



ISSN: 2791-6987

Double-Blind Peer Reviewed, Open-Access, Online and Scholarly Journal

INTERNATIONAL JOURNAL OF
COMMERCE, INDUSTRY
AND ENTREPRENEURSHIP STUDIES
(UTISGAD)

www.sitso.org.tr
www.utisgad.org

ISSN: 2791-6987 | Vol: 1 | Issue: 2 | pp. 15-31

Article ID: UTISGAD-10.2021.5311.V3

Article Type: Research Article

Received: 25.10.2021

Accepted: 15.12.2021

Checked by iThenticate | Copyright © SITSO

TURİST REHBERLERİNİN TURİZMDE DİJİTAL DÖNÜŞÜME YÖNELİK TUTUMLARI ÜZERİNDE MESLEKİ KAYGILARININ ETKİSİ¹

THE EFFECT OF OCCUPATIONAL ANXIETY ON TOURIST GUIDES' ATTITUDES TOWARDS DIGITAL TRANSFORMATION IN TOURISM

Bilsen BİLGİLİ²

ÖZET

Dijital çağı izleyen Endüstri 4.0 çağı ile birlikte tüm endüstrilerde olduğu gibi turizm endüstrisinde de büyük bir dijital dönüşüm yaşanmaktadır. Artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik gibi dijital uygulamalar, turist rehberlerinin mesleki rollerini kaybetmek üzerine tartışmaların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu araştırmada, turist rehberlerinin turizmde dijital dönüşüme yönelik olarak mesleki kaygılarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, Fuller (1969)'in öğretmenlerin mesleki kaygılarını belirlemek üzere yapmış olduğu araştırmadan hareketle, bir ölçek geliştirilerek turist rehberlerinin kaygılarına ilişkin faktörlerin belirlenmesi hedeflenmiştir. Belirlenen mesleki kaygı faktörlerinin turizmde dijital dönüşüme yönelik tutumlar üzerindeki etkisi teknoloji kabul modeli ile ortaya konulmuştur. Araştırmada öncelikle, literatür taraması yapılarak turist rehberliği mesleğinin hizmet kapsamındaki maddeler belirlenmiştir. Turist rehberleri ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile dijital turizme yönelik kaygı ifadeleri geliştirilmiştir. Buradan hareketle, anket formu oluşturulmuş, turist rehberleri üzerine uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen verilere açımlayıcı/keşifsel faktör analizi ve regresyon analizi uygulanmıştır. Belirlenen faktörler ile tutumlar arasındaki etkiler regresyon ile test edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, turizmde dijitalleşmede rehberlerin gelecekteki rollerinin belirlenmesi ve mesleki kaygının önlenmesine yönelik stratejilerin geliştirilmesi yönünde öneriler sunulmuştur. Araştırma, güncel ve oldukça önemli bir konuyu ölçek geliştirerek ele alması bakımından orijinal bir niteliğe sahiptir.

¹ Bu Makale, 16-18 Eylül 2021 tarihleri arasında düzenlenen 6th International EMI ENTREPRENEURSHIP SOCIAL SCIENCES CONGRESS isimli kongrede sözlü bildiri olarak sunulmuş, "En İyi Makale" ödülü almıştır.

² Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi/Turizm Fakültesi, Kocaeli, Turkey, ORCID: 0000-0002-8454-8318

Anahtar Kelimeler: Turizmde Dijital Dönüşüm, Mesleki Kaygı, Teknoloji Kabul Modeli, Turist Rehberliği.

JEL Kodları: L83, M31, Z32.

ABSTRACT

With the age of Industry 4.0 following the digital age, there is a great digital transformation in the tourism industry as well as in all industries. Digital applications such as augmented reality and virtual reality have led to the emergence of discussions about losing the professional role of tourist guides. In this research, it is aimed to determine the professional concerns of tourist guides towards digital transformation in tourism. For this purpose, it is aimed to determine the factors related to the concerns of tourist guides by developing a scale based on the research conducted by Fuller (1969) to determine the professional concerns of teachers. The effect of occupational anxiety factors to be determined on attitudes towards digital transformation in tourism with the technology acceptance model is determined. In the research, first of all, the items within the scope of the service of the tourist guiding profession is determined by scanning the literature. Expressions of concern for digital tourism is developed with the semi-structured interview technique is made with tourist guides. The survey form to be created from this point of view was applied to tourist guides. Exploratory factor and regression analysis was applied to the data obtained from the questionnaires. The relationships between the determined factors and attitudes were tested with the regression analysis. According to the results of the research, suggestions is presented to determine the future roles of guides in digitalization in tourism and to develop strategies to prevent professional anxiety. The research has an original which deal with a current and very important issue by developing a scale.

Keywords: Digital Transformation in Tourism, Occupational Anxiety, Technology Acceptance Model, Tourist Guide.

JEL Codes: L83, M31, Z32

1. GİRİŞ

Günümüz pazarlarında rekabette üstünlük sağlayabilmek için, tam zamanlı kaliteli ürün ve hizmetler üretebilmek ve üretim seviyelerinin sürdürülebilirliğini sağlamak temel gerekliliktir (Endrenyi vd., 2001). Sanayi devrimleri ile birlikte rekabette sürdürülebilirliğin sağlanmasında uygulanan stratejiler de zamanla farklılaşmıştır. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak gerçekleşen Sanayi Devrimleri üretim etkinliğinde de artışlar sağlamıştır. 19. yüzyılda mekanik üretim ile başlayan birinci endüstri devrimini, 20. yüzyılın sonunda elektriğe dayalı ikinci endüstri devrimi takip etmiştir. 1970'lerde elektronik sistemler ve bilgi teknolojileri ile otomasyonun üretim hayatına girmesini sağlayan üçüncü endüstri devrimi yani dijital endüstri çağına geçilmiştir (Rubman vd., 2015). Dijital çağın getirdiği elektronik ve bilgi teknolojilerindeki ilerlemeler ve büyük verilerin oluşumuyla birlikte içinde yaşadığımız Endüstri 4.0 olarak tanımlanan, Siber Fiziksel Sistemler (CPS), Robotlar, Nesnelerin İnterneti

(IoT), Robotlar, Büyük Veri ve Bulut Bilişim'i kullanan, yazılım ve donanım arasındaki ilişkiye dayalı yeni bir endüstri dönemi ortaya çıkmıştır (Chestworth, 2018).

