

Turizm Bağlamında Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi Üzerine Bir Doküman Analizi (A Document Analysis on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology in the Context of Tourism)**

* Gizem DURAN ^a, Melis UÇAR ^b, Azize HASSAN ^b

^a Kırklareli University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Kırklareli/Türkiye

^b Nişantaşı University, School of Applied Sciences, Department of Tourism Guidance, İstanbul/Türkiye

^c Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Ankara/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:27.11.2022

Kabul Tarihi:20.3.2023

Anahtar Kelimeler

Birleştirilmiş Teknoloji

Kabul ve Kullanım Teorisi

UTAUT

Turizm

Doküman analizi

Öz

Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi (UTAUT) alanyazında teknoloji ile bağdaştırılan sekiz farklı teori ve modelin birleşimiyle ortaya konan bir teoriyi ifade etmektedir. Bu araştırmanın amacı, teknoloji kullanımı ve kabulünde UTAUT'un uluslararası turizm alan yazınında faaliyet göstermekte olan bilimsel dergilerdeki varlığını betimsel olarak doküman analizi yöntemiyle incelemektir. Verilerin analizi için Scopus, Science Direct, Taylor & Francis, Web of Science, Emerald Insight, Sage ve TR Dizin veri tabanlarında tarama yapılmıştır. Söz konusu veri tabanlarında teorinin ortaya atıldığı yıl olan 2003 senesinden itibaren 2021 yılına kadar turizm bağlamında yayınlanan makaleler incelenmiştir. Anahtar kelime olarak “Unified Technology Acceptance and Use Theory”, “Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi”, “Unified Theory of Acceptance and Use of Technology”, “UTAUT”, “tourism” ve “turizm” seçilmiş ve bu kelimeler üzerinden makale taraması gerçekleştirilmiştir. Çalışmada analizde elde edilen bulgulara yer verilip, sonuç kısmında teorinin turizm alan yazınındaki yeri ve önemi tartışılmıştır. Teoriye dayalı olarak yapılan çalışmaların, turistlerin çevrimiçi satın alma niyetini açıklamaya yönelik olduğu görülmektedir. Turizmde çevrimiçi satın alma niyetinin itici güçlerinden bazıları; Performans beklentisi, çaba beklentisi, hedonik motivasyon, kolaylaştırıcı koşullar olarak tespit edilmektedir.

Keywords

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

UTAUT

Tourism

Document analysis

Abstract

Unified Technology Acceptance and Use Theory (UTAUT) refers to a theory put forward by the combination of eight different theories and models associated with technology in the literature. The aim of this research is to descriptively examine the existence of UTAUT in scientific journals operating in the international tourism literature in the use and acceptance of technology by using document analysis method. From this point of view, the databases of Scopus, Science Direct, Taylor & Francis, Web of Science, Emerald Insight, Sage and TR Dizin were searched for data analysis. In these databases, articles published in the context of tourism from 2003, the year the theory was introduced, until 2021, were examined. “Unified Technology Acceptance and Use Theory”, “Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi”, “Unified Theory of Acceptance and Use of Technology”, “UTAUT”, “tourism” and “turizm” were chosen as keywords and an article was searched based on these words. In the study, the findings obtained in the analysis are included, and the place and importance of the theory in the tourism literature are discussed in the conclusion part. It is seen that studies based on theory are aimed at explaining tourists' online purchase intention. Some of the main forces of online purchasing intent in tourism are; performance expectancy, effort expectancy, hedonic motivation are facilitating conditions.

Makalenin Türü

Derleme Makale

* Sorumlu Yazar

E-posta: gizemdurand93@gmail.com/ (G. Duran)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1215

** Çalışma ITTD 2022 kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

GİRİŞ

Turizm endüstrisindeki teknolojik yenilikler, dikkate değer turist deneyimlerine yönelik artan ihtiyacı karşılamak için bir araç olarak hizmet etmektedir. İnternetin gelişimi turizm endüstrisine daha önce hiç görülmemiş dönüşümler ve benzersiz fırsatlar getirirken gezginlerin davranışını birçok yönden değiştirmektedir (Chiao vd., 2018). Yenilik turizm endüstrisinin hizmet kalitesini artırmada çok önemli bir faktördür (Chen vd., 2013). İnternetin ve diğer bilgi ve iletişim teknolojilerinin tüketiciler tarafından kullanılması, turizm endüstrisindeki birçok şirketin daha düşük dağıtım maliyetleri ile daha fazla müşteri memnuniyeti ve değerli rekabet avantajı elde etmesini sağlamaktadır (Escobar-Rodriguez & Trujillo, 2014). Tüketiciler için de internet, turizm endüstrisi ile doğrudan etkileşimi kolaylaştırmaktadır (Buhalis & Law, 2008).

İnternet ve teknolojiye yaşanan değişimlere bağlı olarak hem rekabet avantajı sağlama yönünden işletmelere hem de kullanım kolaylığı açısından tüketicilere sağlanan faydaların yanında, turizm faaliyetine konu olan tüm tarafların teknolojiyi benimseme ve kullanma konuları da zaman içerisinde önem kazanmıştır. Teknolojinin kullanımı ve benimsenmesi hususunun, turizm endüstrisinin gelecekte nasıl şekilleneceği hakkında önemli fikirler edinmeyi sağlayabileceği düşünülmektedir. Nitekim sürekli değişen çevre koşulları diğer birçok sektörde olduğu gibi turizmde de sürekli değişimi zorunlu kılmakta ve bu sektörü dinamik bir hale sokmaktadır. Zorlu ve artan rekabet koşullarında işletmeler ve destinasyonlar turizm faaliyetlerine devam edebilmek için bu dinamizme ayak uydurmak zorundadır.

Endüstride yaşanan bu değişimler akademik çalışmalarda da zaman içerisinde giderek artan bir yer edinmektedir. Teknoloji Kabul Modeli ile alan yazında ortaya atılan fikir, kontrol değişkeninin eksik görülmesi gerekçesiyle sekiz farklı teori ile birleştirilerek alan yazında Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi olarak düzenlenmiştir (Venkatesh vd., 2003). Yukarıda da bahsi geçen turizm endüstrisinin hem akademik anlamda hem de uygulamada dinamik kalması ve geleceğinin ön görülebilmesi için bu teorinin ortaya atıldığı yıldan itibaren günümüze kadar olan süreç içerisinde gösterdiği gelişimin ortaya konularak durumunun değerlendirilmesi ihtiyacı doğmaktadır. Bu nedenle, bu çalışmanın amacı ulusal ve uluslararası turizm alan yazınında Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi'nin edindiği yeri ortaya koymaktır. Çalışmanın ilk kısmında alan yazın taranarak söz konusu teoriler açıklamaya çalışılmış, devamında nitel araştırmalarda kullanılan doküman analizi tekniği ile taramada elde edilen verilere ve bulgulara yer verilmiştir. Bu açıdan, mevcut durumla ilgili bir resim ortaya koyabilmek ve öneriler geliştirebilmek açısından çalışmanın teorik anlamda katkı sağladığı düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Bilgi teknolojileri araştırması, bireylerin bilgi teknolojisini kabul etme ve kullanma sürecini anlamak için en olgun yöntemlerden biridir. Teknoloji kabulünü ve kullanımını açıklamak için kullanılan psikoloji ve sosyolojideki teorilerden geliştirilen birkaç teorik model vardır. Teknoloji kullanımına ilişkin sekiz teorinin/modelin gözden geçirilmesi ve senteziyle teknoloji kabul ve kullanımına ilişkin birleşik teori ortaya çıkmıştır (Venkatesh vd., 2018). Bunlar; Gerekçeli Eylem Teorisi (TRA), Teknoloji Kabul Modeli, Planlı Davranış Teorisi, Birleşik Planlı Davranış Teorisi ve Teknoloji Kabul Modeli, Bilgisayar Kullanım Modeli, Yenilik Yayılım Teorisi, Motivasyonel Model ve Sosyal Bilişsel Teori'dir. Katkıda bulunan bu teori ve modellerin tümü bilgi sistemleri, pazarlama, sosyal psikoloji ve yönetim dahil olmak üzere çeşitli disiplinlerde teknoloji veya yeniliğin benimsenmesi ve yayılmasına ilişkin çok sayıda geniş çapta ve başarılı bir şekilde kullanılmıştır (Williams vd., 2014).

