

YEREL BİR İŞLETME OLAN DÜZCE GÜVEN OTOBÜS FİRMASININ TEKNOLOJİ KABULÜ ÜZERİNE İNCELENMESİ

An Investigation into the Technology Adoption of the Local Business: Düzce Güven Bus Company

Mustafa Said Kocabıyık^{a1} , Songül Gökhan^b 

^aDokuz Eylül Üniversitesi; ^bİzmir Tınaztepe Üniversitesi

MAKALE GEÇMİŞİ

Gönderilme: 16.12.2024

Kabul edilme: 25.12.2024

ANAHTAR KELİMELELER

Teknoloji Kabul Modeli, Algılanan kullanılabilirlik, Algılanan kullanım kolaylığı, Teknoloji

ÖZET

Araştırma kapsamında Düzce ilinde yer alan, yerli bir işletme olan Düzce Güven otobüs firmasının gelişen teknolojiyle birlikte yaşadığı değişim incelenmektedir. Bahsedilen değişimler, klasik biletleme sisteminden çevrim içi rezervasyon süreçlerine kadar yaşanan bu yeniliklerin firma özelindeki etkileri araştırılması ana motivasyonlar arasında yer almaktadır. Ek olarak firma çalışanlarının ve yolcuların bu teknolojik değişim süreçlerinde teknoloji kabul modeli bünyesinde davranışlarının yorumlanması amaçlanmaktadır. Araştırmanın yöntemi olarak sözlü tarih araştırması tercih edilmiştir. Oluşturulan açık uçlu sorular ile birlikte işletme tarihi ve teknoloji süreci için derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşmeler firmada kuruluşundan bu yana işletmenin teknolojik değişim sürecine hâkim olan katılımcılarla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada elde sonuçlar çerçevesinde, firma açısından teknoloji kullanımının maliyet ve hizmet kolaylığı açısından fırsatlar sunduğu saptanmıştır. Ayrıca yolcuların ve personelin teknoloji kabul modeli davranışında, çalışanların iş hayatını kolaylaştırırken genç kuşak yolcuların da seyahat deneyimlerini daha kolay hale getirdiği görülmektedir.

ARTICLE HISTORY

Received: 16.12.2024

Accepted: 25.12.2024

KEYWORDS

Technology Acceptance Model, Perceived usefulness, Perceived ease of use, Technology

ABSTRACT

Within the scope of the research, the change experienced by Düzce Güven bus company, a local business located in Düzce province, in the changing technology period is examined. As a change, investigating the company-specific effects of these innovations, from the classical ticketing system to online reservation processes, is among the main motivations. In addition, it is aimed to interpret the behavior of company employees and passengers in these technological change processes within the technology acceptance model. Oral history research was preferred as the method of the research. An in-depth interview was conducted for the business history and technology process, along with open-ended questions. The interviews were conducted with the participant who has dominated the process in the company since its establishment. According to the results obtained in the study, it was determined that the use of technology provides convenience for the company in terms of cost and ease of service. In addition, it is seen that the technology acceptance model behavior of passengers and staff makes the business life of employees easier, while the younger generation passengers make their travel processes easier.

GİRİŞ

Teknolojiyle birlikte işletmelerde hem makro boyutta hem de mikro boyutta değişimler yer almaktadır. Bu değişimlerin felsefesi hızlı ve daha kolay iş süreçleri olarak kabul edilmektedir. Dünya çapında yer alan bu teknolojik değişimler, işletmelerin ticari yaşamlarında hayatta kalmaları için önem taşımaktadır. Teknolojiye hâkim olmaları konusunda gerekli bir hal almaktadır. Birçok sektörde yer alan teknoloji tabanlı değişim turizm sektöründe de yer almaktadır. Hizmet sunulan bu sektörde çevrimiçi biletleme, bilgi akışı sağlanması, çevrimiçi rezervasyon ve çevrimiçi satın alma işlemleri gibi çeşitli kolaylıklarla karşılaşılmaktadır.

¹ Sorumlu yazar: m.saidkocabiyik@gmail.com

Teknolojinin değişimi ile sunulan dijital temelli imkânların alt yapısının oluşturulması ve teknoloji kullanımına karşı hem bireylerin hem de işletmelerin uyum sağlayarak faydalanmaları önemli olmaktadır. Bu duruma örnek olarak da seyahat işletmelerinin teknoloji tabanlı dijital sistemlerle hizmet sunmaya başlamaları kaçınılmaz olmaktadır. Hayatın her alanında yer alan bu teknolojik gelişmelerle de işletmeler içerisinde yer alan bireylerin de değişimlere uyum sağlamaları gerekmektedir. Teknoloji alanında yaşanan değişimler ile birlikte ortaya çıkan kavramlardan biri olan Teknoloji Kabul Modeli (Technology Acceptance Model, TAM) yer almaktadır. Davis, (1989) tarafından geliştirilen model çerçevesinde teknoloji kullanımında bireylerin davranışlarını ortaya koyması hedeflenmektedir.

