Kara, D., Kurt Yılmaz, B., Güler, M. E. / Journal of Yasar University, 2022, 17/66, 517-537

# Turist Rehberlerinin Ekonomik ve Teknolojik Gelişmelere Yönelik Algılarının Belirlenmesi Üzerine Nitel Bir Araştırma

# A Qualitative Research on Determining the Perceptions of Tourist Guides on Development of Economy and Technology

Dilek KARA, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Türkiye, dilekkara2833@gmail.com

Orcid No: 0000-0002-1050-9949

Benan KURT YILMAZ, Sinop Üniversitesi, Türkiye, bkurt@sinop.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-1265-7136

Mehmet Emre GÜLER, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Türkiye, memre.guler@ikcu.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-8689-9859

*Öz: Teknolojik gelişmeler birçok endüstri gibi turizm endüstrisini de etkilemektedir. Turizm endüstrisinin önemli mesleklerinden biri olan turist rehberliği de bu gelişmelerden etkilenen meslekler arasında yer almaktadır. Günümüzde mobil rehber, robot turist rehberi, audio-guide (sesli rehber sistemi) gibi teknolojik rehberler turistlere hizmet vermektedir. Bu çalışmada Teknoloji Kabul Modeli (TKM) kapsamında turist rehberlerinin teknoloji kullanımına yönelik algılarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın amacına uygun olarak Türkiye'de turizm sektöründe rehber olarak çalışan yirmi katılımcı ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında rehberlerin turizm sektöründe teknoloji kullanımına ilişkin görüşleri ve bu konudaki önerileri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda katılımcılardan elde edilen veriler Maxqda Analytics Pro 2020 programında analiz edilmiştir. Araştırma bulgularında ilk olarak rehberlerin teknoloji kullanımının turizm sektörü, turist ve aynı zamanda rehberler için önemli sonuçları olduğu ortaya konmuştur. İkinci olarak, rehberlerin teknoloji kullanımına yönelik tutumları ve gerçekleşen davranışları arasındaki ilişki ortaya konmaya çalışılmıştır. Son olarak çalışmada, katılımcıların yeni nesil rehberlere teknoloji kullanımı konusundaki önerilerine yer verilerek, bu alanda çalışmak isteyen bireylere de teknoloji kullanımı konusunda bir perspektif sunulmaya çalışılmıştır.*

*Anahtar Kelimeler: Turist Rehberi, Teknoloji Kabul Modeli, Algı, Turizm*

*JEL Sınıflandırması: L83, Z32, O14*

*Abstract: Developing technology affects the tourism industry as well as many industries. Tourist guiding, which is one of the important professions of the sector, is also among the professions affected by these developments. Today, technological guides such as mobile guide, robot tourist guide, and audio-guide serve tourists. In this study, it is aimed to determine the perceptions of tourist guides towards the use of technology within the scope of Technology Acceptance Model (TAM). In accordance with the purpose of the study, in-depth interviews were conducted with twenty participants working as guides in the tourism sector in Turkey. Within the scope of the research, it has been tried to determine the opinions of the guides on the use of technology in the tourism sector and their suggestions on this subject. In this context, the data obtained from the participants were analyzed in the Maxqda Analytics Pro 2020 program. In the research findings, firstly it was revealed that the use of technology by guides has important consequences for the tourism sector, tourists and also guides. Secondly, the relationship between the attitudes of the guides towards the use of technology and their actual behaviors was tried to be revealed. Finally, in the study, it was tried to present a perspective on the use of technology to individuals who want to work in this field by giving place to the new generation guides and the suggestions of the participants on the use of technology.*

*Keywords: Tourist Guide, Technology Acceptance Model, Perception, Tourism*

*JEL Classification: L83, Z32, O14*

**Makale Geçmişi / Article History**

Başvuru Tarihi / Date of Application : 31 Ocak / January 2022

Kabul Tarihi / Acceptance Date : 8 Şubat / February 2022

© 2022 Journal of Yaşar University. Published by Yaşar University. Journal of Yaşar University is an open access journal.

## 1. Giriş

Teknolojik gelişmelerin niceliği ve niteliği her geçen gün artmaktadır. Teknoloji alanında yaşanan bu gelişmelerin amacı insanların hayatını kolaylaştırmak, daha iyi ürün sunmak ve daha hızlı hizmet sağlayabilmektir (Eser ve Erler, 2020: 2234). Diğer bir ifadeyle bilim ve teknoloji alanında yaşanan yenilikler bir önceki ya da bir sonraki keşfe kaynaklık ederek, tarih öncesi dönemlerde ya da uzay çağını kapsayan günümüz dâhil olmak üzere her yeni buluş dönemin yaşantısında kolaylaştırıcı bir rol üstlenmektedir (Yıldız, 2018: 4686).

Modern teknolojiden faydalanılarak oluşturulan uygulamalar turizm endüstrisindeki hizmetlerin kullanımını da etkilemektedir (Kömürcü, vd., 2021: 146). Diğer bir değişle, gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri, birçok endüstride olduğu gibi turizm endüstrisinde de yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Makineleşmenin ve otomasyonun daha sınırlı olduğu, emek-yoğun yapının ise daha ön planda olduğu turizm endüstrisi artan rekabet koşulları nedeniyle pazarda avantajlı olmak için bilgi iletişim teknolojilerinden faydalanmaktadır. (Ünüvar, 2008: 597).

Gerçekleşen turlarda ziyaret edilen alanlarda, turistlerin teknoloji kullanımı her geçen gün artmaktadır. Turizmde önemli rol üstlenen turist rehberleri de teknolojinin gelişmesi ile birlikte nasibini almaktadır. Yaşanan teknolojik gelişmelere rağmen emek-yoğun yapının ön planda olduğu turizm endüstrisinde insanın insana olan hizmeti esas alındığı için en önemli unsur insandır. Bu nedenle turist-rehber ilişkisi oldukça önemli bir konudur (Eser, vd., 2019: 466).

Turistler ile direkt iletişim halinde olan turist rehberleri, farklı turist profilleri ile karşılaşmaktadırlar. Bu bağlamda, çağa uygun adım atabilmek ve turistlerin beklentilerine cevap verebilmek, rehberlerin tercih edilebilirliği konusunda önemli faktörlerdir. Bu nedenle turist rehberlerinin teknolojiyi benimseyip turlarda kullanmaları gerekmektedir (İşçen ve Işık, 2020: 14). Diğer taraftan rehberlerin fonksiyonlarını yerine getirebilen birçok teknolojik ürünün var olması ise turist rehberlerine olan ihtiyacın azalmasına neden olabilmektedir. Fakat teknolojinin duygudan arınmış olması nedeniyle rehberlerin tur süresince turistlere kattıklarını makineler gerçekleştiremeyeceği ve hizmetin insanla daha anlamlı bir hale geldiği düşünülse de turizm ve seyahat alanındaki teknolojik gelişmeler turist rehberliğini tehdit edebilmektedir (Eser, vd., 2019: 466-467).

Teknoloji Kabul Modeli ise bireylerin teknoloji karşısında algıladıkları fayda, tehdit, niyet, tutum gibi davranışlarını ve düşüncelerini öngörebilmek için geliştirilmiştir (Uğur ve Turan, 2016: 103). Bu çalışmanın amacı da Teknoloji Kabul Modeli'ne göre tur kapsamında kullanılan teknolojilerin turist rehberlerinin algılarını ne yönde etkilediğini belirlemektir.

## 2. Turist Rehberliği ve Teknoloji Ilişkisi

Turist rehberi, tur kapsamında turistlere eşlik eden, bir destinasyondaki doğal, tarihi ve kültürel değerleri ile ilgili bilgi ve deneyimlerini, turistlerin tercih ettiği dilde aktaran kişidir (Zengin, vd., 2017: 143). Gelişen teknoloji ile birlikte turizm sektörünün birçok alanında olduğu gibi turist rehberlerinin de teknolojiden faydalandıkları bilinmektedir. Müze ve ören yerlerinde kullanılan "head-set" uygulaması, GPS destekli haritalar, akıllı telefonlar, müze ve ören yerlerinde yazılı ve sesli anlatımlar yapan uygulamalar, ulaşım sistemlerinde yaşanan gelişmeler v.b. birçok yenilik rehberlerin mesleklerini icra etmeleri konusunda etkili olduğu bilinmektedir (Çakmak ve Demirkol, 2017: 224). Turist rehberlerinin rollerinden bahsedilirken karşılama, ağırlama ve uğurlama süreçlerinin tamamında rehberlere düşen mesleki rollerin öneminden de bahsedilmektedir (Öter ve Sarıbaş, 2021: 109). Bu süreçlerin tamamında turist rehberliği ve teknoloji ilişkisi yoğun olarak gözlemlenmektedir.