Son zamanlarda teknolojinin kabulü ve kullanımının birleştirilen teorisi, teknolojinin benimsenmesini ve kabulünü test etmek amacıyla kullanılan en gelişmiş ve en yoğun modellerden biri olarak yerini almıştır. Teknoloji kabul teorileri ve modellerinin evrimi 20.yy'ın başlarından itibaren başlamıştır ve halen gelişmektedir. Bu evrim, bilişsel, duygusal, motivasyonel, davranışsal niyetler ve bireylerin tepkileri gibi farklı teorik perspektiflerle gerçekleşmektedir (Momani, 2020). Teknoloji kabul modeli güçlü olduğu kadar basit bir yöntemdir. Nihayetinde teknoloji kullanımını etkileyen algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı olmak üzere iki öngörücüsü vardır. Algılanan fayda, bir sistemi kullanmanın bireyin üretkenliğini artırma derecesi olarak tanımlanır. Algılanan kullanım kolaylığı, sistemi kullanmanın çaba gerektirmeme derecesini ifade eder. Basitçe, fayda ve kullanım kolaylığı ne kadar fazla olursa kullanımın o kadar fazla olacağını belirtir (Venkatesh, 2015).

Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisinin, bir teknolojinin kullanılmasına yönelik davranışsal niyeti etkileyen dört temel yapısı vardır. Bunlar: performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı koşullardır ve bu yapılar sırasıyla cinsiyet, yaş, deneyim ve gönüllü kullanım tarafından yönetilir (Venkatesh vd., 2018). Buradaki performans beklentisi, bir teknolojiyi kullanmanın faaliyeti gerçekleştirirken tüketicilere sağladığı fayda derecesi olarak ifade edilmektedir. Çaba beklentisi, tüketicilerin teknolojiyi kullanırken algıladığı kolaylık derecesidir. Sosyal etki, tüketiciler tarafından önemli olan diğer kişilerin (örneğin aile ve arkadaşlar) belirli bir teknolojiyi kullanmaları gerektiğini düşünmelerine yönelik algılama dereceleridir. Kolaylaştırıcı koşullar, tüketicilerin bir davranışı gerçekleştirmek için mevcut kaynaklara ve desteğe ilişkin algılarını ifade etmektedir (Venkatesh vd., 2018).

Teknoloji Kabul Modeli 1968'de Fred D. Davis'in, iş ortamında enformasyon sistemlerinin kullanımının kabul edilmesini ve reddini açıklamak amacıyla geliştirmiş olduğu bir modeldir. Modelin amacı, çoğu teknolojik inovasyona genellenebilecek ve bunların kullanımına uygulanabilecek adaptasyon faktörlerini açıklamaktır (Davis vd., 1989). Hem kullanıcıların yeni teknolojilere dair adaptasyon süreçlerinin açıklanması hem de tahmin edilmesine yönelik gerçekleşen çalışmalar akademik camiada ve uygulamada uzun süredir ilgi görmektedir (Lin vd., 2007). Teknoloji kabul teorileri ve modelleri kullanıcılar tarafından yeni teknolojileri anlama ve kabul etme yöntemini, onu nasıl kullanabileceklerini ve kullanmaya devam etme üzerindeki etkisinin ne olabileceğini incelemek amacıyla bir çerçeve olarak inşa edilmiştir. Kullanışlılık, kullanım kolaylığı, karmaşıklık ve sosyal etki gibi bazı faktörler kullanıcının herhangi bir teknolojiye ve kullanım yöntemine karşı kararını etkileyebilir (Fishbein & Ajzen, 1975). Herhangi bir bilgi sisteminin fiili kullanımı, dolaylı olarak onu kullanmaya yönelik niyetin varlığına dayanmaktadır. Ancak bilgi sisteminin kullanımının devamı iki inanca bağlıdır: İlk aşamada bilgi sisteminin kullanıcılar tarafından kabul edilmesi gerekir. Kabul edildikten sonra kullanıma devam edilmesi, kullanıcının sistemden memnun kalmasına bağlıdır. Örgütsel ortamda, bilgi teknolojisine yapılan yatırımı arttırmaya devam etmek anlamına gelir (Hong vd., 2006).

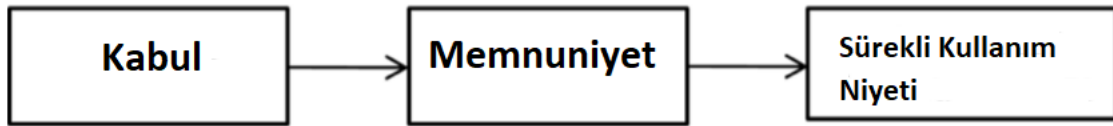
Teknoloji Kabul Modeline göre kabul davranışının temelinde yatan Fishbein ve Ajzen (1975)'in Gerekçeli Eylem Modelidir. Bu modele göre davranışsal niyet, bireyin teknolojiyi kullanmadaki davranışı üzerinde belirleyici olmaktadır. Fishbein ve Ajzen (1975) davranışsal niyeti, 'bireyin belli bir davranışı gösterme niyetinin ölçüsü' olarak tanımlar ve davranışsal niyet, teknoloji kullanımına ilişkin tutumlarla belirlenir. Teknoloji kullanımına yönelik tutumlar bireyin söz davranışını gerçekleştirmeye ilişkili olumlu veya olumsuz tutumlar olarak tanımlanır. Fishbein ve Ajzen (1975) ve Davis vd. (1989) tarafından geliştirilen iki değişenden etkilenmektedir. Bu değişkenler algılanan

yarar ve algılanan kullanım kolaylığıdır. Algılanan yarar, kullanıcının bir bilgi sistemini kullandığında işteki performansını arttırıp arttırmayacağına dair sübjektif olasılıklardır. Algılanan kullanım kolaylığı ise kullanıcının bilgi sistemini mümkün olan en az çabayla kullanabilme derecesini ifade etmektedir (Davis, 1989).

Teknoloji kabul modelini açıklamak için kabul kavramını anlamak gerekmektedir. Kabul kavramı, önceleri dar bir bakış açısıyla tek bir kararı temsil ederdi ancak tüketicilerin kabul davranışları çok boyutlu bir bakış açısını gerektirir. Kabul, pek çok tüketim ürünü için tekrarlanan satın alma ile gerçekleşir. Bir işletme, departman ve bireylerin karar verme süreçlerini ifade eder. Teknoloji kabul modeli çerçevesinden bakacak olursak kabul için herhangi bir inovasyonun işletme veya bireyler tarafından sürekli satın alınması durumunu ifade etmektedir (Odabaşı, 2015).

