

Dijitalleşmenin fitness sektöründe getirdiği yenilikler ve bu yeniliklere işletmecilerin bakış açısı

Uğur İNCE¹ , Fatih Harun TURHAN² 

¹Harran Üniversitesi, Mehmet Arabacı Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Şanlıurfa, Türkiye

²Karabük Üniversitesi, Hasan Doğan Spor Bilimleri Fakültesi, Karabük, Türkiye

Araştırma Makalesi/Research Article		DOI: 10.70736/ijoess.1781
Gönderi Tarihi/ Received:	Kabul Tarihi/ Accepted:	Online Yayın Tarihi/ Published:
24.06.2025	13.09.2025	15.09.2025

Öz

Bu çalışma, fitness sektörü özelinde dijital teknolojilerin benimsenme sürecini Teknoloji Kabul Modeli (TAM) ve Birleşik Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi (UTAUT) çerçevesinde incelemeyi amaçlamaktadır. Dijitalleşmenin yalnızca teknik değil; kültürel, sosyal ve stratejik boyutlarıyla da değerlendirildiği bu çalışmada, kullanıcı deneyimi, rekabet baskısı ve gelecek teknolojilere yönelik algılar temel değişkenler olarak ele alınmıştır. Çalışma, nitel bir araştırma deseniyle yapılandırılmış ve Türkiye’de faaliyet gösteren altı farklı özel fitness merkezi işletmecisi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Veriler tematik analiz yöntemiyle çözümlenmiş, kodlama süreci manuel ve dijital yazılımlar (MaxQDA, ChatGPT) ile desteklenmiştir. Analiz sonucunda dokuz ana tema ve on altı alt tema ortaya çıkarılmıştır. Katılımcılar, dijital sistemlerin zaman kazancı ve operasyonel kolaylık sağladığını belirtmiş; ancak personel eğitimi, finansal yük, müşteri ile duygusal bağ gibi faktörlerin süreci zorlaştırdığını vurgulamıştır. Ayrıca, sosyal etkinin rekabet ortamı ve gözleme dayalı olarak şekillendiği görülmüş; yapay zekâ gibi ileri teknolojilere dair gelecek öngörülerini dikkat çekmiştir. Sonuç olarak, TAM ve UTAUT modelleri fitness sektörü bağlamında geçerli bulgular sunsa da duygusal deneyim, müşteri sadakati ve örgütsel destek gibi değişkenlerin entegrasyonu önerilmektedir. Çalışmada, dijital dönüşümün başarılı olabilmesi için teknik altyapının yanı sıra personel eğitimi, yönetim desteği ve müşteriyle kurulan duygusal bağın korunması gerektiği vurgulanmaktadır. Ayrıca, fitness sektörü gibi hizmet odaklı alanlara özel rehberlerin geliştirilmesi, devlet desteklerinin artırılması ve klasik teknoloji kabul modellerinin duygusal ve örgütsel faktörlerle genişletilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital dönüşüm, Fitness sektörü, Müşteri deneyimi, TAM ve UTAUT, Teknoloji kabulu

The innovations brought by digitalization in the fitness sector and business owners perspectives on these innovations

Abstract

This study aims to examine the adoption process of digital technologies in the fitness sector within the framework of the Technology Acceptance Model (TAM) and the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Beyond its technical dimensions, digitalization is also evaluated through cultural, social, and strategic lenses. Key variables explored in the study include user experience, competitive pressure, and perceptions of future technologies. The research employs a qualitative design, utilizing semi-structured interviews with managers of six private fitness centers operating in Turkey. Data were analyzed using thematic analysis, and the coding process was supported by both manual techniques and digital tools (MaxQDA, ChatGPT). The analysis revealed nine main themes and sixteen sub-themes. Participants emphasized that digital systems offer time savings and operational convenience; however, they also highlighted challenges such as staff training, financial burdens, and the difficulty of maintaining emotional bonds with clients. Additionally, it was observed that social influence is shaped by competition and observational learning, while projections regarding advanced technologies such as artificial intelligence drew particular attention. Although TAM and UTAUT provided valid insights in the context of the fitness industry, the integration of variables such as emotional experience, customer loyalty, and organizational support is recommended. The findings underscore that successful digital transformation requires not only robust technical infrastructure but also comprehensive staff training, managerial backing, and the preservation of emotional connections with clients. Furthermore, the study suggests developing sector-specific guidelines for service-oriented domains like the fitness industry, increasing governmental support, and expanding classical technology acceptance models by incorporating emotional and organizational factors.

Keywords: Digital transformation, Fitness sector, Customer experience, TAM and UTAUT, Technology acceptance

Sorumlu Yazar/ Corresponded Author: Uğur İNCE, E-posta/ e-mail: ugurince@harran.edu.tr

GİRİŞ

Dijitalleşme çağında teknoloji, iş süreçlerinin doğasını dönüştürmekte ve geleneksel sektörleri yeniden şekillendirmektedir. Bu dönüşüm, yalnızca üretim ve sanayi alanlarında değil; aynı zamanda hizmet sektörlerinde de derin etkiler yaratmaktadır. Fitness sektörü gibi yoğun insani etkileşim içeren hizmet alanlarında teknoloji kullanımı hem operasyonel süreçleri optimize etmekte hem de müşteri deneyimini dönüştürmektedir (Jäntti & Hyvarinen, 2018; García-Fernández ve ark., 2022; Molchanova, 2023; Nikougoftar ve ark., 2025). Ancak bu süreç, sadece teknolojik bir adaptasyon değil; aynı zamanda kültürel, yönetsel ve sosyal bir dönüşüm süreci olarak da değerlendirilmelidir. Bu bağlamda, teknoloji kabul davranışlarının derinlemesine anlaşılması, sektörel dijital dönüşüm stratejilerinin başarısı açısından kritik bir öneme sahiptir (Deep, 2023; Sanguineti & Maran, 2024; Benelli ve ark., 2024).