Bilgi teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte akıllı telefonların kullanımı günden güne artmaktadır. Küresel konumlama sistemi (GPS), kamera, pusula, zamanlayıcı, hava durumu, mesajlaşma, web tarayıcısı, not defteri, ajanda, el feneri ve ses kaydedicisi gibi özelliklerin tek bir cihazda toplanması turist rehberlerine büyük kolaylık sağlamaktadır (Şalk ve Köroğlu, 2020: 315).

İnternet teknolojisi ile turistler destinasyonlar hakkındaki bilgilere kolayca ulaşabilir hale gelmiştir (Sarıbaş, vd., 2017: 211). Mobil rehberler ise turistlerin, ziyaret edilecek yerler hakkında bilgi sahibi olmasını sağlayan gelişmelerdendir. Akıllı telefonların kullanımının yaygınlaşmasıyla web tabanlı sunucularda bilgilere GPS üzerinden bağlanabilen cihazlar sayesinde turistler, rehberlere gerek kalmadan gidilen destinasyon hakkında bilgi sahibi olabilmektedir (Tekin, vd., 2015: 682).

Küçük gruplar, rehberli turların maliyetinin daha fazla olacağını düşündükleri için rehberlik hizmeti veren uygulamalar sayesinde kendi başlarına gezmeyi tercih etmektedirler. Tercih edilen dilde anlatım yapan ve kişilerin kendi gezilerini düzenlemesine olanak veren mobil rehberlere soru sorulamaması, mobil rehberin tekdüze bir anlatım yapması gibi olumsuz yönleri nedeniyle bu tür teknolojilerin kullanımı sosyalleşmeyi engellemektedir. Söz konusu durum ise turizmin ruhuna ters düşmektedir (Şalk ve Köroğlu, 2020: 315).

Müzelerde de, rehberlik hizmeti verebilecek yeni teknolojiler gelişmektedir. Kablosuz bağlantılar sayesinde müze ziyaretçileri taşınabilir bilgisayarları ve akıllı cep telefonları ile internete erişim sağlayabilmektedir. Kablosuz yerel ağlar taşınabilir cihazlara ya da rehberlik hizmeti sağlayan cihazlara içerik indirmekte, kullanılan erişim noktaları ve taşınabilir cihaz arasındaki sinyaller sayesinde ziyaretçinin konumu belirlenebilmektedir. Böylece ziyaretçinin

kullandığı rehberlik cihazına, gezilen salon ya da eser ile ilgili içerik indirilebilmektedir (Harmankaya, 2010: 7-8).

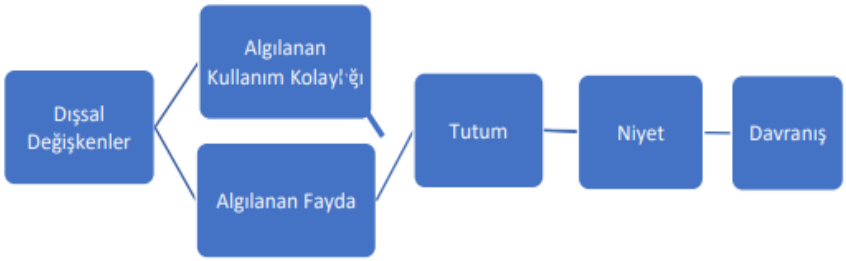
Teknoloji sayesinde artık kamera ve görüntü tanımlayıcıları tarafından gerçek ortama üç boyutlu nesnelerin aktarılmasıyla, diğer deyişle arttırılmış gerçeklik uygulamaları ile müzelerde ziyaretçiler eserleri gerçek ortamda varmış gibi algılayabilmektedir. Müzeler dışında ören yerlerinde de artırılmış gerçeklik uygulamaları kullanılmaktadır. Kültürel miras alanındaki tarihi yapıların orijinal hallerinin ziyaretçilerin zihinlerinde canlanmasını sağlayarak, onlara beklentilerini karşılayacak bir deneyim yaşatılmaktadır. Örnek olarak ARCHEOGUIDE projesi ile Yunanistan'ın Olimpia Antik Kenti'nde bulunan Hera Tapınağı'nın gerçek dünya ortamı üzerine eklenen sanal tapınak görüntüsü sayesinde ziyaretçiler yapıların geçmişini daha iyi kavrayabilmektedir (Şalk ve Köroğlu, 2020: 316-317). Aynı şekilde İzmir İl Kültür Müdürlüğü projesi olarak geliştirilen EfesAR uygulaması ile mobil akıllı cihazlar aracılığıyla Efes Antik Kenti içerisinde bulunan tüm tarihi noktalarda sesli, yazılı ve görsel bilgi alınabilmekte ve bunun yanı sıra bazı önemli eserler artırılmış gerçeklik ile ilk halleriyle görüntülenebilmektedir (Göçmen, 2021: 73)

Bilim ve teknolojinin gelişmesi ile birlikte ve özellikle Endüstri 4.0'ın varlığını tüm alanlarda göstermesi ile robot turist rehberlerinin de varlığından söz edilebilir. Yapay zekâ alanındaki gelişmeler ile birlikte robotlara insan özelliklerini kazandırma yönünde önemli adımlar atılmaktadır. "Humanoid" olarak adlandırılan insansı robotların varlığı günden güne artmaktadır. Günümüzde müze ve sergi alanları gibi kapalı alanlarda rehberlik hizmeti veren robotların ilerleyen süreçte açık alanlarda da kullanıma başlamasıyla birlikte insan-insan ilişkisine insan-makine ilişkisinin eklenmesi öngörülmektedir (Yıldız, 2019: 167).

## 3. Teknoloji Kabul Modeli

Teknoloji Kabul Modeli, bireylerin teknoloji kabulünü, kullanma niyetini, eğilimleri, algıları ve davranışları arasındaki bağlantıyı anlamak için Davis tarafından 1989 yılında geliştirilmiş bir modeldir (Davis, 1989; Türker ve Türker, 2013: 286).

Bireyin teknolojiyi nasıl algıladığı ve teknolojiye dair düşünceleri teorinin ortak noktasını oluşturmaktadır. Diğer bir deyişle teknolojinin kolay kullanılabilir ya da faydalı oluşu insanların algıları ile ilgilidir. Bu nedenle teknolojinin kabulü yaş, deneyim, cinsiyet, sosyo-ekonomik durum gibi birçok değişkene bağlıdır. Örneğin, tablet kullanımına karşı kullanıcıların tepkileri farklı olabilmektedir. Bu durum tabletlerin özelliklerinden ziyade insan algılarının değişken olmasından kaynaklanmaktadır (Çakar, 2018: 64).




Şekil 1. Teknoloji Kabul Modeli

Kaynak: (Davis, vd., 1989; Fettahlıoğlu, vd., 2017: 15)

**Algılanan kullanım kolaylığı:** Bireylerin en az çaba ile amaçlanan sistemi kullanabilme derecesini ifade etmektedir (Fettahlıoğlu, vd., 2017: 15). Bilgi sistemi ve teknolojik uygulamaların birey tarafından tek başına kullanabilmesi kullanım kolaylığı şeklinde algılanabilir (Öncül, 2020: 36). Bir uygulamanın kullanımı kolay ise kullanıcıların kabullenme olasılığı da yüksektir. Teknoloji Kabul Modeli, kullanım kolaylığı kavramını, kişilerin yeni teknolojiyi kullanım davranışı açısından önemli bir belirleyici olarak kabul etmektedir. Algılanan kullanım kolaylığı, kişilerin davranışsal niyeti üzerinde de önemli bir etkiye sahiptir. Fayda algısı ile dolaylı bir şekilde algılanan kullanım kolaylığı üzerinde önemli bir etkendir. Kısacası algılanan kullanım kolaylığı, teknolojinin kullanıcı tarafından zahmetsiz bir şekilde kullanılabilme derecesini ifade etmektedir (Toraman, 2021: 36).

**Algılanan fayda:** Kullanıcıların teknolojiden sağlayacakları fayda inancı olarak ifade edilebilir (Okşar, 2021: 35). İlave olarak bireylerin teknolojiyi kullanmasının, kullanıcıların iş performanslarını arttırıp-arttırmayacağına dair eğilimlerini ve düşüncelerini de kapsamaktadır (Serçemeli ve Kurnaz, 2016: 45). Teknolojilerden sağlanan fayda kullanıcıların bu ürünü kabullenmesini ve tercih etmesine neden olacaktır (Okşar, 2021: 35).

**Tutum:** Teknoloji Kabul Modeli'ne göre "kişinin amaçlanan davranışı göstermesiyle ilgili olumlu veya olumsuz hisleri" şeklinde ifade edilebilir (Fettahlıoğlu, vd., 2017: 15). Tutum; duygu, düşünce ve eylem boyutları ile davranışlar üzerinde etkisi olan önemli bir faktördür (Aktaş, 2007: 34). Tutum, insan davranışlarından önce davranışa öncülük eden bir etmendir. Bireylerin, günlük yaşamlarında gerçekleştirmiş oldukları sosyal davranışların temelinde tutumlar bulunmaktadır (Bayraktar, 2019: 61-62).