Tüketicilerin inovasyonları kabulüne yönelik kararlarını anlamak üzerine yapılan araştırmalar 1960'lardan bu yana ilgi görmüştür. Bu çalışmalar genelde iki temel yaklaşımla tüketicinin kabul davranışını açıklamaya çalışmaktadır. Bunlardan birincisi, kullanıcıların yeni bir ürünün yayılma (difüzyon) aşaması tamamlandıktan sonraki hareketlerini inceleyen bütünleştirilmiş modeller kullanmaya dayalı yaklaşımı kapsar. İkincisi, kişilerin kabul davranışlarını tüketicinin kişisel öngörülleri ile ele alan tesadüfi modelleri içerir (Timmor & Katz-Navon, 2008).

Bütünleştirilmiş modeller, genelde ürünün toplumda yayılma süreci içerisinde tüketicilerin inovasyonu kabul etmelerine dayanır. Rogers ve Shomaker (1971) ile Rogers'ın (1976) çalışmalarında, bir ürünün yaşam döngüsünün erken dönemlerinde, tüketicilerin ürüne adapte olma süreçlerine göre yenilikçi, erkenci, erken ya da geç çoğunluk gibi isimlerle sınıflandırmalar yapılmıştır. Bu modeller, bireyleri farklı özelliklere göre sınıflandırsa da, bazı bireylerin inovasyona neden diğerlerinden daha hızlı adapte oldukları ya da kabul sürecinin uzunluğuna neye göre karar verildiği hala açıklanamamaktadır (Odabaşı, 2015).



Şekil 1. Kabul ve Memnuniyetin Devam Eden Kullanım Niyeti Üzerindeki Etkisi (Momani, 2018).

Şekil 1, kabul ve memnuniyet arasındaki ilişkiyi ve bunların sistemin sürekli kullanım niyeti üzerindeki etkisini göstermektedir. Ajzen (1985), kullanıcıların faktörleri başarılı bir şekilde kontrol etmelerinin başarılı gerçek kullanım davranışı anlamına geldiğini açıklamıştır. Bu faktörler önceki deneyimler ve beceriler, irade, yetenekler veya faktörleri kontrol edebilen uygulanabilir planlar olabilir. Buna göre başarılı davranış sadece olumlu bir niyete bağlı değildir, aynı zamanda davranış kontrolüne de bağlı olmaktadır.

Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology-UTAUT), diğer eski teori ve modellerden en avantajlı yapıları benimseyerek en entegre ve gelişmiş teknoloji kabul teorilerinden biri haline gelmiştir. Modelin özellikleri şu şekilde özetlenmektedir (Momani, 2020):

1. Eski teoriler ile incelenen bilgi teknolojileri, basit ve bireysel odaklı ve karmaşıklıktan ve sofistike organizasyon teknolojilerinden uzaktı.

2. Eski teoriler üzerine yapılan önceki çalışmaların çoğu, organizasyondaki çalışanlar gibi daha doğru kullanıcıların katılımından ziyade, genellikle öğrencilerin katılımıyla akademik ortamda yapılmıştır.

3. Eski teoriler aracılığıyla yapılan çalışmaların çoğu katılımcıların teknolojiyi kabul etme veya reddetme kararından sonra uygulanmıştır ancak teknoloji benimseme aşamasında uygulama yapılması gerekmektedir.

4. Eski teoriler aracılığıyla yapılan çalışmaların çoğu gönüllü kullanım bağlamlarına göre yapılmıştır. Sonuçların zorunlu kullanıma göre genellemesi yapılmamıştır. Birleşik bir teknolojik kabul teorisi olarak UTAUT modeli hem gönüllü hem zorunlu olarak her iki kullanıma göre uygulanabilmektedir.

Teoriler, yanlışlanmaya da doğrulanmaya dolayısıyla da geliştirilmeye muhtaçtır. Çoğu teorinin küresel gelişmelere bağlı olarak zaman içerisinde değişime uğradığı ve evrildiği araştırmacılarca bilinmektedir. Söz konusu değişimler, Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisinin de farklı biçimlerinin ortaya çıkmasına sebebiyet vermiştir. Venkatesh ve diğerleri (2012) tarafından geliştirilen Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi 2 (UTAUT2), UTAUT'un teorik temeline dayanır ve hedonik motivasyon, fiyat değeri, deneyim ve alışkanlığı modele entegre eder. Hedonik motivasyon, yeni teknolojiyi benimsemekten elde edilen hoş bir zihin durumunu göstermektedir. Teknoloji, müşterilerle daha yenilikçi etkileşimler kurarak hizmet karşılığasını daha keyifli hale getirebilir. Bu nedenle hedonik motivasyon davranışsal niyetlerde önemli bir faktördür. (Venkatesh vd., 2012). Fiyat değeri, müşterilerin teknolojinin faydaları ile onu benimsemesinin parasal maliyeti arasındaki algılanan ödünleşim olarak tanımlanmaktadır. Maliyet ve fiyatlandırma yapısı, müşterilerin teknolojiyi kabul etmelerini etkilemede önemli bir rol oynamaktadır. Müşteriler, teknolojik yeniliği daha yüksek fiyat değeriyle kabul etme eğilimindedir (Venkatesh vd., 2012). Teknoloji kullanımına ilişkin önceki araştırmalar, deneyim ve alışkanlık olmak üzere birbirleriyle ilişkili ancak farklı iki yapı ortaya koymuştur. Deneyim, bir teknolojinin birey tarafından ilk kullanımından itibaren geçen zamanın geçişi olarak işlevselleştirilir (Venkatesh vd., 2012). Alışkanlık ise insanların öğrenme nedenleriyle otomatik olarak davranışları gerçekleştirme eğilimi olarak tanımlanmaktadır. Alışkanlık önceki davranışlardır ve bireyin davranışın otomatik olduğuna inanma derecesi olarak ölçülür (Limayem vd., 2007).

Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi, piyasaya sürülmesinden bu yana kullanıcı niyeti ve davranışına ilişkin ampirik çalışmalar yürüten araştırmacılar tarafından teorik bir merceğe olarak teknoloji benimsene ve teknoloji yayılım araştırmalarında yaygın olarak kullanılmaktadır (Venkatesh vd., 2003).

İş ortamında bilgi teknolojilerinin kabulünü açıklamak ve tahmin etmek üzerine geliştirilen model, orijinalinde bilgi teknolojileri için geliştirilse de diğer teknolojik inovasyonların kabul edilmesini açıklamak için de kullanılmaktadır (Wang vd., 2008). Çoğu araştırmacı teknoloji kabul modelini iş hayatından günlük hayata taşıyarak teknolojik ürün ve diğer yaratıcı yenilikler üzerine çalışmalar yapmışlardır (Dabholkar & Bagozzi, 2002; Venkatesh & Davis, 2000; Bruner & Kumar, 2005; Yang & Jolly, 2008; Nysveen vd., 2005).

Farklı araştırma amaçlarına ve odak konularına sahip birçok araştırmacı, farklı ortamlarda çeşitli araştırma metodolojileri uygulayarak UTAUT çalışmalarını yürütmüştür. Bu farklı çalışma grupları, UTAUT'un diğer teorik modellerle harmanlanmasıyla orijinal teoriye dahil edilmesi ve bazen UTAUT değişkenleri arasındaki temel ilişkilerin yeniden tanımlanması gibi çok sayıda farklı yapılar görmüştür (Williams vd., 2014).