Teknoloji kabulü üzerine yapılan araştırmaların büyük çoğunluğu, kullanıcıların teknolojiyi benimseme niyetlerini açıklamak amacıyla çeşitli kuramsal modeller geliştirmiştir. Bu bağlamda, Davis (1989) tarafından geliştirilen Teknoloji Kabul Modeli (TAM) ve Venkatesh ve arkadaşları (2003) tarafından geliştirilen Birleşik Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi (UTAUT), bireylerin bilgi teknolojilerini kullanma davranışlarını öngörmede en yaygın kullanılan çerçevelerdendir. TAM modeli, kullanıcıların teknolojiye yönelik algılanan kullanışlılık ve kullanım kolaylığı üzerinden davranışsal niyetlerini şekillendirdiğini ileri sürerken; UTAUT modeli, performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı koşullar gibi daha geniş değişkenleri bünyesinde barındırarak teknoloji kabulünü çok yönlü olarak analiz etmektedir (Venkatesh ve ark., 2003; Ammenwerth, 2019; Turhan 2023). Bu modellerin başarısı birçok sektörde kanıtlanmış olmakla birlikte, hizmet sektörü gibi yüksek düzeyde bireysel etkileşim gerektiren alanlarda teknoloji kabulünün farklılaşabileceği yönünde eleştiriler de mevcuttur. Özellikle fitness sektörü gibi müşteri sadakati, birebir iletişim ve deneyimsel hizmet kalitesinin ön planda olduğu alanlarda, teknolojik adaptasyon yalnızca fonksiyonel fayda değil, aynı zamanda duygusal ve sosyal boyutları da kapsamaktadır (Kim & Kang, 2023). Bu nedenle, mevcut kuramların fitness sektörü bağlamında geçerliliğinin incelenmesi, sektöre özgü teknoloji kabul dinamiklerinin anlaşılması açısından büyük önem taşımaktadır.

Son yıllarda fitness merkezleri, üye takip sistemleri, mobil uygulamalar, yapay zekâ destekli antrenman analizleri ve çevrim içi koçluk gibi dijital çözümlerle hizmet sunum süreçlerini dönüştürmektedir. COVID-19 pandemisi sonrası ortaya çıkan temassız hizmet ihtiyacı, bu dijital dönüşüm sürecini daha da hızlandırmıştır (Shahi & Sinha, 2020). Bununla

birlikte, dijitalleşmenin benimsenme süreci tüm işletmelerde aynı şekilde ilerlememekte, özellikle küçük ve orta ölçekli fitness işletmeleri çeşitli teknik, finansal ve kültürel engellerle karşılaşmaktadır (Ndubueze ve ark., 2024). Bu durum, teknoloji kabulünün sadece bireysel algılarla değil, aynı zamanda örgütsel yapılar, rekabet stratejileri ve müşteri ilişkileri gibi çok katmanlı faktörlerle şekillendiğini göstermektedir (Berger & Martin, 2007; Maruping ve ark., 2008; Singh ve ark., 2024; Çelikel ve ark., 2025).

Dijitalleşmenin fitness sektörü özelinde benimsenmesinde etkili olan bir diğer önemli faktör de sosyal çevredir. UTAUT modelinde yer alan "sosyal etki" değişkeni, bireylerin önemli referans kişileri ya da sektör liderlerinden etkilenecek teknoloji kullanma niyeti geliştirdiklerini öne sürmektedir (Venkatesh ve ark., 2003). Ancak bu etki, fitness sektörü gibi rekabetin yoğun olduğu alanlarda doğrudan bir sosyal baskıdan ziyade, diğer işletmelerin stratejilerini gözlemleyerek çıkarım yapma ve stratejik uyum sağlama yönünde şekillenebilmektedir (Rautiainen, 2017). Bu durum, sosyal etkinin sektörel bağlama göre değişebileceğini ve bu nedenle klasik modellerin esnek biçimde yorumlanması gerektiğini ortaya koymaktadır. Öte yandan, müşteri deneyimi ve sadakat gibi unsurlar da dijitalleşme süreçlerinde önemli rol oynamaktadır. Özellikle fitness hizmetlerinin kişisel ve duygusal yönü, teknolojik arayüzler yoluyla tam anlamıyla aktarılamayabilir. Katılımcıların, teknolojik uygulamaların birebir iletişimi zayıflatabileceği ve müşteri ile kurulan duygusal bağın zarar görebileceği yönündeki kaygıları, TAM ve UTAUT gibi modellerin sınırlılıklarını gözler önüne sermektedir (Shachak ve ark., 2019; Kim & Kang, 2023). Sadakat yalnızca işlevsellikten değil, kişiselleştirilmiş hizmet deneyiminden de etkilenmektedir.