**Niyet:** Bireyin bir davranışı gerçekleştirirken gösterdiği çaba ve istek olarak ifade edilebilir Teknoloji Kabul Modeli'ne göre ise kullanıcıların bilgi ve teknoloji ürünlerini benimsemelerindeki en önemli etken kullanıcının niyetidir (Serçemeli ve Kurnaz, 2016: 45). Kullanıcıların tutumlarından etkilenen niyet, dolaylı olarak davranışın gerçekleşmesine de etki etmektedir. Sonuç olarak önemli değişkenlerden birisi olan niyet, kişilerin davranışı gerçekleştirmesi açısından öneme sahiptir (Okşar, 2021: 36).

**Davranış:** Bireylerin bilgi ve teknoloji ürünlerini kullanma sıklığını ve yoğunluğunu ifade eden bir kavramdır (Serçemeli ve Kurnaz, 2016: 45).

## 4. Metodoloji

Bu araştırmanın temel amacı turist rehberlerinin tur kapsamında kullandıkları teknolojiler hakkındaki algılarını Teknoloji Kabul Modeli'ne göre belirlemektir. Bu bağlamda, turist rehberlerinin bakış açısıyla tur kapsamında teknolojinin öneminin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Çalışmanın bir diğer amacı ise teknolojik gelişmelerin turist rehberleri tarafından nasıl algılandığı ve söz konusu gelişmelerden yararlanma seviyeleri değerlendirilerek, teknoloji destekli gerçekleşen turlar ile ilgili görüşlerini öğrenmek ve böylece rehberlerin teknoloji kullanımı konusundaki tutumlarını, niyetlerini ve gerçekleşen davranışlarını belirlemektir. Belirlenen bu amaçlara uygun olarak, bu çalışmada nitel araştırma yöntemi ve olgu bilim deseni kullanılmıştır. Nitel araştırma yönteminde temel amaç, bireyin yaşam biçimini, kendi öyküsünü, belirli bir durum karşısındaki deneyim ve davranışlarını anlama çabasıdır (Strauss ve Corbin, 1990). Olgu bilim ise bir olguyu deneyimleyen tüm katılımcıların ortak özelliklerini tanımlamaya odaklanmaktadır. Araştırmacılar belli bir olguyu deneyimleyen bireylerden veri elde ederek bütüncül bir perspektif sunmaya çalışmaktadır. Bu bağlamda nitel araştırmada seçilen örneklem oldukça önemlidir. Araştırmacı seçtiği örneklemi rasyonel gerekçelere dayandırmalı (kim ve neden) ve çalışmanın amacına en iyi şekilde hizmet edecek bir örneklem grubu oluşturmalıdır. Nitekim nitel araştırmanın başarısı, seçilen örneklemin çalışmanın amacına uygunluğu ile yakından ilgilidir.

Çalışmanın amacına uygun örneklem seçimi yapabilmek için TUREB'in resmi sayfası incelenmiştir. TUREB'in resmi sayfasında yer alan verilere göre 25.04.2021 tarihi itibariyle Türkiye'de bölgesel/ülkesel eylemli 8.274 ve eylemsiz 3.068 toplam rehber sayısı 11.342'dir. Bölgesel turist rehberlerinin bölgelere göre sayısı ise sırasıyla; Marmara (1230), Ege (1024), İç Anadolu (934), Akdeniz (907), Karadeniz (467), Güneydoğu Anadolu (210) ve Doğu Anadolu (98) şeklindedir. Araştırmadaki örneklem grubu Türkiye'de mesleğini icra eden profesyonel turist rehberlerini kapsamaktadır. Çalışma kapsamında toplam 20 turist rehberine ulaşılmıştır. Pandemi nedeniyle turist rehberlerine bireysel olarak ulaşmak zor olduğu için sosyal medya hesaplarından ulaşılmış ve görüşmeler online platformda gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katkı veren turist rehberlerine ait demografik bilgiler aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

| | **Yaş** | **Cinsiyet** | **Eğitim Düzeyi** | **Yabancı Dil Bilgisi** | **Rehberlik Hizmeti Verdiği Bölgeler** |
|---|---|---|---|---|---|
| R1 | 34 | E | Lisans | İngilizce | Ülkesel |
| R2 | 26 | K | Ön Lisans | İngilizce | Marmara, Ege, Akdeniz |
| R3 | 30 | E | Yüksek Lisans | Farsça | Marmara, Ege, Akdeniz, Güney Doğu Anadolu |
| R4 | 24 | E | Ön Lisans | İngilizce | Ege, Karadeniz |
| R5 | 40 | E | Yüksek Lisans | İngilizce | Marmara, Ege, Akdeniz, Güney Doğu Anadolu, Karadeniz, İç Anadolu |
| R6 | 38 | E | Lisans | İngilizce, Felemenkçe | Ülkesel |
| R7 | 36 | E | Lisans | İngilizce | Marmara, Ege, Akdeniz, İç Anadolu |
| R8 | 32 | E | Lisans | İngilizce | Ülkesel |
| R9 | 30 | E | Lisans | İngilizce | Marmara, Ege, Akdeniz, Karadeniz, İç Anadolu |
| R10 | 23 | E | Ön Lisans | İngilizce | Marmara |
| R11 | 47 | K | Lisans | İngilizce | Ülkesel |
| R12 | 54 | E | Lisans | İngilizce | Ülkesel |
| R13 | 31 | K | Doktora | İngilizce | Ülkesel |
| R14 | 33 | E | Lisans | İngilizce | Ülkesel |
| R15 | 35 | K | Ön Lisans | Portekizce | Marmara, Ege, Akdeniz, İç Anadolu |
| R16 | 30 | E | Lisans | İngilizce | Marmara, Ege, Akdeniz, Güney Doğu Anadolu, İç Anadolu |
| R17 | 49 | K | Lisans | Almanca, İspanyolca | Ülkesel |
| R18 | 24 | K | Lisans | İngilizce | Marmara, Ege, Karadeniz, İç Anadolu |
| R19 | 35 | E | Lisans | İngilizce | Marmara, Ege, Akdeniz, Karadeniz, İç Anadolu |
| R20 | 27 | E | Ön Lisans | İngilizce | Marmara, Ege, Karadeniz |

Çalışmaya katılan 20 turist rehberine aşağıda belirtilen açık uçlu sorular yöneltilmiş ve böylece turist rehberlerinin Teknoloji Kabul Modeli'ne göre turlar esnasında kullanılan teknolojiye yönelik niyet, algı, tutum ve davranış eğilimleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Görüşme formu, profesyonel turist rehberlerine yönelik demografik soruları ve Teknoloji Kabul Modeli'ne göre turist rehberlerinin algılarını belirlemeye yönelik soruları içermektedir. Görüşme soruları hazırlanırken Çınar ve Yenipınar'ın (2019) yaptığı çalışmadan da esinlenilmiştir.

1. Turist rehberlerinin tur kapsamında kullandıkları teknolojiler hakkında ne düşünüyorsunuz? Turist rehberleri tur kapsamında hangi teknolojileri, ne sıklıkla kullanmaktadır? Söz konusu teknolojileri seçmelerinin özel bir nedeni var mıdır? **(Gerçekleşen davranış)**

2. Tur kapsamında kullanılan teknolojilerin kullanım kolaylığı hakkında turist rehberlerinin düşünceleri nelerdir? **(Kullanım kolaylığı)**

3. Turist rehberlerine göre teknolojik gelişmelerin tur kapsamında sağladığı faydalar neler? Sizce turist için faydaları nelerdir, rehber için faydaları nelerdir? **(Algılanan fayda)**

4. Teknolojik gelişmelerin turist rehberliği mesleği açısından ne gibi (olumlu/olumsuz) etkileri vardır? Teknolojik gelişmelerle birlikte turist rehberliği mesleğinin geleceği hakkında bize ne söylemek istersiniz?**(Tutum)**

5. Turist rehberlerinin yeni teknolojilere bakış açısı ve bu teknolojilere karşı kullanım niyetleri neler? **(Niyet)**

6. Turizm mesleği için teknolojiyi tek bir kelime ile ifade etmek isterseniz, ne derdiniz? (Gerekli, hayati, yorucu v.b.)