Yöntem

Araştırmanın yöntemini sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan nitel araştırma yöntemleri oluşturmaktadır. İkincil verilere dayanarak veri elde edilen bu çalışmada doküman analizi yapılmıştır. Kıral (2020) doküman analizini, basılı ve elektronik materyaller olmak üzere tüm belgeleri incelemek ve değerlendirmek için kullanılan sistemli bir yöntem

olarak tanımlanmaktadır. Kozak (2018)'a göre; doküman incelemesi geçmişe yönelik tutulan her türlü yazılı ve sözlü kayıtları doğrudan araştırmacı tarafından taranarak veri elde edilmesine aracılık etmektedir. Doküman incelemede ağ sayfaları, dosya transfer yoluyla elde edilen mevcut raporlar, elektronik yazılar kolayca ulaşılabilen veri kaynakları olarak kabul edilebilmektedir (Merriam, 2018, s.149). Doküman analizinde Scopus, Science Direct, Taylor & Francis, Web of Science, Emerald Insight, Sage ve TR Dizin veri tabanlarından yararlanılmıştır. Bu veri tabanlarında anahtar kelime olarak “Unified Technology Acceptance and Use Theory”, “Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi”, “Unified Theory of Acceptance and Use of Technology”, “UTAUT”, “tourism” ve “turizm” seçilmiştir. Arama motoru üzerinden teoriye yönelik yapılan araştırmada alan yazında “Unified Technology Acceptance and Use Theory” ve “Unified Theory of Acceptance and Use of Technology” şeklinde iki farklı yazılışla yer verildiği gözlemlendiği için bu çalışmada daha çok veriye ulaşabilmek adına her iki anahtar kelime de taranmıştır. Araştırmayı geniş tutma amacı ile taramada ulaşılan makalelerin yayım yılı, teorinin ortaya atıldığı yıl olan 2003'ten araştırmanın yürütüldüğü yıl olan 2021 yılı aralığındadır. Araştırma bilimsel dergilerde yayımlanan makalelerle sınırlandırılmıştır. Teorinin yalnızca turizm bağlamında değerlendirilmesi, anahtar kelimelerin kısıtlı tutulması ve belirli veri tabanlarında tarama yapılması araştırmanın diğer sınırlılıkları arasında gösterilebilir.

Tarama sonucunda, Science Direct ve Taylor & Francis veri tabanlarının her birinden üç ve Scopus, Emerald Insight, Web of Science, Sage ve TR Dizin veri tabanlarının her birinden bir tane olmak üzere toplamda 11 bilimsel makaleye ulaşılmıştır. Doküman analizinde yer verilen başlıklar; yayım yılı, makale adı, dergi adı, yöntem, atıf sayısı ve veri tabanıdır. Oluşturulan başlıklara göre ulaşılan veriler Tablo 1'deki gibi derlenmiştir.

Tablo 1. Turizm Bağlamında Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisine Yönelik Makaleler

Yayın Yılı	Makale Adı	Dergi Adı	Yöntem	Teknik	Atıf Sayısı	Veri Tabanı
2012	Influence of The User's Psychological Factors on The Online Purchase Intention in Rural Tourism: Integrating Innovativeness to The UTAUT Framework	Tourism Management	Karma Araştırma Yöntemi	Odak Grup, Görüşme, Anket	714	Science Direct
2014	Online Purchasing Tickets for Low Cost Carriers: An Application of The Unified Theory of Acceptance And Use of Technology (UTAUT) Model	Tourism Management	Nicel Araştırma Yöntemi	Anket	655	Science Direct
2017	Mobile Applications in Tourism: The Future of The Tourism Industry?	Industrial Management & Data Systems	Nicel Araştırma Yöntemi	Anket	158	Emerald Insight
2017	Tourist Adoption of Mapping Apps: A Utaut2 Perspective of Smart Travellers	Tourism and Hospitality Management	Nicel Araştırma Yöntemi	Anket	112	Web of Science
2018	Examination of Factors Affecting Online Consumer Behavior From The Perspective of The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology	Journal of Turkish Studies	Nicel Araştırma Yöntemi	Anket	1	TR Dizin
2018	Examining The Usability of an Online Virtual Tour-Guiding Platform for Cultural Tourism Education	Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education	Nicel Araştırma Yöntemi	Anket	132	Science Direct
2019	Consumer Usage of Online Travel Reviews: Expanding The Unified Theory of Acceptance And Use of Technology 2 Model	Journal of Vacation Marketing	Nicel Araştırma Yöntemi	Anket	30	Sage
2019	Imagine Being Off-The-Grid: Millennials' Perceptions of Digital-Free Travel	Journal of Sustainable Tourism	Nitel Araştırma Yöntemi	Görüşme	39	Taylor & Francis

Tablo 1. Turizm Bağlamında Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisine Yönelik Makaleler (devamı)

2021	Applying The UTAUT2 Model to A Non-Technological Service: The Case of Spa Tourism	Sustainability (Switzerland)	Nicel Araştırma Yöntemi	Anket	3	Scopus
2021	Acceptance of Contactless Technology in The Hospitality Industry: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2	Asia Pacific Journal of Tourism Research	Nicel Araştırma Yöntemi	Önem-Performans Haritası Analizi, Anket	7	Taylor & Francis
2021	Investigating the Moderating Effects of Age and Gender on Customers' Use of Tablet Menu in Casual Dining Restaurants	Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism	Nicel Araştırma Yöntemi	Anket	4	Taylor & Francis

Bulgular

Yedi farklı veri tabanları üzerinden yapılan analiz sonucu, UTAUT'u turizm bağlamında ele alan toplam 11 bilimsel makaleye ulaşılmıştır. Bu makalelerden biri (%9) ulusal yazında yer alırken, on tanesi (%91) uluslararası yazında yer almaktadır. Makalelerin ulaşıldığı veri tabanına göre bakıldığında, üçer tane makale Science Direct (%27) ve Taylor & Francis (%27) veri tabanlarından; birer tanesinin Scopus (%9,2), Sage (%9,2), Web of Science (%9,2), Emerald Insight (%9,2) ve TR Dizin (%9,2) veri tabanlarından elde edildiği anlaşılmaktadır. Araştırma yöntemlerine göre bakıldığında, 9 araştırmada nicel yöntemin (%82), bir araştırmada nitel yöntemin (%9) ve bir araştırmada karma yöntemin (%9) uygulandığı görülmektedir. Makalelerin yayınlandığı dergiye göre, iki çalışma (%18) ile Tourism Management dergisinin ilk sırada yer aldığı görülürken diğer dergilerin tek çalışmaya (her bir dergi için %9,1) yer verdiği edinilen bulgular arasında yer almaktadır. Çalışmaların yayınlandığı yıllara bakıldığında, 2012 yılında 1 çalışma (%9), 2014 yılında 1 çalışma (%9), 2017 yılında 2 çalışma (%18), 2018 yılında 2 çalışma (%18), 2019 yılında 2 çalışma (%18) ve 2021 yılında 3 çalışmanın (%28) yapıldığı anlaşılmaktadır.