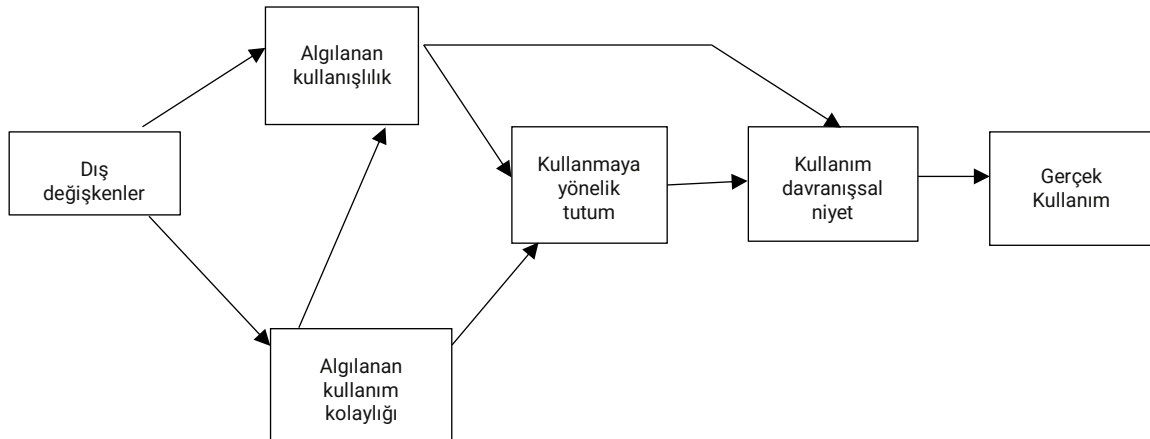
Çalışma kapsamında Düzce ilinde yer alan ve köklü bir yerel otobüs firması olan Düzce Güven seyahat işletmesi incelenmektedir. Sözlü tarih araştırması olarak kurgusu yapılan bu çalışmada firmanın kurulduğu dönemden bu yana yaşadığı teknolojik değişimler ve bu değişimler ışığında yaşadıkları zorluklar incelenmektedir. Yakın tarih ya da işletme tarihi araştırmalarında sözlü tarih çalışması yapmak, işletme içerisinde yer alan bireylerin içinde yaşadıkları çevreyi, yaşanan değişimlere tanıklık etmiş kişilerin verdiği bilgilerle birincil kaynaktan öğrenme ve kavrama amacına hizmet etmektedir (Akçalı, 2012., Thompsan, 1999).

Ayrıca işletmenin teknolojik değişimler karşısında sergiledikleri tutum ve çalışanların TAM doğrultusunda gelişmelere karşı uyumları incelenmektedir. Araştırma bir sözlü tarih araştırması olarak gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda oluşturulan açık uçlu sorularla görüşme yapılmış ve derinlemesine yapılan görüşmede bilgiler elde edilmiştir. Tarihe tanıklık etmiş firma yetkilisi ile yapılan bire bir görüşmeyle veriler toplanarak yorumlamalar gerçekleştirilmiştir

LİTERATÜR TARAMASI

Teknoloji Kabul Modeli

TAM temelinde, sergilenen kabul davranışının ortaya çıkmasında eylem teorisi modeli yer almaktadır (Fishbein ve Ajzen 1975). Davranışsal niyet teorisi özellik olarak, gelişen teknolojileri kullanımı konusundaki bireylerin davranışlar üzerinde belirleyici olduğu yazında yer almaktadır. Fishbein ve Ajzen (1975) tarafından yapılan açıklamada *“Bir kişinin belli bir davranışı gösterme niyetinin gücünün ölçüsü”* yer almaktadır. Yapılan tanımlama çerçevesinde davranışsal niyet ile teknoloji kullanımına ilişkin tutumlarla belirlendiği görülmektedir. Tanımlaması yapılan model, bireylerin süreç içerisinde bilişim teknolojisinin kabulünü, bireyin bilişim teknolojisini kullanma niyeti, eğilimleri, algıları ve davranışlar arasındaki ilişkileri açıklamayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, Agrawal'a göre TAM, teknoloji kabulünün belirleyicisi olarak çalışmalarında yaygın bir şekilde kullanılan en etkili modellerden biri olarak yer almaktadır.



Şekil 1. Teknoloji Kabul Modeli (Davis vd., 1989: 984).

Şekil 1’de görüleceği üzere modelin barındırdığı iki değişken bulunmaktadır. Bu değişkenler, algılanan kullanılşlılık ve algılanan kullanım kolaylığı olarak açıklanmaktadır. Modelde yer alan algılanan kullanılşlılık, teknoloji kullanımında bulunan bireylerin teknolojiyi sayesinde işteki performanslarının artması yönünde eğilimi olarak tanımlanmaktadır. Algılanan kolaylık kavramı ise kullanılan belli bir teknolojinin kolay bir şekilde öğrenilmesini ve pratik kullanımını belirtmektedir (Davis, 1989:322). Bu iki kavram model içerisinde birbirlerini olumlu yönde etkilediği de yazında yer almaktadır. Bu durumu

destekler nitelikte olarak koşullar eşit tutulduğunda var olan teknolojinin kullanımı ne kadar kolaysa o kadar faydalı olduğu kabul edilmektedir (Vankatesh, 2000).

Algılanan kullanılabilirlik ve algılanan kullanım kolaylığının bahsedilen faydasal noktada yazında önemi ortaya koyulmuştur. Bu doğrultuda, TAM'ın uygulanma aşamasında, teknolojiyi kullananların kabul sürecini etkileyebilecek çeşitli potansiyel faktörleri ortaya koyma yeteneğinden yoksun olabilir Hsu ve Lu (2004). Bundan dolayı TAM'ın kullanıcıların davranışlarını ortaya koyma konusundaki yetisini güçlendirmek amacıyla bazı araştırmacılar, algılanan kullanılabilirlik ve algılanan kullanım kolaylığı faktörlerini birleştirmeye çalışmışlardır. TAM modelinin teknolojiyi kullanan bireylerin davranışsal durumlarını ortaya koymada bu iki faktör olumlu yönde etkileyerek fayda sağlamaktadır.

Modelin kavramsal olarak taşıdığı özelliği toparlamak gerekirse, yapılan tanımlamalara ek olarak, TAM, gerçekleşen yeni bir sistem veya teknolojinin kullanımında amaçlanan davranışın önemi vurgulanmaktadır. Bu durumda model yapısında iki temel öncüle sahip olduğunu dile getirilmektedir. Bu öncüller teknolojiye karşı tutum ve oluşturulan sistemin algılanan kullanılabilirliği olarak yazında yer almaktadır. Bir diğer faktör olan algılanan fayda aynı zamanda oluşturulan yeni sisteme yönelik tutumu da etkilemektedir. TAM'a göre, yeni bir teknolojinin algılanan kullanım kolaylığı davranışı, hem kullanılan teknolojiye yönelik tutumu hem de ona atfedilen kullanılabilirliği etkilediği kabul edilmektedir. Yapılan tanımlamalar kapsamında son olarak TAM, yaşanan yeniliğin hem algılanan kullanılabilirliğinin hem de algılanan kullanım kolaylığı faktörlerine bağlı olarak, gerçekleşen yeniliğin çeşidine göre değişebilen dış değişkenler tarafından belirlendiği düşünülmektedir (Herrero ve Martin, 2012).