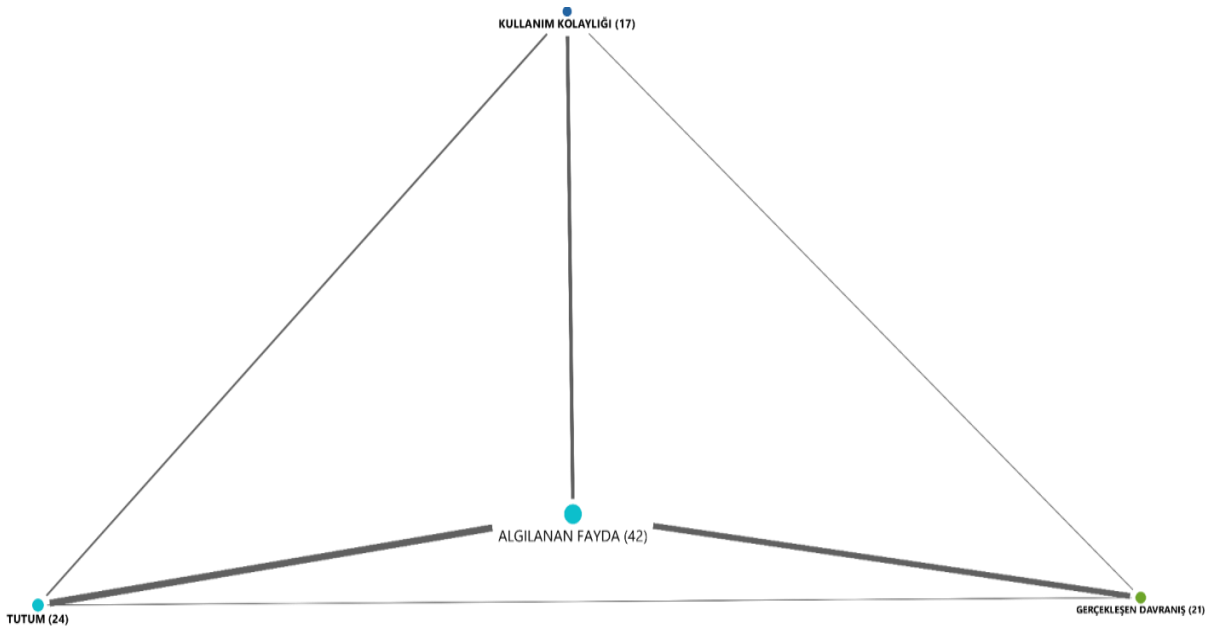
7. Bu mesleği seçecek gelecekteki meslektaşlarınız için teknoloji ve genel bağlamda önerileriniz neler olur?

Araştırmada belirlenen yöntem ve desene uygun olarak derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma amacına uygun olarak oluşturulan sorular kapsamında gerekli verilerin elde edilebilmesi için araştırmaya katılmaya gönüllü olan profesyonel turist rehberleri ile elektronik ortamda 14.05.2021-06.06.2021 tarihleri arasında görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerden önce araştırmaya dâhil olacak profesyonel turist rehberlerine araştırmanın amacı ve önemi hakkında bilgilendirme yapılmış ve onayları alınmıştır. Çevrimiçi gerçekleştirilen görüşmeler ortalama 25 dakika sürmüştür.

Çalışmadan elde edilen veriler araştırmacılar tarafından kelime işlemci yazılımına işlenmiş ve daha önceden belirlenen temalar eşiliğinde kodlanarak Maxqda Pro 2020 Nitel Veri Analizi programı eşliğinde analiz edilmiştir.

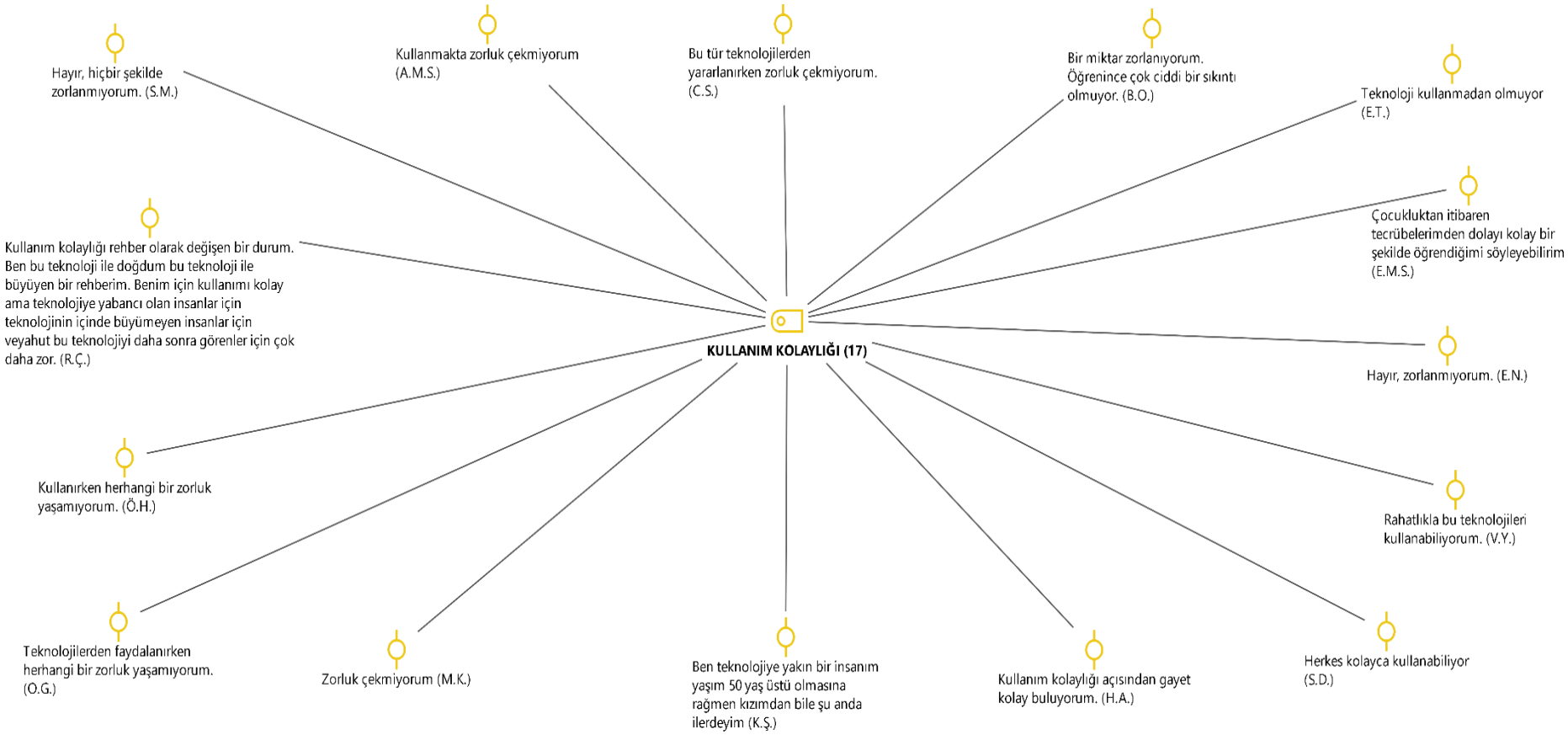
## 5. Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde çalışmaya katkı veren yirmi turist rehberinin görüş ve düşüncelerinden kesitler aktarılmaktadır. Çalışma kapsamında belirlenen temalar eşliğinde yapılan kodlamalar sonucunda elde edilen görüşler, şemalar eşliğinde sunulmakta ve okuyucuya kolaylık sunulması amaçlanmaktadır.