Çalışmada toplanan verilerden elde edilen makalelerin kısıtlı sayıda olması sebebiyle, ulaşılan her bir çalışmaya ait bulgu ve sonuçlar aşağıda ayrıntılı bir şekilde sunulmuştur:

San Martin ve Herrero (2012), kullanıcının psikolojik faktörlerinin kırsal turizmde çevrimiçi satın alma niyeti üzerindeki etkisinin, UTAUT çerçevesinde entegre edilmesi üzerine çalışma yapmışlardır. Bu çalışma, kırsal turizm hizmetlerinin kullanıcıları tarafından yeni bilgi teknolojilerinin benimsenme sürecini ve daha somut olarak, bireylerin doğrudan kırsal konaklama yerleri web siteleri aracılığıyla rezervasyon yapma niyetlerini (çevrimiçi satın alma niyetleri) açıklayan altta yatan psikolojik faktörleri araştırmaktadır. UTAUT'a dayanan bu çalışma, çevrimiçi satın alma niyetinin beş açıklayıcı değişkenini içeren teorik bir model oluşturmuştur. Bunlar: Performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar ve yenilikçiliktir. Kırsal turizm yerlerinin çeşitli web sitelerini ziyaret eden 1083 turistten oluşan bir örneklemden elde edilen ampirik sonuçlar, çevrimiçi satın alma niyetinin; işlemle ilgili olarak beklenen performans ve çaba seviyeleri, kullanıcıların yenilikçi düzeyi ve yenilikçi yapısı, performans beklentisi ve çevrimiçi satın alma niyeti arasındaki ilişki düzeylerinde olumlu etkisi olduğunu göstermiştir. Bu araştırmanın ampirik kanıtları, çevrimiçi satın alma niyetinin ana itici güçlerinin etki sırasına göre, performans beklentisi, kullanıcıların yenilikçiliği ve çaba beklentisi olduğunu göstermektedir. Çevrimiçi satın alma niyeti, kullanıcının elektronik işlemde beklediği performans ve çaba seviyelerine bağlıdır. Aynı şekilde, bireyin bilgi teknolojisi alanındaki yenilikçiliği ne kadar yüksekse, çevrimiçi satın alma niyeti de o kadar yüksek olmaktadır. Buna karşılık, sosyal etkinin ve kolaylaştırıcı koşulların çevrimiçi satın alma niyeti üzerinde önemli bir etkisi yoktur. Bu

nedenle, bu sonuçlar kırsal turizm bağlamında çevrimiçi satın alma niyetini açıklamada UTAUT'un geçerliliğini kısmen doğrulamaktadır.

Escobar-Rodriguez ve Trujillo (2014) düşük maliyetli taşıtlar için çevrimiçi satın alma biletlerini birleşik teknoloji kabulü ve kullanım teorisi modeliyle inceleyen bir çalışma yapmışlardır. Çalışma, düşük maliyetli taşıyıcılar için web sitelerinden uçuş satın almanın belirleyicilerini incelemektedir. Düşük maliyetli taşıyıcı uçuşlarının 1096 İspanyol tüketicisinden oluşan bir örneklemden elde edilen sonuçlar, satın almanın temel belirleyicilerinin güven, alışkanlık maliyet tasarrufu kullanım kolaylığı, performans ve harcanan çaba, hedonik motivasyon ve sosyal faktörler olduğunu göstermektedir. Bu değişkenlerden çevrimiçi satın alma niyetinde en önemlileri alışkanlık ve kullanım kolaylığıdır.

Tan vd., (2017), turizmde mobil uygulamalar ve turizm endüstrisinin geleceği üzerine çalışma yapmışlardır. Çalışmanın amacı, teknolojinin kabul ve kullanım birleşik teorisini psikolojik yapılarla yani algılanan oyunculuk, bilgi teknolojisinde mobil yenilikçilik ve algılanan dışavurumculuk ile tüketicilerin mobil uygulamaları benimseme niyetlerini incelemektir. Araştırma da cinsiyet de değişken faktörleri arasında yer almaktadır. 474 katılımcı ile gerçekleşen araştırmanın sonuçları yalnızca performans beklentisi ve algılanan dışavurumculuğun değil cinsiyetin de sosyal etki ile niyet arasında düzenleyici bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur.

Gupta ve Dogra (2017), harita uygulamalarının turistler tarafından benimsenmesi konusunda "Akıllı Gezginlerin UTAUT2 Perspektifi" başlıklı bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada amaçlanan, turistlerin seyahat sırasında harita uygulamalarını kullanma niyetlerini etkileyen faktörleri belirlemektir. Veriler anket aracılığıyla Hindistan'daki 284 gezginden toplanmıştır. Çalışmanın sonuçları, davranışsal niyetlerin en önemli öncüllerinin alışkanlık, kolaylaştırıcı koşullar, performans beklentisi ve hedonik motivasyon olduğunu göstermiştir. Gerçek kullanım davranışının, gezginlerin teknolojiyi (harita uygulamalarını) kullanma niyetlerinden ve alışkanlıklarından etkilendiği gözlemlenmiştir. Bununla beraber, çaba beklentisi, sosyal etki ve fiyat değerinin turistlerin seyahat ederken harita uygulamalarını kullanma niyetleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı ortaya çıkmıştır.

Kaplan (2018), online tüketici davranışını etkileyen faktörlerin birleşik kabul ve teknoloji kullanımı teorisi açısından incelenmesine yönelik bir çalışma yapmıştır. Genel kavramsal model test edildiğinde performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve davranışsal niyet arasında önemli bir ilişki vardır. Ayrıca kolaylaştırıcı koşullar ve davranışsal niyet ile kullanım davranışı arasında da önemli bir ilişki söz konusudur. Çalışma, çevrimiçi satın alma niyetini açıklayan faktörlere odaklanmıştır. Bu doğrultuda bu model, çevrimiçi satın alma niyetinin ana itici güçleri olarak UTAUT'un açıklayıcı değişkenleri; performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı koşulları içermektedir. Bu çalışmada, performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı koşulların, kullanıcıların kabul ve kullanım davranışlarını doğrudan etkileyen önemli faktörler olduğu teorik olarak ortaya konmuştur. Yapısal modelin bulgularına dayalı olarak; güçlü bir niyet göstergesi olan performans beklentisinin davranışsal niyet üzerinde olumlu etkisi olduğu görülmektedir. Sonuç olarak ampirik sonuçlar teorik modeli güçlü bir şekilde desteklemiştir.

Chiao ve diğerleri (2018), kültür turizmi eğitimi için çevrimiçi bir sanal tur rehberlik platformunun kullanılabilirliğinin incelenmesi üzerine bir çalışma yapmışlardır. Çalışma, öncelikle bir sanal gerçeklik tur rehberlik platformu, ardından UTAUT modeline dayalı bir teknoloji kabul modeli oluşturmayı amaçlamaktadır. Araştırmaya Tayvan'daki bir teknoloji üniversitesinden 391 öğrenci katılmıştır. Araştırmanın sonuçları, eğitim sistemi içinde

öğrenme etkililiklerini ve teknoloji kabullerini göstermiştir. Etkileşim, teknoloji kullanımı üzerinde dolaylı bir etkiye sahip olan ve dijital bir tur ortamında insanlar ve cihazlar arasındaki etkileşimin önemini vurgulayan dışsal bir değişkendir.