Modelin kavramsal olarak yapılan tanımlamasıyla hem önemi ortaya koyulmaya çalışılmış hem de modelin var olma mantalitesini iyi yansıtmak amaçlanmıştır. Model yapısal olarak kullanım alanlarının geniş olması yazında açıklanmaktadır. Buna ek olarak turizm alanında da fazla şekilde talep gören bir model olarak yer almaktadır. Turizm alanında kullanılan teknolojiler ışığında, otel ve ön büro teknolojileri (Kim vd., 2008), kullanıcıların çevrimiçi seyahat alışverişi yapma (Amaro ve Duarte, 2015), Casalo vd., (2010) tarafından gerçekleştirilen otel işletmelerinde biyometrik sistemler üzerine yapılan çalışmalar gibi kullanıcıların teknoloji kabulünü anlama ve açıklama kavramı için TAM' den faydalanan araştırmalar yazında yer almaktadır. Model yapısının bu özelliği çalışan ve teknoloji kullanan bireylerin bu değişime karşı davranışları ortaya koymak adına önem içermektedir.

Sözlü Tarih Araştırması

Sözlü tarih araştırmaları tarihçiler tarafından sıklıkla kullanılan veri toplama yöntemlerindedir (Kabapınar ve İncegöl, 2016). Geçmiş hakkında bilgi edinmede tarihçiler yazılı kaynakların yanı sıra sözlü kaynaklardan yararlanmaktadırlar. Resmi yazışmalar, mahkeme tutanakları ve ticari anlaşmalar gibi bazı yazılı kaynaklar devlet ve toplum arasındaki ilişkilere yönelik bilgiler verirken, okuma yazma bilen kesimi temsil eder ve toplumun alt kesiminde yaşayanların durumunu tam olarak yansıtamazlar (Avcı Akçalı ve Aslan, 2012). Sözlü tarih araştırması, tarihi belgelerden yararlanarak oluşturulan görüşme sonucunda ortaya çıkan ses veya görüntü kaydı ile gerçekleştirilen bir anlatının araştırmacı tarafından çözümlenmesini ifade etmektedir (Neyzi, 2009; Doğan, 2015).

Sözlü tarih insanlar etrafında kurulmuş, toplumsal sınıflar ve nesiller arasında bağlantıyı ve anlayışı sağlayan bir tarih türüdür. Sözlü tarih, insanlık tarihinin kabul edilmiş mitlerini ve tarihi geleneğinin değerlendirilmesini sağlarken baskın yargıları da tartmaktadır (Thomson, 1999). Sözlü tarih bir yönüyle tarih biçimi iken bir yanı ile de araştırma yapacak kişinin yararlanacağı bir yöntemdir (Somersan, 1998). Sözlü tarih insanların anlatılarına dolayısıyla belleğe dayanmaktadır. Toplumlarda bilgi birikimi okuryazarlık öncesinde sözlü gelenekler ile aktarılmaktaydı. Günümüzde de okuryazarlık oranının yüksek olmasına rağmen hala bazı toplumlarda sözlü tarih kullanılmaya devam edilmektedir. Her bireyin kendi yaşamına ilişkin anlatabileceği bir öyküsü bulunmaktadır. Bu yaşam öyküleri ise araştırmacılar için önemli bilgiler içermektedir. Özellikle değişim dönemlerinde, bu değişimi yaşayan erkek ve kadın aracılığıyla doğrudan anlatım önem kazanmaktadır. Bu tür tanıklıklara şimdi başvurulmadığı durumda bu bilgiler sonsuza kadar yok olurlar. Sözlü tarihçiler bu bilgileri gelecek için kaydederek (Thompson, 1999). Bu bağlamda bu çalışma Düzce ilinde yer alan, yerli bir işletme olan Düzce Güven otobüs firmasının değişen teknolojiyle birlikte yaşadığı değişim incelenmektedir. Klasik biletleme sisteminden çevrim içi rezervasyon süreçlerine kadar yaşanan yeniliklerin firma özelinde etkileri araştırılırken teknolojik değişiklik ve teknolojinin kabulüne ilişkin dönemin koşullarının aydınlatılması amaçlanmıştır.

YÖNTEM

Amaç

Araştırmanın amacı, Düzce Güven Seyahat işletmesinin yaşanan teknolojik gelişmeler sonucu işletmenin bu değişime nasıl uyum sağladığını ve Teknoloji Kabul Modeli çerçevesinde uyumu saptanmaya çalışılmıştır. Ek olarak, çalışma kapsamında gelişen teknolojiyle birlikte işletmenin iş yapış şeklinin ve çalışan bireylerinin teknolojiye uyumunun hangi seviyede olduğunu ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Katılımcı Profili

Çalışma kapsamında görüşme Düzce Güven otobüs işletmesinin kurucu ortağı ve üst düzey yöneticisiyle yapılan görüşmeler sonucunda veriler elde edilmiştir.

Veri toplama süreci ve Analizi

Bu araştırmada bütüncül yaklaşım benimsenerek sosyokültürel gerçekliğin maddi ve maddi olmayan dinamikleri ele alınmıştır. Araştırma amacı doğrultusunda yöntem olarak nitel araştırma yöntemlerinden sözlü tarih araştırması, veri toplama tekniği olarak ise derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırma karmaşık durumların ayrıntılı çözümlenmesini ve bağlamın anlaşılmasına yönelik bir yöntemdir. Nitel araştırma incelenen olgunun derinlemesine anlaşılmasını ve yorumlanmasını sağlamaya yöneliktir. Bu doğrultuda gözlem, görüşme, literatür taraması gibi veri toplama tekniklerinden yararlanarak, algılanan olay veya olgunun doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya konulması nitel araştırma yöntemi olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Nitel araştırma sosyal süreçler ve kültürel anlamlarının yakalanması ile ilgilenmektedir (Dikeçligil, 2002). Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden sözlü tarih araştırması gerçekleştirilirken gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler katılımcıların söylemleri üzerine kuruludur. Bu bağlamda araştırmada katılımcıların ağzından çıkan cümlelere sadık kalınmıştır.