Şekil 2. Kod İlişkileri Teması

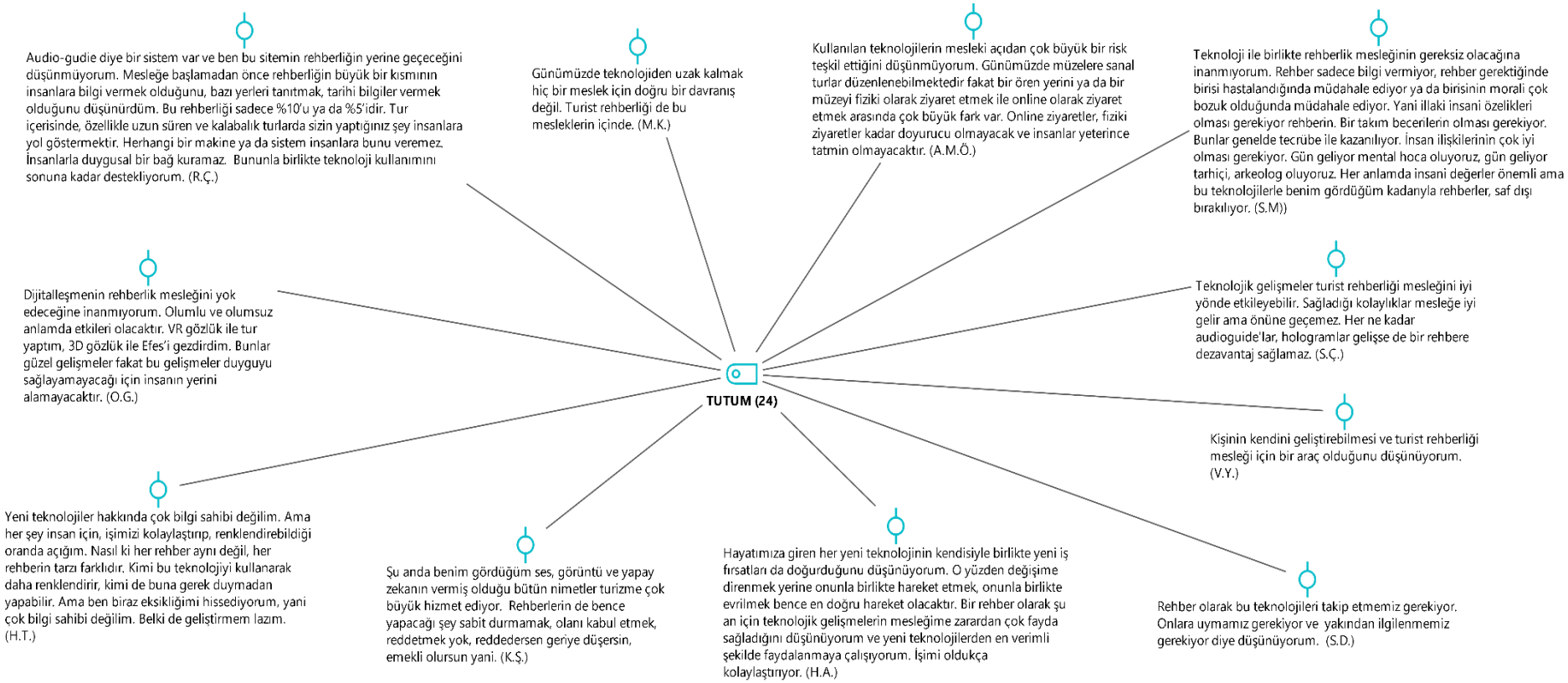
Çalışmada katılımcıların turlar esnasında kullanılan teknolojiye ilişkin görüş ve düşüncelerini belirlemek amacıyla yönetilen açık uçlu sorulardan elde edilen veriler rehberlerin kullandıkları teknoloji ürünleri, niyet, tutum, algılanan fayda, gerçekleşen davranış ve öneriler temaları altında kodlanarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda kullanım kolaylığı, gerçekleşen davranış, tutum ve algılanan fayda temaları arasında belirgin bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Nitekim temaların sağ tarafında belirtilen rakamlar, katılımcıların görüşme esnasında söz konusu boyutlarla ilişkilendirilen ifadelerinin sıklığını (frekansını) belirtmektedir. Diğer bir deyişle turlar esnasında teknoloji kullanımının kolay olduğunu düşünen, teknoloji kullanımına açık olan ve teknolojiyi kullanan rehberlerin yeni teknolojiler konusundaki tutumları da olumlu olmakta ve algıladıkları fayda düzeyi de yükselmektedir. Aşağıdaki söz konusu temalara ilişkin görüşlerinden kesitler sunulmaktadır.




Şekil 3. Kullanım Kolaylığı Tema Modelleri

Kullanım kolaylığı teması, turist rehberlerinin düzenledikleri turlar esnasında kullandıkları teknoloji hakkındaki görüşlerini ifade etmektedir. Bu tema, hem rehberlerin turlar esnasında teknoloji kullanıp kullanmadığı hem de söz konusu teknolojiyi kullanırken zorluk çekip çekmediği hakkında bilgi vermektedir. Araştırmaya katkı veren rehberlerin neredeyse tamamı turlar esnasında teknoloji kullandığını ve bu konuda herhangi bir zorluk yaşamadıklarını ifade etmektedirler. Nitekim "*Teknolojiden faydalanırken herhangi bir zorluk yaşamıyorum.*", "*Teknoloji kullanmadan*

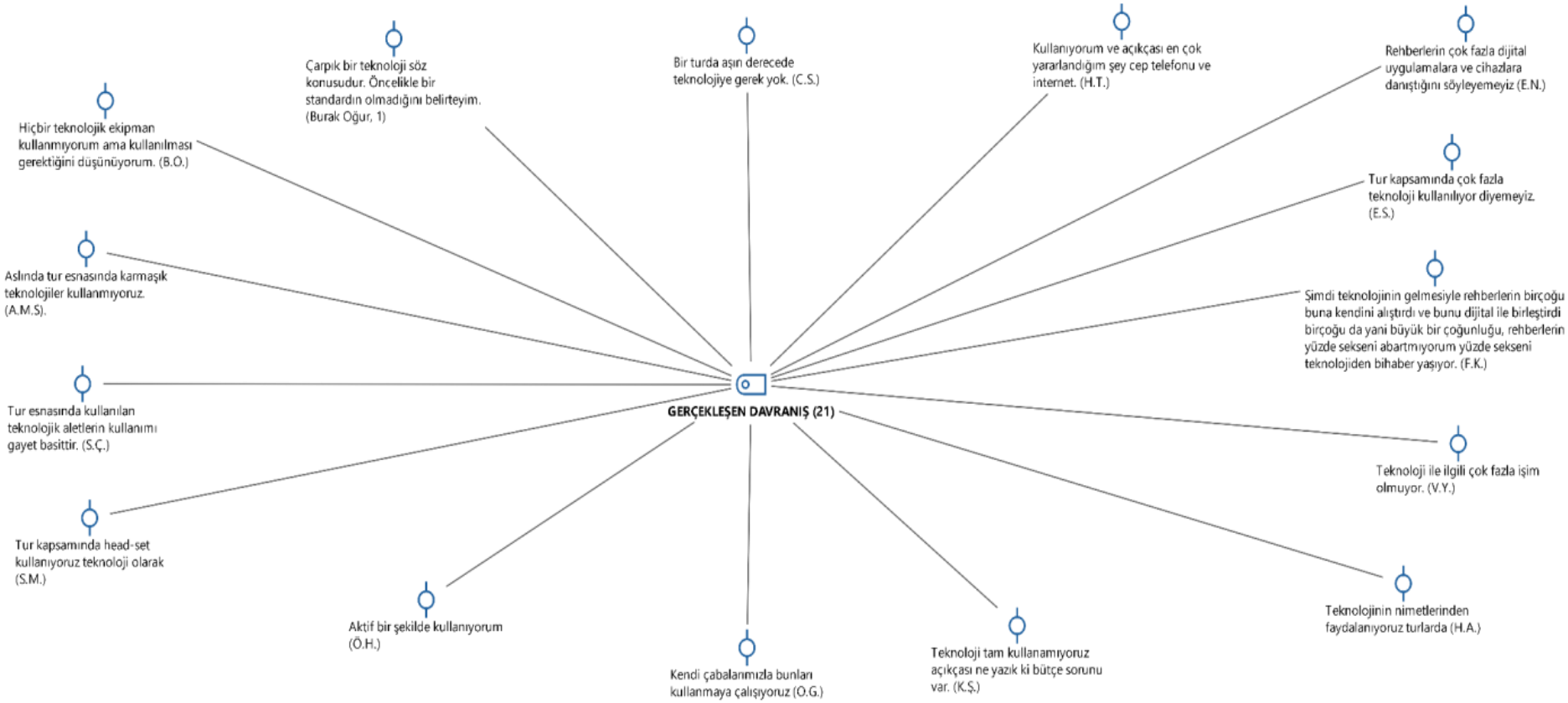
*olmuyor*." gibi ifadeler bunu destekler niteliktedir. Yukarıdaki modelleme rehberlerin teknoloji kullanımı konusundaki görüşlerini okuyucuya detaylı olarak sunmaktadır.




