

Gönderilme Tarihi (Submitted) : 26.01.2024  
Revizyon Tarihi (Revised ) : 03.05.2024  
Kabul Tarihi (Accepted) : 15.05.2024

TURED  
JOTOĞ



## Turist Rehberlerinin Teknolojiye Bakış Açılarının İş Performansı Üzerine Etkisi: Teknoloji Kabul Modeli Kapsamında Bir Araştırma

### *The Effect of Tourist Guides' Perspectives on Technology on Job Performance: A Research Within the Scope of Technology Acceptance Model*

Dr. Osman PELİT

E-Mail: pelitosman7@gmail.com

Berfin BİLEN

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye  
Afyon Kocatepe University, Social Sciences Institute, Turkey

E-Mail: berfin.bilen@usr.aku.edu.tr

#### Öz

**Amaç ve Önem:** Araştırmanın amacı, turist rehberlerinin teknolojiye olan bakış açılarının iş performansları üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu bağlamda araştırmada, turist rehberlerinin teknolojiyi kabul etme davranışlarını ve bu kabulün iş performanslarına olan etkisi teknoloji kabul modeli çerçevesinde analiz edilmiştir. Ayrıca araştırma kapsamında turist rehberlerinin turizm sektöründe teknoloji kullanımına ve iş performanslarına ilişkin görüşleri belirlenmiştir. Turist rehberlerinin teknolojiye ilişkin bakış açıları, teknolojiyi kullanma durumları ve iş performansları arasındaki ilişkilerin anlaşılması, turizm rehberliği alanında teknolojik entegrasyonun ve performansın iyileştirilmesine önemli bir katkı sunacaktır. Araştırılan literatür kapsamında turist rehberlerinde teknolojiye bakış açısı ve iş performansını birlikte ele alan çalışmalara rastlanmamıştır. Bu doğrultuda çalışmadan elde edilen sonuçların özellikle turizm literatürüne sunduğu/sunacağı katkılar oldukça önemli olmaktadır. Bununla birlikte çalışmanın, turizm endüstrisi paydaşlarına, özellikle turist rehberlerinin eğitimi ve gelişimi üzerinde çalışan kuruluşlara yol gösterebilecek nitelikte değerli bilgiler sunacağı düşünülmektedir.

**Yöntem:** Turist rehberlerinin teknolojiye bakış açısının iş performansı üzerindeki etkisini belirlenmesi amacıyla yapılan araştırmanın evreni, Ankara Turist Rehberleri Odası'na (ANRO) kayıtlı olan eylemli turist rehberlerinden (662) oluşmaktadır. Araştırmada evrenin tamamı yerine, örneklem seçilerek 160 turist rehberine anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anket tekniği ile toplanan verilerin analizinde, betimsel istatistikler (frekans, yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma), güvenilirlik, korelasyon ve basit doğrusal regresyon analizleri kullanılmıştır.

**Bulgular:** Araştırmada turist rehberlerinin teknolojiye bakış açıları ile iş performansı arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Bununla birlikte turist rehberlerinin teknolojiye bakış açısının iş performansı üzerinde etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Araştırma sonuçları ile birlikte turist rehberlerinin teknoloji kullanımı ve kabulü hakkında bilgi verilmiş olup teknolojiye bakış açısının iş performansına etkisi belirlenmiş ve bu doğrultuda araştırma bulguları ışığında literatüre ve ilgili taraflara (ilgili bölgeye, sektöre, işletmelere, yöneticilere, turist rehberlerine, araştırmacılara, öğrencilere ve okuyuculara) katkı sağlanmıştır. Alanyazına bakıldığında turist rehberlerinin teknolojiye bakış açıları ile iş performanslarını birlikte ele çalışmalara rastlanmamış olması araştırmanın özgünlüğüne işaret etmektedir.

**Sınırlılıklar:** Araştırma ANRO'ya kayıtlı olan eylemli turist rehberleri ile sınırlandırılmıştır. Türkiye'nin diğer bölgelerinde mesleklerini devam ettiren turist rehberleri araştırmaya dahil edilmemiştir. Diğer bölgelerdeki turist rehberleri üzerine gerçekleştirilecek benzer bir araştırma, ANRO'ya kayıtlı rehberlerin deneyimleriyle karşılaştırmalı bir analiz yapılmasına olanak tanıyacaktır.

**Atf için (for cited):** Pelit, O. & Bilen, B. (2024). Turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının iş performansı üzerine etkisi: Teknoloji kabul modeli kapsamında bir araştırma, *Turist Rehberliği Dergisi*, 7(1), 1-25.



**Anahtar Kelimeler:** Teknoloji, teknoloji kullanımı, turist rehberliği, iş performansı.

**Makale Türü:** Araştırma makalesi

### Abstract

**Purpose and Importance:** The aim of the study is to determine the impact of tourist guides' perspectives on technology on their job performance. In this context, the study analyzed the technology acceptance behaviors of tourist guides and the impact of this acceptance on their job performance within the framework of the technology acceptance model. In addition, within the scope of the research, the opinions of tourist guides on the use of technology in the tourism sector and their job performance were determined. Understanding the relationships between tourist guides' perspectives on technology, their use of technology and their job performance will make a significant contribution to improving technological integration and performance in the field of tourism guidance. Within the scope of the researched literature, there are no studies that address the perspective on technology and job performance in tourist guides together. In this direction, the contributions of the results obtained from the study to the tourism literature are very important. However, it is thought that this study will provide valuable information that can guide tourism industry stakeholders, especially organizations working on the training and development of tourist guides.

**Methodology:** The population of the research, which was conducted to determine the effect of tourist guides' perspective on technology on job performance, consists of active tourist guides (662) registered to Ankara Chamber of Tourist Guides (ANRO). In the study, instead of the whole population, a sample was selected and 160 tourist guides were surveyed. Descriptive statistics (frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation), reliability, correlation and simple linear regression analyses were used to analyze the data collected through questionnaire technique.

**Findings:** In the study, significant positive relationships were found between tourist guides' perspectives on technology and job performance. In addition, it was determined that tourist guides' perspective on technology has an impact on job performance.

**Originality/Value:** With the results of the research, information about the use and acceptance of technology by tourist guides was provided, the effect of the perspective of technology on job performance was determined, and in this direction, in the light of the research findings, a contribution was made to the literature and related parties (related region, sector, businesses, managers, tourist guides, researchers, students and readers). When the literature is examined, the fact that there are no studies dealing with tourist guides' perspectives on technology and their job performance together points to the originality of the research.

**Limitations:** The research was limited to active tourist guides registered with ANRO. Tourist guides practicing their profession in other regions of Turkey were not included in the study. A similar study on tourist guides in other regions would allow for a comparative analysis of the experiences of guides registered with ANRO.

**Keywords:** Technology, technology use, tourist guidance, job performance.

**Paper Type:** Research article

## Giriş

Globalleşme ile birlikte gelişen teknolojik ilerlemeler, her sektörde kullanım bulmuş ve her sektörü belirli şekillerde etkilemiştir. Turizm sektörü, müşteri memnuniyetinin temel olduğu, soyut ürünlerin üretildiği bir sektör olarak, teknolojinin kullanımının yaşamsal bir öneme sahip olduğu sektördür (Şahin & Akdoğan, 2003). Artık turistler, seyahatleri sırasında mobil cihazlarını kullanarak anlık bilgilere erişme isteğiyle beraber daha etkileşimli deneyimler yaşamak istemektedirler. Bu doğrultuda günümüzde teknoloji alanında meydana gelen gelişmelerin turist rehberliği mesleğini de etkilediği görülmektedir (Ercan, 2022). Bu bağlamda teknolojinin hızlı ilerlemesiyle birlikte, bir destinasyonu veya mekânı tanıtan, bilgi sunan ve ziyaretçiler ile ziyaret edilen ülke arasında bir köprü görevi üstlenerek ziyaretçilere yol gösteren bireyler olarak tanımlanan turist rehberleri (Ahipaşaoğlu



2001; Acar, 2014), bu değişime uyum sağlamak zorundadırlar. Çünkü teknoloji kullanımı, turistlerle yoğun bir şekilde etkileşimde olan turist rehberlerinin mesleki performanslarında önemli bir etkiye sahip olmaktadır (Sotohy, 2020). Bu noktada turist rehberlerinin teknoloji kullanımının iş performansı üzerindeki etkisini anlamak için birkaç faktörü ele almak önemlidir. Öncelikle, teknolojinin rehberlerin bilgi ve iletişim becerilerini artırabileceği düşünülmektedir. Mobil uygulamalar, etkileşimli haritalar, sesli rehberler ve diğer dijital araçlar, turist rehberlerine daha hızlı ve doğru bilgi sağlama yeteneği kazandırarak turistlerle etkileşimlerini iyileştirmekle birlikte turist rehberlerinin organizasyon ve zaman yönetimi becerilerini geliştirmeye yardımcı olabilecektir. Rehberler, turist gruplarını yönlendirmek, programları düzenlemek ve gezileri planlamak gibi bir dizi görevle uğraşırken, teknoloji tabanlı araçlar sayesinde bu süreçleri daha etkin ve verimli hale getirebilmektedirler (Çakmak & Demirkol, 2017). Dolayısıyla teknolojinin hızla değişen ve güncellenen doğası, turist rehberlerinin sürekli olarak kendilerini güncel tutmalarını gerektirmektedir. Yeni uygulamalar, dijital araçlar ve bilgi kaynakları ortaya çıktıkça, rehberlerin bu teknolojileri öğrenme ve adapte olma becerilerini sürekli olarak geliştirmeleri oldukça önemli olmaktadır. Aksi takdirde, teknoloji kullanımı rehberlerin iş performansını olumsuz etkileyerek rekabet avantajını kaybetmelerine neden olabilecektir (Örücü & Kanbur, 2008). Diğer taraftan turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının iş performansları üzerindeki etkisi oldukça karmaşık bir konudur. Teknoloji, turist rehberlerinin bilgi ve iletişim becerilerinin geliştirilmesine yardımcı olmakla birlikte organizasyon ve zaman yönetimini iyileştirebilirken, aynı zamanda duygusal bağları zayıflatabilir ve rehberlerin sürekli güncelleme gerekliliğiyle yüklerini artırabilir. Bu nedenle, turist rehberlerinin etkin bir şekilde teknoloji kullanabilmeleri için gerekli eğitim ve destek sağlanmalı, aynı zamanda teknoloji kullanımı insan odaklı deneyimlerin unutulmasına olanak tanımayacak şekilde teşvik edilmelidir. Bu kapsamda bu araştırmada, turist rehberlerinin teknolojiye bakış açıları ve iş performansı arasındaki ilişki ve etki incelenerek konuya yönelik mevcut durum paralelinde ilgili taraflara öneriler sunulmuştur.