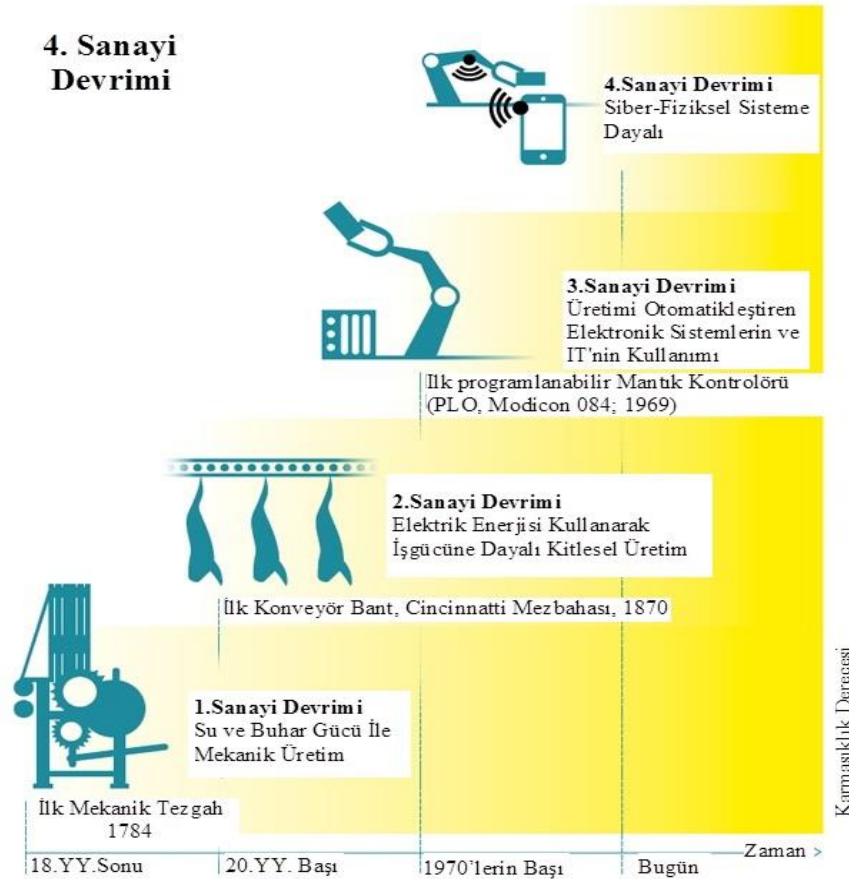
Bilgi iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler her sektörde olduğu gibi, turizm endüstrisinde de büyük değişimlere sebep olmuştur (Buhalis & Law, 2008). Bu teknolojik ilerlemeler, turizm endüstrisinin değişimini hızlandırmıştır (Li vd., 2017). Günümüzde, Endüstri 4.0'ın etkisiyle birlikte oluşan artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR) gibi yeni teknolojik uygulamalar, birçok endüstride olduğu gibi turizm endüstrisinde de yerini almıştır. Leue, Jung ve Dieck (2014) çalışmalarında, AR uygulamalarının turizm organizasyonları ve destinasyonlara ait bilgilerin dijital ortamlarda görselleştirilmesi yoluyla turizm deneyimini artırabileceğine vurgu yapmışlardır. Mobil uygulamalar ile birlikte, turistlerin seyahatlerinin planlanmasından, turistik faaliyetlerini gerçekleştirmelerine kadar tüm süreçte dijital teknolojiler önemli bir yere sahip olmuştur (Kourouthanassis vd., 2015: 71). Bir turistin turizm faaliyetlerinde fiziksel olarak çaba göstermesini gerektiren, turizm uzmanlarından aldıkları birçok hizmeti bu teknolojik uygulamalar aracılığıyla alabilmekte, diğer bir ifadeyle, turizm alanında bazı hizmetleri sunan insan faktörünün yerini bu uygulamaların aldığı görülmektedir.

Bu araştırmanın kapsamına alınan turist rehberlerinin herhangi bir seyahat organizasyonu ve destinasyon ziyaretine ilişkin rehberlik mesleği ile sunduğu tanıtım ve bilgilendirme hizmeti, teknolojik uygulamalar ile zenginleştirilmiş içerikler ile dijital ortamlarda turistlere sunulabilir duruma gelmiştir. Bu durum, turist rehberliği mesleğinin geleceğe dönük olarak varlığını ve sürdürülebilirliğinin ne şekilde gerçekleşeceği konusunda birçok soruyu da beraberinde getirmektedir. Turistler açısından turist rehberleri ya da dijital teknolojilerin sundukları hizmet farklı deneyimler içermekle birlikte, dijital dönüşüm ile birlikte gerçekleşen bu değişimin, turist rehberlerinin mesleklerinin geleceğe dönük varlığı ve sürdürülebilirliğine yönelik kaygıya yol açıp açmadığı da önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Mesleki kaygı kavramını Fuller (1969), öğretmenler açısından ele alarak bir çalışmada incelemiştir. Bu çalışmada, turist rehberlerinin mesleki kaygılarına yönelik faktörleri belirlemek üzere, Fuller (1969)'in çalışmasından hareketle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Turist rehberlerinin mesleki kaygı faktörlerinin dijital dönüşüme yönelik tutumları üzerinde etkisi olup olmadığı teknoloji kabul modeli (Davis, 1989) çerçevesinde belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın literatür araştırması bölümünde turizmde dijital dönüşüm ve meslek kaygı konularına yer verilmiştir. Makalede, araştırmanın metodolojisi ve 200 turist rehberi üzerine yapılan anket araştırması sonuçları, tartışma, sonuç öneriler bölümleri yer almıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Endüstri devrim süreci, 1760'lı yılların başlarında fiziksel insan gücüne, işbölümüne ve buhar/hidro gücüne dayanan mekanik devrim olan Endüstri 1.0 devrimi ile başlamıştır. Elektrik enerjisine dayanan Endüstri 2.0 devrimi 1870 yılında ilk konveyör bandının kullanımıyla gerçekleşmiştir. Bilgi Teknolojileri (IT) ve elektroniğe dayalı Endüstri 3.0 devrimi 1970 yılında üretimin otomasyon ile gerçekleştiği dijital çağ olarak da bilinen devrim ile kendini göstermiştir. Günümüzde, büyük veri, bulut bilişim, artırılmış gerçeklik, sensörler, robotlar,

“siber fiziksel” sistemler, katma değerli üretim, nesnelerin interneti (IoT), RFID çiplerinin kullanıldığı, tedarik, üretim ve pazarlama süreçleri boyunca üretim ve hizmet süreçlerinin büyük bölümünün dijital ortamlarda büyük bir dönüşümün gerçekleştiği Endüstri 4.0 devrimi yaşanmaktadır (Srivastava, 2015). Endüstriyel gelişim süreci, karmaşıklık durumuna göre Şekil.1’de gösterilmiştir.



Şekil.1. Endüstri Devrim Süreci. (Brynjolfsson ve McAfee, 2014), akt: Candan, vd., 2018.