Şekil 4.Tutum Teması Modellemesi

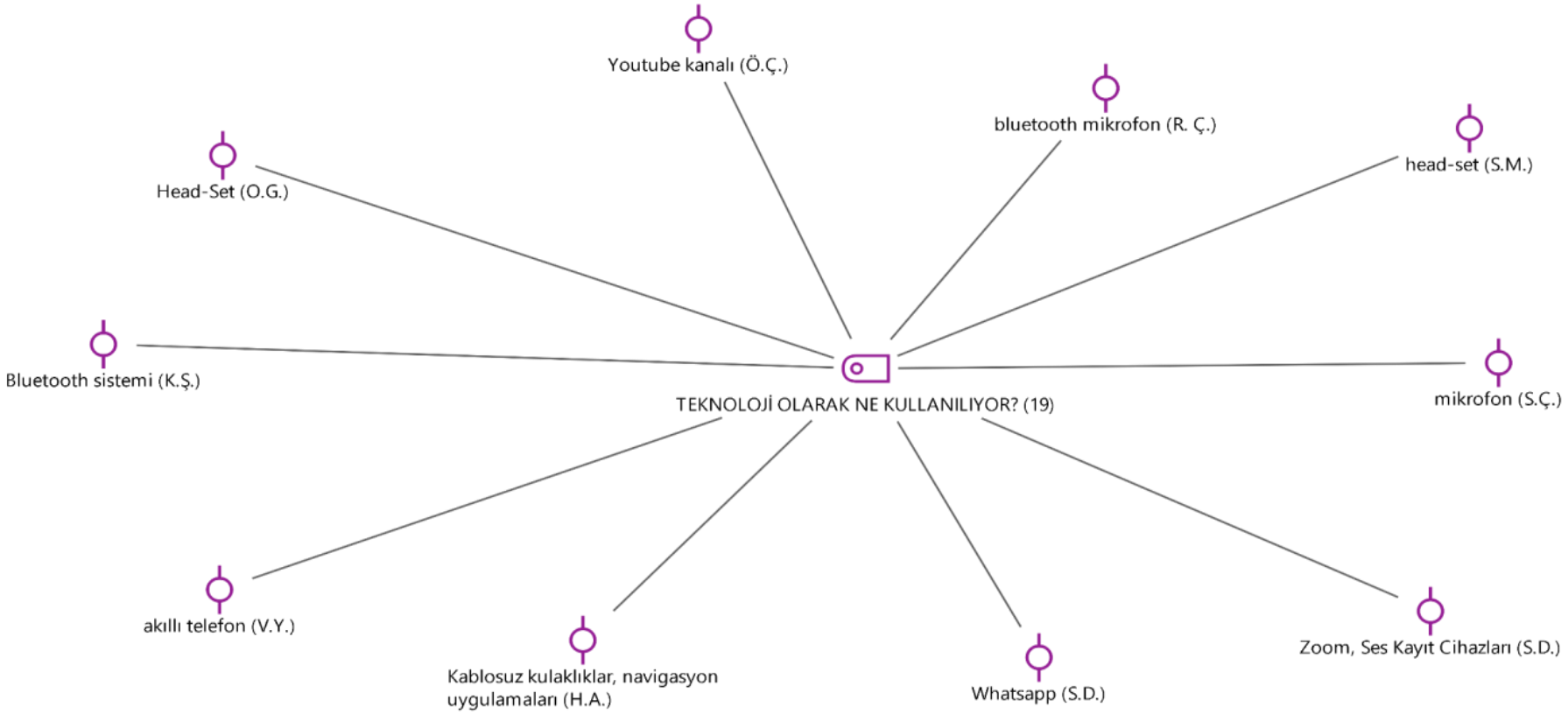
Tutum teması, turist rehberlerinin teknoloji kullanımı konusundaki tutumlarını ve ileride teknoloji kullanımının turist rehberliği mesleğine olası etkileri konusundaki görüşlerini içermektedir. Bu bağlamda araştırmada, turist rehberlerinin teknoloji kullanmasının gerekli olduğu ve ileride de söz konusu teknolojik ürünlerin mesleğin icrasında "*yardımcı*" bir mekanizma olacağına dair ifadelere rastlanmaktadır. Dijitalleşmenin, yapay zekanın, robot rehberlerin varlığının mesleği güçlendireceği ama rehberlik mesleğinin özünde insan iletişimi, zaman yönetimi ve insan ilişkileri

yönetimi gibi beşeri niteliklerin olması nedeniyle mesleğin hiçbir zaman ölmeyeceğine vurgu yapıldığı söylenebilir. Nitekim "*değişime direnmek yerine, onunla birlikte hareket etmek ve onunla evrilmek en doğru hareket olacaktır.*" "*Teknolojiden uzak kalmak hiçbir meslek için doğru bir davranış değildir.*" ifadeleri bu görüşü destekler niteliktedir. Yukarıda katılımcıların teknolojiye ilişkin tutumlarını içeren ifadeleri görselleştirilmiştir.



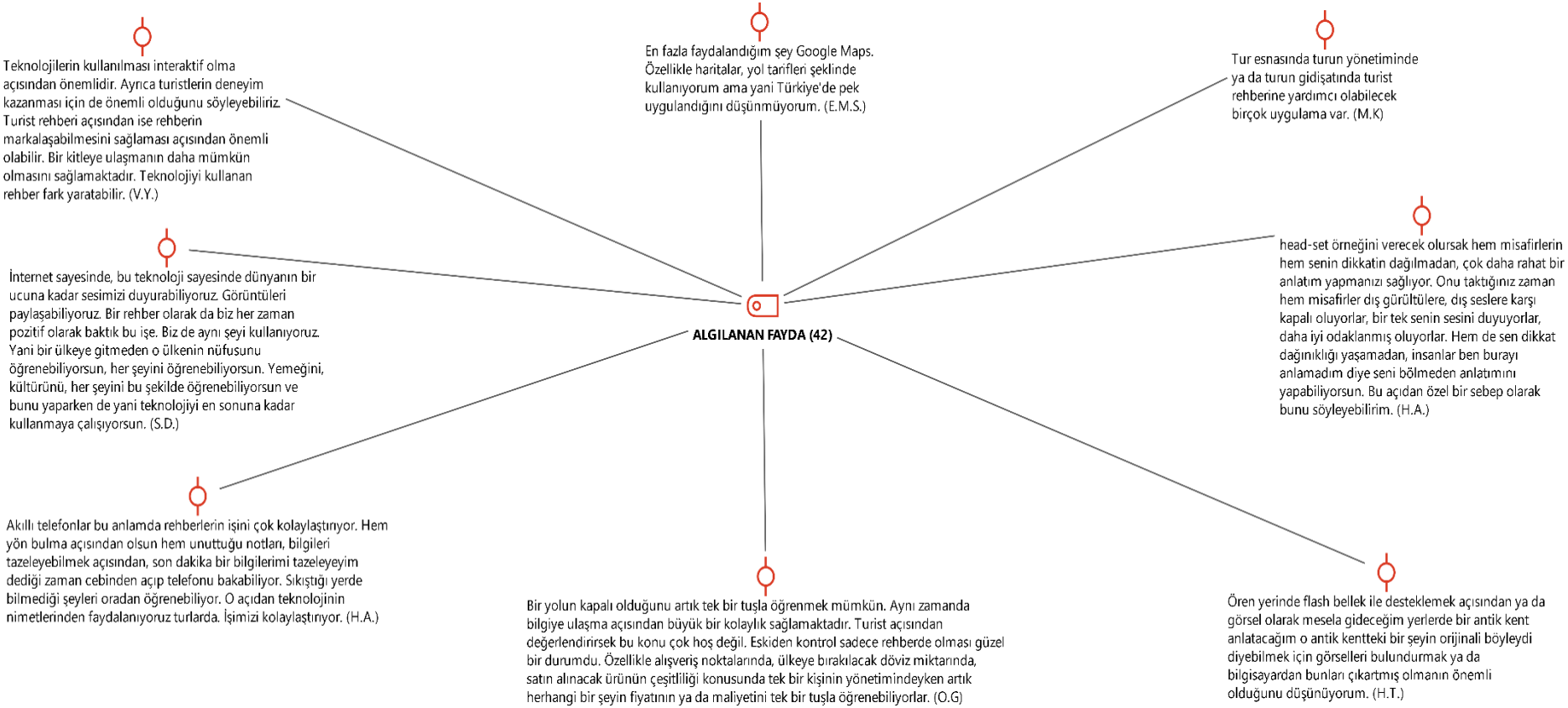

Şekil 5. Gerçekleşen Davranış Tema Modellemesi

Gerçekleşen davranış teması, turist rehberlerinin turlar esnasında teknoloji kullanım davranışlarını içeren ifadelerden oluşmaktadır. Bu bağlamda rehberlerin neredeyse tamamı belirli ölçülerde teknolojik araçlar kullanmaktadırlar. Söz konusu teknolojik ürünlerin çok kapsamlı olmadığını ifade eden katılımcılar, belirli araçların kullanımı da yaptıklarını ifade etmektedirler. "*Aktif bir şekilde kullanıyorum.*", "*Kullanıyorum ve açıkçası en çok akıllı telefondan yararlanıyorum.*" ifadeleri buna örnektir. Bununla birlikte çalışmaya katkı veren rehberlerin en çok hangi teknolojik ürünleri kullandığı sorusu da kendilerine yöneltilmiştir. Aşağıda yer alan tabloda turist rehberlerinin turlar esnasında en çok kullandıkları ürünlerin isimleri yer almaktadır.




Şekil 6. Turlar Sırasında En çok Kullanılan Teknoloji Ürünleri

Araştırmaya katılan turist rehberlerine düzenledikleri turlar esnasın en çok hangi teknolojik ürünleri kullandıkları sorusu sorulmuştur. Katılımcıların verdikleri yanıtlar şekil 6'da görselleştirilmekle birlikte, rehberlerin akıllı telefon ve akıllı telefon uygulamaları, mikrofon, head-set, kablosuz kulaklıklar, bluetooth sistemleri, ses kayıt cihazları kullandıkları söylenebilir.