## 1. Kavramsal Çerçeve

Dünya Rehberler Federasyonu Örgütü'nün (WFTGA, 2023) tanımına göre turist rehberi, ziyaretçilere seçtikleri dilde rehberlik yapan ve bulunduğu bölgenin kültürel ve doğal mirasını yorumlayan, bulunduğu bölgenin ilgili kurumlarınca kabul edilmiş bir donanıma sahip kişi olarak tanımlanmıştır. Turist rehberleri, yalnızca turizm açısından önemli unsurları tanıtmakla kalmaz, aynı zamanda insanların en değerli birikimi olan anılarını zenginleştirme ve güzelleştirme konusunda yaratıcı anlamda olumlu katkılarda bulunurlar (İşler & Güzel, 2014). Turist rehberlerinin turistlerle kurdukları iletişim, müşteri memnuniyetinin oluşmasında önemli bir rol oynar. Son zamanlarda hızla ilerleyen teknoloji gelişmeleri, turist rehberleri tarafından sunulan hizmetlerin farklı teknolojik cihazlar aracılığıyla sunulmasına olanak tanımıştır (Tekin vd., 2017). Gelişmiş GPS destekli harita uygulamaları, turistlere ilk defa gittikleri destinasyonlarda bile isteğe bağlı olarak rehber olmadan gezebilme imkânı sunan ayrıntılı yazılı ve sesli anlatımlar sunabilen uygulamalardır. Bu uygulamalar, müzeler ve sit alanlarıyla ilgili detaylı bilgileri sağlayarak turistlere rehberlik edebilmektedir (İstanbulu Dinçer & Çakmak, 2015). Türkiye'de robot rehberlik henüz yaygınlaşmasa da T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı bazı müze ve ören yerlerinde, sesli rehber olarak da bilinen "audioguide" ve radyo frekansıyla çalışan "head-set" adı verilen seyyar mikrofon ve kulaklık düzenekleri aracılığıyla çeşitli hizmetler sunulmaktadır. Bu hizmetler, turistlere rehberlik etmek ve müze veya ören yerlerini daha iyi anlamalarını sağlamak amacıyla kullanılmaktadır (Yıldız, 2019). Turist rehberleri, teknolojiyi turlarına başlamadan önce, turları sırasında ve sonrasında yoğun bir şekilde kullanmaktadır. "Head-set" sistemleri, navigasyon teknolojileri ve ulaşım sistemlerindeki yenilikler gibi gelişmeler, turist rehberlerine büyük kolaylıklar sağlarken aynı zamanda turistlerin turdan aldıkları verimi ve memnuniyeti artırmaktadır. Turist rehberlerinin kullandığı mobil



uygulamalara örnek olarak harita uygulamaları (Yandex Navigasyon, Google Maps vb.), rehber ile buluşma uygulamaları (Private guide World vb.) ve çeviri uygulamaları (Google Translate vb.) gösterilebilir. Bu uygulamalar, turist rehberlerine ve turistlere bilgi aktarımı, navigasyon ve iletişim gibi konularda yardımcı olmaktadır (İşçen & Işık 2020). Öte taraftan bireylerin şehirlerin kültürel ve doğal mirasları hakkında bilgi edinmelerine olanak tanıyan, bu mekanlara seyahat etme karar verme sürecine katkı sağlayan bir araç olarak sanal turlar (Aksoy & Baş, 2020), kullanılan ekipmana bağlı olarak iki boyutlu veya üç boyutlu olabilmektedir. İki boyutlu turlar; içeriksel sanal turlar, broşür sanal turlar ve eğitsel sanal turlar olarak sınıflandırılmaktadır. İçeriksel turlar, eserlerin çevrimiçi olarak incelenmesine ve keşfedilmesine olanak sağlamaktadır (Arat & Baltacıoğlu, 2016). İşletmeler, firmalar veya müzeler hakkında bilgi sunan sanal turlar içeriksel bir yapıya sahip olmaktadır. Eğitsel sanal turlar ise yaş, deneyim ve bilgi seviyesini temel alarak öğretici bir amaç gütmektedir. Bu turlar, ziyaretçilerin özelliklerine göre şekillendirilmekte ve bilgi edinmelerine yardımcı olmaktadır. Üç boyutlu turlar ise panoramik sanal turlar ve 360 derece sanal turlar olarak sınıflandırılmaktadır. En sık tercih edilen sanal tur çeşitlerinden biri olan panoramik turlarda, ziyaretçilere üç boyutlu bir mekân sunularak gerçeklik hissi yaratılmaktadır. 360 derece sanal turlarda ise ekran hareket ettirilerek, ziyaretçiler tek bir odak noktası etrafında dönerek ve hareket ederek tur yapabilmektedir. Bu tür turda, ziyaretçiler tüm yönlere bakabildikleri için daha interaktif bir deneyim yaşamaktadırlar (Derman, 2012). Müzelerde, rehberlik hizmeti sağlamak için yeni teknolojiler geliştirilmektedir. Taşınabilir bilgisayarlar ve akıllı cep telefonları, kablosuz bağlantılar aracılığıyla internete erişim sağlayarak müze ziyaretçilerine yardımcı olunabilmektedir. Kablosuz yerel ağlar, taşınabilir cihazlara veya rehberlik hizmeti sunan cihazlara içerik indirme imkânı sağlamakla birlikte kullanılan erişim noktaları ile taşınabilir cihaz arasındaki sinyaller sayesinde ziyaretçinin konumu tespit edilebilmektedir. Bu sayede ziyaretçinin kullandığı rehberlik cihazına, gezilen salon veya eserle ilgili içerik indirilmektedir (Harmankaya, 2010). Bu bağlamda arama motorlarının, çevrimiçi bilgi kaynaklarının, kullanıcı içerik sitelerinin ve sosyal medya kanallarının seyahat eden insanlar için dijital rehberlik görevi gördüğü açık olmaktadır (Ercan, 2022). Ziyaret edilen yerler hakkında bilgi edinme imkânının yanı sıra turistlerin dijital rehberlik hizmetlerine eş zamanlı olarak çeviri imkânı da sağlayan mobil uygulamalara rahatlıkla ulaşabilmeleri, turist rehberlerine olan ihtiyacı azaltabilecek yeni bir rekabet unsuru olarak ortaya çıkmaktadır (Kafy, 2020). Ancak, mobil rehberlerin soru sorma imkanının olmaması ve sıklıkla tekdüze bir anlatım yapması gibi olumsuz yönleri, bu tür teknolojilerin kullanımının sosyalleşmeyi engellediğini göstermektedir ki bu durum turizmin ruhuna ters düşmektedir (Şalk & Köroğlu, 2020). Dolayısıyla dijital rehberler turistler için önemli bir bilgi ve yardım kaynağı olsa da profesyonel bir tur rehberinin açıklamalar ve etkileşimlerle sağladığı türden bir seyahat deneyimi yaratamazlar (Harpe & Sevenhuysen, 2020). Ayrıca teknolojinin turist deneyimlerini geliştirirken grup dinamiklerini bozulmasına, maliyetleri artmasına ve bazen yanlış bilgilendirmeye yol açabilmektedir (Loureiro & Nascimento, 2021). Bu nedenle, turist rehberlerine yönelik olarak, teknolojik araçların etkin kullanımını sağlayacak eğitim programlarının ve destek hizmetlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte teknolojinin kullanımı sırasında insan merkezli deneyimlerin korunması ve ön plana çıkarılması, bu süreçte öncelikli bir hedef olarak benimsenmelidir.

Bilim ve teknolojinin ilerlemesi, özellikle Endüstri 4.0'ın etkisiyle, robot turist rehberlerinin varlığından bahsedilebilir. Yapay zekâ alanındaki ilerlemeler, robotlara insan benzeri özellikler kazandırmak için önemli adımların atılmasına olanak sağlamaktadır. "Humanoid" adı verilen insana benzeyen robotların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bugünün kapalı alanları olan müze ve sergi alanlarında rehberlik hizmeti sunan robotların gelecekte açık alanlarda da kullanılmasıyla, insan-makine ilişkisinin insan-insan ilişkisine eklenmesi öngörülmektedir (Yıldız, 2019). Diğer taraftan günümüzde görsel teknoloji uygulamalarının kültürel alanlarda, özellikle müzelerde kullanılan envanter ve belgeleme uygulamaları üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Müze teknolojileri

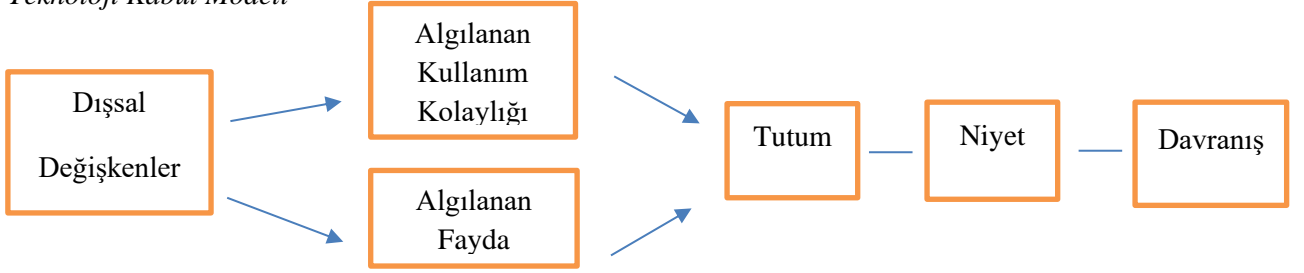


genel olarak bilgi aktarımı, iletişim ve ziyaretçilere deneyim kazandırma amacıyla kullanılmaktadır. Bilgi işletim sistemlerinin ve bu sistemlerle birlikte kullanılan teknolojik cihazların yaygınlaşmasıyla birlikte, müze teknolojilerinin geniş bir uygulama alanı kazandığı gözlemlenmektedir (Boyraz, 2013). Ayrıca turist rehberliği alanında artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR) ve yapay zekâ (AI) uygulamalarının kullanımı, turizm deneyimini zenginleştirmekte ve sektörün geleceğini şekillendirmede önemli avantajlar sunmaktadır. AR, turistlere gerçek zamanlı bilgi sağlayarak ve çevresel etkileşimi artırarak gezilecek yerler hakkında daha derinlemesine bir rehberlik yapma imkânı sunar. Turistlerin yaş ve ilgi alanlarına göre kişiselleştirilmiş içerikler sunarak öğrenme ve keşfetme deneyimlerini iyileştirir. VR, kullanıcılara fiziksel olarak orada olmadan bir destinasyonu deneyimleme fırsatı vererek turizm destinasyonlarının tanıtımı sağlayan etkili bir araçtır (Pratisto vd., 2022). AI, turistlerin tercihlerine ve geçmiş davranışlarına dayalı olarak kişiselleştirilmiş öneriler ve deneyimler sunar. AI tabanlı çeviri sistemleri, farklı dilleri konuşan turistlerle etkileşimde dil engellerini aşmada yardımcı olur (Bulchand-Gidumal, 2022). AI ayrıca rezervasyon modelleri, doluluk oranları ve fiyatlandırma eğilimleri hakkındaki geçmiş verileri analiz ederek, gelir yönetimine ilişkin öngörüler sağlayarak, envanter yönetimi ve tedarik zinciri lojistiği gibi operasyonları düzenleyerek operasyonel verimliliği optimize edebilir (García Madurga & Grilló-Méndez, 2023). Bu doğrultuda AI teknolojisinin kullanımı, tur rehberlerinin rota planlaması ve zaman yönetimi gibi görevleri otomatikleştirerek, iş yükünü azaltabilir ve operasyonel verimliliği artırabilir. Bu teknolojilerin turizm sektörüne özellikle turist rehberliği mesleğine entegrasyonu, turizm deneyimini daha etkileşimli, eğitici ve kişiselleştirilmiş hale getirerek, turistlerin memnuniyetini ve sadakatini artırmada ve bu doğrultuda turizm sektörünün sürdürülebilirliğinde önemli bir rol oynamaktadır (Han vd., 2019; Bretos vd., 2023; El Archi vd., 2023; Elisa Sousa vd., 2024). Dolayısıyla teknoloji alanında yaşanan söz konusu gelişmelerin gerek turistlere gerekse turist rehberlerine önemli katkıları bulunmaktadır. Turistler, teknolojik gelişmelerin kullanımı konusunda tatillerini geçirdikleri sürenin ötesinde de faydalanmaktadırlar. Tatil planlama aşamasından başlayarak tatil sonrası geri bildirim sürecine kadar her aşamada teknolojik iletişim kanallarından yararlanmaktadırlar (Çakmak & Demirkol 2017). Örneğin, turistler gitmek istedikleri destinasyonlar hakkında bilgilere web tabanlı siteler ve çeşitli uygulamalar aracılığıyla önceden erişebilmektedirler. Turist rehberleri, turistlerle etkileşim halindeyken destekleyici teknolojik uygulamalardan yararlanarak etkili tanıtım yapabilmekte ve bu doğrultuda hizmet kalitesini artırabilmektedirler (Tekin vd. 2017).