Assaker ve diğerleri (2019), çevrimiçi seyahat incelemelerinin tüketici kullanımı: Teknoloji 2 modelinin kabul ve kullanımına ilişkin birleşik teoriyi genişletmek üzerine bir çalışma yapmışlardır. Çalışma, Genişletilmiş Birleşik Kabul ve Teknoloji Kullanımı Teorisi 2 (UTAUT 2) çerçevesinde, bir kullanıcı tarafından oluşturulan içerik biçimi olarak gezginlerin çevrimiçi seyahat incelemelerini kullanımına ilişkin kapsamlı bir modeli incelemektedir. Performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar, hedonik motivasyon, fiyat tasarruf yönelimi ve alışkanlığı içeren UTAUT2, bu çalışma kapsamında güvenilirlik ve homofili şeklinde iki yeni değişken içermektedir. Birleşik Krallık'ta yaşayan 200 kişiden oluşan bir örneklem üzerinde genişletilmiş model ampirik olarak incelenmiştir. Homofili, halkla ilişkiler ve fiyat tasarrufu yöneliminin kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin, bireysel kullanım niyetleri üzerinde en güçlü boyutlar olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin dürtüsel ve otomatik kullanımının öznel bir ölçüsü olarak işlevselleştirilen alışkanlık boyutunun, gezginlerin gerçek kullanıcı tarafından oluşturulan içerik kullanımının en güçlü faktörleri olduğu bulunmuştur.

Floros vd. (2019), Y kuşağının dijital özgür seyahat algısı üzerine bir çalışma yapmışlardır. Çalışmanın amacı, Y kuşağının dijital özgür seyahate yönelik algılarını teorileştirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın amacı kapsamında 17 kişi ile görüşme gerçekleştirilmiş ve algılarına ilişkin derin kavrayışları ortaya çıkarmak için UTAUT niteliksel olarak uygulanmıştır. Araştırmadaki Y kuşağı, dijital özgür seyahatin refahları için faydalı olduğuna inanmaktadır ancak sosyal beklentiler, teknoloji bağımlılığı ve çevresel destek ile ilgili endişeleri olduğunu ortaya çıkarmıştır. Çalışma Y kuşağının algıları açısından dijital özgür seyahat algısının ampirik olarak anlaşılmasına katkıda bulunmuştur. Tatilde psikolojik sürdürülebilirliği sağlamak için teknolojik kullanımı azaltarak zihinsel uzaklaşmanın fiziksel uzaklaşma ile uyumlu hale getirilmesi gerektiğini önermektedir.

Araújo Vila vd. (2021), kaplıca turizmi örneğinde UTAUT2 modelinin teknolojik olmayan bir hizmete uygulanması üzerine bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışma farklı olarak modeli, teknolojik olmayan bir hizmete uygulamaktadır. Veriler 810 potansiyel İspanyol SPA müdavimi örneğine uygulanan bir anket yoluyla elde edilmiştir. Çalışmanın sonuçları, turistlerin satın alma niyetlerinde en büyük rolü oynayan değişkenin performans beklentisi olup bunu hedonik motivasyonun izlediğini ortaya çıkarmıştır.

Hao (2021), konaklama endüstrisinde temassız teknolojinin kabulüne yönelik UTAUT2 çerçevesinde bir çalışma yapmıştır. Çalışma, UTAUT ve UTAUT2 modelleri doğrultusunda çaba beklentisi, performans beklentisi, kolaylaştırıcı koşullar, hedonik motivasyon, fiyat değeri ve sosyal etki, müşterilerin yenilikçi teknolojiyi kabul etmesi ve kullanması çalışmanın temel belirleyicileridir. Bulgular, çaba beklentisinin performans beklentisi üzerinde önemli ölçüde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Müşteriler kullanımı daha kolay olan teknolojiye yönelik daha yüksek performans algılamışlardır. Ayrıca; çaba beklentisi, performans beklentisi, kolaylaştırıcı koşullar, hedonik motivasyon, iyimserlik, fiyat değeri ve güvenin davranışsal niyet üzerindeki etkisine aracılık etmektedir. Bununla birlikte, sosyal etkileşimin davranışsal niyet üzerindeki etkisine yalnızca performansın etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Garg (2021) rahat yemek restoranlarında müşterilerin tablet menü kullanımı üzerinde yaş ve cinsiyetin düzenleyici etkilerinin araştırılması üzerine bir çalışma yapmıştır. UTAUT modeli çerçevesinde bu çalışma, kullanım niyetinin

beş belirleyicisini kullanmıştır: performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar ve hedonik motivasyon. Bu faktörlerin yanı sıra yaş ve cinsiyet değişkenleri de kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini Malezya'daki Klang Vadisi'nde sıradan yemek restoranlarını ziyaret eden 473 kişi oluşturmaktadır. Araştırmada bulgular, müşterilerin self servis teknoloji kullanımının birincil güvenilir demografik göstergesinin yaş olduğunu ortaya çıkarmıştır. Çalışma, genç tüketicilerin yaşlı tüketicilere kıyasla teknolojiyi benimseme konusunda daha olumlu bir yaklaşıma sahip olma eğiliminde olduklarını bulmuştur. Benzer şekilde cinsiyet de insanların yeni teknolojileri benimseme niyetlerini etkilemektedir. Bulgular erkeklerin kadınlara kıyasla bilgisayar becerilerinde ilerleme kaydetme olasılığının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu çalışmanın temel bulguları, yaşın sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar, hedonik motivasyon ile davranışsal amaç arasındaki ilişkiyi düzenlediğini göstermiştir. Bu faktörler kişinin yeni teknolojiyi uygulama seçimini önemli ölçüde etkilemektedir.

Sonuç ve Tartışma

Bilimsel çalışmaların bulgu ve sonuçlarının anlam kazanabilmesi ve geçerlik güvenilirlik hususlarının daha net bir şekilde ortaya konabilmesi açısından teorilere dayandırılarak ele alınması önem arz etmektedir. 90'lı yıllardan itibaren toplumsal yaşamın her alanına hızla nüfuz eden internetin varlığı ve zaman içerisinde devamlı olarak değişime uğraması hemen hemen her endüstride kendine yer bulmuş ve günümüzde internet bağlı teknoloji endüstrilerin artık ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Teknoloji konusu çeşitli bilim dallarında da akademik alan yazında araştırmalara ve teorilere konu olmaktadır. İlk olarak Teknoloji Kabul Modeli ile yaygın bir şekilde araştırmalarda yer bulan bu olgu, ilerleyen süreçte daha kapsamlı ve yoğun olarak ortaya konan Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi olarak yerini almıştır. Birçok alanda olduğu gibi turizm alanında da teknoloji üzerine yürütülen çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmada söz konusu teori olan UTAUT'un turizm alan yazınında ne kadar yer edindiğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaçla öncelikle teoriye ilişkin kavramsal bir çerçeve oluşturulmuş sonrasında doküman analizi tekniği ile ulusal ve uluslararası alan yazındaki bilimsel makalelerin varlığı saptanmıştır. Analizde elde edilen sonuçlara göre, teorinin çıkış yılı 2003 olmasına rağmen, turizm bağlamında ulaşılan ilk çalışmanın 2012 yılına ait olması dikkat çekmektedir. 2012 yılından sonra az da olsa yıllara bağlı olarak teorinin turizm alanında daha sık çalışılmaya başlandığı araştırmada edinilen bulgular arasındadır. Bu durum, teknolojinin de çok daha yaygın bir şekilde kullanılması ve benimsenmesine bağlı olarak teorinin turizm alanında gelecek yıllarda daha sık ele alınacağına işaret etmektedir. Konu itibarıyla teknolojinin çok geniş bir kapsama sahip olmasına bağlı olarak, araştırmada ulaşılan makalelerin yayınlandığı dergiler dağınıklık göstermektedir. Ulaşılan makalelerin yayınlandığı dergiler arasında turizm bağlamında UTAUT kavramına yalnızca iki kez yer veren tek dergi "Tourism Management" olmuştur. Söz konusu derginin köklü ve ana akım dergilerden olması ilk yayının burada yayınlanmış olması durumunu açıklar niteliktedir. Makalelerin analizinde yararlanılan veri tabanları da tıpkı dergilerde olduğu gibi yüksek farklılık göstermektedir. Söz konusu derginin köklü ve ana akım dergilerden olması ilk yayının burada yer almış olmasını açıklar niteliktedir. Makalelerin analizinde yararlanılan veri tabanları da tıpkı dergilerde olduğu gibi yüksek farklılık göstermektedir. Atıf sayılarına bakıldığında, en yüksek atfın (714) 2012 yılında yayınlanan makaleye ait olması, turizm bağlamında yürütülmüş ilk çalışma olmasına, daha derin veriye ulaşmayı sağlayan karma yöntem yürütülmüş olmasına ve yayın için seçilen derginin (Tourism Management) niteliğine bağlanabilir bir durumdur. Araştırma yöntemlerinde bu teoriye yönelik turizm bağlamında yüksek oranda nicel araştırma yöntemleri ve anket tekniği tercih edildiği görülmektedir. Sosyal bilimlerde araştırma yöntemlerinin değişen çehresine rağmen daha sınırlı bilgi sağlayan niceliksel yöntemlerin hala büyük oranda tercih sebebi olduğu