Bu çalışmanın diğer bir önemli katkısı, geleceğe yönelik teknolojik öngörülerin değerlendirilmesidir. Katılımcıların büyük bir kısmı, yapay zekâ tabanlı koçluk sistemleri, hareket analiz cihazları ve metaverse gibi teknolojilerin fitness eğitmenlerinin rollerini dönüştürebileceğini ifade etmiştir. Bu tür teknolojik eğilimler, mevcut kabul modellerinin öngördüğü “performans beklentisi” kavramını aşmakta ve daha geniş çaplı sektörel dönüşüm dinamiklerini gündeme getirmektedir (İsmail ve ark., 2024). Dolayısıyla, bu yeni teknolojilerin sektörde nasıl konumlandığını ve hangi faktörlerin benimsenmelerini etkilediğini anlamak, sektörün dijital geleceğini öngörebilmek açısından kritik bir araştırma sorusudur. Bu bağlamda, işletmecilerin teknolojiye karşı tutumları, müşteri deneyimi ile kurulan duygusal bağ ve gelecek teknolojilere dair vizyonları, dijitalleşmenin yalnızca teknik değil; kültürel, sosyal ve stratejik boyutlarını da içeren kapsamlı bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren özel fitness merkezi işletmecilerinin dijital teknolojilere yönelik algılarını, tutumlarını ve deneyimlerini TAM ve UTAUT modelleri çerçevesinde incelemeyi amaçlamaktadır. Başka bir ifadeyle, fitness merkezlerinin dijital teknolojilere yönelik algı düzeyleri sorgulanırken, bu durum TAM ve UTAUT modelleri çerçevesinde yorumlanmaya çalışılmıştır. Bu yönüyle çalışma, hem akademik literatüre katkı sunmakta hem de uygulayıcılara yönelik pratik öneriler geliştirme potansiyeline sahiptir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Teknoloji kullanımının iş süreçlerine entegrasyonu, yalnızca teknik uyum sağlamakla sınırlı kalmayıp bireysel, örgütsel ve sosyal faktörlerin etkileşimini de içeren çok boyutlu bir dönüşüm sürecidir. Bu dönüşüm özellikle hizmet sektörlerinde, kullanıcıların teknolojiye yönelik algıları ve deneyimlerinin, teknolojinin benimsenmesinde belirleyici hale gelmesine yol açmaktadır (Kim & Kang, 2023). Bu nedenle, kullanıcı davranışlarını açıklamaya yönelik kuramsal modeller, dijital teknolojilerin sahada nasıl karşılandığını anlamak açısından güçlü bir çerçeve sunar.

Teknoloji Kabul Modeli (TAM)

Dijitalleşmenin kullanıcılar nezdindeki kabul sürecini anlamaya yönelik ilk sistematik yaklaşımlardan biri olan Teknoloji Kabul Modeli (TAM), bireylerin bir teknolojiyi benimseme eğilimlerini, teknolojinin ne kadar kullanışlı ve ne kadar kolay kullanılabilir olduğuna dair algılarına dayandırır (Davis, 1989). Özellikle işlevsellik ve kullanım kolaylığına yönelik algıların, bireylerin davranışsal niyetleri üzerinde güçlü bir etkisi olduğu gösterilmiştir (Ammenwerth, 2019).

TAM modelin, fitness sektörü gibi hizmet yoğun sektörlerde uygulanabilirliğine dair ilgi, dijital sistemlerin kullanımına dair bireysel fayda beklentisinin belirgin olduğu bulgularla desteklenmektedir. İşletmeler, dijital araçlar sayesinde zaman kazancı, iş yükü azalması ve müşteri takibi gibi faydalar elde ettikçe bu araçlara yönelik olumlu tutum geliştirmektedirler (Kim & Kang, 2023).

Birleşik Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi (UTAUT)

Zamanla geliştirilen ve TAM’ın sınırlılıklarını aşmayı hedefleyen Birleşik Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi (UTAUT), teknoloji kabulünü yalnızca bireysel algılara değil; performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı koşullar gibi daha kapsamlı değişkenlerle açıklamaktadır (Venkatesh ve ark., 2003). Bu yaklaşım, özellikle dijitalleşmenin

sadece teknik değil, aynı zamanda sosyal ve yönetsel bir süreç olduğunu ortaya koymak açısından önemlidir.

UTAUT'un sunduğu çok katmanlı yapı, özellikle rekabetçi sektörlerde işletmecilerin yalnızca fayda odaklı değil, çevresel etkiler ve stratejik gözlem yoluyla da dijitalleşmeye yöneldiğini göstermektedir (Rautiainen, 2017). Fitness işletmecilerinin dijital çözümleri değerlendirme sürecinde, rakiplerin adımlarını takip etme, müşteri taleplerini göz önünde bulundurma ve dışsal teknik destek alma gibi çok yönlü faktörler belirleyici olmaktadır (Ndubueze ve ark., 2024).

Bu çalışmada söz konusu iki modelin kullanılması, teknoloji kabulünün sadece bireysel fayda ve kolaylık algısıyla değil; aynı zamanda rekabet ortamı, sosyal gözlem, işletme kültürü ve destekleyici koşullar gibi daha geniş bir yelpazede ele alınmasını sağlamaktadır. Bu yönüyle TAM ve UTAUT, fitness sektöründeki dijital dönüşüm süreçlerini çok boyutlu olarak analiz etme imkânı sunmaktadır (Shachak ve ark., 2019; İsmail ve ark., 2024).