Günümüzün vazgeçilmez bir unsuru olan hayatımızın her alanında yer almaya başlayan bilgi teknolojisi bazı sektörlerde hemen kabul görmüş bazısında ise dirençle karşılaşmış, çok yol kat edememiştir. Kullanıcıları bu davranışlara sevk eden, bilgi teknolojisine karşı olan yaklaşımlarıdır. Kullanıcıların bilgi teknolojisine olan bu yaklaşımını anlamak için teknoloji kabulünün nasıl gerçekleştiğini ortaya koyan modellerden yararlanılmaktadır (Aktaş, 2007; Kaş, 2015). Bu modellerden biri olan ve Davis tarafından 1989 yılında sunulan Teknoloji Kabul Modeli (TKM), bilgisayar kullanıcılarının davranışlarını açıklama ve tahmin etme amacıyla geliştirilmiş bir modeldir. (Davis, 1989; Türker & Türker, 2013). Söz konusu modelin şekilsel gösterimi Şekil 1'de sunulmuştur (Davis, vd. 1989; Fettahloğlu, vd., 2018).

## Şekil 1

### Teknoloji Kabul Modeli



**Kaynak:** Davis, vd., 1989; Fettahlıoğlu, vd., 2018.

Günümüzde TKM, bireylerin teknolojiyi kabul etme ve kullanma niyetlerini tahmin etmek için yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu model, kullanıcılar tarafından geliştirilen davranışları algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan fayda faktörleri ile ilişkilendirir. Bu davranışlar kişinin teknolojiyi kullanma isteğini yönlendirir ve bunun sonucunda sistemin kabul görmesine yol açar (Özer, vd. 2010). İnsanların teknoloji konusunda nasıl düşündüklerini, kullandıklarını ve nasıl davrandıklarını gösteren TKM, teknolojinin insan yaşamı üzerindeki gelecekteki etkisini de açıklamaya çalışmaktadır (Yıldırım & Kaplan, 2019). Bu nedenle Teknoloji Kabul Modeli, yeni ortaya çıkan uygulamaların tüketici davranışlarına nasıl etki edeceğini ve tüketicilerin bu uygulamalara nasıl adapte olacağını anlamak için gerekli bir araç olarak nitelendirilmektedir (Uyar, 2019). Bu bağlamda insanların teknolojiyi iş yerlerinde nasıl kabul ettiklerini öngörmek amacıyla oluşturulan teknoloji kabul modeli (Davis vd., 1989; Lin, vd. 2007) içerisinde yer alan kavramları (algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda, tutum, niyet ve davranış) şu şekilde açıklamak mümkündür. Algılanan kullanım kolaylığı, bireylerin en az çaba ile amaçlanan sistemi kullanabilme derecesini ifade etmektedir. Bilgi sistemi ve teknolojik uygulamaların birey tarafından tek başına kullanılabilmesi kullanım kolaylığı şeklinde algılanmaktadır (Fettahlıoğlu, vd., 2018). Algılanan fayda, kullanıcıların teknolojiden sağlayacakları fayda inancı olarak ifade edilebilmektedir. Teknolojilerden sağlanan fayda kullanıcıların bu ürünü kabullenmesini ve tercih etmesine neden olacaktır (Okşar, 2021). Tutum, Teknoloji Kabul Modeli'ne göre kişinin amaçlanan davranışı göstermesiyle ilgili olumlu veya olumsuz hisleri şeklinde ifade edilmektedir (Fettahlıoğlu, vd., 2018). Tutum, duyu, düşünce ve eylem boyutları ile davranışlar üzerinde etkisi olan önemli bir faktördür (Aktaş, 2007). Niyet ise bireyin bir davranışı gerçekleştirirken gösterdiği çaba ve istek olarak tanımlanmaktadır. Teknoloji Kabul Modeli'ne göre, kullanıcıların bilgi ve teknoloji ürünlerini benimsemelerindeki en önemli etken kullanıcının niyetidir (Serçemeli & Kurnaz, 2016). Kullanıcıların tutumlarından etkilenen niyet, dolaylı olarak davranışın gerçekleşmesine de etki etmektedir. Sonuç olarak önemli değişkenlerden birisi olan niyet, kişilerin davranış gerçekleştirme açısından önemlidir (Okşar, 2021). Davranışsa, bireylerin bilgi ve teknoloji ürünlerini kullanma sıklığını ve yoğunluğunu ifade eden bir kavramdır (Serçemeli & Kurnaz, 2016).

Literatürde teknoloji kabul modelinin kullanıldığı birçok araştırma mevcuttur. Bu bağlamda Kara vd. (2022) yaptıkları nitel araştırmada, turist rehberlerinin teknoloji kullanımına yönelik algılarını Teknoloji Kabul Modeli çerçevesinde belirlemişlerdir. Araştırmalarında, rehberlerin teknoloji kullanımının turizm sektörü, turist ve rehberler için önemli sonuçları olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca, rehberlerin teknoloji kullanımına yönelik tutumları ve gerçekleşen davranışları arasında bir ilişki olduğunu saptamışlardır. Çelik vd. (2023) yaptıkları araştırmada, Teknoloji Kabul Modeli (TKM) çerçevesinde öğrencilerin teknoloji kullanımına yönelik tutum ve davranışlarını incelemişlerdir. Söz konusu çalışmayla, öğrencilerin teknoloji kullanımına yönelik tutum ve niyetlerini belirleyen faktörler TKM ile ölçülmüştür. Araştırma, TKM'nin turizm eğitimi



için uygun bir model olduğunu ve öğrencilerin teknoloji kullanımını etkileyen faktörlerin kullanılabilirlik, kolaylık, değer ve hedonik motivasyon olduğunu ortaya koymuştur. Öncül (2020) tarafından yapılan araştırmada, müzelerde teknolojik uygulamaların benimsenme niyetinin genişletilmiş teknoloji kabul modeli ile incelenmiştir. Bu doğrultuda müzelerde sunulan teknolojik uygulamaların ziyaretçiler nezdinde nasıl algılandığını ve bu algılamayı belirleyen faktörleri araştırılmış ve müzede kullanılan teknolojilerin ziyaretçilerin davranışlarını ve niyetlerini nasıl etkilediğini ortaya konulmuştur. Araştırma sonucunda ziyaretçilerin teknolojik uygulamalardan fayda sağladıklarını, kolay kullandıklarını, sosyal baskı hissettiklerini, değerli bulduklarını, eğlendiklerini ve alışkanlık haline getirdiklerini gösteren bulgular sunulmuştur. Kasaroğlu ve Güler (2023)'in yaptığı araştırmada, turizm eğitiminde sanal gerçeklik teknolojisi uygulamalarının kullanımını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda, sanal gerçeklik uygulamalarının kullanımını etkileyen en önemli faktörün algılanan fayda olduğu, bunu sırasıyla eğlence, algılanan kullanım kolaylığı ve kullanıma yönelik tutumun izlediği belirlenmiştir. Ayrıca, eğlence boyutunun TKM'ye eklenmesinin modelin açıklama gücünü artırdığı ve sanal gerçeklik uygulamalarının eğitimde kullanımını destekleyen bir faktör olduğu görülmüştür. Türker ve Türker (2013) tarafından turistik ürün satın alma davranışının teknoloji kabul modeli ile incelenmesi üzerine yapılan araştırma sonucunda, turistlerin internet üzerinden alışveriş yapma niyetlerinin ve davranışlarının TKM'nin temel değişkenleri olan algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda ve tutum tarafından etkilendiği tespit edilmiştir. Gülaçtı (2020) tarafından finansal teknoloji alanında yapılan çalışmada, finansal teknoloji ve uygulamalarının günlük ve iş hayatlarında belli bir oranda performans artışına sebep olabileceğini tespit etmişlerdir. Yine Çetinkaya (2023) tarafından yapılan araştırmada, teknolojik öğrenmenin performans üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu ifade edilmiştir. Bu bağlamda teknolojiye ilişkin kabuller ve özellikle bireylerin işleri yaparken teknolojiyi ne derece etkin kullandıkları, iş performanslarını etkileyebilir. Dolayısıyla teknolojiyi etkin bir şekilde kullanmak, bireylerin iş performansını artırmak adına önemli bir fırsata işaret etmektedir.

Günümüzde örgütlerde karşılaşılan temel sorunlardan biri de çalışanların görevlerini ne derecede yerine getirdiğinin ölçütü olan performans kavramıdır. Performans sözcüğünün ilk olarak 15. yüzyılda ortaya çıkmış olup o dönemde "oyun" ve "sergi" anlamında kullanılmıştır. Günümüzde ise performans kavramı, eski anlamından farklılık göstermektedir ve genellikle "başarı", "etkinlik", "etkililik", "yetenek" ve "memnuniyet" gibi kavramlarla eş anlamlı olarak kullanılmaktadır (Avcı, 2005). Belirli şartlar altında bir işin gerekliliklerine uygun şekilde gerçekleştirilme düzeyi veya çalışanın davranış biçimi olan performans kavramının (Gürbüz & Yüksel, 2008) kişinin gösterdiği çabayı ifade eden belirli bir maddi gelir veya ücret karşılığında nitelendirildiği bilinmektedir (Begenirbaş & Turgut, 2014). Performans bireylerin ve kurumların yaşamlarının büyük bir bölümünü etkileyen ve aynı zamanda bireylerin ve kurumların çevrelerini de etkileyen bir kavramdır. Başka bir ifadeyle, performans bireyleri ve kurumları doğrudan etkilerken, dolaylı olarak bireylerin ve kurumun çevresindeki kesimleri de etkiler (Helvacı, 2002). İş performansı ise, çalışanın iş tanımına ve kendisine düşen role uygun olarak kapasitesini kullanması ve istekli bir şekilde gösterdiği çaba sonucunda ortaya çıkan performans olarak tanımlanmaktadır (Yıldız, 2015). İş performansı, önceden planlanmış işlerin sonuçlarını değerlendirmek ve belirlenen amaca ulaşma seviyesini belirlemek için kullanılır. Çalışanların işyerindeki davranışları, iş performansı ile sıkı bir ilişki içerisindedir (Başaran, 2000). Herhangi bir sektörde rekabetin artması, şirketleri veya bireyleri iyi ve tutarlı bir iş performansı sergilemeye zorlamaktadır (Göllü, 2014). Birey veya grup bazında başarılı bir şekilde gerçekleştirilen performans, kendileri için belirlenen amaç ve hedeflere ne derecede ulaşıldığıyla ilişkilidir. İşletme performansı da kurumun toplam performansını açıklar, ancak çalışan performansı işletme performansının ölçütüdür ve toplam performansa da etkisi olduğu düşünülmektedir (Çöl, 2008). Bu bağlamda örgütsel performans kavramı, bir örgütün mevcut kaynaklarını kullanarak belirlediği hedeflere ulaşabilme yeteneğini ifade etmektedir (Avunduk,



2016). Örgütler, stratejilerini oluştururken belirledikleri hedeflere ulaşmak ve bu hedeflere taşımak için önemli bir kaynak olan çalışan faktörünü önemserler. Yüksek motivasyona sahip bir çalışan, örgüt içindeki performansını artırarak örgütün hedefleri doğrultusunda gayretli bir şekilde çalışacaktır (Uysal & Yıldız, 2014; Erkoç, 2015). Yüksek iş performansı, birey için başarı, daha yüksek gelir, gurur kaynağı, beceri tatmini, memnuniyet, iyi bir kariyer ve sosyal itibar gibi önemli iş sonuçlarını beraberinde getirir (Uğur, 2017). Turizm özellikle emek yoğun bir sektör olduğundan, çalışanın hizmet kalitesi son derece önemlidir. İyi bir iş performansı göstermek, hizmeti en iyi şekilde sürdürmenin temel unsurudur (Sevim, 2015). Bu doğrultuda iş performansının niteliği doğrudan müşterilere yansır ve bu da hem çalışanın hem de işletmenin performans algısını etkiler (Doğan, 2014). Dolayısıyla üst seviyede performansa sahip olan çalışanlara destek olunması ve örgüte faydalarının daha da yükseltilebilmesi için, ekstra gösterdikleri çabalar karşısında kendini geliştirici faaliyetlere katılmaları teşvik edilmelidir. İş hayatının stresinden biraz olsa da uzaklaşarak çalışanların moralini ve motivasyonunu yükseltmek için tiyatro gösterileri, küçük geziler gibi sosyal ve kültürel etkinlikler düzenlenmeli ve çalışanların katılımları sağlanmalıdır. Bu tür organizasyonlar hem örgüt içindeki hem de örgüt dışındaki kişilerle paylaşımı artırarak çalışanların iletişim yeteneklerini de güçlendirecektir (Bozer, 2016). Öte taraftan iş performansını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Literatürde performansı etkileyen unsurlar bireysel, örgütsel ve çevresel olarak üç grupta incelenmektedir (Yılmaz, 2006; Alkan, 2014). Bireysel faktörler; yaş, cinsiyet gibi demografik özellikler, yetenek ve bilgi gibi rekabetçi özellikler, algı, tutum, istek, değer ve yönelimler gibi psikolojik özelliklerden oluşmaktadır (Şen, 2019). Örgütsel faktörlerse, işletmenin amaçları, örgüt iklimi ve aydınlatma, havalandırma, ısı, gürültü gibi fiziksel koşulları ile ilgili olmaktadır (Alkan, 2014). İş performansını etkileyen çevresel faktörler ise; toplumsal (aile, kulüp, dernek), ekonomik (gelir dağılımı ve gelir düzeyi), siyasal (yasalar ve yönetmelikler) ve kültürel (eğitim, din gibi) faktörlerden oluşmaktadır (Sevim, 2015).