BULGULAR

Firmanın kuruluş tarihi nasıl başlamıştır?

Firmanın kuruluş aşaması olarak, "Düzce Express" adı altında çalışıyorduk. Sanırım bir icralık, mahkemelik bir sürece tekabül etti firma. Firma sahibi de cezaevine düştü, vergi borçları ve diğer borçlar yüzünden, mecburen o anda bir karar aldık. Tüm Otobüsçüler Düzce'de 60'a yakın otobüsçü bu kooperatifi kurmak için, böyle yapalım, şöyle yapalım derken kuruluşundan bu yana devam ediyoruz. Özcan Bey müdürümüz sonradan bize dâhil olmasına rağmen 2004 yılında Düzce Güven'i kurduk. Bir gecede Düzce Express yazısı silindi bütün araçlarımızı mecburen biraz da, kooperatife de herkesi üye yaptık. Bir gecede firmayı kurduk ve Düzce'de otobüsçülük kabuk değiştirdi. Bireysel firma sahibi değil de, firma sahibi kooperatif olan 60 ortaklı otobüsçülük sektörü hala daha devam ediyor. Şu an sadece sayımız azaldı, 28 ortağa düştük. 28 ortak ve 35'e yakın araçla da hizmet vermekteyiz. Hemen hemen her bölgeye de gitmekteyiz. İlk kuruluş aşamasında çok ses çıktı ama haricinde asla problem yaşamadık çok ortaklı olmaktan. 2004'ten bu yana 60 ortaktan 28 ortağa düştük ama bugünlere gelebilmek güzel. Hele bu süreçte gerçekten kazanmak ikinci planda bizim için, dedim ya her şeye kazanmak gözüyle bakarsanız bu işi yapamazsınız. Maliyetler çok yüksek eskisinden kat kat fazla, 2004 senesinde 10 yolcu aldığımız zaman maliyeti kurtarıyorduk. Buralara gelecek miyiz bilmiyorum ama böyle bir bilgi vereyim. Sefere çıkan Düzce'den İstanbul güzergâhına giden bir aracımız on yolcuyla geldiğinde gidiş geliş masrafını çıkarıyordu, şimdi otuz kişiyi aldığına yine kurtarmıyor. Şu anda bakın çok ciddi şekilde maliyetler yükseldi. O yüzden fiyatları düşüremiyoruz ucuza ve uyguna bilet şu an mümkün değil. Olma şansı da yok çünkü maliyetler çok yüksek.

Firmanın oluşturulmasını etkileyen faktörler nelerdir? (Kişiler, Kurumlar vb.)

Evet, şahıs firmasıydı bir anda bütün o araç sahipleri, Kooperatifi üye olarak bu firmanın doğmasına oluşmasına sebep oldu. Kimse niye şöyle oldu böyle oldu demedi ama tabii biraz da mecburiyetten. Borçları vesairesi Düzce Express sahibinin kendi aralarında alacak verecek durumları ve birbirlerine düşmesinden kaynaklandı kooperatif durumu. Bu durumlarda tabii vesile olmuş oldu sahibinin cezaevine düşmesi. Şu anda da kendisi rahmetli, Hakkını yemeyelim otobüsçülüğünde duayenydi rahmetli firmanın sahibi. Ama dediğimiz gibi bizi de buralara itmiş oldu kooperatifte kurmuş olduk 2004 yılında.

Firmanın oluşturulmasından sonra sektörde rekabet avantajı için ne gibi girişimlerde bulunulmuştur?

Tabii yenilik çok önemli burada rekabet için en önemli araç kalitesi. Yani ilk başladığımda burada 2004 yılında tabii her sektörde olduğu gibi biz de 403 ve 304 tarzı, o senenin arabası olmasa bile 10 yaşında araçlarla çalıştık. Ama anladık ki bu işin ilacı, hammaddesi yeni araçlarla çalışmakmış. Hem tasarruf açısından hem sanayiye gitmemek açısından en büyük şeyimiz yenilik oldu. Özellikle Türkiye bundan 20 sene öncesinde 2+1 dediğimiz projeye geçtiyse biz de akabinde hemen 2+1 denen projeye kesinlikle uyduk. Çünkü yeniliklere her zaman açık olduk. Yani bugün bizden çıkmış yenilikler de var ama genelde büyük firmalardan kapığımız her şeyi internetinden tutun yani şu anda yok yok. Yani Türkiye'nin şu an ilk on sırasına girebiliriz firma olarak. Kalite açısından biraz tek sıkıntımız personel sıkıntımız çok fazla hani çalışacak adam bulamama durumu bu sektörde de var. Personel bulamıyoruz yani yeni nesil bu işe hiç iş gözüyle bakmıyor. Yani muavinlik mesleği, hoş ve hosteslik mesleği kadın çalışanlara kapımız açık, geliyor 4 ay çalışıyor işini öğrendikten sonra çekip gidiyorlar. Yani bağlayıcı gözüyle hiç bakmıyor bu meslek benim mesleğim olsun diye düşünmüyor. Yani genç kardeşlerimiz 4 yıl 5 yıl çalışan var ama başka işlerde iş bulamadıkları için bize geliyorlar. Günlük parasını cebine koyuyor peşin para aldıkları halde iş gözüyle bakmıyor. Yetiştirdiğimiz elemanlar yani 3 ay sonra bırakıp gidebiliyorlar. Böyle bir sıkıntı var şu anda kaliteli eleman gelmiyor. İyi yetişmiş hani güler yüzlü, sempatik, konuşması düzgün, diksiyonu düzgün adam yok bulamıyoruz. Yetişmiyor gelmiyor maalesef sektöre, o yüzden biraz eleman iyi olmayınca kalitede düşüyor ister istemez. Sen sıfır kilometre araç getir personelin iyi olmayınca güler yüz olmayınca bir türlü eksik oluyor. Bu da personelden kaynaklanıyor bulamıyoruz. İyi de para veriyoruz İstanbul'a çalışan personel gidiş geliş 750 TL para kazanıyor. Yemesi ve sigortası araç sahibini tarafından ödeniyor ama yine de personel bulamıyoruz.