YÖNTEM

Araştırma deseni

Bu çalışma, fitness merkezlerinde faaliyet gösteren işletmecilerin teknoloji kabulüne ilişkin algılarını, tutumlarını ve deneyimlerini anlamayı amaçlayan nitel bir araştırmadır. Araştırma, Teknoloji Kabul Modeli (TAM) ve Birleşik Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi (UTAUT) temel alınarak yapılandırılmıştır. Bu teorik çerçeveler, bireylerin teknolojiyi benimseme süreçlerini açıklamada yaygın olarak kullanılan kuramsal modellerdir. Nitel desen, katılımcıların bireysel görüşlerini derinlemesine ortaya koymak amacıyla tercih edilmiştir.

Katılımcılar

Araştırma verileri, Türkiye'de faaliyet gösteren 6 farklı özel fitness merkezinin işletmecilerinden elde edilmiştir. Araştırmada katılımcılar tarafından verilen cevaplar kendini tekrarladığı için veri toplama süreci sonlandırılmıştır. Katılımcılar, amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilmiştir; teknoloji kullanımı bulunan ve yönetsel sorumluluğa sahip bireyler çalışmaya dahil edilmiştir. Bu örneklem, bilinçli katılım esasına göre belirlenmiş, katılımcılardan yazılı onam alınmıştır. Her bir katılımcının işletmesi farklı coğrafi konum ve ölçeklerde faaliyet göstermektedir. Örneklem sayısı, veri doygunluğu ilkesine göre sınırlandırılmıştır.

Veri toplama aracı ve süreci

Veriler, araştırma amacı doğrultusunda geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla toplanmıştır. Görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiş, sesli kayıt altına alınmış ve

yazılı transkriptlere dönüştürülmüştür. Her görüşme ortalama 30–45 dakika sürmüştür. Elde edilen görüşme kayıtları ise transkriptlere dönüştürülürken, ortalama bin kelimelik (katılımcı başına) bir veri seti ortaya çıkmıştır. Tüm verilerin toplanması yaklaşık 2 hafta sürmüş ve veriler fitness merkezlerin kendi sahasında toplandığı için araştırmacıların yerinde gözlem yapma ve görüşme sırasında katılımcıların duygu durumlarını gözlemlene fırsatları olmuştur.

İçerik geçerliliği değerlendirme

Bu araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formunun içerik geçerliliği, uzman görüşlerine dayalı olarak değerlendirilmiştir. Görüşme formundaki her bir soru, “1 = Uygun Değil” ile “4 = Çok Uygun” arasında derecelendirilecek şekilde hazırlanmış bir form aracılığıyla üç alan uzmanına (spor yönetimi, eğitim teknolojileri ve iletişim bilimleri alanlarından) sunulmuştur. Her uzmandan, her bir sorunun araştırma amacına uygunluğu ve teorik kapsayıcılığı açısından değerlendirme yapmaları istenmiştir.

Elde edilen puanlar doğrultusunda her madde için I-CVI (Item-Level Content Validity Index) değerleri hesaplanmış; bu oranlar, her soruya 3 veya 4 puan veren uzmanların toplam uzman sayısına oranlanmasıyla elde edilmiştir. Hesaplamalar sonucunda maddelerin I-CVI değerlerinin 0.66 ile 1.00 arasında değiştiği ve 5 maddenin maksimum değer olan 1.00 düzeyine ulaştığı görülmüştür.

Formun bütününe ilişkin içerik geçerliliğini göstermek amacıyla ayrıca S-CVI/Ave (Scale-Level Content Validity Index/Average) değeri hesaplanmış ve bu değer 0.90 olarak bulunmuştur. Bu oran, uluslararası literatürde kabul edilen minimum eşik olan 0.80’in üzerindedir (Polit & Beck, 2006), dolayısıyla görüşme formunun içerik geçerliliğinin yüksek düzeyde olduğu söylenebilir. Ayrıca, görüşme formu önceden kabul görmüş kuramsal modeller (UTAUT ve TAM) çerçevesinde yapılandırıldığından, içerik geçerliliği hem teorik hem de uzman görüşlerine dayalı olarak desteklenmiştir.

Etik ilkeler

Bu çalışma etik ilkelere uygun şekilde yürütülmüştür. Katılımcılara araştırmanın amacı açıklanmış, gönüllülük esasına dayalı katılım sağlanmıştır. Görüşmelerin sesli kaydı için yazılı izin alınmış, katılımcıların ve işletmelerin kimlikleri gizli tutulmuştur. Araştırma başlamadan önce Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu, 21.04.2025 tarihli ve E-78977401-050.04-437227 sayılı karar numarası ile etik kurul onayı alınmıştır.

Tablo 1. Kodlama süreci ve etiği

Süreç Bileşeni	Açıklama
Kodlama Yöntemi	Kodlama işlemleri, araştırmacılar tarafından manuel olarak yürütülmüş ve MaxQDA yazılımı ile desteklenmiştir.
Yapay Zekâ Desteği	Kodlama sürecinde ChatGPT-4 (OpenAI) modeli, yardımcı analist olarak kullanılmıştır. Temaların kontrolü, içerik sentezi ve örnek ifade eşleştirmelerinde görev almıştır.
İş Bölümü	GPT, tematik yapı önerileri, kod kümelenendirme ve yorumlama süreçlerinde araştırmacılara destek olmuş; nihai analiz kararları araştırmacı tarafından verilmiştir.
Güvenirlilik Sağlama	Kodlamalar, 3 farklı araştırmacı tarafından ayrı ayrı oluşturulmuş, araştırmacılar tarafından tekrar gözden geçirilmiş, ortak temalar arası tutarlılık kontrolü sağlanmış ve veri kaynakları karşılaştırılarak analiz güvenliği artırılmıştır.
Etik Bilgilendirme	Yapay zekâ desteği yalnızca analiz sürecine yardımcı olarak kullanılmıştır; veri toplama ve yorumlama sorumluluğu araştırmacılara aittir.