Literatürde iş performansını etkileyen motivasyon (Dündar vd. 2007, Dede, 2020) personel güçlendirme (Çöl, 2008; Özer & Özdoğan, 2019), duygusal zeka (Deniz & Arslan Kalay, 2020; Mumcu & Yiğit, 2022), psikolojik sermaye (Karaman vd. 2020; Korkmazer vd. 2016) duygusal emek (Onay, 2010; Çiçeklioğlu, 2019; Demirel, 2022) örgütsel sinizm (Kahya, 2013; Çakıcı & Doğan, 2014) örgütsel adalet (Sökmen vd. 2013; Doğan, 2018), örgütsel bağlılık (Kaya, 2016; Uludağ, 2018; Boz vd. 2021) gibi birçok örgütsel davranış konusuna rastlamak mümkündür. Bu doğrultuda çalışanların iş performanslarının örgütlerinin başarısı açısından önemli bir veri olduğu düşünülürse iş performansını etkileyecek değişkenlerin incelenmesi örgütlerin sürdürülebilirliği açısından oldukça gereklidir (Beğenirbaş & Turgut, 2014; Demirel, 2022). Bu kapsamda iş performansını etkileyen değişkenlerden bir tanesi de teknolojiye bakış açısıdır. Benzer şekilde yapılan sınırlı araştırmalarda çalışanların teknolojiye bakış açılarının iş performansı üzerindeki etkisi doğrudan olmasa da ortaya konulmuştur (Gülaçtı, 2020, Çetinkaya 2023). Bu bağlamda bu araştırmada turist rehberlerinin teknolojik bakış açılarının iş performansı üzerinde etkisi incelenmiştir. Özellikle literatürde turist rehberliği özelinde teknolojiye bakış açısı ve iş performansı değişkenlerinin birlikte ele alındığı çalışmalara rastlanılmaması, bu çalışmanın yapılmasının oldukça önemli olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte araştırma, turist rehberlerinin iş performanslarını artırmak için teknolojiyi etkili bir şekilde nasıl kullanabileceklerine dair fırsatları işaret etmesi ve bu sayede turist memnuniyetini artırarak turist rehberlerinin kariyerlerini geliştirmelerine yardımcı olması açısından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda teknolojiyi etkili bir şekilde kullanabilme yetisi, turist rehberlerine rekabet avantajı sağlayacak, turizm sektörünün teknolojiye daha iyi adapte olmasına ve sektördeki iyileştirmelere katkıda bulunmasına yardımcı olacaktır. Sonuç olarak, araştırmanın ortaya koyduğu bulgular doğrultusunda turist rehberlerin teknolojiye bakış açılarına yönelik kabul süreçlerinin ve bu süreçleri etkileyen faktörlerin neler olduğunun belirlenmesinin yanında turist rehberlerinin





teknolojiye olan bakış açılarının iş performansları üzerindeki olası etkilerini açığa çıkarılarak hem turizm endüstrisine hem de ilgili literatüre katkı sunulacağı düşünülmektedir.

## 2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının iş performansları üzerine etkisinin belirlenmesidir. Bu doğrultuda araştırmada, turist rehberlerinin teknolojiye bakış açıları ve iş performansı düzeyleriyle birlikte söz konusu değişkenlerin aralarındaki ilişki ve etki ortaya çıkarılmış ve bu bağlamda ilgili taraflara (sektöre, işletmeler ve yöneticilerine, turist rehberlerine) ve literatüre katkısı açısından önemine dikkat çekilmiştir.

Teknolojik gelişmelerle birlikte yaşanan değişim/dönüşüm hangi alanda meydana gelirse gelsin, turizm sektörünü (konaklama işletmeleri, yiyecek içecek hizmetleri, seyahat acentaları, turist rehberleri, turistler vb.) doğrudan ve kalıcı olarak etkilemektedir (Timur ve Köz, 2022; Uca ve Karahan, 2022). Bu doğrultuda teknoloji, turizm sektöründe yer alan turizm işletmeleri ve turistlerle yoğun bir şekilde etkileşimde olan turist rehberlerinin hizmet performanslarının artırılmasında kritik öneme sahiptir. Teknoloji kullanımı, turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerini artırmakla birlikte daha donanımlı ve nitelikli olmalarına katkı sağlamaktadır (Abdelhamid, 2020; Ercan, 2022). Dolayısıyla turist rehberlerinin yaptıkları/yapacakları işlerin daha hızlı, kolay ve etkileyici bir şekilde yapılmasına yardımcı olan teknoloji, turist rehberlerinin mesleki performanslarında önemli bir etkiye sahip olmaktadır (Sotohy, 2020). Bu bağlamda araştırmada, teknolojinin ilerlemesiyle birlikte dijitalleşmenin etkisine giren turizm sektörünün önemli paydaşlarından olan turist rehberlerinin teknolojik gelişmeleri nasıl algıladıkları araştırılarak, teknolojiye bakış açılarının iş performanslarına etkisi ortaya konulmuştur. Araştırmanın turist rehberlerinin teknoloji uygulamalarına ilişkin görüşleri hakkında bilgi sahibi olmak, daha nitelikli hizmet sağlanması için gerekli unsurların belirlenmesi açısından önemli olduğu, bu yönüyle de uygulamaya katkı sağlayabileceği öngörülmektedir. Özellikle konu ile ilgili literatürde turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının iş performanslarına olan etkisini turist rehberliği özelinde ele alan çalışmalara rastlanılmaması/ulaşılamaması, bu araştırmanın yapılmasını teşvik eden bir unsur olmakla birlikte araştırmayı daha da önemli hale getirmiştir. Bu kapsamda turist rehberlerinin teknolojiye olan bakış açılarının iş performanslarına olan etkisi ortaya konularak, turizm endüstrisi içerisinde faaliyet gösteren ilgili kurum ve kuruluşlara bu konuda yön gösterilmesi ve önerilerde bulunulması, araştırmanın ilgili taraflara sunacağı katkı bakımından oldukça önemli olduğuna işaret etmektedir. Bu çerçevede araştırmanın konu ve amacına yönelik geliştirilen hipotez şu şekildedir:

**Hipotez:** Turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının iş performansı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.

## 3. Yöntem

Turist rehberlerinin teknolojik gelişmeleri kullanımının iş performansları üzerine olan etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmanın çalışma evrenini, ANRO'ya kayıtlı olan eylemli turist rehberleri (662) oluşturmaktadır. Turist rehberlerinin, Türkiye'nin farklı illerinde görevlerini yapmaları nedeniyle evrenin tamamına ulaşmayı zaman-maliyet-erişim açısından mümkün kılmamaktadır. Bu doğrultuda araştırma evrenin tamamı yerine, örneklem seçilerek çalışanlara anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, ANRO'ya kayıtlı olan eylemli turist rehberlerine toplamda 220 anket çoğaltılıp dağıtılmış ve bu anketlerin 176 tanesi geri dönmüş, bazı anketlerse hatalı, eksik vb. kodlanması sonucu değerlendirmeye alınmamıştır. Netice itibari ile 160 anket değerlendirmeye alınarak analize tabi tutulmuştur. Bu araştırmada kullanılan anket yöntemi için Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan izin alınmıştır. Anket tekniği ile toplanan verilerin analizinde, betimsel istatistikler



(frekans, yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma), güvenilirlik, korelasyon ve basit doğrusal regresyon ve analizleri kullanılmıştır. Üç bölümden oluşan anket formunun ilk bölümünde bazı demografik sorulara (Cinsiyet, medeni durum, mesleğin kaçınıcı yılında oldukları vb.) yer verilmiştir. Anket formunun ikinci bölümünde, katılımcıların teknolojiye bakış açılarını ölçmek amacıyla Teknoloji Kabul Modeli içerisinde yer alan algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı için Davis (1989) tarafından geliştirilen, davranışsal niyet için Venkatesh ve Bala (2008) tarafından geliştirilen toplam 15 maddeden oluşan, Korkmaz Orhan (2022) tarafından Türkçeye uyarlanan ölçekler kullanılmıştır. Anket formunun üçüncü bölümünde ise, Kirkman ve Rosen (1999) tarafından oluşturulmuş, Sigler ve Pearson (2000) tarafından geliştirilmiş ve Çöl (2008) tarafından Türkçeye uyarlanan ve 4 maddeden oluşan İş Performansı Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeklerde 5'li Likert tipi ifadeler kullanılmıştır (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Tamamen Katılıyorum). Ayrıca yapılan güvenilirlik analizi sonucunda, teknolojik bakış açısı ölçeğine ilişkin Cronbach's Alpha katsayısı 0,94 olarak hesaplanırken, iş performansı ölçeğine ilişkin Cronbach's Alpha katsayısı 0,83 olarak hesaplanmıştır. Bu bağlamda teknolojik bakış açısı ölçeği ve iş performansı ölçeğine ilişkin elde edilen Cronbach's Alpha katsayılarından, ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduğu ( $0,70 \leq \alpha < 0,90$ ) anlaşılmaktadır (Güriş & Astar, 2019).

Araştırmada katılımcıların demografik ve bazı bireysel özelliklerine göre dağılımı frekans ve yüzde yöntemi ile betimlenmiştir. Bununla birlikte katılımcıların (turist rehberlerinin) teknolojiye bakış açılarının ve iş performanslarının frekans ve yüzde dağılımının yanı sıra aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanarak tablo halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır. Araştırma kapsamındaki turist rehberlerinin teknolojiye bakış açıları ve iş performanslarının bireysel özelliklerine göre karşılaştırılmasında t-testi ve One Way Anova testinden yararlanılmıştır. Ayrıca turist rehberlerinin teknolojiye bakış açıları ile iş performansı arasındaki ilişkisinin belirlenmesinde korelasyon analizi kullanılırken, teknolojiye bakış açılarının iş performansı üzerindeki etkisini belirlenmesinde basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır.