Şekil 7. Algılanan Fayda Tema Modellemesi

Çalışmada turist rehberlerinin düzenledikleri turlar esnasında kullandıkları teknolojilerden algıladıkları faydanın ne olduğu araştırılmıştır. Araştırmaya katılan rehberlere göre turlarda kullanılan teknolojinin sağladığı fayda üç boyutludur. Söz konusu faydaların *rehber boyutu, turist boyutu* ve *tur boyutu* bulunmaktadır. Teknolojik ürünler rehberin zaman yönetimini, bilgi güncellemesini, iletişim yönetimini sağlaması açısından fayda sağlarken; turistin ilk defa geldiği bir yerde gezip görebileceği alanlar hakkında bilgi edinmesini kolaylaştırarak fayda sağlamaktadır. Öte yandan bundan 10 yıl önce hiç bilinmeyen ve turizm anlamında cazip olmayan yerlerin sosyal medya aracılığı ile tanıtılarak cazip hale getirilmesini sağlayan tur boyutu da bulunmaktadır. Nitekim "*Zaman yönetimi rehbere ait, bu nedenle zaman yönetimini iyi değerlendirebilmek için bu teknolojik ürünlerden faydalanması gerekiyor. Diğer önemli bir konu ise iletişimdir. Rehber ve misafir arasındaki iletişimi sağlaması açısından da teknolojik araçlar olmazsa olmaz diyebiliriz.*" ifadesi rehbere sağlanan faydayı vurgularken, "*Turist boyutunda faydaları da var. Özellikle biz daha dikkatli olmak durumunda kaldık. Söylediğimiz herhangi bir cümleyi, herhangi bir tarihi turistler direkt Google'dan kontrol edebiliyorlar.*" turiste sağladığı faydayı belirtmektedir.

Şekil 8. Kelime Bulutu

Bu çalışmada yirmi turist rehberi ile yapılan görüşmelerden elde edilen veriler analiz edilerek, en çok vurgu yaptıkları kelimeler belirlenmiştir. Bu bağlamda katılımcıların teknoloji kullanımını en çok rehber yönünden değerlendirdikleri söylenebilir. Nitekim "*rehber*" kelimesi, kelime bulutunun ortasına konumlanmıştır. Bunun yanı sıra görüşmeler sırasında en çok vurgu yapılan diğer sözcükler sırasıyla teknoloji, önemli, zaman, turist şeklinde ortaya çıkmaktadır. Diğer bir deyişle katılımcılar görüşme esnasında teknolojiden, teknoloji kullanımının önemine zaman ve turiste yönelik faydasına vurgu yapmaktadır denilebilir.

Şekil 9. Kelime Kombinasyonları Bulutu

Çalışmada katılımcıların teknoloji kelimesi ile birlikte en çok kullandıkları kelime kombinasyonları da belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda katılımcıların turlar esnasında teknoloji kullanımı ile ilgili olarak en çok kullandığı kelime kombinasyonunun sanal gerçeklik olduğu söylenebilir. Diğer bir deyişe ileride sanal gerçeklik ile yapılan turların önem kazanacağına ilişkin bir beklentinin söz konusu olduğu belirtilmektedir. Bunun yanı sıra sosyal medyanın teknoloji ve tur ilişkisinde önemli bir faktör olduğunu söylemek mümkündür. Başka bir ifadeyle teknolojinin getirdiği en yaygın uygulamalardan biri olan sosyal medya uygulamaları turların en çok nerelerde yoğunlaştığı, söz konusu yerlerden gezilip görülecek yerlerin neresi olduğuna dair fikir verdiği ifade edilebilir. Bunun yanısıra web sitesi, youtube kanalı, dijital turist gibi ifadeler de göze çarpmaktadır. Diğer bir deyişle turist rehberleri rehberlerin web sitesi kullanması, youtube kanalı açması ve dijital turistlerin de ilgisini çekmeye yönelik çalışmalara hakkında bilgi vermişlerdir. Nitekim çalışma esnasında turist rehberlerine gelecekteki turist rehberlerine önerilerinin neler olabileceği sorusu da yöneltilmiştir.

Aşağıda bu önerilerden birkaçına yer verilmiştir. "*Mutlaka bir web siteleri olsun, internet adresleri olsun. Aktif bir şekilde blog yazsınlar. Bol bol görsel toplasınlar ve görsel bir arşiv oluştursunlar. Bunları bir web sitesinde kendilerini tanıtacak bir şekilde markalaşmaya yönelik olarak yapsınlar. Mümkün oldukça yurtdışı gezilerine katılsınlar ve bu gezilerden materyaller elde etsinler. Ne kadar çok kültür görürlerse ve insan tanırlarsa, insan psikolojisini anlama yönünde büyük bir gelişim kaydedebilirler.*" ifadesi web sitesi kullanımına ilişkin öneme vurgu yapmaktadır. Öte yandan *"Rehberliğin çok önemli bir yapı taşı, güncel olmak. Bilgi olarak,*

*teknolojik gelişmeler olarak güncel olmak. Güncel olduğunuz zaman kendinizi sürekli yenilediğiniz zaman inanın ki mesleği yapmak o kadar kolaylaşıyor ki…."* ifadesi ile teknolojinin rehberin güncel kalmasındaki yerine atıfta bulunmaktadır. *"5-10 sene sonra rehberler, yeni teknolojilerin ivmesine yetişebilmeli bu anlamda farklı müzeleri gezerek ve gitmiş olduğu müzeleri de fırsat buldukça sürekli yenileyerek üstüne gide gide tekrarlamalı. Yani ne değişiyor, ne bitiyor, dünyada ne oluyor bunlardan haberdar olması gerekiyor."* ifadesi ile gelişen ve değişen teknolojiyi takip etmeninin gerekliliğine dikkat çekilmektedir.

## 6. Sonuç ve Öneriler

Günümüz küresel dünyasında teknoloji çok hızlı bir şekilde gelişmekte ve her geçen gün değişmektedir. Söz konusu gelişme birçok işin ve mesleğin de değişmesine, ortadan kalkmasına, yeni iş ve mesleklerin doğuşuna zemin hazırlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında teknolojiden etkilenmeyecek sektör, örgüt, iş ve meslek düşünmek olanaksızdır.

Bu çalışmada yaşanan teknolojik gelişmelerin ve bu gelişmelerin sonucunda ortaya çıkan teknolojik ürünlerin turizm sektöründe faaliyet gösteren turist rehbelerine ve söz konusu rehberlerin düzenlemekte olduğu turlara etkisinin Teknoloji Kabul Modeli çerçevesinde belirlenmesi amaçlanmıştır. Teknoloji Kabul Modeli (TKM), bireyin teknolojiyi nasıl algıladığı ve teknolojiyi kullanımına ilişkin niyet ve tutumunu ortaya koyan bir modeldir. Bu bağlamda araştırmada turizm sektöründe turist rehberi olarak çalışan 20 turist rehberine ulaşılmış ve düzenledikleri turlar kapsamında kullandıkları teknolojinin ne olduğu, teknoloji kullanım konusundaki niyetleri, algıları, tutumları ve bu bağlamda gerçekleşen davranışları ortaya konmaya çalışılmıştır.

Çalışmada rehberlerin turlar esnasında kullandıkları teknolojinin kolaylığı, gerçekleşen davranış, tutum ve algılanan fayda temaları arasında belirgin bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir deyişle araştırmaya katılan turist rehberlerinin neredeyse tamamı teknoloji kullanımını kolay olarak nitelendirmekte ve buna bağlı olarak teknoloji kullanma konusunda istekli davranmaktadır. Düzenlenen turlar kapsamında kullanılan teknolojik ürünler sınırlı olmakla birlikte (akıllı telefon ve sunduğu uygulamalar, mikrofon, audio-guide, head set, sosyal medya uygulamaları vb.) söz konusu ürün ve uygulamaları kullanma konusunda olumlu bir tutum sergilemektedirler. Bu tutumun nedenlerinden en önemlisi söz konusu ürün ve uygulamalarının kullanımının rehbere fayda sağladığı konusundaki görüşleridir. Araştırmaya katkı veren turist rehberlerinin söz konusu fayda konusundaki görüşleri de temelde üç boyut barındırmaktadır. Bunlardan ilki rehbere sağladağı fayda boyutudur. Katılımcılar turlar esnasında teknoloji kullanımının rehberin zaman yönetimine, insan ilişkileri geliştirme

düzeyine, kendi tanıtımını yapma, bilgilerini güncel tutma ve tura katılan turistler ile iletişimde kalma seviyesine olumlu katkı yaptığını ifade etmektedir. Rehberler, teknoloji kullanımının düzenlenen turun etkinliğine de katkı sağladığını düşünmektedir. Söz konusu tur kapsamında turistlerin ziyaret edilen yerlere ilişkin önceden araştırma yapması, sanal gezi düzenlemesi gibi faaliyetlerle özellikle görülmesi gereken yerler konusunda zaman kaybetmeden tespit yapılmasına fayda sağladığını ifade etmektedir. Üçüncü fayda boyutu ise turistlere sağlanan faydadıdır. Diğer bir deyişle, teknoloji kullanımının turistlere de faydası bulunmaktadır. Diğer bir deyişle, gittiği yerde ne yenilip ne içileceği, ne alınacağı, yöreye özgü yiyecek, içecek, giyecek veya hediyeliklerin neler olduğu konusunda da bilgi edinmesine olanak sağlamaktadır. Söz konusu algılanan faydalar nedeniyle rehberler turlar esnasında teknoloji kullanımına ilişkin olumlu bir tutum sergilemektedir.