Veri analizi

Elde edilen veriler, tematik analiz yöntemi ile çözümlenmiştir (Braun & Clarke, 2006). Analiz sürecinde öncelikle veriler dikkatli okunarak ön kodlamalar yapılmıştır. Anlamlı veri parçaları kodlara dönüştürülerek, kodlar gruplandırılmış ve temalar oluşturulmuştur. Ortaya çıkan temaların kuramsal çerçeve ile ilişkilendirilmiş ve örnek katılımcı ifadeleriyle temalar desteklenmiştir. Kodlama işlemleri elle ve dijital yazılım desteğiyle (MaxQDA) gerçekleştirilmiştir. Kodlama sürecinin güvenirliliği, araştırmacılar arası karşılaştırmalar ve veri kaynağı çeşitliliğiyle artırılmıştır.

Kodlama işlemleri, araştırmanın birincil yazarı tarafından manuel olarak yürütülmüş, ayrıca dijital ortamda destekleyici nitel analiz yazılımları (MaxQDA) ve yapay zekâ destekli içerik analiz aracı (ChatGPT-4, OpenAI) ile de desteklenmiştir. Yapay zekâ desteği, kodların tutarlılığını kontrol etme ve örnek katılımcı ifadeleriyle bulguları zenginleştirme amacıyla kullanılmıştır. Katılımcılardan gelen yanıtlardan oluşturulan temalar her bir uzman tarafından ayrı ayrı oluşturulmuş ve tüm veri seti (kodlama ve temalar) Chat-GPT' ye aktararak tutarlılıkları sorulmuş ve uzmanların üzerinde hemfikir oldukları temalar kabul edilmiştir. Ayrıca temalarda kullanılan kodlama sürecinde nihai kararlar araştırmacılar tarafından verilmiş; GPT, yardımcı analist olarak görev almıştır. Bu süreçte, araştırmacı-yapay zekâ iş birliği, içerik geçerliliğini güçlendirmiş, yorumların kapsamını artırmış ve analitik çeşitliliğe katkı sağlamıştır. Kodlama güvenirliliği ise araştırmacı tarafından yürütülen çapraz kontrol, çoklu veri kaynağı kullanımı ve temalar arası karşılaştırmalarla sağlanmıştır. Toplamda 9 Tema ve 16 alt tema/kod oluşturularak çalışmanın bulguları şekillenmiştir.



Şekil 1. Katılımcı yanıtları kelime bulutu

BULGULAR

Görüşmelerden elde edilen veriler, Teknoloji Kabul Modeli (TAM) ve UTAUT çerçevesinde katılımcıların teknolojiye ilişkin algı, tutum ve deneyimlerini yansıtan “Algılanan Kullanışlılık, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Davranışsal Niyet, Performans Beklentisi, Çaba Beklentisi, Sosyal Etki, Kolaylaştırıcı Koşullar, Müşteri Deneyimi ve Sadakat, Gelecek Öngörüler” temaları altında analiz edilmiştir. Her tema, katılımcı ifadeleriyle desteklenmiş ve yorumlanmıştır. Her tema için örnek katılımcı ifadeleri ve yorumlara analiz tablosunda yer verilmiştir.

Tablo 2. Tema ve alt temalar ile ilgili bulgular

Tema	Alt Tema / Kod	Katılımcı Örnek İfadesi	Yorum	Katılımcı
Algılanan Kullanışlılık	Zaman tasarrufu ve otomatik takip	“manuel sistemde yazmak lazım... bu teknoloji vasıtasıyla artık gerek kalmıyor.”	Katılımcılar, teknoloji kullanımının iş sürecini otomatize ederek zaman kazandırdığını ifade ediyor.	Fitness 1, Fitness 2, Fitness 3, Fitness 4, Fitness 5
	Rakiplerin dijitalleşmesiyle tetiklenme	“mecbur bir adım atınca biz de iki adım atmaya çalışıyoruz.”	Katılımcılar, rekabetin dijital dönüşüm sürecine doğrudan etki ettiğini belirtiyor.	Fitness 1, Fitness 2, Fitness 3, Fitness 6
Kolaylaştırıcı Koşullar	Bilgi ve uzman eksikliği	“bilgisayar teknolojileridir, yapay zekadır... bu konuda uzmanlardan destek alıyorum.”	Katılımcılar, dijital geçişte dışsal teknik desteğe ihtiyaç duyduğunu belirtiyor.	Fitness 1, Fitness 3, Fitness 5, Fitness 6
Davranışsal Niyet	Diğer işletmeleri gözlemlene ve değerlendirme	“...orada ki geri bildirimleri de takip etmek isteriz.”	Katılımcılar, dijital teknolojileri benimseme kararlarını alırken sektördeki diğer işletmeleri gözlemlene ve değerlendirme stratejisi benimsediklerini belirtmiştir.	Fitness 1, Fitness 4, Fitness 5
Performans Beklentisi	Geleceğe yatırım	“uzun vadede piyasaya tutunabilmek için bunların yapılması gereklidir.”	Katılımcılar, dijitalleşmenin sektörde kalıcılık açısından	Fitness 3, Fitness 4, Fitness 5