#### 4. Bulgular

Araştırmaya katılım gösteren toplam 160 turist rehberinin %62,50'si kadınlardan (f=100) %37,50'si erkeklerden (f=60) oluşmaktadır. Araştırma katılımcılarının %65'i lisans (f=104) %35'i yüksek lisans (f=56) mezunudur. Katılımcıların %31,2'sinin (f=50) 22-30, %46'9'unun (f=75) 31-39, %17'5'inin (f=28) 40-48, %4,4'ünün (f=7) 49 yaş ve üzerinde olduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların %6,9'u (f=11) 11.500 TL ve altı, %40'6'sı (f=65) 11.501 – 15.500 TL, %40'6'sı (f=65) 15.501 – 19.500 TL, %11'9'u (f=19) 19.501 TL ve üzeri gelir ya da gelir aralıklarına sahip oldukları tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarına ilişkin ölçekte yer alan maddelerin her birine ilişkin yüzde ve frekans dağılımlarıyla aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 1'de sunulmuştur. Bununla birlikte söz konusu tabloda teknolojiye bakış açısı ölçeğinin geneline ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine yer verilmiştir. Tablo 1'de görüleceği üzere turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarına yönelik aritmetik ortalama değerlerinin ve teknolojiye bakış açısı ölçeğine ilişkin genel aritmetik ortalama değerinin yüksek düzeyde olduğu anlaşılmaktadır.



**Tablo 1**

*Turist Rehberlerinin Teknolojiye Bakış Açılarına İlişkin Betimsel İstatistikler*

Maddeler		1	2	3	4	5	$\bar{X}$	s.s
Teknoloji kullanımı iş performansımı arttırır.	f	1	10	43	52	54	3,93	0,96
	%	0,6	6,3	26,9	32,5	33,8		
Teknoloji kullanımı işlerimi daha hızlı yapmamı sağlar.	f	4	5	27	55	69	4,13	0,97
	%	2,5	3,1	16,9	34,4	43,1		
Teknoloji kullanımı işteki etkinliğimi arttırır.	f	5	10	25	65	55	3,97	1,01
	%	3,1	6,3	15,6	40,6	34,4		
Teknoloji kullanımı üretkenliğimi arttırır.	f	5	4	33	58	60	4,03	0,98
	%	3,1	2,5	20,6	36,3	37,5		
Teknoloji kullanımı işimi kolaylaştırır.	f	3	6	22	68	61	4,11	0,91
	%	1,9	3,8	13,8	42,5	38,1		
Teknoloji kullanımı işimde fayda sağlar.	f	4	6	21	63	66	4,13	0,95
	%	2,5	3,8	13,1	39,4	41,3		
Teknoloji kullanımını öğrenmek kolaydır.	f	4	5	33	56	62	4,04	0,97
	%	2,5	3,1	20,6	35,0	38,8		
Teknoloji kullanırken yapmak istediğim şeyleri kolaylıkla yapabilirim	f	4	4	24	69	59	4,09	0,92
	%	2,5	2,5	15,0	43,1	36,9		
Teknoloji ile etkileşimimi kolay anlarım.	f	4	4	25	64	63	4,11	0,93
	%	2,5	2,5	15,6	40,0	39,4		
Teknoloji kullanımını esnek (rahat) buluyorum.	f	2	3	20	72	63	4,19	0,82
	%	1,3	1,9	12,5	45,0	39,4		
Teknoloji kullanımında yetenek sahibi olmak kolaydır.	f	4	6	24	75	51	4,02	0,92
	%	2,5	3,8	15,0	46,9	31,9		
Teknoloji kullanımı genel olarak kolaydır.	f	1	7	26	71	55	4,08	0,86
	%	0,6	4,4	16,3	44,4	34,4		
Teknolojiye erişim imkânım olursa teknolojiyi kullanma niyetindeyim.	f	1	5	18	72	64	4,21	0,81
	%	0,6	3,1	11,3	45,0	40,0		
Teknolojiye erişimim olduğunda teknoloji kullanabileceğimi tahmin ediyorum.	f	0	4	17	73	66	4,26	0,75
	%	0	2,5	10,6	45,6	41,3		
Teknolojiyi önümüzdeki dönemde kullanmayı planlıyorum.	f	1	4	20	72	63	4,20	0,80
	%	0,6	2,5	12,5	45	39,4		
<b>Teknolojiye Bakış Açısı Genel</b>							<b>4,10</b>	<b>0,69</b>

- 1=Hiç Katılmıyorum; 2= Az Katılıyorum; 3= Orta Düzeyde Katılıyorum; 4= Çok Katılıyorum; 5= Tamamen Katılıyorum-

Tablo 1'e bakıldığında, teknolojiye bakış açısına ilişkin ölçekte yer alan maddelerden diğerlerine göre en fazla katılım gösterilen maddeler sırasıyla; "teknolojiye erişimim olduğunda teknoloji kullanabileceğimi tahmin ediyorum" ( $\bar{X}=4,26$ ), "teknolojiye erişim imkânım olursa teknolojiyi kullanma niyetindeyim" ( $\bar{X}=4,21$ ) ve "teknolojiyi önümüzdeki dönemde kullanmayı planlıyorum" ( $\bar{X}=4,21$ ) olmuştur. Teknolojiye bakış açısına ilişkin ölçekte yer alan maddelerin aritmetik ortalama değerlerine bakıldığında diğer maddelere göre en az katılım gösterilen maddelerse



sırasıyla; *teknoloji kullanımı iş performansını artırır*” ( $\bar{X}=3,93$ ), *“teknoloji kullanımı işteki etkinliği artırır”* ( $\bar{X}=3,97$ ) ve *“teknoloji kullanımında yetenek sahibi olmak kolaydır”* ( $\bar{X}=4,02$ ) olarak gerçekleştiği görülmüştür. Ölçeğin çeşitli maddelerine ilişkin frekans ve aritmetik ortalama değerleri, katılımcıların ölçeğin ölçtüğü kavramlara (etkinlik, üretkenlik, kolaylık, fayda, kullanma niyeti) karşı genel olarak olumlu bir tutum sergilediklerini göstermektedir. Ortalama değerleri 3,93 ile 4,26 arasında değişen maddeler, katılımcıların bu kavramlara katıldıklarını veya olumlu yanıtladıklarını göstermektedir.

Turist rehberlerinin iş performansı ölçeğinde yer alan maddelerin her birine ilişkin yüzde ve frekans dağılımlarıyla aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine Tablo 2’de yer verilmiştir. Bununla birlikte söz konusu tabloda iş performansı ölçeğinin geneline ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri sunulmuştur. Buna göre söz konusu tablo incelendiğinde, araştırma katılımcılarının iş performanslarının aritmetik ortalama değerlerinin ve iş performansı ölçeğinin geneline ilişkin aritmetik ortalama değerinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. İş performans ölçeğinde diğer maddelere göre daha fazla katılım gösterilen madde *“bir problem gündeme geldiğinde en hızlı şekilde çözüm üretirim”* ( $\bar{X}=4,27$ ) olurken, diğerlerine göre nispeten daha az katılım gösterilen madde *“iş hedeflerime fazlasıyla ulaşıyorum”* ( $\bar{X}=4,16$ ) olmuştur. Bu bağlamda ölçekten elde edilen sonuçlar incelendiğinde, ölçekte yer alan maddelere ilişkin aritmetik ortalama değerlerinin 4,16 ile 4,27 arasında gerçekleşmiş olması, söz konusu maddelere katılımcıların yüksek düzeyde katıldıklarını veya olumlu yanıt verdiklerini göstermektedir.

**Tablo 2**

*İş Performansına İlişkin Betimsel İstatistikler*

Maddeler	1	2	3	4	5	$\bar{X}$	s.s
Görevlerimi tam zamanında tamamlarım	f 0	3	20	71	66	4,25	0,74
	% 0	1,9	12,5	44,4	41,3		
İş hedeflerime fazlasıyla ulaşıyorum	f 1	3	20	81	55	4,16	0,76
	% 0,6	1,9	12,5	50,6	34,4		
Sunduğum hizmetin kalitesinde standartlara fazlasıyla ulaştığıma eminim	f 2	4	15	73	66	4,23	0,82
	% 1,3	2,5	9,4	45,6	41,3		
Bir problem gündeme geldiğinde en hızlı şekilde çözüm üretirim	f 2	2	16	71	69	4,27	0,79
	% 1,3	1,3	10	44,4	43,1		
<b>İş Performansı Genel</b>						<b>4,23</b>	<b>0,63</b>

- 1=Hiç Katılmıyorum; 2= Az Katılıyorum; 3= Orta Düzeyde Katılıyorum; 4= Çok Katılıyorum; 5= Tamamen Katılıyorum-

Araştırmada yapılan t-testi ve One Way Anavo testleri sonucunda, turist rehberlerin teknolojiye bakış açısı ve iş performanslarının cinsiyetlerine, medeni durumlarına eğitim durumlarına, meslek tecrübelerine ve yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği ( $p>0,05$ ) tespit edilmiştir. Bununla birlikte turist rehberlerinin teknolojiye bakış açısı ve iş performansı gelir durumlarına göre anlamlı bir farklılık ( $p<0,05$ ) gösterdiği ortaya konulmuştur. Buna göre 11.500 ve altı - 15.500 aralığında gelire sahip olan katılımcıların teknolojiye bakış açılarına, diğerlerinden sırasıyla (19,501 ve üzeri, 15,501-19,500) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan 11.501-15,500 ve 19.501 TL ve üzeri gelire sahip olan katılımcıların iş performanslarının, diğerlerinden sırasıyla (15,501-19,500, 11.500 ve altı) daha yüksek olduğu belirlenmiştir.



Turist rehberlerinin teknolojiye bakış açısı ve iş performansı arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacı ile yapılan Pearson Korelasyon Analizi sonuçları Tablo 3'te sunulmuştur. Söz konusu tabloya göre teknolojiye bakış açısı ve iş performansı arasında anlamlı ilişkiler ( $p < 0,001$ ) tespit edilmiştir. Bununla birlikte söz konusu değişkenler arasında korelasyon katsayıları incelendiğinde, teknolojiye bakış açısı ve iş performansı arasında pozitif yönde orta düzeyde ( $r = 0,609$ ) anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla bu değerler, turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının artmasıyla birlikte iş performanslarının da orta düzeyde artacağını işaret etmektedir.

**Tablo 3**

*Turist Rehberlerinin Teknolojiye Bakış Açıları ile İş Performansı Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi*

		İş Performansı
Teknolojiye Bakış Açısı	r	0,609
	p	<b>0,000*</b>
	N	160

\*  $p < 0,001$

Katılımcıların teknolojiye bakış açılarının iş performansları üzerindeki etkisini tespit etmek amacı ile yapılan basit doğrusal regresyon analiz sonuçlarına Tablo 4'te yer verilmiştir. Tablo 4'te yer alan bulgular, söz konusu değişkenler arasındaki doğrusal regresyon modelinin anlamlı olduğu ( $F = 151,485$ ;  $p < 0,05$ ) göstermektedir. Buna göre regresyon modeli; "*İş Performansı: 1,931 + 0,560 \* Teknolojiye Bakış Açısı*" şeklinde kurulabilir.

**Tablo 4**

*Turist Rehberlerinin Teknolojiye Bakış Açısının İş Performansı Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları*

Bağımsız Değişken	$b_j$	$S(b_j)$	t	p	ANOVA
Sabit	1,931	,242	7,994	<b>0,000*</b>	F= 93,001
Teknolojiye Bakış Açısı	,560	,058	9,644	<b>0,000*</b>	<b>p=0,000*</b>

Bağımlı Değişken; İş Performansı,  $b_j$ : Beta Katsayısı;  $S(b_j)$ : Standart Hata; \*  $p < 0,001$

Tablo 4 incelendiğinde, teknolojiye bakış açısında yaşanacak bir birimlik artışın iş performansı üzerinde 0,560'lık bir artış sağladığı görülmektedir. Bu bağlamda turist rehberlerinin teknolojiye bakış açıları arttıkça iş performansları da bu doğrultuda artmaktadır. Bu kapsamda, araştırmanın konu/amacına uygun olarak geliştirilen; "*turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının iş performansları üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır*" şeklindeki araştırma hipotezi desteklenmiştir.

## Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının iş performansları üzerindeki etkisini incelemek amacıyla yapılan bu araştırma sonucunda, turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının hesaplanan aritmetik ortalama değeri 4,10 olarak gerçekleşmiştir. Bu değer, turist rehberlerin ortalamanın üzerinde yüksek düzeyde teknolojiye bakış açısına sahip olduklarını göstermektedir.



Dolayısıyla turist rehberlerinin teknolojiyi olumlu algıladıkları ve teknolojiyi benimsediklerini ifade etmek doğru olacaktır. Bununla birlikte çalışmada turist rehberleri, teknolojiyi kullanma niyeti ve teknoloji kullanımının rahatlığı konularına daha fazla olumlu bakmışlardır. Aksoy (2020) tarafından yapılan sanal tur kullanımı üzerine yapılan araştırmada katılımcıların teknoloji kabul modeline ilişkin maddelerin aritmetik ortalama değerleri bu çalışmada olduğu gibi ortalamanın üzerinde gerçekleşmiştir. Kasaroğlu (2023) tarafından İzmir ilinde yer alan devlet üniversitelerinde turizm eğitimi alan lisans öğrencilerine yönelik yapılan araştırmada teknoloji kabul modeli içerisinde yer alan ifadelerin aritmetik ortalama değerlerinin yüksek düzeyde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Yine teknoloji kabul modelin kullanıldığı bir araştırmada, Türk, Rus ve AB vatandaşı olan turistlerin ilgili modele ilişkin algılamalarının ortalamanın üzerinde olduğu görülmüştür (Kaş, 2015). Parlak (2019) tarafından hemşireler ve Özen (2020) tarafından İstanbul'da yaşayanlar üzerine yapılan araştırmalarda ise teknoloji kabulüne ilişkin ortalamanın orta düzeyde gerçekleştiği saptanmıştır. Bu doğrultuda literatürde özellikle turizm alanına yönelik konu ile ilgili yapılan çalışmalar, bu araştırmanın söz konusu sonuçlarını destekler niteliktedir. Öte taraftan yapılan araştırma sonucunda turist rehberlerinin iş performanslarına yönelik hesaplanan genel aritmetik ortalama değeri 4,23 olarak gerçekleşmiştir. Bu değer, turist rehberlerinin iş performanslarının yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Ayrıca araştırmada turist rehberleri, görevlerin zamanında tamamlanması ve problemlere çözüm üretme konularına daha olumlu bakmışlardır. Nitekim iş performansına yönelik literatürde yer alan araştırmalarda, bu çalışmada olduğu iş performansının yüksek düzeyde gerçekleştiği çalışmalara rastlamak mümkündür (Köröğlu & Avcıkurt, 2014; Çetinsöz & Akdağ, 2015; Kocaman, 2017; Ardiç Yetiş & Özgül Katlav, 2017; Cuma & Olcay, 2020; Yalçın & Hırlak, 2022). Sonuç olarak turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının ve iş performans düzeylerinin yüksek olması, ilgili bölgeye, sektöre, işletmeye, çalışanlara ve turistlere olumlu anlamda yansiyacaktır.

Araştırmada yapılan one way anavo testi sonucunda, turist rehberlerin teknolojiye bakış açısı ve iş performanslarının gelir durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre 11.500 ve altı - 15,500 aralığında gelire sahip olan katılımcıların teknolojiye bakış açılarının, diğerlerinden sırasıyla (19,501 ve üzeri, 15,501-19,500) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde Özen (2020) tarafından yapılan araştırmada katılımcıların gelir durumlarına göre teknolojiye yönelik bakış açılarının anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Turist rehberlerinin aldıkları gelire göre teknolojik bakış açıları genel anlamda olumlu olsa da 15.501--19.500 arası gelire sahip olan turist rehberlerinin teknolojiye bakışındaki nispeten düşüş; teknoloji kullanımının kendi ücretlerini değiştireceği ve gelirlerini etkileyeceği endişesi ve yeni teknolojik araçlara ayak uydurmadaki dönüşüm sürecinin geliri arttırmak için gereğinden fazla zaman alacağı endişesiyle mevcut yöntemlere devam etme eğilimi gösterilmesinden kaynaklanıyor olabilir. Bununla birlikte 19.501 ve üzeri gelir grubuna sahip olan turist rehberlerinin teknolojiye bakış açısında tekrar artış olduğu görülmektedir. Bu gruptaki artış nedenleri olarak da; gelirin belli bir seviyeye ulaşmasıyla müşteri memnuniyetini artırma ve daha geniş kitlelere ulaşma amacıyla teknolojik araçlar ve çözümler için daha fazla yatırım yapma gücünün olması, yüksek gelirin rehberlerin kişisel gelişim için gerekli eğitim ve teknolojik beceri kazanma konusundaki isteğini arttırması, daha verimli olma ve zamanı etkili kullanabilme ile birlikte beklentilere cevap verme konusunda gerekli kaynakları kullanarak modern turist beklentilerine cevap verebilme kabiliyetini geliştirme konusundaki avantajları gibi nedenler görülebilir. Öte taraftan yapılan araştırma sonucunda, turist rehberlerinin iş performansları gelir gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği saptanmıştır. Benzer şekilde Karaman vd. (2020a) tarafından yapılan araştırmada, katılımcıların gelir düzeyleri ile iş performansı arasında anlamlı bir farklılık olduğu ortaya konulmuştur. Turist rehberlerinin iş performansları gelir durumlarına göre genel anlamda artış göstermiştir. Ancak 15.501--19.500 arası gelire sahip olan turist rehberlerinin teknolojiye bakışında diğer gelir gruplarına göre nispeten düşüş yaşanmıştır. Söz



konusu düşüş, rehberlerin kendilerini maddi açıdan daha rahat hissetmesiyle birlikte yaşayacağı motivasyon kaybına ve artan gelirle yeni bilgi öğrenme, yeni beceriler geliştirme konusundaki rehavete bağlanabilir. Bununla birlikte ilgili grupta yer alan rehberlerin iş performanslarında görülen nispi düşüş, artan gelire paralel olarak iş yoğunluğunun artmasıyla zaman yönetimi konusunda zorluklardan kaynaklanıyor olabilir.

Elde edilen bulgulardan çıkan sonuçlara göre, turist rehberlerinin teknolojiye bakış açıları ile iş performansları arasında orta düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu bulgu, turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının artmasıyla birlikte iş performanslarının da orta düzeyde artacağını göstermiştir. Yine araştırmadan elde edilen diğer bulguya göre, turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının iş performansları üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın konusuna ve amacına uygun geliştirilen, “*turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının iş performansları üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır*” şeklindeki araştırma hipotezi desteklenmiştir. Konuyla ilgili Noti ve Llazo (2016) tarafından Arnavutluk'ta yer alan turizm işletmeleri temsilcileri üzerine yapılan çalışmada, teknoloji kullanımının performansı önemli ölçüde artırdığı belirlenmiştir. Gülaçtı (2020) tarafından finansal teknoloji alanında yapılan çalışmada, benzer şekilde finansal teknoloji ve uygulamalarının günlük ve iş hayatlarında belli bir oranda performans artışına sebep olabileceği tespit edilmiştir. Teknolojik öğrenme ile firma yenilikçiliği arasında pozitif bir ilişkinin olduğu (Huang, 2013; Çetinkaya, 2023), firma yenilikçiliği ile firma performansı arasında pozitif bir ilişkinin olduğu çalışmalar (Xu, 2019; Kiss vd. 2022) dolaylı da olsa araştırma sonucunu destekler niteliktedir. Yine Bümen (2022) tarafından yapılan araştırmada, teknolojik düşkünlük düzeylerinin müşteri odaklılığı üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu, Yoon vd. (2007) tarafından yapılan çalışmada müşteri odaklılığın iş performansı üzerinde pozitif bir etkisinin olduğuna ilişkin sonuçlar belirlenmiştir. Öte taraftan öğretmenler üzerine yapılan bir çalışmada öğretmenlerin öz yeterlilik inançlarını teknolojik kullanımların yordadığını (Güneş & Buluç, 2017), öz yeterliliğin ise çalışan performansı üzerinde pozitif yönde bir yönde etkisinin olduğu tespit edilmiştir (Sezgin & Düşükcan, 2020; Kemer, 2021; Yalçın & Hırlak, 2022). Sonuç olarak literatürde yer alan bu çalışmalar, teknoloji bakış açısının iş performansı üzerindeki etkisini doğrudan olmasa da kanıtlar niteliktedir.

Araştırmadan elde edilen bulgular/sonuçlardan yararlanılarak şu önerilerde bulunulabilir. Tur rehberliği mesleği ve bu mesleği icra eden turist rehberleri turizm sektörü açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle tur rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının ve iş performansı düzeylerinin bilinmesi ve bu doğrultuda artırılması turizm sektörüne sağlayacağı katkı bakımından önemlidir. Araştırma sonucunda turist rehberlerinin gerek teknoloji bakış açıları gerekse iş performansları yüksek düzeyde tespit edilse de bu düzeylerin düşmemesi için gerekli tedbirler elden bırakılmamalı, artırılması için uygun stratejiler oluşturulmalı/belirlenmelidir. Bu bağlamda ilgili kurum/kuruluşlar ve yöneticileri tarafından rehberlerin teknolojik anlamda her türlü ihtiyaçları dikkate alınmalı, yeni teknolojilerin takip edilmesi desteklenmeli ve bu doğrultuda rehberlerin çalışma koşulları sürekli iyileştirilmelidir.

Araştırma sonucunda, turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının iş performanslarını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. Bu sonuç, turist rehberlerinin teknolojiyi işlerinde daha fazla benimsemelerinin ya da kabul etmelerinin, daha etkili bir iş performansına yol açabileceğini göstermektedir. Başka bir ifadeyle turist rehberlerinin teknolojiyi daha etkili bir şekilde kullanmalarının iş performansını artırabileceğini göstermektedir. Turist rehberlerinin daha fazla teknoloji entegrasyonunu teşvik etmek için kapsamlı eğitim ve destek programlarının tasarlanması ve uygulanması kritik bir öneme sahiptir. Bu programlar, rehberlerin teknolojik araçları ve uygulamaları mesleki pratiklerine dahil etmelerini kolaylaştıracak bilgi ve beceri kazanmalarına yardımcı olacaktır. Bu bağlamda turist rehberlerine teknoloji kullanımı konusunda eğitim ve destek



programları sunulmasının yanında turist rehberlerinin teknoloji kullanımını kolaylaştırmak için altyapı ve donanım iyileştirilebilir. Bununla birlikte turist rehberlerinin teknoloji kullanımını ödüllendirmek için teşvik mekanizmaları oluşturulabilir. Böylelikle turist rehberlerinin teknolojiyi daha etkili bir şekilde kullanmalarını sağlanacak ve bu doğrultuda iş performansları artacaktır.

Elde edilen bulgular ışığında bu araştırmanın sonuçları, turist rehberlerinin teknolojiye olan bakış açılarının iş performansları üzerindeki olası etkilerini açığa çıkarma noktasında önemli bir katkı sunmaktadır. Öncelikle tüm paydaşlar (ilgili bölge, sektör, işletme, yöneticiler vb.) tarafından turist rehberlerinin teknolojiyi nasıl algıladıklarının anlaşılması ve buna yönelik aksaklıklar/eksiklikler varsa giderilmesi, ileride oluşabilecek zararlar karşısında gerekli önlemlerin/tedbirlerin alınması ya da iyileştirilmelerinin yapılması, turist rehberlerinin teknolojiyi daha olumlu bir şekilde benimsemelerine katkı sağlayacak, onları teşvik edecektir. Dolayısıyla turist rehberlerinin iş performanslarının artırılması için yenilikçi teknoloji çözümler geliştirmelerine yönelik motivasyonları artırılabilir ve bu sayede teknolojiyi etkili bir şekilde kullanabilme yetisine sahip olan turist rehberlerinin sektördeki etkilerinin artmalarına ve kariyerlerini ilerletmelerine katkı sağlanabilir. Aynı zamanda turizm sektörü, turist rehberlerinin teknoloji kullanımını teşvik ederek daha sürdürülebilir ve çevresel açıdan duyarlı hizmetler sunma potansiyeline de sahip olacaktır. Ancak teknolojiyi kullanmanın sadece yararlarının değil, aşırı kullanımından kaynaklı kişisel iletişim becerilerini ve kişilerarası ilişkilerini zayıflatılabilmek gibi olumsuz etkilerinin de farkında olunmalıdır. Dolayısıyla turist rehberleri mesleklerini icra ederken teknolojiyi kendilerine destek veren bir araç olarak görmeli ve bu doğrultuda teknolojiyi aşırıya kaçmadan ölçülü bir şekilde deneyimlerini zenginleştirmek için kullanmalıdırlar.