Çalışma kapsamında rehberlerin teknoloji konusundaki görüşlerini ifade ederken en çok kullandıkları kelimelerin neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda önemli, zaman, bilgi, yardımcı, kolay, faydalı gibi kelimelerin ön plana çıktığı görülmektedir. Diğer bir deyişle rehberler turlar esnasunda teknoloji kullanımının bilgi verdiği, yardımcı olduğu kolaylık sunduğu ve dolayısıyla faydalı olduğu görüşünü benimsemektedirler. Yine çalışmada katılımcıların teknoloji kelimesi ile en çok kombinasyon kurdukları kelime dizilerinin neler olduğu araştırılmıştır. Bu bağlamda sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, sosyal medya, whatsupp uygularaı gibi kelime öbeklerinin ağırlıklı kullandıldığı söylenebilir. Dğer bir deyişle katılımcılar turlar esnasında kullanılan teknolojinin sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik uygulamaları ile ilişkili olduğunu belirtmektedirler. İlave olarak web sitesi, youtube kanalı, yapay zekâ gibi uygulamalara da vurgu yapmaktadırlar.

Çalışma modeli ve bulguları ışığında acenteler ve uygulamacılar, rehberlerin Teknoloji Kabul Modeline göre aşina oldukları teknolojilere yönelik araştırmalar yaparak bu yönde yatırımlar ve özendirmeler gerçekleştirebilir. Pandemi süresince uzaktan çalışma sistemi ve kablosuz iletişim teknolojilerinin sıklıkla kullanılmasıyla birlikte konuşulmaya başlanan gerçek zamanlı sanal rehberlik uygulamaları da bu kapsamda değerlendirilerek şimdinin ve geleceğin rehberlerinin iş başındaki ve okullardaki eğitimlerinde bu alanda yetişmesi sağlanabilir. Bunun yanı sıra metaverse evreni üzerinde oluşturulacak destinasyonlar ve buralara ilişkin gerçekleştirilecek turlarla ilgili olarak turist rehberlerinde farkındalık yaratmak ve bu kapsamdaki motivasyonlarını ve algılarını belirlemek amacıyla deneyimsel araştırmalar gerçekleştirilebilir. Araştırmacılar ayrıca gelişen sanal gerçeklik, nesnelerin interneti, blok zincir teknolojisi gibi Endüstri 4.0 teknoloji ve uygulamalarının turizm endüstrisinde uygulanmasıyla ilgili turist rehberleri ve turizm çalışanlarının bakış açılarının da Teknoloji

Kabul Modeli ve benzer modellerle gelecek öngörülerinin ortaya konması üzerine araştırmalar gerçekleştirebilir.

## KAYNAKÇA


Aktaş, S. (2007). *Teknoloji Kabul Modeli ile Muhasebecilerin Bilgi Teknolojisi Kullanımına Yönelik Bir Uygulama.* (Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Bayraktar, Ş. (2019). *Bilgi Uzmanlarının Bilgi Teknolojisi Kullanımının Teknoloji Kabul Modeli ile İncelenmesi.* (Yüksek Lisans Tezi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Corbin, J. M., & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative sociology*, *13*(1), 3-21.

Çakar, M. M. (2018). *Girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanma nedenlerinin teknoloji kabul modeli kapsamında analizi: Manisa İli örneği* (Yüksek Lisans Tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Çakmak, T. F., & Demirkol, Ş. (2017). Teknolojik gelişmelerin turist rehberliği mesleğine etkileri üzerine bir swot analizi. *Journal of Social Sciences Institute/Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *7*.

Çınar, B., & Yenipınar, U. (2019). Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinde genel öz yeterlilik algısı, mesleki kaygı ve mesleği yapma niyeti ilişkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, *30*(3), 153-162.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, *MIS Quarterly*, 13(3): 319-339.

Davis, F. D., Bagozzi, R. P. & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003

Eser, S., Çakıcı, C. A., Babat, D., & Kızılırmak, İ. (2019). Turlarda teknoloji kullanımı: Turistler ve turist rehberleri gözüyle bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(41).

Eser, S., & Erler, Z. (2020). Audio-Guide Kullanımı: Dolmabahçe Sarayı Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2232-2243.

Fettahlıoğlu, H. S., Birin, C., & Yıltay, S. (2018). Teknoloji Kabul Modeline Göre Kuşaklar Arası Farklılığın İncelenmesi: Akıllı Telefon Uygulamaları Kullananlara Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Social And Humanities Sciences Research*, *5*(29), 3904-3915.

Göçmen, Z. G. (2021). *Turist Deneyimi Yaratmada Mobil Artırılmış Gerçeklik (AR) Uygulamasının Rolü: Efes Ören Yeri Uygulaması*. (Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Harmankaya, M. B. (2010). Müzelerde Elektronik Rehberlik Uygulamaları. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, İstanbul.

İşçen, M. & Işık, B. (2020). Turist Rehberlerinin Kullandıkları Mobil Uygulamaların Algılanan Fayda ve Kullanım Kolaylığına Yönelik Nicel Bir Araştırma. *Journal of Business in The Digital Age*, *3*(1), 11-23.

Kömürcü, S., İşevcan Ertamay, S. & Güler, M.E. (2021). Impacts of Technological Development on Employment Structure of Tourism Industry. *Journal of Management and Economics Research*, 19 (1): 146-165.

Okşar, G. (2021). *Sürdürülebilir Tüketim Davranışı ve Teknoloji Kabul Modeli: Letgo ve Dolap Uygulamaları Örneği.* (Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)

Öncül, U. (2020). *Müzelerde Teknolojik Uygulamaların Benimsenme Niyetinin Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli ile İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Öter, Z. & Sarıbaş, Ö. (2021). *Turist Rehberlerinin Görevleri ve Rolleri*. İçinde: Turist Rehberliği, 2. Baskı, Edt. Seçkin Eser, Seda Şahin, Celil Çakıcı (101-116). Ankara: Detay Yayıncılık.

Serçemeli, M., & Kurnaz, E. (2016). Denetimde bilgi teknoloji ürünleri kullanımının teknoloji kabul modeli (TKM) ile araştırılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, *45*(1), 43-52.

Sarıbaş, Ö., Kömürcü, S. & Güler, M.E. (2017). Visual Sense of The Cities and the Impact on Tourism: Case of Izmir. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 9 (1), 202-214.

Şalk, S., & Köroğlu, Ö. Turist Rehberlerinin Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarına Yönelik Algılarının Belirlenmesi. *Journal of Yaşar University*, *15*(58), 313-328.

Tekin, Ö., Bideci, M., & Aydın, A. (2015). Kültürel Mirasın Aktarımında Mobil Rehber Uygulamaları ile Profesyonel Turist Rehberlerinin Yetkinliğinin Karşılaştırması (Konya Mevlana Müzesi Örneği). In *Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015)* (pp. 679-686).

Toraman, Y. (2021). *Tüketicilerin Salgın Hastalık (Covid-19) Dönemlerinde Yeni Teknolojileri Benimsemelerinin Teknoloji Kabul Modeli Çerçevesinde İncelenmesi: Hızlı Tüketim Malları Özelinde, Mobil Uygulamalar Üzerine Bir Araştırma* (Master's Thesis İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)

Türker, A., & Türker, Ö. G. (2013). Turistik ürün satın alma davranışının teknoloji kabul modeli ile incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *15*(2), 281-312.

Uğur, N. G., & Turan, A. H. (2016). Mobil uygulama kabul modeli: Bir ölçek geliştirme çalışmasi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *34*(4), 97-126.

Ünüvar, Ş. (2008). Turizm Sektöründe Bilgi İletişim Teknolojileri Kullanımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, *10*(1-2), 597-618.

Yıldız, S. (2018). Profesyonel Turist Rehberlerinin Teknolojik Rehber Algısını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: İstanbul Örneği. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(31), 4686-4697.

Yıldız, S. (2018). Turist rehberliği mesleğinde robot rehberlerin yükselişi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 10*(23), 164-177.

Zengin, B., Eker, N., & Bayram, G. E. (2017). Turist rehberliği meslek kanununun profesyonel turist rehberlerince değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 14*(2), 142-156.