Firmanın geleneksel biletleme sisteminden çevrimiçi biletleme sistemine geçiş süreci nasıl olmuştur? (Yaşanan zorluklar, olumlu ve olumsuz durumlar, personel donanımı anlamında neler yaşandı).

Bu süreç süper oldu, kalem kâğıtlardan not almalardan tabii ki herkes kurtuldu biz de kurtulduk. Bilgisayar ortamına tüm sektörler nasıl geçtiyse, sadece bizde olmadı şu anda her yerde bilgisayar var, mağazacılık sektörüne gidin orada da bilgisayar var. Nasıl yazar kasa fiş veriyorsa aynı iş bize de geçti, biletlerini bilgisayardan internet üzerinden vermeye başladık. Şu anda %80'e yakın vatandaşımız özellikle genç 18- 50 yaş arası tamamı internet kullanıyor. Gelip de burada teyzelerimiz, nenelerimiz 75-80 yaşında onlar gelip de bizden bilet alıyor fiziksel olarak. Diğerleri hep internette aşırı şekilde vatandaşımızın çoğu Düzce Güven sitesinden hemen girip biletini alıyor, hem de uygun bilet alıyor internette. Yaşanan sıkıntılar açısından da ters istikamete bilet alanlar oluyor, teyzeler genelde fiziksel biletin nerede olduğunu bizlere soruyor. Telefonunuza mesaj gelecek artık sistem bu şekilde diyoruz bunu yadırgıyorlar. Artık tamamen kâğıt olayı ortadan kalktı vatandaşın telefonuna mesaj geliyor böyle zorlukları var. Türkiye Cumhuriyeti (T.C.) kimlik numarasını vermek istemeyenler çok oluyor sana niye kimlik numaramı vereyim? Ne yapacaksın kimliğimi? Doktor musun polis misin gibi bu tarzda şeyler duyuyoruz. Tabii ki eskilerin firması 25 senelik firma, güvensizlikten değil ama vermek istemiyorlar. Bunları her gün yaşıyoruz özellikle otobüsü haftada bir kullanan var her gün kullanan var ama senede bir sefer kullanan çok nadir kullananlarla bunu yaşıyoruz. Kesinlikle teknolojinin olumlu çok katkısı oldu, şimdi nerede yazma ile çizme ile kalemlerle bilet satmaları? Şimdiki sistem tamamen kolay, iyi ki geçilmiş bu sisteme, çünkü çok zor bir iş rezervasyon ön rezervasyon eski düzende bambaşka. İyi ki geçilmiş çevrimiçi sisteme. Nasıl söyleyeyim iyi ki geçilmiş, çok büyük kolaylık. Biletin kısa mesaj olarak yolculara gitmesi bizim için de rahat, yolcular içinde rahat burada çalışan personel için de rahat. Şimdi ön rezervasyon gibi derdimiz ortadan kalktı, direkt bilgilerini giriyoruz ve sistemden bileti gönderiyoruz. Tabii başlarda sistemi kullanamadık, zorluklarını yaşadık, biletlerini basamadık tabii bu yüzden önden bir eğitim aldık. Bütün personelimiz olduğu gibi eğitim aldı, yeri geldi biz de bilet satamadık bir hafta bunun sıkıntısını yaşadık. Kolay bir sistem değil aslında o da el alışkanlığından dolayı kaynaklandı. Bir hafta içinde sonra herkes çözdü, sistemin eğitimini aldıktan sonra sıkıntı kalmadı. Ama iyi ki böyle bir şeyi teknolojiyi hayatımıza sokmuşuz, vatandaş şimdi peronunu saatini her şeyini biliyor seyahati yapan için bir sıkıntı yok. Özellikle İstanbul için demiyorum Düzce-Ankara, Ankara-Düzce arası %100'e vardı şu an internet kullanımı. İnterneti açık koltuk sayısı 40, bunların 38 tanesi dolu. Ankara-Zonguldak Ereğli arabasında da durum böyle, 40 kişilik arabada 3-4 kişi fiziksel bilet alıyor. Bu durumun sonucunda da ne kâtip şikâyeti kaldı ne yüzüme bakmadı şikâyeti ne de benden fazla para aldı durumu, onları ortadan kalktı. Herkese eşit bir durum, Bolu'da iniyorsan şu para, Düzce'de iniyorsan şu para, Ereğli'de iniyorsan da şu para oluyor. İnternette alımlarda da indirim yapıyoruz. Kâtip, personel ve telefona bakma dertleri de azaldı. Müşteri hizmetleri Düzce Güven merkezi Düzce'de, eskiden fiziksel biletlemeye on kişi çalışırdı telefon

başında, şimdi beş kişi çalışıyor. Bu durumda da avantajlı olmuş olduk. Kesinlikle maliyetimiz düştü yoğunluktan dolayı, yine telefonlarımıza bakamıyoruz Allah razı olsun yolcumuz firmasını çok seviyor. Yol durumu nasıl Bolu Dağı açık mı, Yağmur yağıyor mu gibi sorular da soruyorlar ama arasinlar biz de onları çok seviyoruz. Düzce Güven zaten Düzce'nin köklü bir firması, Bu yüzden Sakarya'yı arabanız kaçta Bolu'ya arabanız kaçta beni şuradan alır mısınız gibi soruların sorulması bizim için keyifli.

Online biletmeden sonra çalışan personel ve yolcuların teknolojiyi kabul etme süreçlerinde neler yaşanmıştır?