Turizm işletmelerinin dijital dönüşüm sürecinde, web siteleri aracılığıyla etkileşimin en düşük olduğu tanıtımlarının yapıldığı uygulamaları Web 1.0 (Patel, 2013) olarak adlandırılan dönemde gerçekleşmeye başlamıştır. Günlük aktiviteleri formel ve formel olmayan alanları kullanmayı mümkün kılan katılımcı, işbirlikçi ve dağıtılmış uygulamaların kullanımını kolaylaştıran, Facebook, Twitter gibi video paylaşımlarının yer aldığı Web 2.0 dönemi, turistlerin etkileşimli bilgi paylaşımına imkan sağlamıştır (Miguéns, vd., 2008). Teknolojinin giderek daha ilerlemesi ile birlikte, mobil ve kablosuz teknolojiler; turistleri hareket halindeyken sürekli olarak destekleyen yeni uygulama alanları sunmaya başlamıştır. Bu teknolojiler, mobil seyahat rehberleri ve konuma dayalı bilgi izleme hizmetlerini de içermektedir. Zengin bir multimedya içeriğe sahip olan bu uygulamalar, ziyaret deneyimleri sırasında turistlerin seyahatle ilgili bilgilere kesintisiz ve her yerde erişebilmelerine olanak sağlamaktadır. Mobil aygıtların konum algılama özellikleri, seyahat bilgilerinin filtrelenmesini kolaylaştırarak, turistlerin ihtiyaçlarına ve isteklerine uyarlanabilmektedir. Bu nedenle, seyahat

sürecinde ihtiyaç duyulan bilgilerin büyük ölçüde bu teknolojiler sayesinde turistlerin erişimine açık olması, hem turistler hem de turizm endüstrisi paydaşları için büyük önem taşımaktadır (Kourouthanassis, vd., 2015: 71). Çünkü, turistler için oldukça önemli kolaylıklar sağlayan bu uygulamalar, aynı zamanda bu hizmetleri sunan turist rehberlerine yönelik ihtiyacın kapsamı ve boyutunun yeniden şekillendirilmesi ihtiyacının doğmasına neden olduğu düşünülmektedir.

Turizm endüstrisinde bilginin yoğun kullanımı, bilgi ve iletişim teknolojilerine olan günümüz tüketicisinin bağımlılığı bu alanda daha hızla ilerlemeyi beraberinde getirmiş ve turizm endüstrisinde dijital dönüşüm de kaçınılmaz olmuştur (Koo, vd., 2015). Bu gelişmelerle beraber önem kazanan müşteri deneyimi uygulamaları birçok işletme tarafından önemsenmekte ve uygulanmaktadır (Yeşilot ve Dal, 2019). Bu uygulamalar, ürün, süreç, yönetim, pazarlama gibi tüm işletme fonksiyonlarında gerçekleştirilmektedir.

Diğer yandan, günümüzde teknolojinin hızla ilerlemesi ile seyahat ederken teknolojiye olan güvenin giderek artması, kullanımını da artırmaya ve yaygınlaşmaya devam etmektedir. Çünkü, seyahat planlama ve organizasyonunda teknoloji kullanımı turistlere kendi kontrollerinde daha az hatalı ve daha konforlu bir seyahat imkanı sunmaktadır (Bahar, vd, 2019). Örneğin, müze ziyaretlerinde kullanılan AR ve VR uygulamaları, turistlere farklı deneyimler yaşatarak, sıradan bir tanıtım ve açıklamadan çok farklı hazlar yaşatabilmektedir (Palumbo vd., 2014; Bilgili vd., 2018). Bu uygulamalar aracılığıyla, turistlere yaşatılan deneyimler sözkonusu teknolojilerin uygulanmaya başlandığı birçok destinasyon için böylesine konforlu bir imkan sunulması nedeniyle, başta turist rehberliği olmak üzere, turizm alanında insan unsuruna dayalı olarak sunulan hizmetlerde insanın rolünün önemini tartışılır hale getirmiştir (Bilgili ve Özkul, 2019).

Buradan hareketle, turizm endüstrisinde gerçekleşen dijital dönüşümün bu araştırmanın kapsamında ele alınan turist rehberliği mesleğinin gelecekte varlığı ve sürdürülebilirliğine yönelik öngörülerin ve tutumların belirlenmesi konusunun araştırılmaya değer olduğu düşünülmektedir. Turizm endüstrisinde gerçekleşen dijital dönüşüme dayalı uygulamalar ile turistlere sunulan deneyimler göz önünde bulundurulduğunda, turist rehberlerinin turistlere sunduğu tanıtım ve bilgilendirme hizmetinin öneminin bu koşullarda sürdürülebilirliği ve turist rehberlerinin mesleki kaygıları açısından değerlendirilmesi önem taşımaktadır.

Meslek kavramı, topluma yarar sağlayacak mal ve hizmet üretmek yeteneğini elde etmek ve bu üretimin karşılığında kazanç sağlamak amacıyla yapılan, belli bir kapsam ve süre ile gerçekleştirilen eğitim sonunda edinilen, sistemli bilgi ve beceriye dayalı, gerçekleştirilme kuralları ve koşulları toplum tarafından belirlenmiş ve kabul görmüş, faaliyetler, etkinlikler bütünü, yapılan iş ve uğraşı alanı olarak ifade edilmektedir (Yılmaz, 2007:317). Turist rehberliği mesleği ise, TUREB'in 2006 yılında yaptığı tanıma göre, "herhangi bir ülkeyi yerli ve yabancı turistlere en iyi biçimde tanıtacak, onlara gezileri süresince yardımcı olacak, doğru bilgileri verebilecek, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın vermiş olduğu yetki belgesine sahip kişiler" in mesleği olarak ifade edilmektedir (TUREB, 2006: 246). Genel kabul görmüş bir başka tanıma göre, bireysel ya da grup olarak yurtiçi ya da yurtdışından gelen turistlere, onların beklentileri, ihtiyaçları ve tercihleri doğrultusundaki bir dil aracılığıyla, bir bölge, şehir ya da

alandaki doğal, tarihi, kültürel vb. değer taşıyan anıtlar, müzeler ve benzeri yerleri tanıtmak üzere kılavuzluk, rehberlik eden ve bilgilendirici, eğlendirici, farklı hazlar, deneyimler yaşatacak bir sunumla aktaran kişi olarak ifade edilmektedir (Ap ve Wong, 2001: 551). 22 Haziran 2012 tarih ve 28331 sayılı Resmi Gazete'deki 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve 23 Şubat 2013 tarih ve 28568 sayılı Resmi Gazete'deki Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'ne göre turist rehberliği hizmeti ise; seyahat acentacılığı faaliyeti niteliği taşımamak koşuluyla, yerli ve yabancı birey ya da grup halindeki turistlerin tercih ettikleri dil aracılığıyla, sözkonusu ülke, şehir, bölge ya da turistik değer taşıyan yerlerin tarih, kültür, doğa, çevre, turizm ve sosyal değerlerini o ülkenin politikaları çerçevesinde tanıtılması, gezdirilmesi ve seyahat acenteleri tarafından düzenlenerek ziyaretçilere satılırken vaat edilmiş turlara bağlı olarak yürütülmesi ve acenta adına yönetilmesini olarak ifade edilmektedir (Köroğlu, 2013).

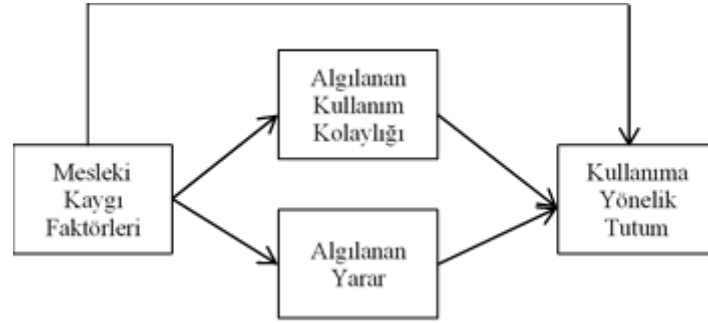
Kaygı kavramı, bireylerin ya da grupların, herhangi güçlü bir güçlü istek, beklenti ya da güdülerinin gerçekleşememe olasılığı durumunda duydukları tedirginlik, tasa olarak tanımlanmakla (Cabı ve Yalçınalp, 2013) birlikte, herhangi bir konu ile ilgili gelecekte ne olacağını bilememe durumunun ise, insanlar için önemli kaygı nedeni olduğu ifade edilmektedir (Cücelioğlu, 1996). Mesleki kaygı ile ilgili araştırmalarda öğretmenlik mesleğinin öne çıktığı görülmektedir (Dursun ve Karagün, 2012; Cabı ve Yalçınalp, 2013). Mesleki kaygı ile ilgili tanımlar, kaygı tanımının meslek ile ilgili beklentilere uyarlanarak yapıldığı görülmüştür. Mesleki kaygı, bir mesleği sürdürmeye yönelik güçlü istek ve beklentiye karşın, mesleğin varlığı ve sürdürülebilirliği konusunda geleceğe yönelik duyulan tedirginlik ve tasa olarak ifade edilebilmektedir.

Buradan hareketle, turizm endüstrisinde gerçekleşen dijital dönüşümün turist rehberliği mesleği kapsamında sürdürülen birçok faaliyetin ve etkinliğin dijital uygulamalar aracılığıyla gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. Bu uygulamaların turistlere farklı deneyimler ve hazlar yaşatması, ziyaretin konforunun artmasını sağlaması ile birlikte turistlerin bu uygulamalara yönelimlerinin artması sonucunda, turist rehberliği mesleğinin geleceğe dönük olarak varlığı, sürdürülebilirliğine yönelik mesleki kaygıların olabileceği düşünülmektedir. Turist rehberlerinin bu dijital uygulamaları meslek alanlarında kullanmaya yönelik tutumları ve bu uygulamalara yönelik kullanışlılık ve fayda algıları teknoloji kabul modeli (Davis, 1989) çerçevesinde ele alınarak, mesleki kaygının bu tutumlar üzerindeki etkisini belirlemek, bu alana önemli katkı sağlayabilecektir. Teknoloji kabul modeline göre, teknolojinin kabulüne yönelik tutumlar, teknolojinin kullanım faydası ve kullanım kolaylığına yönelik algılardan oluşmaktadır. Bu bağlamda, turist rehberlerinin teknolojiye yönelik bağlılığı giderek artan turistlere sundukları hizmet kapsamında teknolojiyi kullanma ve faydasına yönelik algıları ve tutumlarının belirlenmesi bu tutumlar üzerindeki mesleki kaygıya ilişkin tutumlarının etkisini belirlemek, dijital dönüşüm yaşanan turizm endüstrisinin gelişimi açısından da önem taşımaktadır.

3. METODOLOJİ

Bu araştırma, turist rehberlerinin turizmde dijital dönüşüm ile birlikte geleceğe dönük mesleki kaygılarının teknolojiye yönelik tutumları üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla

yapılmıştır. Araştırmada, mesleki kaygıyı belirlemek üzere Fuller (1969)'in öğretmenlik mesleğine yönelik kaygı ölçeğinden yararlanılarak, 10 turist rehberi ile yarı yapılandırılmış görüşme yapılarak, turist rehberliğine yönelik kaygı ölçeği değişkenleri belirlenmiştir. Turist rehberlerinin teknolojiye yönelik tutumlarını belirlemek üzere, Davis (1989)'in Teknoloji Kabul Modeli ölçeğinden yararlanılmıştır. Araştırma modeli Şekil.2'de gösterilmiştir.



Şekil.2. Araştırma Modeli

Araştırma amacı, modeli ve araştırma modelinde kullanılan ölçeklerin teorisi doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Mesleki kaygı, teknolojinin algılanan faydasını etkiler

H2: Mesleki kaygı, teknolojinin algılanan kullanım kolaylığını etkiler

H3: Mesleki kaygı, teknolojiye yönelik tutumu etkiler

Oluşturulan anket formu 20 turist rehberi üzerinde ön test yapılarak değerlendirilmiş ve ankete son şekli verilmiştir. Ankette yer alan soruların birinci bölümünde araştırmaya katılan turist rehberlerini tanımlayıcı demografik özellikler yer almıştır. İkinci ve üçüncü grup sorular 5'li Likert tipi ölçekte 1: Kesinlikle Katılmıyorum...5: Kesinlikle Katılıyorum şeklinde hazırlanmıştır. İkinci grupta mesleki kaygı soruları, üçüncü grupta ise teknoloji kabul modeli çerçevesinde teknoloji kullanım faydası, teknoloji kullanım kolaylığı ve teknoloji kullanımına yönelik tutum soruları yer almıştır.

Kartopu örneklem yöntemi aracılığıyla çevrimiçi anket kullanılarak 200 turist rehberine anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler için, mesleki kaygı faktörleri belirlenmek üzere açıklayıcı/keşifsel faktör analizi yapılmıştır. Bu analiz yoluyla belirlenen faktörlerin turist rehberlerinin teknolojiye yönelik tutumlarına ilişkin teknoloji kabul modelindeki değişkenler üzerindeki etkisi regresyon analizi yoluyla test edilmiştir (Hair vd., 1998).

Araştırma, 200 kişiden oluşan turist rehberleri ile sınırlandırılmış olup, sonuçlar genellenemez. Araştırmada, mesleki kaygı faktörlerinin teknolojiye yönelik tutumlar üzerindeki etkisinin ölçümü, teknoloji kabul modeli ölçeği ile sınırlandırılmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmaya katılan 200 turist rehberi ile yapılan anket çalışmasından elde edilen veriler analiz edilerek aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

4.1. Demografik Özellikler

Araştırmaya katılan turist rehberleri ile ilgili tanımlayıcı özelliklerin frekanslarına bakılmış, sonuçlar Tablo.1’de gösterilmiştir.

Tablo.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tanımlayıcı Özellikler	Sayı	Yüzde	
Cinsiyet	Kadın	60	30,0
	Erkek	140	70,0
Yaş	28-37	60	30,0
	38-47	80	40,0
	48-57	40	20,0
	57 +	20	10,0
	Gelir	5000 TL altı	40
	5001-10000 TL	120	60,0
	10001 TL ve üzeri	40	20,0
Eğitim	Üniversite	160	80,0
	Lisansüstü	40	20,0
Çalışma Yılı	1 Yıldan Az	40	20,0
	1-5 Yıl	60	30,0
	6-10 Yıl	60	30,0
	11-15 Yıl +	40	20,0
TOPLAM	200	100	

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin %70’i erkek, %70’i 28-47 yaş aralığında, %60’ının gelir düzeyi 5001-10.000 TL gelir aralığında, turist rehberlerinin tamamı üniversite mezunu olup %80’i lisans düzeyindeki mezunlardan oluşmakta ve %60’ı 1-10 yıl arasında çalışma yılına sahiptirler. Sonuçlardan da anlaşılacağı üzere, aktif bir turist rehberi kitlesine ulaşılmış olup, araştırmada anakütleyi temsil edebilme özelliğine büyük ölçüde sahip doğru örneğe ulaşıldığı söylenebilir.

4.2. Mesleki Kaygı Faktörlerinin Belirlenmesi

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin mesleki kaygılarına yönelik faktörlerini belirlemek üzere açıklayıcı faktör analizi yapılmış, 6 faktör belirlenmiş ve faktör isimleri ölçekte kullanılan değişkenlere göre adlandırılmıştır. Analiz sonuçları Tablo.2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Turist Rehberlerinin Mesleki Kaygı Faktörleri

Tutum Faktörleri	Özdeğer	Varyans Yüzdesi
Faktör 1: Turistlere Sunulacak Bilgide Yetersiz Kalma Endişesi Cronbach's Alfa=89,5	6,064	22,459
Faktör 2: Turistlerin Dikkatini Çekmede Yetersiz Kalma Endişesi Cronbach's Alfa=79,8	4,992	18,490
Faktör 3: Mesleğin ve Buna Bağlı Yaşam Kalitesinin Sürdürülebilirliği Endişesi Cronbach's Alfa=85,9	4,867	18,027
Faktör 4: Mesleğin Önemsizleşmesi ve Saygınlık Endişesi Cronbach's Alfa=85,9	3,425	12,685
Faktör 5: Turistlerde Tatminsizlik ve Meslektaşlar ile İletişim Endişesi Cronbach's Alfa=73,5	3,099	11,478
Faktör 6: Tur Planlama, Destinasyon Altyapı Yetersizliği ve Mesleki Rol Model Olamama Endişesi Cronbach's Alfa=73,9	2,883	10,680
TOPLAM Cronbach's Alfa= 91,1 Örnek Yeterliliği= 87.8		93,818

Faktör analizi sonucuna göre, 6 faktörün toplam varyansı açıklama oranı %93.818 gibi yüksek bir değere sahip olup, faktörlerin varyansı açıklama oranı birbirlerine yakın bir aralıkta gerçekleşmiş, %22,459 ile %10,680 arasında dağılmıştır. En yüksek kaygı faktörü “Turistlere Sunulacak Bilgide Yetersiz Kalma Endişesi” ile ilgili değişkenlerde gerçekleşirken, bu faktörü en yakın %18’lik oranda “Turistlerin Dikkatini Çekmede Yetersiz Kalma Endişesi” ve “Mesleğin ve Buna Bağlı Yaşam Kalitesinin Sürdürülebilirliği Endişesi” faktörlerinde gerçekleştiği görülmektedir. Dördüncü faktör “Mesleğin Önemsizleşmesi ve Saygınlık Endişesi”, beşinci faktör “Turistlerde Tatminsizlik ve Meslektaşlar ile İletişim Endişesi”, son olarak “Tur Planlama, Destinasyon Altyapı Yetersizliği ve Mesleki Rol Model Olamama Endişesi” faktörleri yer almaktadır.

4.3.Araştırma Değişkenlerinin Birbirleri Üzerindeki Etkileri

Araştırma modelindeki değişkenlerin etkileri araştırılırken, mesleki kaygının teknoloji kullanım faydası, kolaylığı ve teknoloji kullanımına yönelik tutumlar üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 3. Araştırma Değişkenlerinin Birbirleri Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizine Ait Model Özeti

Değişkenler	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	ANOVA F değeri	ANOVA Anlamlılık Düzeyi	Durbin-Watson
Mesleki Kaygı-Kullanım Faydası	,967	,935	,933	460,663	0,000	2,570
Mesleki Kaygı-Kullanım Kolaylığı	,901	,811	,805	138,156	0,000	2,555
Mesleki Kaygı-Tutum	,989	,979	,978	1495,589	0,000	2,282
Kullanım Kolaylığı; Kullanım Faydası- Tutum	,753	,568	,563	128,381	0.000	1,520

Tablodan da görüldüğü üzere mesleki kaygının teknoloji kabul modeline ilişkin tüm değişkenler üzerinde anlamlı ($p < 0.01$) etkisi olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, mesleki kaygının teknoloji kabul modeli değişkenleri üzerindeki etkisini analiz eden model anlamlıdır. Değişkenlerin etkisinin açıklama oranlarının (R^2) değerlerinin yüksek olduğu görülmektedir. Tüm değişkenlerin Durbin-Watson katsayıları incelendiğinde otokorelasyon olmadığı anlaşılmaktadır.

Bu sonuçlardan hareketle, araştırmanın hipotezleri kabul edilmiş olup, hipotez kabul/red tablosu aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 4. Araştırma Modeline Ait Hipotez Kabul/Red Durumu

Hipotezler	Durum
H1: Mesleki kaygı, teknolojinin algılanan faydasını etkiler	KABUL
H2: Mesleki kaygı, teknolojinin algılanan kullanım kolaylığını etkiler	KABUL
H3: Mesleki kaygı, teknolojiye yönelik tutumu etkiler	KABUL

Mesleki kaygı faktörlerinin teknoloji kullanım faydası üzerindeki etkisine ilişkin analiz sonuçları Tablo.5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Mesleki Kaygı Faktörlerinin Teknoloji Kullanım Faydası Üzerindeki Etkisinin Regresyon Katsayıları

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	Anlamlılık Düzeyi
	B	Standart Hata	Beta		
Faktör1-Kullanım Faydası	-,141	,019	-,226	-7,522	,000
Faktör2-Kullanım Faydası	,434	,016	,706	27,764	,000
Faktör3-Kullanım Faydası	-,216	,016	-,338	-13,383	,000
Faktör4-Kullanım Faydası	-,256	,021	-,409	-12,419	,000
Faktör5-Kullanım Faydası	-,404	,030	-,374	-13,238	,000
Faktör6-Kullanım Faydası	-,176	,024	-,210	-7,368	,000

Analiz sonuçlarına göre, “Turistlerin Dikkatini Çekmede Yetersiz Kalma Endişesi” faktörü kapsamındaki kaygılar teknolojiyi kullanma faydasına yönelik tutumu olumlu yönde etkilemektedir. Diğer faktörlerdeki kaygılar ise, teknolojinin faydasına yönelik tutumları olumsuz yönde etkilemektedir. Mesleki kaygının teknoloji kullanım kolaylığı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik analiz sonuçları Tablo.6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. Mesleki Kaygının Teknoloji Kullanım Kolaylığı Üzerindeki Etkisinin Regresyon Katsayıları

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	Anlamlılık Düzeyi
	B	Standart Hata	Beta		
Faktör1- Kullanım Kolaylığı	,048	,017	,142	2,773	,000
Faktör2- Kullanım Kolaylığı	,342	,014	1,021	23,622	,000
Faktör3- Kullanım Kolaylığı	,040	,014	,115	2,764	,000
Faktör4 -Kullanım Kolaylığı	-,404	,019	-1,184	-21,126	,000
Faktör5- Kullanım Kolaylığı	,264	,028	,449	9,350	,000
Faktör6- Kullanım Kolaylığı	-,023	,022	-,050	-1,038	,301

Analiz sonuçlarına göre, “Mesleğin Önemsizleşmesi ve Saygınlık Endişesi” ve “Tur Planlama, Destinasyon Altyapı Yetersizliği ve Mesleki Rol Model Olamama Endişesi” faktörleri kapsamındaki kaygılar teknolojiyi kullanma kolaylığına yönelik tutumu olumsuz yönde etkilerken, diğer dört kaygı faktörü teknoloji kullanım kolaylığına yönelik tutumu olumlu yönde etkilemektedir.

Mesleki kaygının teknolojiye yönelik tutumlar üzerindeki etkisine ilişkin analiz sonuçları Tablo.7’de gösterilmiştir.

Tablo 7. Mesleki Kaygının Teknolojiye Yönelik Tutumlar Üzerindeki Etkisinin Regresyon Katsayıları

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	Anlamlılık Düzeyi
	B	Standart Hata	Beta		
Faktör1-Tutum	-,373	,022	-,702	-41,066	,000
Faktör2-Tutum	,394	,009	0,751	52,034	,000
Faktör3-Tutum	,085	,008	,155	11,203	,000
Faktör4-Tutum	,084	,010	,158	8,461	,000
Faktör5-Tutum	-,428	,015	-,466	-29,017	,000
Faktör6-Tutum	-,362	,012	-,505	-31,205	,300

Analiz sonuçlarına göre, “Turistlere Sunulacak Bilgide Yetersiz Kalma Endişesi”, “Turistlerde Tatminsizlik ve Meslektaşlar ile İletişim Endişesi” ve “Tur Planlama, Destinasyon Altyapı Yetersizliği ve Mesleki Rol Model Olamama Endişesi” faktörleri teknolojiye yönelik genel tutumları olumsuz yönde etkilemektedir. Diğer faktörler ise, olumlu yönde etkilemektedir. Teknoloji Kabul Modeli kapsamındaki değişkenlerin tutumlar üzerindeki etkisini belirlemek üzere yapılan analiz sonuçları Tablo.8’de gösterilmiştir.

Tablo 8. Mesleki Kaygının Teknoloji Kabulü ve Tutumlar Arasındaki Regresyon Katsayıları

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	T	Anlamlılık Düzeyi
	B	Standart Hata	Beta		
Kullanım Faydası-Tutum	,678	,043	,796	-15,811	,000
Kullanım Kolaylığı-Tutum	-,238	,079	-,152	-3,018	,003

Analiz sonuçlarına göre, teknoloji kullanım faydasının tutumlar üzerinde olumlu etkisinin olduğu görülürken, teknoloji kullanım kolaylığının tutumlar üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırma, turizmde dijital dönüşüm kaynaklı turist rehberliğinde mesleki kaygı faktörlerinin belirlenmesi ve bu faktörlerin turist rehberlerinin teknoloji kullanımına yönelik tutumları üzerindeki etkisini teknoloji kabul modeli çerçevesinde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, teorik çıkarımlar, uygulamaya ve sektöre yönelik öneriler, sınırlılıklar ve gelecekteki araştırmalara yönelik öneriler aşağıda sunulmuştur.

5.1.Sonuçlar

Araştırmanın mesleki kaygı ölçek değişkenlerinin belirlenmesi için yapılan yarı yapılandırılmış görüşme aşamasına 10 turist rehberi katılmış, oluşturulan anketlerin ön testine 20 turist rehberi katılmıştır. Araştırmada kartopu örneklem yöntemi ile çevrimiçi uygulanan anket çalışmasına 200 turist rehberi katılmış, rehberlerin çoğunluğu erkeklerden oluşurken, büyük bir bölümü genç-yetişkin, 1-10 yıl arasında çalışma deneyimine sahip, 5.000 TL-10.000 TL gelir grubunda yer almaktadırlar.

Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile belirlenen mesleki kaygı değişkenleri için yapılan açıklayıcı/keşifsel faktör analizi sonucunda 6 adet faktör belirlenmiş ve bu faktörler “Turistlere Sunulacak Bilgide Yetersiz Kalma Endişesi”, “Turistlerin Dikkatini Çekmede Yetersiz Kalma Endişesi”, “Mesleğin ve Buna Bağlı Yaşam Kalitesinin Sürdürülebilirliği Endişesi”, “Mesleğin Önemsizleşmesi ve Saygınlık Endişesi”, “Turistlerde Tatminsizlik ve Meslektaşlar ile İletişim Endişesi” ve “Tur Planlama, Destinasyon Altyapı Yetersizliği ve Mesleki Rol Model Olamama Endişesi” olarak adlandırılmıştır. Yapılan literatür araştırmasında, turist rehberlerine yönelik mesleki kaygı faktörlerinin belirlenmesine yönelik benzer bir araştırmaya rastlanmamakla birlikte, öğretmenlik mesleğine yönelik yapılan araştırmalarda, mesleki kaygı faktörlerinin birey merkezli, görev merkezli ve hedef kitle merkezli olmak üzere üç temel alanda sınıflandırıldığı görülmektedir (Dursun ve Karagün, 2012). Cabi ve Yalçınalp (2013)’ün yaptıkları araştırmada, “Görev Merkezli Kaygı”, “Ekonomik/Sosyal Merkezli Kaygı”, “Öğrenci / İletişim Merkezli Kaygı”, “Meslektaş ve Veli Merkezli Kaygı”, “Kişisel Gelişim Merkezli Kaygı”, “Atanma merkezli Kaygı”, “Uyum Merkezli Kaygı”, ve “Okul Yönetimi Merkezli Kaygı” olmak üzere 8 faktör elde ettikleri görülmüştür. Öğretmenlik ve turizm rehberliği mesleğindeki farklılıklar ve araştırma kapsamındaki dijital dönüşüm faktörü de gözönünde bulundurulduğunda mesleki kaygı faktörlerinin kuramsal çerçevede kapsam olarak benzerlik gösterdiğini söylemek mümkündür.