Tema	Alt Tema / Kod	Katılımcı Örnek İfadesi	Yorum	Katılımcı
Çaba Beklentisi	Kurulum zorluğu ve maddi yük	“baştan aşağı bir setup yapılması gereklidir.”	önemli olduğunu vurguluyor. Katılımcılar, mevcut altyapının dönüşümünde yüksek maliyetli zorluklar öngörmektedir.	Fitness 3, Fitness 5
Gelecek Öngörüler	Antrenör rolü	“cihazlar neredeyse kişinin yaptığı hareketin doğruluğunu yanlışlığı söylüyor.”	Katılımcılar, teknolojinin eğitmen rollerinin yerini alabileceğini düşünüyor.	Fitness 1 Fitness 4
Müşteri Deneyimi ve Sadakat	İnsan temassız iletişim	“tamamen online işlemler olduğunda o samimi iletişimin kaybolduğunu düşünüyorum.”	Katılımcılar, dijitalleşmenin müşteri ile olan duygusal bağı zayıflatacağını belirtiyor.	Fitness 4 Fitness 5
Algılanan Kullanım Kolaylığı	Kademeli geçiş gerekliliği	“kademeli şekilde geçiş ile dijital teknolojiye uyum.”	Katılımcılar, geçiş sürecinde aşamalı uygulamaların daha verimli olacağını düşünüyor.	Fitness 1, Fitness 2, Fitness 5
Kolaylaştırıcı Koşullar	Personel eğitimi ihtiyacı	“önce içerideki personellere bilgilendirme ve eğitim verilebilir.”	Katılımcılar, teknolojik adaptasyonun başarıya ulaşması için eğitim şart olduğunu vurguluyor.	Fitness 1, Fitness 4
Sosyal Etki	Dijitalleşme baskısı hissetme	“Rakiplerimin dijitalleşmesi üzerinde bir baskı uygulamaz.”	Katılımcılar, sektördeki dijitalleşmenin kendi işletmesine doğrudan bir strateji baskısı oluşturmadığını belirtmiştir.	Fitness 5, Fitness 6
Kolaylaştırıcı Koşullar	Finansal destek ihtiyacı	“Dijitalleşmeye geçiş sürecinde ücretlerin yarısı destek çıkılırsa... geçerim.”	Katılımcılar, devlet destekli finansal yardımların dijital dönüşüm sürecini mümkün kılacağını vurgulamıştır.	Fitness 1, Fitness 3
Çaba Beklentisi	İçerik yetersizliği ve uygulama eksikliği	“hareket sayısı, görsel yetersizlik... alternatif yönlendirme eksikliği.”	Katılımcılar, mevcut dijital sistemlerin içerik olarak yetersiz olduğunu ve kullanıcı deneyimini olumsuz etkilediğini belirtmiştir.	Fitness 1, Fitness 6
Müşteri Deneyimi ve Sadakat	Kişisel iletişimin önemi	“kişinin kendini özel hissetmesi gerekli... uygulamalar soğukluk oluşturuyor.”	Katılımcılar, birebir iletişimin teknoloji karşısında kaybolabileceğini düşünmekte ve bunun sadakati olumsuz etkileyebileceğini belirtmektedir.	Fitness 1, Fitness 2, Fitness 5
Performans Beklentisi	Sosyal medya ile görünürlük artışı	“Yarışmalar, turnuvalar düzenliyorum. Bunu da sanal medya da paylaşıyorum.”	Katılımcılar dijitalleşmenin görünürlüğünü ve müşteri çekme potansiyelini artırdığını belirtmiştir.	Fitness 1, Fitness 5
Kolaylaştırıcı Koşullar	Bilişim Eğitimi ve teknik cihaz bilgisi	“besyoda ki okullarımızda bilişimsel anlamda yeterli kadar eğitim verilmediğini düşünüyorum.”	Katılımcılar, antrenörlerin dijital ekipmanlara dair eğitim eksikliğinin önemli bir engel olduğunu vurguluyor.	Fitness 4, Fitness 6

Algılanan kullanışlılık

Katılımcılar, dijital teknolojilerin işletme verimliliğini artırma konusunda ciddi katkılar sunduğunu belirtmiştir. Özellikle üye takip sistemleri, giriş-çıkış otomasyonları ve yapay zekâ destekli uygulamalar sayesinde manuel iş yükünün azaldığı ifade edilmiştir.

Örneğin, bir katılımcı şu ifadeyle bu durumu özetlemiştir:

“...bir ayda kaç antrenmana geldi çıktı hepsinin takibini oradan görüyoruz.” (Fitness 1)

Bir başka katılımcı ise teknolojinin müşteri beklentileriyle uyumuna dikkat çekmiştir:

“...bu hizmetlerden de yararlanmak isteyeceklerdir.” (Fitness 4)

Algılanan kullanım kolaylığı

Birçok katılımcı dijital sistemlerin faydasını kabul etmekle birlikte, bu sistemlerin uygulanabilirliğinin kademeli geçiş ve kullanıcı desteğiyle sağlanabileceğini ifade etmiştir.

Örneğin:

“...kademeli şekilde geçiş ile dijital teknolojiye uyum.” (Fitness 4)

“...mobil uygulamayı kullanırken nasıl kullanılacağını göstermesi gerekiyor.” (Fitness 4)

Davranışsal niyet

Katılımcılar, dijital teknolojileri benimseme kararlarını alırken sektördeki diğer işletmeleri gözlemleme ve değerlendirme stratejisi benimsediklerini belirtmiştir.