Hiçbir sıkıntı yaşanmadı genç nesil diye tabir ettiğimiz yolcularımız hemen anında kavradı. Ama yılda bir defa yolculuk yapan, ömründe bir defa yolculuk yapan insanlara ne kadar da anlatsak anlayamaz teknolojiyi. İşte şu linki indirin, şöyle yapın desek bile hala gelir burada oğlum sen benim rezervasyonumu yap ben yine gelip biletimi buradan alayım, ben anlamam internetten kredi kartından diyen yolcularımız da çok fazla. Ama iyi ki böyle bir sistem var. Gittiğimiz bölgelere genelinde baktığımızda %60 civarında çevrimiçi biletleme kullanılmakta, çocuklu yolcular kaynaklı olarak bu gösterilebilir. Ama Ankara-Düzce arasında çocuklu yolcu nereden baksanız hiç yok gibi. Ankara yolcusunun profili de farklı bir yolcu, çita biraz yüksek, zamanında kalkmak, zamanında inmek ister. Bir İstanbul gibi değil, örneğin İstanbul'un her gün farklı farklı yolcusu var, iki teyze gidiyorsa yanında mutlaka bir çocuğu vardır ama Ankara asla öyle değil. Sessiz sedasız bir Ankara yolcusu vardır ve internet kullanımında %100'dür. Bir kâtime bile peron nerede hangi saat diye kimse gelip sormaz. Bilet satışlarımızı internet tabii bu arada arttırdı ama kötü tarafı olarak da tamamen bir rekabet ortamı yarattı. Vatandaş sadece Düzce Güven sistemi ile karşılaşmıyor internette, En uygun bilet denilen sistem var o bilet denilen sistem var Nereden Nereye diye bir sistem var, orada rekabeti görüyoruz. İşte Esenler 'den Düzce'ye bir bakıyor kırk tane firma var, yine de onun içinden sevdiği bildiği firmayı arıyor tabii. Bunu yanında tabii her yere giren firma da var, ucuzu da var, pahalısı da var, bütçesine göre bu da tabii avantaj da olabiliyor yolcu için. İnternet avantajlı tabii yine vatandaş dediğim gibi bildiği firmadan bilet alıyor. Ne kadar ucuz firmaya yönelse bile işte günlük firmalar var, biz asla günlük firma olmadık. İsmi vermeyeyim ama yolcu yokken taban fiyat yolcu varken tavan fiyat veren bir firma hiçbir zaman olmadık. Bayram günü Trabzon'a 1000 TL'ye bilet satan firma, yolcu azaldığında 400 liraya bilet var. İşte amacı başka firmalardan yolcu çalma, Düzce Güven asla böyle bir firma olmadı, yolcu yokken de beş kişiyle gittiğinde de aynı fiyat, yok sattığımız haftada da aynı fiyat. Bayramda seyranda hiçbir zaman yolcumuzu mağdur etmedik, ek sefer de yapsak ilave de yapsak aynı fiyattan bilet sattık. İnternet üzerinden tabii satışlarımızda genç kesim genelde firmanın ismine bakarak alıyor, tabii bulamadıysa başka firmalara yöneliyor her saat araba çıkaramıyorsunuz. Yeri geliyor Bodrum'a bir araba İzmir'e iki araba günde çıkarıyorsunuz. Bazen Yeri geliyor günde 3 araba yapıyorsunuz. Bu yüzden farklı firmaların saatleri Uygun olduğunda da onlardan alıp yolculuk yapabiliyorlar. Tabii bizim de artımız oldu, Bu sistem olmadan İzmir'den Düzce'ye gelirken Düzce yolcusu seni tercih ediyor, ya da Zonguldak yolcusu tercih ediyor. Ama bu sisteme girdikten sonra, İzmir'den Bursa'ya İzmir'den Sakarya'ya Yalova'ya bu tarz yolcuları da aldık daha önce bizimle yolculuk yapmamış olanları. Tabii indi bindi dediğimiz bu olay otobüsçünün biraz daha maliyet yükünü azalttı. Tabii ki teknoloji kullanımı ile biraz personel sayımız azaldı, çalışan personelimizin yükü azaldı hafifledi. Telefon haricinde bilet satmak artık çok basit, sadece bilgilerinizi vererek rezervasyon yapmanız çok basit. Teknoloji ile beraber tabii ki personel sayımızda da on kişi çalışıyorsa sekiz kişi çalışıyoruz artık. Eskiye dönüp bakarsak da otobüsçülük bir aşk işi otobüsçülük öyle kolay yapılan bir iş değil. Sevmeyen birine hizmet verdiremezsiniz, seveceksiniz bu işi. Toparlamak gerekirse, teknoloji açısından da şirket içinde rahatlık çalışan için de rahatlık iyi ki sistem bu hale geldi. Yönetimsel anlamda da kaç tane o gün yolcu taşımışsın ne yapmışsın tek ekrandan her şeyi görebiliyorsun eskiden bu kadar rahat göremiyordun kontrol edemiyordun. Eskiye göre muhasebe İşimiz daha az.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Teknolojik değişimlerin 2000'li yılların başında hız kazanmasıyla birlikte birçok sektör, eğitim, sağlık, satış gibi etkilenebilmektedir. Bu doğrultuda turizm alanında da çeşitli değişimler yaşanmış ve yeniliklerle tanışılmıştır. Otel içi mobil uygulamalar, seyahatlerde çevrim içi biletleme ve çevrim içi rezervasyon gibi imkânlar sunulmaktadır. Turizm alanında yer alan işletmelerin büyüklüğü ve küçüklüğü ne olursa olsun bu değişime ayak uydurmak zorunda kalmışlardır. Çalışma çerçevesinde Düzce ilinde yer alan Düzce Güven otobüs firmasının kurulduğu dönemden bu yana yaşadığı teknoloji tabanlı değişimler, zorluklar ve yeniliklere karşı deneyimleri incelenmiştir. Ayrıca bu değişimlere karşı teknoloji kabul modeli davranışlarını incelemek temel amaçlarımız arasında yer almaktadır.