Turist rehberlerinin teknolojiye bakış açılarının iş performansları üzerindeki etkisinin ortaya konulması amacıyla yapılan bu araştırmanın çalışma evreni, ANRO'ya kayıtlı olan eylemli turist rehberleri ile sınırlı tutulmuştur. İleride yapılacak araştırmalar farklı bölgelerde (ARO, ATRO, BURO, İRO, İZRO, NERO vb.) farklı turizm işletmeleri (otel işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, rekreasyon işletmeleri vb.) özelinde nitel/nicel yöntemler kullanılarak yapılabilir. Ayrıca teknolojiye bakış açısı ve iş performansı kavramları ile farklı konular ilişkilendirilebilir. Örneğin teknolojiye bakış açısı değişkeniyle örgütsel güven, öz yeterlilik, hizmet verme yatkınlığı, örgütsel bağlılık, örgütsel sinizm, tükenmişlik, işten ayrılma niyeti gibi değişkenler ilişkilendirilebilirken, iş performansı değişkeniyle teknolojik düşkünlük, teknolojik öğrenme, teknolojik liderlik, örgütsel hafıza gibi değişkenler ilişkilendirilebilir. Nitekim literatürde turist rehberlerinin teknolojiye bakış açıları ile iş performansını birlikte ele alan çalışmalara rastlanılmaması, konu ile ilgili çalışmaların çoğaltılması noktasında araştırmacıları teşvik etmelidir.

Araştırmanın literatüre sunduğu katkılar, turist rehberleri ve teknoloji kabulü konusunda akademik ve sektörel bir anlayışı zenginleştirmek açısından önemlidir. Bu doğrultuda çalışma, turizm ve rehberlik literatüründe teknoloji kabulü ile iş performansı arasındaki ilişkiyi inceleyen sınırlı sayıda araştırmadan birisi olmaktadır. Söz konusu araştırma, literatüre yeni bir bakış açısı sunmakla birlikte bu ilişkiyi daha ayrıntılı bir şekilde analiz ederek bu alandaki farkındalığı artırmak adına önemli bir çalışmadır. Bununla birlikte araştırma, turizm sektöründe hizmet kalitesinin ve turist memnuniyetinin artırılması gereken bir dönemde, rehberlerin teknoloji kullanımının önemini vurgulayarak iş performanslarının artırılması noktasında ilgili taraflara ipucu vermektedir. Sonuç olarak, bu araştırma, turizm ve rehberlik alanlarında teknoloji kabulünün iş performansı üzerindeki etkileri hakkında daha fazla anlayış sağlayarak, literatüre önemli bir katkı sunmaktadır. Bu çalışmanın sonuçları, gelecekteki araştırmaların ve turizm sektöründeki uygulamaların daha iyi bilgiye dayanmasına katkıda bulunacaktır.





## Kaynakça

- Abdelhamid, M. M. (2020). Using 3D hologram technology (3DHT) in the distance learning program to enhance the professional skills of tour guidance undergraduate students. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 18(3), 17-34.
- Acar, V. (2014). *Profesyonel turist rehberlerinin liderlik yönelimleri: Aydın Turist Rehberleri Odası'na kayıtlı olan profesyonel turist rehberleri örneği*. (Tez No. 358525) [Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Ahipaşaoğlu, H.S. (2001) *Turizmde rehberlik* (1. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Aksoy, G. (2020). *Sanal tur kullanımına yönelik davranışsal niyeti etkileyen faktörlerin teknoloji kabul modeliyle incelenmesi*. (Tez No. 651411) [Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Aksoy, G. & Baş, M. (2020). Dijital turizm kapsamında şehir tanıtımında kullanılan bir araç olarak sanal tur. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2542-2564.
- Aktaş, S. (2007). *Teknoloji kabul modeli ile muhasebecilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik bir uygulama*. (Tez No. 210809) [Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Alkan, M. (2014). *İş stresinin iş performansı üzerine etkisi: SdÜ araştırma ve uygulama hastanesi örneği*. (Tez No. 395808) [Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Arat, T. & Baltacıoğlu, S. (2016). Sanal gerçeklik ve turizm. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 19(1), 103-118.
- Ardıç Yetiş, Ş. & Özgül Katlav, E. (2017). Turizm eğitimi veren akademisyenlerin iş tatmin ve performans düzeylerinin bireysel özelliklerine göre değişmesi. *Verimlilik Dergisi*, 1, 7-27.
- Avcı, U. (2005). *İşletmelerde örgütsel öğrenme- örgütsel performans ilişkisi: konaklama işletmelerinde örgütsel öğrenme-örgütsel performans ilişkisine yönelik inceleme*. (Tez No. 188187) [Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Avunduk Y. (2016). *Duygusal zekanın iş performansı üzerindeki etkisi: tıp doktorları ile toplu ulaşım şoförleri üzerinde karşılaştırmalı alan uygulaması*. (Tez No. 443420) [Doktora Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Başaran, İ. (2000). *Eğitim yönetimi*. Umut Yayıncılık.



- Begenirbaş, M. & Turgut, E. (2014). İş performansının sağlanmasında çalışanın duygusal emeğinin ve örgütte güven algısının etkileri. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 16(3), 131-149.
- Bretos, M. A., Ibáñez-Sánchez, S. & Orús, C. (2023). Applying virtual reality and augmented reality to the tourism experience: A comparative literature review. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*.
- Bulchand-Gidumal, J. (2022). *Impact of artificial intelligence in travel, tourism, and hospitality*. In Handbook of e-Tourism (pp. 1943-1962). Springer International Publishing.
- Boyras, B. (2013). Müze teknolojileri ve sergileme farklılıkları. *İdil Dergisi*, 39(39), 1-14.
- Boz, D., Duran, C. & Uğurlu, E. (2021). Örgütsel bağlılığın iş performansına etkisi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 345-355.
- Bozer, A. (2016). *Üniversite çalışanlarının örgütsel vatandaşlık davranışı, iş tatmini ve iş performansının araştırılması*. (Tez No. 433858) [Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Bümen, F. (2022). *Teknoloji düşkünlüğünün hizmet verme yakınlığına etkisi: teknoloji satış danışmanları üzerinde bir araştırma*. (Tez No. 731871) (Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Cuma, A. & Olcay, A. (2020). Otel işletmesi çalışanlarında örgütsel stres kaynaklarının iş performansına etkisi: Kahramanmaraş'ta bir uygulama. *Journal of International Social Research*, 13(73).
- Çakıcı, A. & Doğan, S. (2014). Örgütsel sinizmin iş performansına etkisi: Meslek yüksekokullarında bir araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 15(1), 79-89.
- Çakmak, T. F. & Demirkol, Ş. (2017). Teknolojik gelişmelerin turist rehberliği mesleğine etkileri üzerine bir swot analizi. *Journal of Social Sciences Institute*, 7(7), 221-235.
- Çelik, S., Türkoğlu, T., Baydeniz, E. & Sandıkcı, M. (2023). Teknoloji kabul modeli bağlamında öğrencilerin davranışsal niyetine etki eden etmenlerin belirlenmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 26(1), 1-28.
- Çetinkaya, E. (2023). *Teknolojik öğrenme, teknolojik yenilik yetenekleri ve örgütsel hafızanın yenilikçilik ve firma performansına etkisi*, (Yayınlamamış Yüksek Lisans Tezi), Gebze Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çetinsöz, B. C. & Akdağ, G. (2015). Otel çalışanlarının sahip oldukları kişilik özellikleri ve iş performansı ilişkileri: Antalya'da faaliyet gösteren beş yıldızlı otellerde bir uygulama. *Turizm Akademik Dergisi*, 2(1), 1-13.
- Çiçeklioğlu, H. (2019). *Presenteeism (işte var olamama), Duygusal Emek ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Performans Üzerine Etkileri: Eğitim Çalışanları Üzerine Bir*



- Araştırma* (Tez No. 579357) [Doktora Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi].  
YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Çöl, G. (2008). Algılanan Güçlendirmenin işgören performansı üzerine etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(1), 35-46.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. & Warshaw, P. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1103.
- Dede, F. (2020). *Motivasyonun Çalışanların Çalışma Performansına Etkisi: Bosna-Hersek Ziraat Bankasında Bir İnceleme* (Tez No. 652628) [Yüksek Lisans Tezi, İbni Haldun Üniversitesi].  
YÖK Tez Merkezi.  
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Demirel, Z. H. (2022). Duygusal emek algısının iş performansı üzerindeki etkisinde iş stresinin aracılık rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 266-283.
- Deniz, D. & Arslan Kalay, H., (2020). Duygusal zekâ ve iş performansı arasındaki ilişkinin turist rehberleri açısından değerlendirilmesi. *Journal of Academic Tourism Studies*, 1(1), 30- 45.
- Derman, E. (2012). *360 Derece Panoramik Sanal Tur Uygulaması (Dumlupınar Üniversitesi Örneği)* (Tez No. 313188) [Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi].  
YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Doğan, H. (2014). *Örgütsel adalet algısı ile iş performansı arasındaki ilişki: Afyonkarahisar'da beş yıldızlı termal otel işletmelerinde bir araştırma* (Tez No. 368361) [Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.  
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Doğan, H. (2018). Örgütsel adalet algısı ile iş performansı arasındaki ilişki. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 26-46.
- Dündar, S., Özutku, H. & Taşpınar, F. (2007). İçsel ve dışsal motivasyon içsel ve dışsal motivasyon araçlarının işgörenlerin motivasyonu üzerindeki etkisi: Ampirik bir inceleme ampirik bir inceleme. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 105-119.
- El Archi, Y., Benbba, B., Kabil, M. & Dávid, L. D. (2023). Digital technologies for sustainable tourism destinations: State of the art and research agenda, *Administrative Sciences*, 13(8), 184.
- Elisa Sousa, A., Pais, S. & Sofia Viana, A. (2024). Applications of artificial intelligence in tourism and hospitality: A systematic literature review. *In International Conference on Management, Tourism and Technologies* (pp. 291-302). Springer, Cham.
- Ercan, F. (2022). Teknolojinin turist rehberliği üzerine etkilerini konu alan ulusal makalelerin meta-sentez tekniği ile incelenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(1), 137-155.
- Erkoç, İ. Ç. (2015). *Algılanan örgütsel destek ve iş performansı arasındaki ilişkide öz yeterlilik faktörünün düzenleyici rolü: Bankacılık sektöründe bir araştırma* (Tez No.