Bazı katılımcılar bu süreci şöyle ifade etmiştir:

“...diğer salonların adımlarına göre takip ediyorum.” (Fitness 1)

“...orada ki geri bildirimleri de takip etmek isteriz.” (Fitness 4)

Performans beklentisi

Dijitalleşmenin, özellikle sosyal medya ve dijital tanıtım gibi alanlarda işletme görünürlüğüne katkı sunduğu görülmüştür.

Bir katılımcı şöyle demiştir:

“Yarışmalar, turnuvalar düzenliyorum. Bunu da sanal medya da paylaşıyorum.” (Fitness5)

Bir diğer katılımcı ise bunu uzun vadeli bir yatırım olarak değerlendirmiştir:

“...uzun vadede piyasaya tutunabilmek için bunların yapılması gereklidir.” (Fitness 2)

Çaba beklentisi

Katılımcılar, dijital sistemlerin teknik bilgi, zaman ve finansal kaynak gerektirdiğini belirtmiştir. Kurulum ve içerik üretimi süreçleri birçok işletmeci için zorluk teşkil etmektedir.

Örnek ifadeler:

“...baştan aşağı bir setup yapılması gereklidir.” (Fitness 2)

“...aplikasyon oluşturma... hem teknik destek almamız gerekir.” (Fitness 6)

Sosyal etki

Katılımcılar dijitalleşme yönünde farklı sosyal etkiler altında olduklarını ifade etmiştir. Bazı işletmeler rakiplerin dijitalleşmesini örnek alma yönünde baskı hissederken, bazıları bunu daha çok gözlem ve analiz fırsatı olarak değerlendirmiştir.

Bu durumu şu ifadeler özetlemektedir:

“...mecbur bir adım atınca biz de iki adım atmaya çalışıyoruz.” (Fitness 2)

“Rakiplerimin dijitalleşmesi üzerimde bir baskı uygulamaz.” (Fitness 5)

Kolaylaştırıcı koşullar

Tüm katılımcılar, dijitalleşmenin başarıya ulaşabilmesi için teknik ve yönetsel desteğe ihtiyaç duyduklarını ifade etmiştir. Özellikle personel eğitimi ve uzman desteği öne çıkmıştır.

Örnek ifadeler:

“...bunların kendi çalışanları var... uzman bilen insanlar var...” (Fitness 1)

“...önce içerideki personellere bilgilendirme ve eğitim verilebilir.” (Fitness 3)

Müşteri deneyimi ve sadakat

Bazı katılımcılar, dijital sistemlerin müşteriyle ilişkileri daha düzenli hale getirdiğini belirtirken, bazıları ise insani iletişimin zayıflayabileceğini ve bunun sadakati olumsuz etkileyebileceğini vurgulamıştır.

Bu durumu ifade eden örnekler:

“...müşteriyle problemleri minimuma indirir...her şey zaten orada kayıtlı.” (Fitness 1)

“...uygulamalar soğukluk oluşturuyor.” (Fitness 6)

Gelecek öngörülleri

Katılımcılar, yapay zekâ, metaverse ve hareket analiz sistemlerinin ileride eğitmen rollerini dahi etkileyebileceği yönünde güçlü öngörülerde bulunmuştur.

Örneğin:

“...tamamen sanal dünyada dijital bir antrenör bize gösterir biz onu uygularız.” (Fitness1)

“...kişinin yaptığı hareketin doğruluğunu yanlışlığını söyleyebilen cihazlar.” (Fitness 3)

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada, fitness merkezi işletmecilerinin dijital teknolojilere yönelik algı, tutum ve deneyimleri, Teknoloji Kabul Modeli (TAM) ve Birleşik Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi

(UTAUT) çerçevesinde incelenmiştir. Elde edilen bulgular, mevcut modellerin fitness sektörü gibi hizmet odaklı, yüksek insani temas içeren alanlarda uygulanabilirliğine dair hem destekleyici hem de eleştirel sonuçlar ortaya koymuştur.

Katılımcıların neredeyse tamamı, dijital sistemlerin sağladığı zaman kazancı, otomasyon, üye takibi ve operasyonel kolaylık gibi katkılardan memnuniyet duyduklarını belirtmiş ve bu dijital geçişin kademeli olarak gerçekleşmesi gerektiğini vurgulamıştır. Bu durum, TAM modelinde yer alan algılanan kullanışlılık (Perceived Usefulness) kavramıyla doğrudan örtüşmektedir (Ammenwerth, 2019; Shahi & Sinha, 2020; Kim & Kang, 2023). Başka bir ifadeyle, katılımcılar dijital sistemlerin uygulanabilirliğinin kademeli geçiş ve kullanıcı desteğiyle mümkün olabileceğini belirtmiştir. Bu durum, TAM ve UTAUT modellerinde öne çıkan "çaba beklentisi" kavramıyla örtüşmektedir (Venkatesh ve ark., 2003). Aynı zamanda "kademeli geçiş" vurgusu, işletmelerin teknolojiye geçişi yalnızca teknik değil, kültürel bir adaptasyon süreci olarak gördüğünü göstermektedir. Bu durum, TAM ve UTAUT gibi modellerin bireysel düzeydeki kullanım algılarını öne çıkarırken, örgütsel kültür ve "değişim yönetimi" gibi makro bileşenleri dışarda bırakma eğilimini eleştiren literatürü destekler niteliktedir (Shachak ve ark., 2019). Ayrıca, dijital sistemlerin teknik bilgi ve finansal kaynak gerektirdiği yönündeki ifadeler, dijital dönüşümün önündeki engelleri vurgulayan literatürle paralellik göstermektedir (Shahi & Sinha, 2020).