bu bulgu ile ortaya konulabilir bir sonuçtur. Buradan hareketle, en çok atfı alan yayının karma yöntemle yürütülmüş olması daha derin bilgilere ulaşmada seçilecek yöntemlerin önemine de vurgu yapar niteliktedir. Analiz sonucunda ulusal alan yazında bir, uluslararası alan yazında on adet olmak üzere toplamda 11 çalışmaya ulaşılmıştır. Teorinin görece yeni tarihli olması sayısının düşük çıkma ihtimalini artıracak bir etkenken ulaşılan sayının düşüklüğü beklenenden çok daha fazla seyretmiştir. Bu durum, turizm bağlamında bu teorinin çok daha kapsamlı bir şekilde ele alınması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Teknolojinin bireylerce turizm alanında kabul ve kullanımı konusuna bilimsel araştırmalarda daha çok yer verilmesinin, sektörde yürütülecek uygulamalara ve gerçekleşecek teknolojik değişmelere yön vereceği önemli bir gerçektir. Çalışmaların tüm paydaşları kapsar nitelikte ve karma yöntemlerle gerçekleştirilmesi daha çok uygulayıcıya ulaşılmasına ve daha yerinde fikirler sağlanmasına olanak tanıyabilir. Turizmde Birleşik Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Teorisine dayanarak yapılan çalışmaların turistlerin çevrimiçi satın alma niyetini açıklamaya yönelik olduğu görülmektedir. Model, yenilikçiliğin turistlerin davranışı üzerindeki doğrudan etkiler ile değişkenlerin çevrimiçi satın alma öncülleri arasındaki ilişkiyi dikkate almaktadır. UTAUT'a dayanan çalışma modeli; performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar ve yenilikçilik olmak üzere beş açıklayıcı teorik bir modelden oluşmaktadır. Öte yandan UTAUT2 modeli çerçevesinde gerçekleştirilen çalışmalar bu beş modelin yanı sıra hedonik motivasyon, fiyat değeri ve alışkanlık değişkenlerini de kapsamaktadır. UTAUT ve UTAUT2 modelleri doğrultusunda yapılan mevcut araştırmalara bakıldığında; turizmde çevrimiçi satın alma niyetinin ana itici güçlerinin performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar, hedonik motivasyon ve fiyat değeri ve alışkanlık olduğu görülmektedir. Ampirik sonuçların teorik modeli güçlü şekilde desteklediği görülmektedir. Ancak Gupta ve Dogra (2017)'nin çalışması çaba beklentisi, sosyal etki ve fiyat değerinin turistlerin seyahat ederken harita uygulamalarını kullanma niyetleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını ortaya çıkarmıştır. San Martin ve Herrero (2012)'nin yaptıkları çalışma ise sosyal etkinin çevrimiçi satın alma niyetini etkilemediğini ortaya çıkarmıştır. Bunun sebebinin turizmde çevrimiçi satın alma niyetinin oluşumunda fayda faktörünün (performans ve çaba) sosyal etkiden daha baskın olduğunu ileri sürmüşlerdir. Buradan hareketle bu değişkenler ile tekrarlanan başka çalışmaların yapıp sonuçlarının karşılaştırılması önerilebilir. Bu önerilere ek olarak, özellikle turistler açısından satın alma karar sürecinde teknolojiye bağlı değişiklikler olup olmadığı sorusu, söz konusu teori kapsamında ele alınarak teknoloji kabul ve kullanımla ilişki kurulması sağlanıp ele alınabilir. Gelecekteki çalışmalar için diğer öneriler de aşırı turizmin olumsuz etkilerinin kırılmasında teknolojinin kabulü ve kullanımının yeri ve turizm işletmelerinde yenilikçi teknolojilerin kabulü ve kullanımı üzerine araştırmalar şeklinde sunulabilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

Ajzen, I. (1985). *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behaviour*. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action Control* (pp. 11–39). Springer-Verlag Berlin Heidelberg. doi:10.1007/978-3-642-69746-3_2.

- Araújo Vila, N., Fraiz Brea, J. A. & Pelegrín Borondo, J. (2021). Applying the UTAUT2 model to a non-technological service: the case of spa tourism. *Sustainability*, 13(2), 803.
- Assaker, G., Hallak, R. & El-Haddad, R. (2019). Consumer usage of online travel reviews: expanding the unified theory of acceptance and use of technology 2 model. *Journal of Vacation Marketing*, 26(2), 149-165.
- Bruner II, G. C. & Kumar, A. (2005). Explaining consumer acceptance of handheld internet devices. *Journal of Business Research*, 58, 553-558.
- 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.
- Chiao, H. M., Chen, Y. L., & Huang, W. H. (2018). Examining the usability of an online virtual tour-guiding platform for cultural tourism education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 23, 29-38.
- Chen, S. C., Hsu, C. W., Huang, D. Y., Lin, S. Y. ve Hung, Y. P. (2013). Teleport: a virtual tour of dunhuang with a mobile device. 2013 IEEE International Conference on Multimedia and Expo Workshops (ICMEW)'ta sunuldu, (s. 1-6). San Jose, CA: IEEE.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(9), 982-1003
- Davis, F. D. (1989). Percieved usefulness, percieved ease of use ond user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, September.
- Dabholkar, P. A. & Bagozzi, R. P. (2002). An attitudinal model of technology-based self-service: moderating effects of consumer traits and situational factors. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 30(3), 184-201.
- Escobar-Rodríguez, T. & Carvajal-Trujillo, E. (2014). Online purchasing tickets for low cost carriers: an application of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model. *Tourism Management*, 43, 70-88.
- Floros, C., Cai, W., McKenna, B. & Ajeeb, D. (2019). Imagine being off-the-grid: millennials' perceptions of digital-free travel. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 751-766.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitudeintention and Behavior: An İntroduction to Theory and Research*. MA: Addsion-Wesley.
- Garg, A. (2021). Investigating the moderating effects of age and gender on customers' use of tablet menu in casual dining restaurants. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-39.
- Gupta, A. & Dogra, N. (2017). Tourist adoption of mapping apps: A UTAUT2 perspective of smart travellers. *Tourism and Hospitality Management*, 23(2), 145-161.
- Hong, S., Thong, J. Y. L. & Tam, K. Y. (2006). Understanding continued information technology usage behavior: a comparison of three models in the context of mobile internet. *Decision Support Systems*, 42(3), 1819–1834. doi:10.1016/j.dss.2006.03.009.
- Hao, F. (2021). Acceptance of contactless technology in the hospitality industry: extending the unified theory of acceptance and use of technology 2. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(12), 1386-1401.

- Kaplan, H. E. (2018). Examination of factors affecting online consumer behavior from the perspective of the unified theory of acceptance and use of technology. *Turkish Studies*, 13(30), 203-212.
- Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2020), 173.
- Kozak, N. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarımı Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara, Detay Yayıncılık, (4. Baskı), 28-125.
- Kaplan, H. E. (2018). Examination of factors affecting online consumer behavior from the perspective of the unified theory of acceptance and use of technology. *Turkish Studies*, 13, 30.
- 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.
- Limayem, M., Hirt, S. G. & Cheung, C. M. K. (2007). How habit limits the predictive power of intentions: the case of is continuance, *MIS Quarterly*, 31(4), 705.
- Merriam, S.B. (2018). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*. (Çev. S. Turan). Nobel Yayıncılık, 51-149.
- Momani, A. M. (2020). The unified theory of acceptance and use of technology: a new approach in technology acceptance. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development (IJSKD)*, 12(3), 79-98.
- Nysveen, H., Pedersen, P. E. & Thorbjornsen, H. (2005). Explaining intention to use mobile chat services: moderating effects of gender. *Journal of Consumer Marketing*, 22(5), 247-256.
- Odabaşı, Y. (2015). *Pazarlama Teorileri*. 2. Baskı, İstanbul: Express Basımevi.
- Rogers, E. M. & Shoemaker, F. F. (1971). Communication of innovations; a cross-cultural approach.
- Rogers, E. M. (1976). New product adoption and diffusion. *Journal of Consumer Research*, 2(4), 290-301.
- San Martín, H. & Herrero, Á. (2012). Influence of the user's psychological factors on the online purchase intention in rural tourism: integrating innovativeness to the utaut framework. *Tourism Management*, 33(2), 341-350.
- Tan, G. W. H., Lee, V. H., Lin, B. & Ooi, K. B. (2017). Mobile applications in tourism: the future of the tourism industry?. *Industrial Management & Data Systems*.
- Timmor, Y. & Katz-Navon, T. (2008). Being the same and different: a model explaining new product adoption. *Journal of Consumer Behaviour*, 7(3), 249- 262.
- Vankatesh, V. & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Venkatesh, V. & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 157-178.

- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G. B. & Davis, F.D. (2003), User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Venkatesh, V. (2015). Technology acceptance model and the unified theory of acceptance and use of technology. *Wiley Encyclopedia of Management*, 1-9.
- Wang, G., Dou, W. & Zhou, N. (2008). Consumption attitudes and adoption of new consumer products: a contingency approach. *European Journal of Marketing*, 42(1), 238-254.
- Williams, M. D., Rana, N. P. & Dwivedi, Y. K. (2015). The unified theory of acceptance and use of technology (utaut): a literature review. *Journal of Enterprise Information Management*.
- Yang, K. & Jolly, L. D. (2008). Age cohort analysis in adoption of mobile data services: gen Xers versus baby boomers. *Journal of Consumer Marketing*, 25(5), 272-280

A Document Analysis on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology in the Context of Tourism

Gizem DURAN

Kırklareli University, Faculty of Tourism, Kırklareli/Türkiye

Melis UÇAR

Nisantası University, School of Applied Sciences, İstanbul/ Türkiye

Azize HASSAN

Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara/Türkiye

Extended Summary

Depending on the changes in internet and technology, in addition to the benefits provided to businesses in terms of providing competitive advantage and to consumers in terms of ease of use, the adoption and use of technology by all parties involved in tourism activities has gained importance over time. It is thought that the use and adoption of technology can provide important ideas about how the tourism industry will be shaped in the future. As a matter of fact, constantly changing environmental conditions necessitate constant change in tourism, as in many other sectors, and make this sector dynamic. In challenging and increasing competition conditions, businesses and destinations have to keep up with this dynamism in order to continue their tourism activities.

These changes in the industry are gaining an increasing place in academic studies over time. The idea put forward by the Technology Acceptance Model in the literature was organized as the Unified Technology Acceptance and Use Theory in the literature by combining eight different theories on the grounds that the control variable was seen as missing (Venkatesh et al., 2003). In order for the above-mentioned tourism industry to remain dynamic both academically and in practice, and to foresee its future, there is a need to evaluate the situation by revealing the development of this theory from the year it was introduced to the present day. Therefore, the aim of this study is to reveal the place of the Unified Technology Acceptance and Use Theory in the national and international tourism literature. For this purpose, first of all, a conceptual framework for the theory was created, and then the existence of scientific articles in national and international literature was determined by document analysis technique. According to the results obtained in the analysis, it is noteworthy that although the theory was released in 2003, the first study reached in the context of tourism belongs to 2012. It is among the findings of the research that the theory started to be studied more frequently in the field of tourism after 2012, albeit a little, depending on the years. This indicates that the theory will be discussed more frequently in the field of tourism in the coming years, depending on the widespread use and adoption of technology. Due to the fact that technology has a very wide scope in terms of subject, the journals in which the articles reached in the research are published are scattered. Among the journals in which the articles were published, "Tourism Management" was the only journal that included the concept of UTAUT only twice in the context of tourism. The fact that the aforementioned journal is one of the well-established and mainstream journals explains the fact that the first publication was published here. The databases used in the analysis of the articles also show high variability, just like in the journals. The fact that the aforementioned journal is one of the well-established and mainstream journals explains the fact that the first publication took place here. The databases used in the analysis of the articles also show high variability, just like in the journals. Considering the number of

citations, the fact that the highest citation (714) belongs to the article published in 2012 can be attributed to the fact that it is the first study carried out in the context of tourism, the mixed method that provides access to deeper data, and the quality of the journal chosen for publication (Tourism Management). In research methods, it is seen that quantitative research methods and survey techniques are preferred in the context of tourism for this theory. Despite the changing face of research methods in social sciences, it is a result that can be revealed with this finding that quantitative methods, which provide more limited information, are still largely preferred. From this point of view, the fact that the most cited publication was conducted with a mixed method also emphasizes the importance of the methods to be chosen in reaching deeper information. As a result of the analysis, a total of 11 studies, one in the national literature and ten in the international literature, were reached.

While the relatively recent date of the theory is a factor that will increase the probability of a low number, the low number reached has been much higher than expected. This situation reveals the necessity of considering this theory in a much more comprehensive way in the context of tourism. It is an important fact that giving more space to the acceptance and use of technology in the field of tourism by individuals in scientific research will guide the practices to be carried out in the sector and the technological changes that will take place. The fact that the studies are carried out with all stakeholders and with mixed methods may allow more practitioners to be reached and more relevant ideas to be provided. Studies based on the Unified Theory of Technology Acceptance and Use in Tourism seem to explain tourists' online purchase intention. The model considers the relationship between the direct effects of innovation on tourist behavior and the online purchasing antecedents of the variables. In addition to these suggestions, the question of whether there are technology-related changes in the purchasing decision process, especially for tourists, can be dealt with within the scope of the theory in question, establishing a relationship with technology acceptance and use. Other suggestions for future studies can be presented in the form of research on the acceptance and use of technology in reducing the negative effects of overtourism, and the acceptance and use of innovative technologies in tourism businesses.