Firma ortaklarından Metin Küçük ile yapılan otobüs firmasının önemli bir faktörünün yeniliklere açık olmanın altını bizlere çizmektedir. Firma donanımı olarak; *...yolcu kaybetmeyi hiç sevmeyen bir firmayız. O yüzden Rekabet ne olursa olsun, işte araç içi televizyon, koltuk artık arkası televizyon 2005 yılında başladı, biz de buna hemen adapte olduk. Açıklaması ile teknoloji tabanlı değişimleri bünyelerine katmak sektör rekabeti için de önemli olduğunu gözler önüne sermektedir. Fiziksel değişimler olduğu kadar teknolojik donanımların işletmelerde yer alması, ticari yaşamları açısından gerekli bir hal aldığı görülmektedir.*

Teknolojinin hızla gelişmesi sadece donanımsal anlamda, televizyon, cep telefonu gibi dijital aygıtların ortaya çıkmasını değil, beraberinde yazılım boyutunu da insanların yaşamlarına adapte etmektedir. Bu doğrultuda çeşitli sektörlerde ihtiyaçlarına göre bu değişimlere uyum sağlamaktadırlar. Turizm sektöründe yer alan otobüs firmasının da bu değişimi; *...kalem kâğıtlardan not almaldan tabii ki herkes kurtuldu biz de kurtulduk. Bilgisayar ortamına tüm sektörler nasıl geçtiyse, sadece bizde olmadı şu anda her yerde bilgisayar var, mağazacılık sektörüne gidin orada da bilgisayar var. Nasıl yazar kasa fiş veriyorsa aynı iş bize de geçti, biletlerini bilgisayardan internet üzerinden vermeye başladık.* Olarak aktarmaktadır.

Yaşanan bu teknolojik değişim sürecinde teknolojiyi kabul etme durumlarında yaşanan değişik davranış şekillerinin yer aldığı çalışma kapsamında elde edilmiştir. *...Şu anda %80'e yakın vatandaşımız özellikle genç 18- 50 yaş arası tamamı ile internet kullanıyor. Gelip de burada teyzelerimiz, nenelerimiz 75-80 yaşında onlar gelip de bizden bilet alıyor fiziksel olarak. Diğerleri hep internetten aşırı şekilde vatandaşımızın çoğu Düzce Güven sitesinden hemen girip biletini alıyor, hem de uygun bilet alıyor internetten....* Yapılan açıklama doğrultusunda algılanan kullanım kolaylığının teknoloji kabul sürecindeki önemini çevrim içi bilet satın alma sürecinde yaş farkının etkin rol oynadığını görmekteyiz. Değişen yaşam şartlarında köklü alışkanlıklarımızdan uzaklaşmak belirli yaş gruplarında zor olurken genç nesilde daha hızlı adapte olunduğu görülmektedir (Özdemir ve Aykaç, 2019). Çalışmada genç bireylerin teknoloji tabanlı mobil uygulama kullanımında daha aktif olduklarını dile getirmiştir. Bu açıdan bakıldığında çalışmamızı destekler nitelikte bir çalışma olarak yer almaktadır. Elde ettiğimiz sonuçla doğru orantılı olarak, Çetinsöz, (2015) tarafından yapılan çalışmada, kullanıcıların çevrimiçi satın alma davranışlarını etkileyen bir unsur olarak teknolojiye karşı tutumla ilişkili olduğunu dile getirmektedir.

Değişimlerle birlikte yaşanan gelişmeler kolaylık sağlarken bir yandan da firma maliyetlerini düşürdüğünü ve hizmet sunma adına daha efektif bir hal alındığını çalışma kapsamında saptanmıştır. *...Kesinlikle teknolojinin olumlu çok katkısı oldu, şimdi nerede yazma ile çizme ile kalemle bilet satmalar? Şimdiki sistem tamamen kolay, iyi ki geçilmiş bu sisteme...* Teknoloji kabul sürecinde değişkenlerden bir diğeri olan kullanım kolaylığı, personelin sistemi kullanmasının klasik işleyişine göre daha kolay olduğunu göstermiştir. Salwan, vd.,(2000) tarafından yapılan çalışmada örgütlerin teknolojik alt yapıya ve teknoloji kabulüne etkisini olduğu dile getirilmektedir. Çalışmayı destekler nitelikte olarak firmanın bu teknolojiyi kolay bulup yenilenmesi bulgusuyla örtüşmektedir.

Teknolojinin gelişmesiyle olumlu yönlerinin olduğu kadar olumsuz durumların yer aldığı düşünülmektedir. Bu açıdan bakıldığında çevrim içi rezervasyon sistemine geçişte az insan teması olmasına karşın kişisel bilgilerin verilmesi bireyleri güvensiz hissettirmektedir. *....Yaşanan sıkıntılar açısından da ters istikamete bilet alanlar oluyor, teyzeler genelde fiziksel biletin nerede olduğunu bizlere soruyor. Telefonunuza mesaj gelecek artık sistem bu şekilde diyoruz bunu yadırgıyorlar. Artık tamamen kâğıt olayı ortadan kalktı vatandaşın telefonuna mesaj geliyor böyle zorlukları var. Türkiye Cumhuriyeti (T.C.) kimlik numarasını vermek istemeyenler çok oluyor sana niye kimlik numaramı vereyim? Ne yapacaksın kimliğimi? Doktor musun polis misin gibi bu tarzda şeyler duyuyoruz. Tabii ki eskilerin firması 25 senelik firma, güvensizlikten değil ama vermek istemiyorlar....* Bu olumsuz durum da teknoloji kabul davranışı için bir direniş ortaya koymaktadır.

