd. S. W. (2006). Heritage Tourism in The 21st Century: Valued Traditions and New Perspectives, *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1-16. Doi: 10.1080/17438730608668462
- Yin, J., Cheng, Y., Bi, Y. ve Ni, Y. (2020). Tourists Perceived Crowding and Destination Attractiveness: The Moderating Effects of Perceived Risk and Experience Quality, *Journal of Destination Marketing and Management*, 18, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100489>
- Yung, R., ve Khoo, C. (2017). New Realities: A Systematic Literature Review on Virtual Reality and Augmented Reality in Tourism Research, *Current Issues in Tourism*, 1–26. Doi:10.1080/13683500.2017.1417359
- Wu, H-C. ve Li, T. (2017). A Study of Experiential Quality, Perceived Value, Heritage Image, Experiential Satisfaction, and Behavioral Intentions for Heritage Tourists, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(8), 904-944. Doi: 10.1177/1096348014525638

Research Article

Kültürel Miras Turizmi Bağlamında Deneyim/Deneyimsel Kalite Kavramının İncelenmesi

Examining the Concept of Experience Quality/Experiential Quality in the Context of Cultural Heritage Tourism

Fuat ATASOY Öğr. Gör. Dr., Ankara Üniversitesi Beypazarı Meslek Yüksekokulu fuatatasoy@hotmail.com https://orcid.org/0000-0003-2336-2234	İlker ÖZTÜRK Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Cumhuriyet Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu ilker5885@gmail.com https://orcid.org/0000-0002-7302-2337
---	--

Extensive Summary

Literature Review

According to Chan and Baum (2007), quality of experience is emotional responses to desired social-psychological benefits. Experience quality also refers to contact with beneficiaries, such as suppliers, who have a role in creating the real experience.

Recent studies on tourist satisfaction (De Rojas & Camarero, 2008; Han & Jeong, 2013; Yüksel, Yüksel & Bilim, 2010) point out that the quality of experience, which is an emotional component, is increasingly important in the process of forming satisfaction judgments in tourists (González-Rodríguez, Domínguez-Quintero and Paddison, 2019). Therefore, understanding customers' experiences has become a critical element for marketing strategies, as positive experiences affect tourists' post-consumer evaluations such as satisfaction, image, and perceived value (Jin, Lee, & Lee, 2013).

Cultural heritage attractions are experiential products that facilitate emotion and knowledge acquisition for visitors. Examples of these experiences are entertainment, enjoyment, escape, spending valuable time with family or friends, learning. These types of experiences are cognitive and sensory in nature. Considered in this context, understanding people's valuable heritage experiences affects the marketing success of destination and heritage managers (McIntosh, 1999).

Methodology

In recent studies, it can be seen that systematic literature review is more preferred. For example, Yung and Khoo (2017) used the same method in their study on virtual reality and augmented reality in tourism research. Park and Jeong (2019), on the other hand, in their study examining service quality in tourism, discussed the analysis of the keywords associated with the concept with a systematic literature review. Quality of experience, experiential quality, cultural heritage, experience quality, quality of experience, experiential quality, cultural heritage keywords to be used as parameters in the search were determined in Ulakbim and international databases.

In the filtering process, Q1 and Q2 journals published internationally in 2021 in the fields of tourism, leisure and hospitality management were searched and listed. The filtering process limited the number of Q1 and Q2 journals obtained as a result of the search to sixty one. As a result of the findings, it was

understood that there were eleven articles published on the quality of experience in the context of cultural heritage. In addition to this, only 2 articles could be identified in which the quality of experience was examined in the context of cultural heritage in the journals in TR Index in Turkey. Therefore, a total of thirteen articles were subjected to content analysis.

Findings and Discussion

Current Issues in Tourism, Journal of Destination Marketing and Management, Journal of Heritage Tourism and Journal of Hospitality and Tourism Research are the journals that publish the most on the quality of experience in the field of tourism. The period in which the publications are published intensively is the years 2017-2021. Regarding the quality of experience, Dominguez-Quintero, Ana M. (3) and Gonzalez-Rodriguez, Rosairio M. (3) published the most.

All of the studies on the quality of experience are empirical studies. Quantitative methods (85%) were preferred more in the studies. Mixed method was used in only 2 of the studies. It was determined that the convenience sampling method (77%) was mostly preferred. In all of their researches, non-probabilistic sampling techniques were preferred.

The most frequently used keyword in studies conducted with experience quality is experience quality (11). This word is followed by cultural tourism (5), behavioral intentions (5), satisfaction (5), perceived value (3), authenticity (2), emotions (2) and heritage tourism (2). Variables such as satisfaction (6), behavioral intentions (5), perceived value (4), emotions (2) existential authenticity (2), and objective authenticity (2) were frequently tested with experience quality. The most used dimensions were determined as fun (2), inner peace (2), pleasure (2) and escape (2).

Results and Recommendations

The findings indicate that in the last two decades, there has not been much publication on the quality of experience in the context of cultural heritage tourism, both in Turkey and internationally. Therefore, this study will be beneficial for both researchers and publishers in terms of raising awareness that this concept can be handled in different contexts.

In addition, this study is important in terms of emphasizing the importance of the relationship between cultural heritage and experience quality in transferring cultural heritage points to future generations within the framework of sustainable tourism principles.

If the findings are summarized; In the context of cultural heritage tourism, the quality of experience has direct and positive effects on memorability, satisfaction, perceived value, loyalty, and behavioral intentions. The quality of experience can reduce the negative impact of the crowd during the cultural heritage experience. It has been revealed that commercialization in cultural heritage tourism has a positive effect on the quality of experience of tourists. The mode of transportation used by tourists affects the quality of experience. Authenticity has a positive effect on the quality of experience. As the cognitive and emotional perception of authenticity increases, the amount of experience quality increases. It has been determined that heritage hotel experiential quality is an important variable that affects customers' perception of the hotel's heritage value. The quality of experience can sometimes be perceived as more important than cognitive factors such as perceived price.

It may be suggested to researchers who will conduct research in the future to conduct research in accommodation establishments, which are less preferred historical mansion type as a research context until now. Thus, it can be raised awareness about the importance of experience quality, especially in today's post-modern consumption world, to both hotel managers and the destination management managers of the hotels.

In addition, it can be predicted that open air museums will be more preferred as cultural heritage points, under the assumption that people will take less risk in terms of health after the covid-19 pandemic. Therefore, it may be beneficial in terms of competitiveness that the managers of these areas offer more qualified experience opportunities to the visitors. In addition, it may be suggested to researchers that future research should be carried out with more qualitatively designed methods. Researchers may be

advised to use variables such as innovation, brand loyalty, brand experience and awareness in their studies.

This study was carried out in scientific databases determined by SJR and Ulakbim. Therefore, articles or books and papers published outside of these databases were excluded from the research sample. In addition, only the study title, abstract and keywords were searched as advanced search criteria in the databases. In addition, the words experience quality, quality of experience, experiential quality, experience quality and experiential quality were used in the search and filtering process. Therefore, concepts such as emotional experience and consumption experience, which are thought to have the same meaning as and by some researchers, have been neglected in the research.