- 393596) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Fettahlıoğlu, H. S., Birin, C. & Yıltay, S. (2018). Teknoloji kabul modeline göre kuşaklar arası farklılığın incelenmesi: Akıllı telefon uygulamaları kullananlara yönelik bir araştırma. *Journal of Social And Humanities Sciences Research*, 5(29), 3904-3915.
- García-Madurga, M. Á. & Grilló-Méndez, A. J. (2023). Artificial intelligence in the tourism industry: An overview of reviews. *Administrative Sciences*, 13(8), 172.
- Göllü, E. (2014). *Impact of supply chains structure on business performance: A study on pharmaceutical industry*. (Unpublished Phd Thesis). Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Gülaçtı, S. (2020). *Finansal teknoloji kullanıcılarını etkileyen faktörlerin teknoloji kabul modeli ile belirlenmesi* (Tez No. 646840) [Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Güneş, A. M. & Buluç, B. (2017). Sınıf öğretmenlerinin teknoloji kullanımları ve öz yeterlilik inançları arasındaki ilişki. *Tübav Bilim Dergisi*, 10(1), 94-113.
- Gürbüz, S. & Yüksel, M. (2008). Çalışma ortamında duygusal zeka: İş performansı, iş tatmini, örgütsel vatandaşlık davranışı ve bazı demografik özelliklerle ilişkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(2), 174-190.
- Güriş, S. & Astar, M. (2019). *Bilimsel araştırmalarda spss ile istatistik*, (3. Baskı). Der Yayınları.
- Han, D. I. D., Weber, J., Bastiaansen, M., Mitas, O. & Lub, X. (2019). Virtual and augmented reality technologies to enhance the visitor experience in cultural tourism. *Augmented Reality and Virtual Reality: The Power of AR And VR for Business*, 113-128.
- Harmankaya, M. B. (2010). *Müzelerde elektronik rehberlik uygulamaları*. (Uzmanlık Tezi). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, İstanbul.
- Harpe, M. D. L. & Sevenhuysen, K. (2020). New technologies in the field of tourist guiding: Threat or tool?. *Journal of Tourismology*, 6(1), 13-33.
- Helvacı, M. A. (2002). Performans yönetimi sürecinde performans değerlendirmenin önemi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 35(1), 155-169.
- Huang, H. C. (2013). Technological learning and technological innovation creation: An empirical analysis of biotechnology r&d teams. *Journal of Engineering Science & Technology Review*, 6(2), 120-124.
- İstanbulu Dinçer, F. & Çakmak, F. Ç. (2015). Gözetim toplumu yönetiminin turizm açısından değerlendirilmesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(4), 551-558.



- 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.
- İşler, B. D. & Güzel, Ö. F. (2014). Tur yönetiminde profesyonel turist rehberlerinin deneyimsel rolü: Alman Turistlerin kültür turu satın alma davranışına yönelik bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 125-138.
- Kahya, C. (2013). Örgütsel sinizm, iş performansını etkiler mi? İş tatminin aracılık etkisi. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 2(3), 34-46.
- Kara, D., Kurt Yılmaz, B. & Güler, M, E. (2022). Turist rehberlerinin teknoloji kullanımına yönelik algıların belirlenmesi üzerine nitel bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 17(6), 517-537.
- Karaman, M., Macit, M. & Karatepe, H. K. (2020). Psikolojik sermayenin iş performansına etkisi: sağlık çalışanlarında bir uygulama. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(1), 127-146.
- Karaman, M., Yoldaş, A. & Kılıç, B. (2020a). Örgütsel dışlanmanın iş performansı ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 23(2), 479-496.
- Kasaroğlu, K. (2023). *Teknoloji kabul modeliyle turizm eğitiminde sanal gerçeklik uygulamalarına ilişkin tutum ve kullanım niyetlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma* (Tez No. 799413) [Yüksek Lisans Tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Kasaroğlu, K. & Güler, M. E. (2023). Teknoloji kabul modeliyle turizm eğitiminde sanal gerçeklik uygulamalarına ilişkin tutum ve kullanım niyetlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(3), 1400-1426.
- Kaş, E. (2015). *Otel rezervasyon siteleri üzerinden yapılan online alışverişin teknoloji kabul modeliyle incelenmesi* (Tez No. 389854) [Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Kaya, N. (2016). *Mobbingin örgütte adalet algısı ve örgütsel bağlılık ilişkisi ile çalışanların iş performansına ve işten ayrılma niyetine etkisi* (Tez No. 433532) [Doktora Tezi, Beykent Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Kemer, E. (2021). Mesleki öz yeterlilik ile iş performansı arasındaki ilişkide eğitim seviyesinin düzenleyici rolü: Aşçılar üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 899-921.
- Kirkman, B. L., & Rosen, B. (1999). Beyond self-management: Antecedents and consequences of team empowerment. *Academy of Management Journal*, 42(1), 58-74.



- Kiss, A. N., Cortes, A. F. & Herrmann, P. (2022). CEO proactiveness, innovation, and firm performance. *The Leadership Quarterly*, 33(3), 101545.
- Kocaman, G. (2017). İşgören performansı ve işgören memnuniyetinin işletme performansına etkisi: Turizm sektöründe bir uygulama. *The International New Issues in Social Sciences*, 4(4), 65-76.
- Korkmaz Orhan, B. (2022). *Otel İşletmelerinde Teknolojik Liderliğin Bilgi ve Temassız Teknoloji Kullanımındaki Rolü* (Tez No. 762750) [Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Korkmazer, F., Ekingen, E., & Yıldız, A. (2016). Psikolojik sermayenin çalışan performansına etkisi: Sağlık çalışanları üzerinde bir araştırma, *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 19(3).
- Köroğlu, Ö. & Avcıkurt, C. (2014). Turist rehberlerinin motivasyonu ile performansı arasındaki ilişkinin belirlenmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 39, 45-60.
- Lin, C. H., Shih, H. Y. & Sher, P. J. (2007). Integrating technology readiness into technology acceptance: The TRAM model. *Psychology & Marketing*, 24(7), 641-657.
- Loureiro, S. M. C. & Nascimento, J. (2021). Shaping a view on the influence of technologies on sustainable tourism. *Sustainability*, 13(22), 12691.
- Mumcu, A. & Yiğit, S. (2022). Daha iyi bireysel iş performansı arayışında duygusal zekanın etkisinin test edilmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(1), 230-245.
- Noti, E. & Llazo, E. (2016). The use of computer technology in albanian tourism enterprises a way to increase the performance. *International Journal Ecosystems and Ecology Sciences*, 6(1), 89-94.
- Okşar, G. (2021). *Sürdürülebilir tüketim davranışı ve teknoloji kabul modeli: Letgo ve Dolap uygulamaları örneği* (Tez No. 676513) [Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Onay, M. (2010). Çalışanın sahip olduğu duygusal zekâsının ve duygusal emeğinin, görev performansı ve bağlamsal performansa etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11(4), 587-600.
- Öncül, U. (2020). *Müzelerde teknolojik uygulamaların benimsenme niyetinin genişletilmiş teknoloji kabul modeli ile incelenmesi* (Tez No. 648220) [Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Örücü E. & Kanbur, A. (2008). Örgütsel- yönetsel motivasyon faktörlerinin çalışanların performans ve verimliliğine etkilerini incelemeye yönelik ampirik bir çalışma: Hizmet ve endüstri işletmesi örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 15(1), 85-97.
- Özen, S. (2020). *Teknoloji kabul modeli ve bireylerin gelecekteki ya da anlık sonuçları önemseme eğilimleri ile tüketici davranışları arasındaki ilişki* (Tez No. 643909)



- [Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Özer, E., & Özdoğan, O. N. (2019). Personel güçlendirmenin işgörenlerin iş performansına etkisi: Afyonkarahisar örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 1205-1224.
- Özer, G., Özcan, M. & Aktaş, S. (2010). Muhasebecilerin bilgi teknolojisi kullanımının teknoloji kabul modeli (Tkm) ile incelenmesi, *Journal of Yasar University*, 3278 – 3293.
- Parlak, Y. (2019). *Teknoloji kabul modeli ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Geçerlik güvenirlik çalışması* (Tez No. 612603) [Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Pratisto, E. H., Thompson, N. & Potdar, V. (2022). Immersive technologies for tourism: A systematic review. *Information Technology & Tourism*, 24(2), 181-219.
- 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.
- Sevim, Ü. (2015). *Örgütlerde mobbingin iş performansına etkisinde iş aile yaşam çatışmasının aracılık rolü: Eğitim sektöründe bir uygulama* (Tez No. 423197) [Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Sezgin, E. E. & Düşükcan, M. (2020). Hemşirelerin öz yeterlilik inanç düzeylerinin performansları üzerindeki etkisi: Elazığ ili örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(3), 1659-1702.
- Sigler, T. H. & Pearson, C. M. (2000). Creating an empowering culture: examining the relationship between organizational culture and perceptions of empowerment. *Journal of Quality Management*, 5, 27-52.
- Sotohy, H. T. (2020). New trends in tour guiding, the guide faces technology “applied study to selected sites in Egypt”. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 19(3), 35-47.
- Sökmen, A., Bilsel M. A. & Erbil, C. (2013). Örgütsel adaletin çalışan motivasyonu ve performansı üzerindeki etkisi: Bankacılık sektöründe bir araştırma, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 41-60
- Şahin, M. & Akdoğdu, P. (2003). Bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin turizm sektörüne etkileri, II. *Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*.
- Şalk, S. & Köroğlu, Ö. (2020). Turist rehberlerinin artırılmış gerçeklik uygulamalarına yönelik algılarının belirlenmesi. *Journal of Yaşar University*, 15(58), 313-328.
- Şen, K. (2019). *Öğretmenlerin rekreasyon aktivitelerine katılımlarının yaşam mutluluğu ve iş performansına etkisi üzerine bir inceleme* (Tez No. 588184) [Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>



- Tekin, Ö., Bideci, M. & Avcıkurt, C. (2017). *Turist rehberliğinde yeni teknolojilerin kullanımı*. Detay Yayıncılık.
- Timur, B. & Köz, E. N. (2022). Turizmde sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik çalışmaları üzerine sistematik bir literatür taraması. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(1), 233-251.
- Türker, A. & Türker Özaltın, G. (2013). Turistik ürün satın alma davranışının teknoloji kabul modeli ile incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 281-312.
- Uca, S. & Karahan, S. (2022). Çevrimiçi rehberli sanal turlara katılan ziyaretçi deneyimleri: Airbnb örneği. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 4(2), 108-122.
- Uğur, D. (2017). *Psikolojik sermaye ve örgütsel adaletin iş performansı üzerindeki etkisi* (Tez No. 470339) [Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Uludağ, G. (2018). Örgütsel bağlılık ile işgören performansı ilişkisini incelemeye yönelik bir alan araştırması. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 171-193.
- Uyar, A. (2019). Tüketicilerin mobil uygulamalara ilişkin algılarının teknoloji kabul modeli ile değerlendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 687-705.
- Uysal, H. T. & Yıldız, M. S. (2014). İşgören performansı açısından çalışma psikolojisinin örgütsel sinizme etkisi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(29), 835-849.
- Venkatesh, V. & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273-315.
- WFTGA (2023), What is a tourist guide? <https://wftga.org/about/>, (Erişim Tarihi: 20.11.2023).
- Xu, J., Shang, Y., Yu, W. & Liu, F. (2019). Intellectual capital, technological innovation and firm performance: Evidence from China's manufacturing sector. *Sustainability*, 11(19), 5328.
- Yalçın, A. & Hırlak, B. (2022). Öz yeterlik algısının çalışan performansı üzerine etkisinde iş tatmininin aracılık rolü. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 21(4), 2276-2292.
- Yıldırım, S. C. & Burçin, K. (2019). Adoption of mobile application: A study with technology acceptance model. *KAUJEASF*, 10(19), 22-51.
- Yıldız, S. (2015). *Lider-üye etkileşimi, işyerinde mobbing ve mesleki tükenmişlik ilişkisi*. Detay Yayınevi.
- Yıldız, S. (2019). Turist rehberliği mesleğinde robot rehberlerin yükselişi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10(23), 164-177.
- Yılmaz, O. (2006). *Stresin performans üzerine etkisi 40ıncı Piyade Eğitim Alay Komutanlığı lider personeli üzerinde bir araştırma* (Tez No. 187376) [Yüksek Lisans





Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.  
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

Yoon, S. J., Choi, D. C. & Park, J. W. (2007). Service orientation: Its impact on business performance in the medical service industry. *The Service Industries Journal*, 27(4), 371–388.

#### ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turist Rehberliği Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

**Kurul adı:** Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

**Tarih:** 20.12.2023

**Karar No:** 2023/408 (Toplantı Sayısı:18).

#### ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : % 65

2. yazar katkı oranı : % 35