Firmanın bilet satışlarının sunduğu verilere göre de yüksek seviyede çevrimiçi biletleme sisteminden faydalandığı görülmektedir. *...Ama iyi ki böyle bir şeyi teknolojiyi hayatımıza sokmuşuz, vatandaş şimdi peronunu saatini her şeyini biliyor seyahati yapan için bir sıkıntı yok. Özellikle İstanbul için demiyorum Düzce-Ankara, Ankara-Düzce arası %100'e vardı şu an internet kullanımı. İnterneti açık koltuk sayısı 40, bunların 38 tanesi dolu. Ankara-Zonguldak Ereğli arabasında da durum böyle, 40 kişilik arabada 3-4 kişi fiziksel bilet alıyor...*

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte sektörel bazda ticari bir rekabet oluşturduğu da çalışmada yapılan görüşmede elde edilmiştir. Bu doğrultuda, *....bilet satışlarımızı internet tabii bu arada arttırdı ama kötü tarafı olarak da tamamen bir rekabet ortamı yarattı. Vatandaş sadece Düzce Güven sistemi ile karşılaşmıyor internette, En uygun bilet denilen sistem var o-bilet denilen sistem var Nereden Nereye diye bir sistem var, orada rekabeti görüyoruz. İşte Esenler 'den Düzce'ye bir bakıyor kırk tane firma var, yine de onun içinden sevdiği bildiği firmayı alıyor tabii. Bunu yanında tabii her yere giren firma da var, ucuzu da var, pahalısı da*

var, bütçesine göre bu da tabii avantaj da olabiliyor yolcu için. İnternet avantajlı tabii yine vatandaş dediğim gibi bildiği firmadan bilet alıyor. Firma bünyesinde de teknolojiyi kabul ederek, teknolojinin sunduğu avantaj ve dezavantajlarından faydalanmaktadırlar.

Çalışma kapsamında teknoloji kabul davranışının, hem firma hem de yolcular açısından avantajları ve dezavantajları ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Teknoloji gelişimi ile klasik ticari davranışların yanı sıra tüketicilerin de alışkanlıkları değişmektedir. Bu değişim çerçevesinde daha kolay bir yaşam sunduğu, maliyetleri düşürdüğü görülmektedir. Teknoloji kabul davranışlarının ise yaş farklılığı göz önünde bulundurularak çeşitlilik gösterdiği yine çalışma içerisinde keşfedilmiştir.

Kısıtlar ve Gelecekteki Çalışmalar

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen görüşmenin dar bir zaman çerçevesinde yapılmış olması, çalışmanın kısıtları arasında yer almaktadır. Ayrıca iş yoğunluğundan dolayı firmada yer alan diğer yöneticilerle de görüşmelerin yapılmasına engel olmuştur. Gelecek çalışmalar için konunun hem hizmet sağlayıcılar hem de kullanıcılar açısından inceleme yapılması adına yolcularla da görüşmeler yapılarak çıkan sonuçlar karşılaştırılmalıdır. Ek olarak yürütülen çalışma sonrasında sonuçların işletme yönetim ekibiyle paylaşarak yaşanan teknolojik gelişmelere uyumu kolaylaştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Agrawal, K. (2013) "Knowledge management", *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, vol. 1, no. 7, pp. 451–456.
- Akçalı, A. A., ve Aslan, E. (2012). Tarih öğretiminin iyileştirilmesi yolunda alternatif bir yöntem: Sözlü tarih. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 20(2), 669-688.
- Amaro, S., Duarte, P., (2015). An integrative model of consumers' intentions to purchase travel Oline. *Tourism Management*. 46, 64–79.
- Avcı, A. ve Aslan, E. (2012). Tarih Öğretiminin İyileştirilmesi Yolunda Alternatif Bir Yöntem: Sözlü Tarih, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 20(2), 669- 688
- Casaló, L.V., Flavián, C., Guinaliu, M., (2010). Determinants of the intention to participate in firm-hosted online travel communities and effects on consumer behavioral intentions. *Tourism Management*. 31, 898–911.
- Çetinsöz, B. (2015). Yerli Turistlerin E-Satin Alma Eğilimlerinin Teknoloji Kabul Modelinde Analizi (Tkm). *Elektronik sosyal bilimler dergisi*, 14(53), 242-258.
- Davis, F. (1989). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New and User Information Systems: Theory and Results, Doctoral Dissertation, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA
- Dikeçligil, B. (1997). "Bir Analiz Modeli Denemesi: "Sosyal Yapı" ve "Toplumsal Yapı". *Yeni Türkiye-Türk Dünyası Özel Sayı*, II, s.647-665.
- Dogan, Y. (2015). How should an efficient oral history interview process be conducted according to the views of pre-service teachers? *Educational Research and Reviews*,10 (8) pp.1097-1108.
- Fishbein, M. ve Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research Reading. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.
- Herrero, Á., ve Martín, S.H. (2012). Developing and testing a global model to explain the adoption of websites by users in rural tourism accommodations. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1178-1186.
- Hsu, C.L., Lu, H.P., (2004). Why do people on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience. *Information and Management* 41, 853–868.
- Kabapınar, Y. ve İncegöl, S. (2016). Değişim ve Süreklilik Bağlamında Oyun ve Oyuncağa Bakmak: Bir sözlü tarih çalışması, *Turkish History Education Journal*, Spring 2016, 5(1), ss.74-96
- Kim, D.J., Ferrin, D.L., Rao, H.R., (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: the role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decis. Support Syst.* 44 (2), 544–564.

- Morosan, C., (2012). Theoretical and empirical considerations of guests' perceptions of biometric systems in hotels: extending the technology acceptance model. *J. Hospitality Tourism Res.* 36 (1), 52–84.
- Neyzi, L. (1996). *İstanbul'da hatırlamak ve unutmak birey, bellek ve aidiyet*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt.
- Özdemir, Ö., and Aykaç, E. "Teknoloji Kabul Modeli Ve Turizm." *Rekreasyon Ve Turizm Araştırmaları*: 31.
- Salwani, M. I., Marthandan, G., Norzaidi, M. D. and Chong, S. C. (2009). E-commerce usage and business performance in the Malaysian tourism sector: Empirical analysis, *Information Management and Computer Security*, 17 (2), 166–185
- Thompson, P. (1999). *Geçmişin Sesi: Sözlü Tarih, Çeviri: Şehnaz Layikel*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 1999, 18.
- Thompson, P. (1999). *Geçmişin sesi: Sözlü tarih*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Venkatesh, V., (2000). Determinants of perceived ease of use: integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model. *Information Systems Research* 11 (4), 342–365.
- Yıldırım A., Simsek H. (2006) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi