



Turistlerin Artırılmış Gerçekliğe Dayalı Tur Rehberi Uygulamalarını Kabul Etme Eğilimlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma (A Study on the Investigation of Tourists' Tendency to Adopt Augmented Reality-Based Tour Guide Applications)

Yakup Kemal ÖZEKİCİ ^a , * Onur KIZILCIK ^b 

^a Adıyaman University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Adıyaman/Turkey

^b Gümüşhane University, Vocational School of Social Sciences, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Gümüşhane/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 11.03.2022

Kabul Tarihi: 29.05.2022

Anahtar Kelimeler

Teknoloji kabul niyeti
Değer temelli benimseme teorisi
Artırılmış gerçeklik
Tur rehberi uygulamaları

Keywords

Technology adoption intention
Value adoption model
Augmented reality
Tour guide applications

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Öz

Tur rehberliği hizmetlerinde artırılmış gerçeklik-temelli rehberlik uygulamalarına yönelik araştırmaların turizm yazınında sınırlı bir kapsamı teşkil ettiği görülmektedir. Buradan hareketle araştırmada, tur rehberi uygulamalarının benimsenmesinde rol oynayan unsurların irdelenmesi, faydalı bilgileri ortaya çıkaracaktır. Bu nedenle, turistlerin artırılmış gerçekliğe dayalı tur rehberi uygulamalarını benimseme niyetleri Değer Temelli Benimseme Teorisi (DTB) çerçevesinde incelenmiştir. Araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş olup, veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Bu kapsamda son 12 ay içinde tatil deneyimi gerçekleştirmiş olan 291 turistin örneklem olarak alındığı araştırma modeline has hipotezler, PLS-SEM aracılığıyla analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, artırılmış gerçekliğe dayalı tur rehberi uygulamalarına yönelik algılanan değer (AD)'in, algılanan kullanılabilirlik (AK), algılanan haz (AH), algılanan teknik özellik (AT) ve algılanan finansal bedel (AF) değişkenlerinin tamamı tarafından pozitif yönde ve anlamlı olarak açıklandığı görülmüştür. Benzer şekilde, algılanan değer değişkeninin, artırılmış gerçekliğe dayalı tur rehberi uygulamalarına yönelik benimseme niyetini (DN) pozitif yönde ve anlamlı olarak açıkladığı görülmüştür. Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar teorik ve pratik açıdan tartışılmıştır.

Abstract

Today, it is seen that researches on augmented reality-based guidance applications in tour guiding services have a limited scope. From this point of view, it is aimed to obtain useful information about the future of tour guide applications in the research. For this purpose, tourists' intentions to adopt augmented reality-based tour guide applications were examined within the framework of Value-Based Adoption Model (VAM). Quantitative research methods were adopted in the research, and the data were collected by questionnaire technique. The hypotheses specific to the research model, in which 291 tourists who had a holiday experience in the last 12 months were taken as a sample, were analyzed through PLS-SEM. As a result of the research, the perceived value (PV) for augmented reality based tour guide applications was positively and significantly predicted by all of the perceived usefulness (PU), perceived enjoyment (PE), perceived technicality (PT) and perceived fee (PF) variables. Theoretical and practical implications were derived from the output of these results.

* Sorumlu Yazar

E-posta: onurkzlcik@hotmail.com (O. Kızılcık)

DOI:10.21325/jotags.2022.1026