5.2.Teorik Çıkarımlar

Araştırmada, mesleki kaygı faktörlerinin teknoloji kullanım faydası, teknoloji kullanım kolaylığı, teknoloji kullanmaya yönelik tutumlar üzerindeki etkilerini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre, modelin anlamlı olduğu belirlenmiştir. Buna göre, mesleki kaygı faktörlerinin bütün değişkenler üzerinde anlamlı etkisi olduğu görülmüştür. Mesleki kaygı faktörlerinin teknoloji kullanma faydası üzerindeki etkisinde “Turistlerin Dikkatini Çekmede Yetersiz Kalma Endişesi” kaygısının teknolojiyi kullanma faydası üzerinde olumlu

bir etkisi olup, diğer faktörlerdeki kaygıların ise, teknolojinin faydasına yönelik tutumları olumsuz yönde etkilediği görülmüştür. Diğer bir ifadeyle, turist rehberleri teknolojiyi kullanmanın sadece çekicilik açısından fayda sağlayacağına inanmaktadırlar. Mesleğe yönelik yeterlilikleri, bilgi yeterliliği gibi konularda fayda sağlayacağını düşünmemektedirler.

Mesleki kaygı faktörlerinin teknoloji kullanım kolaylığı üzerindeki etkisinde, “Mesleğin Önemsizleşmesi ve Saygınlık Endişesi” ve “Tur Planlama, Destinasyon Altyapı Yetersizliği ve Mesleki Rol Model Olamama Endişesi” faktörlerinin olumsuz etkiye sahip olduğu, diğer faktörlerin olumlu etkisi olduğu belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle, mesleğin önemsizleşmesi ve saygınlığını kaybetmesi endişesi teknoloji kullanımının kolay olmadığı yönünde tutum oluşmasına neden olmaktadır. Bu sonuç, mesleğin önemsizleşmesi ve saygınlığının azalması endişesinin bu teknolojileri kullanırken başarısız olamama durumunun oluşmasına neden olduğunu düşündürmektedir.

Mesleki kaygı faktörlerinin teknoloji kullanımına yönelik genel tutumlar üzerindeki etkisinde, “Turistlere Sunulacak Bilgide Yetersiz Kalma Endişesi”, “Turistlerde Tatminsizlik ve Meslektaşlar ile İletişim Endişesi” ve “Tur Planlama, Destinasyon Altyapı Yetersizliği ve Mesleki Rol Model Olamama Endişesi” faktörleri olumsuz yönde etkiye sahipken, diğer faktörler olumlu etkiye sahiptir. Dikkat çekme, sürdürülebilirlik ve mesleğin önemliliği, saygınlık faktörlerinin genel tutumları olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Buradan hareketle, turist rehberlerinin çekicilik, mesleğin sürdürülebilirliği kaygısının turist rehberlerini teknolojiyi kullanmaya yönlendirdiğini söylemek mümkündür.

Teknoloji kabul modelinde yer alan teknoloji kullanım faydası ve teknoloji kullanım kolaylığı boyutlarının tutumlar üzerindeki etkisi incelendiğinde, teknoloji kullanım faydasının olumlu, teknoloji kullanım kolaylığının ise olumsuz etkisi olduğu belirlenmiştir. Buradan hareketle, rehberlerin teknoloji kullanımının faydalı olduğuna yönelik bir tutuma sahip oldukları ancak, teknolojiyi kullanmanın kolay olmadığı görüşünde oldukları görülmektedir. Bu sonuç, diğer analizlerdeki, mesleki kaygı ile ilgili bulgular ile örtüşürken bu sonuç ile teknoloji kabul modeli ile ilgili Candan vd., (2018)’deki araştırma sonuçları örtüşmektedir.

5.3.Uygulamaya ve Sektöre Yönelik Çıkarımlar ve Öneriler

Turist rehberlerinin mesleki kaygısının teknoloji kullanımına yönelik tutumlar üzerinde etkili olduğundan hareketle, teknolojinin kullanım faydasının yalnızca çekicilik çerçevesinde olmadığı, yeni nesil dijital turistlere farklı hazlar ve deneyimler yaşatabilmek, seyahatlerinden daha yüksek düzeyde tatmin olabilmelerini sağlamak ve turist rehberlerinin turizm endüstrisindeki öneminin sürdürülebilirliğini için teknoloji kullanımına yönelik eğitimler verilmesi önerilmektedir. Turizm işletmeleri tarafından turist rehberlerinin yeni teknolojik uygulamalar konusunda deneyimlerinin ve yetkinliklerinin artırılması yönünde etkinlikler gerçekleştirilmesi yararlı olacaktır.

Turizm destinasyonlarının geliştirilmesinde dijital teknolojilere uygun alt yapı çalışmalarının yapılması, yeni nesil dijital uygulamalara meyilli turistlere farklı deneyimler

sunacak şekilde yapılanmanın gerçekleştirilmesi ve bu yapılanmada turist rehberliği mesleğinin sürdürülebilirliğine yönelik düzenlemelere dikkate edilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

Turist rehberlerinin turistler tarafından tercih edilmesinin sağlanmasında, turistik varlıkların tanıtımında, estetik, sanatsal, öyküsel içerikler ve drama, sanatsal yetkinliklerin geliştirilmesine yönelik sunumlara ağırlık verilmesi, turist rehberliği mesleğinin eğitiminde bu unsurlara öncelik verilmesi önem taşımaktadır.

Turist rehberliği mesleki eğitiminde, yeni teknolojilerin kullanımına yönelik derslerin müfredata eklenmesi, dijital çağdaki yeni nesil turist taleplerindeki değişimi içeren derslere yer verilmesinin bu mesleğin sürdürülebilirliğinde önem taşıdığı düşünülmektedir.

5.4.Sınırlılıklar ve Gelecekteki Araştırmacılara Öneriler

Bu araştırma, Türkiye’deki 200 turist rehberi ile sınırlıdır. Ayrıca, mesleki kaygı ölçeği ve teknoloji kabul modeli çerçevesinde ele alınmıştır. Bu faktörler, araştırmanın sınırlılığını ifade etmekte olup, araştırma sonuçları genellenemez.

Gelecekte bu konuda çalışma yapacak araştırmacıların, teknolojiye yönelik tutumlar için farklı ölçekler kullanarak, turist rehberliği mesleğine yönelik kaygıları azaltmak için daha kapsamlı çalışmalar yapmaları önerilmektedir.

Belli alanlarda uzmanlaşmış turist rehberleri seçilerek daha homojen kitlelerin mesleki kaygı faktörlerindeki farklılıkların ortaya konulabileceği araştırmalar hem turizm yazınına hem de turist rehberliği meslek alanına önemli katkılar sunabilecektir.

Gelecekteki araştırmalarda, daha geniş turist rehberi kitlelerine, yüzyüze anket uygulanarak araştırmanın güvenilirliği artırılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu (22 Haziran 2012 Tarih ve 28331 Sayılı Resmi Gazete).
- Ap, J. ve Wong, K. K. F. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems, *Tourism Management*, 22/5, 551-563.
- Bahar, M., Yüzbaşıoğlu, N. ve Topsakal Y. (2019). Akıllı Turizm ve Süper Akıllı Turist Kavramları Işığında Geleceğin Turizm Rehberliğine Bakış. *Aydın Adnan Menderes University Journal of Travel and Tourism Research*, (14), 72-93.
- Bilgili, B., & Özkul, E., (2019). Industry 4.0 Tourism 4.0 and Human Factor : Voice of Customer. *The European Proceedings of Social Behavioural Sciences*, 1(1), 655-665.
- Bilgili, B., Candan, B. & Özkul, E. (2018). Augmented Reality Practices In Tourism Sector, 17. *Uluslararası Katılımlı İşletmecilik Kongresi*, 26-28 Nisan, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir.

- Brynjolfsson, E. ve McAfee, A. (2014). The Second Machine Age, https://youtube/kum_7D9EORs.
- Buhalis, D., Law, R., (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years After the Internet—The State of eTourism Research, *Tourism Management*, 29(4):609-623.
- Cabı, E., Yalçınalp, S., (2013). Öğretmen Adaylarına Yönelik Mesleki Kaygı Ölçeği (MKÖ): Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H.Ü. Journal Education)*, 44:85-96.
- Candan, B., Bilgili, B., & Hacıefendioğlu, Ş., (2018). Teknoloji Kabul Modeli Çerçevesinde Endüstri 4.0., 23. Ulusal Pazarlama Kongresi, <http://pazarlama.org.tr/uploads/files/upk23.pdf>, Erişim Tarihi: 15.08.2021.
- Chestworth, D. (2018). Industry 4.0 Techniques as a Maintenance Strategy (A Review Paper), https://www.researchgate.net/publication/322369285_Industry_40_Techniques_as_a_Maintenance_Strategy_A_Review_Paper, *Maintenance Strategies in Industry Project*, DOI: 10.13140/RG.2.2.18116.32644, Erişim Tarihi: 12.08.2021.
- Cüceloğlu, D. (1996). *İnsan ve davranışı* (6. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Davis, F., D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dursun, S., Karagün, E., (2012). Öğretmen Adaylarının Mesleki Kaygı Düzeylerinin İncelenmesi: Kocaeli Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Son Sınıf Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24:93-112.
- Endrenyi, J., Aboresheid, S., Allan, R.N., et al., (2001). The Present Status of Maintenance Strategies and The Impact of Maintenance on Reliability. *IEEE Transactions on Power Systems*, 16(4), pp.638–646.
- Fuller, F. F. (1969). Concerns of teachers: A developmental conceptualization, *American Education Research Journal*, 6, 207-226.
- Grady, J. S., Her, M., Moreno, G., Perez, C., & Yelinek, J. (2019). Emotions in storybooks: A comparison of storybooks that represent ethnic and racial groups in the United States. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(3), 207–217. <https://doi.org/10.1037/ppm0000185>
- Hair, J.F., Andersen, R.E., Tatham, R.L. & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. 5th ed., Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Jerrentrup, A., Mueller, T., Glowalla, U., Herder, M., Henrichs, N., Neubauer, A., & Schaefer, J. R. (2018). *Teaching medicine with the help of “Dr. House.” PLoS ONE*, 13(3), Article e0193972. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0193972>.
- Joly, J. F., Stapel, D. A., & Lindenberg, S. M. (2008). Silence and table manners: When environments activate norms. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(8), 1047–1056. <https://doi.org/10.1177/0146167208318401> (Retraction published 2012, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38[10], 1378).
- Koo, C., Gretzel, U., Hunter, W.C. & Chung, N. (2015). The Role of IT in Tourism. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 25(1), 99–104.

- Kourouthanassis, P., Boletsis, C., Bardaki, C., Chasanidou, D. (2015). Tourists Responses To Mobile Augmented Reality Travel Guides: The Role Of Emotions On Adoption *Behavior, Pervasive and Mobile Computing*, 18:71-87.
- Köroğlu, Ö. (2013). Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16:91-112.
- Leue, M and tom Dieck, D and Jung, TH (2014) A Theoretical Model of Augmented Reality Acceptance. *e-Review of Tourism Research*, 5:1941-5842
- Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2017). The Concept of Smart Tourism in the Context of Tourism Information Services. *Tourism Management*, (58), 293-300.
- Miguéns, J., Baggio, R. ve Costa, C. (2008). Social Media and Tourism Destinations: TripAdvisor Case Study. *Advances in tourism research*, 26(28): 1-6.
- Palumbo F., Dominici G. ve Basile G. (2014). *The culture on the palm of your hand: How to design a user oriented mobile app for museums*. In L. Aiello (Ed.), *Management of cultural products: e-relationship marketing and accessibility perspectives*, (pp.224-243). America: IGI Global.
- Patel, K. (2013). Incremental Journey for World Wide Web: Introduced with Web 1.0 to Recent Web 5.0—A Survey Paper. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 3(10).
- Rubmann, M. Lorenz, M., Gerbert, P., Waldner, M., Justus, J., Engel, P. & Harnisch, M. (2015). *Industry 4.0: The Future of Productivity and Growth in Manufacturing Industries*. Boston Consulting. Available at: 8
http://www.inovasyon.org/pdf/bcg.perspectives_Industry.4.0_2015.pdf
[Accessed August 03,03, 2018].
- Stegmeir, M. (2016). Climate change: New discipline practices promote college access. *The Journal of College Admission*, (231), 44–47.
- Srivastava, S.K. (2015). Industry 4.0, Invited Paper for Souvenir, BHU Engineer's Alumni, *Lucknow*, November 15, pp.23-24.
- TUREB (Turist Rehberleri Birliği). (2006). *Turist Rehberleri Kataloğu*, 2. Baskı, TUREB Yayını, İstanbul.
- Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği (23.02.2013 Tarih ve 28568 Sayılı Resmi Gazete).
- Yeşilot, F. & Dal, N.E. (2019). Müşteri Deneyimini Oluşturma ve Deneyimsel Pazarlama: İyışpark Alışveriş Merkezi (AVM) Müşterileri ile Bir Araştırma, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 3(2):263-296.
- Yılmaz, E. (2007). *Bir Meslek Olarak Öğretmenlik*. 12. Bölüm. Ed. Emin Karip. Eğitim Bilimine Giriş. Ankara: Pegem A Yayıncılık (317- 336).