Çalışmada dijitalleşmenin sosyal baskı yoluyla değil, sektördeki gözlem ve kıyaslama yoluyla benimsendiği dikkat çekmektedir. Literatürde, sosyal etkinin farklı sektörlerde "baskı" yerine "ilham kaynağı" veya "karşılaştırmalı değerlendirme" biçiminde algılanabileceği belirtilmektedir (Rautiainen, 2017). Bu bulgu, UTAUT modelindeki sosyal etki (Social Influence) değişkenine yeni bir yorum getirmektedir. Literatürde de benzer şekilde, sosyal etkinin özellikle rekabetçi pazarlarda dolaylı biçimde etkili olduğu vurgulanmaktadır (Ammenwerth, 2019; Shahi & Sinha, 2020). Katılımcılar, dijital teknolojileri benimseme kararlarını alırken sektördeki diğer işletmeleri gözlemleme ve değerlendirme stratejisi benimsediklerini belirtmiştir. Bu bulgu, UTAUT modelinde yer alan "sosyal etki" faktörüyle uyumludur (Venkatesh ve ark., 2003). Ayrıca, dijitalleşmenin sektörel rekabeti artırdığı ve bazı işletmelerin bu nedenle adım atma baskısı hissettiği yönündeki ifadeler, dijital dönüşümün yayılmasında sosyal etkilerin rolünü vurgulayan literatürle örtüşmektedir (García-Fernández ve ark., 2022). Ayrıca, bazı işletmelerin dijitalleşme adımlarında temkinli davranma stratejisi benimsemeleri, klasik TAM/UTAUT modellerindeki "davranışsal niyet" (Behavioral Intention) kavramına bağlam-temelli bir boyut kazandırmaktadır (Lee ve ark., 2025).

Katılımcıların tamamına yakını, dijitalleşmenin başarılı olabilmesi için teknik, finansal ve eğitsel desteğe ihtiyaç duyulduğunu belirtmiştir. Bu, UTAUT modelinin “facilitating conditions” değişkeni ile tam uyum içindedir. Katılımcılar, dijitalleşmenin başarıya ulaşabilmesi için teknik ve yönetsel desteğe ihtiyaç duyduklarını ifade etmiştir. Bu durum, UTAUT modelinde yer alan “kolaylaştırıcı koşullar” kavramıyla uyumludur (Venkatesh ve ark., 2003). Ancak, literatürde, bu değişkenin yalnızca altyapı değil aynı zamanda kültürel ve eğitsel dönüşüm anlamında da ele alınması gerektiğini göstermektedir (Ndubueze ve ark., 2024).

Tüm katılımcılar, dijitalleşmenin sağlıklı biçimde uygulanabilmesi için uzman desteği, eğitici içerikler ve finansal kaynaklar gerektiğini belirtmiştir. Ancak bu kolaylaştırıcı koşullar yalnızca “donanım desteği” olarak değil; aynı zamanda organizasyonel yeniden yapılanma, liderlik ve gelişim vizyonu gibi çok katmanlı destekleri de içermelidir. Bu bulgular, UTAUT’un “facilitating conditions” değişkeninin mevcut haliyle oldukça dar tanımlandığını göstermektedir (Ndubueze ve ark., 2024).

Bazı katılımcılar dijital teknoloji kullanımının müşteri deneyimini olumlu ve olumsuz yönlerden etkileyebileceğini vurgularken; teknolojinin ya da dijitalleşmenin müşteri ile doğrudan teması zayıflatabileceğini ve bunun sadakati olumsuz etkileyebileceğini belirtmiştir. Bu düşünce, mevcut literatürde nadiren ele alınan, duygusal temas ve kişisel hizmetin önemi gibi nitel boyutlara dikkat çekmektedir (Rautiainen, 2017). Sadakat, yalnızca işlevsel memnuniyet değil, kişisel deneyimle şekillenen bir kavram olduğundan, gelecekteki modellerin bu yönü içermesi önemlidir (Kim & Kang, 2023). Bu açıdan, TAM ve UTAUT gibi modellerin müşteri sadakati ve kullanıcı deneyimi boyutlarını daha kapsayıcı hale getirmesi gerektiği söylenebilir. Özellikle, dijital çözümlerin müşteriyle iletişimi güçlendirebileceği kadar zayıflatabileceği yönündeki ifadeler, dijital dönüşümün müşteri ilişkileri üzerindeki çift yönlü etkisini vurgulamaktadır.

Katılımcılar, yapay zekâ, destekli gibi ileri teknolojilerin antrenör rollerini azaltabileceğini ve spor sektörünü radikal biçimde etkileyeceğini öngörmektedir. Bu tür öngörüler, TAM/UTAUT modellerinde yer almayan inovasyon eğilimi, teknolojik vizyon gibi yeni değişkenlerin entegre edilmesini gerekli kılmaktadır (Kim & Kang, 2023). UTAUT’ta yer alan “performans beklentisi” ve “yenilik eğilimi” gibi değişkenlerin ötesinde, teknolojinin iş gücünün niteliğini yeniden tanımlaması anlamına gelmektedir. Bu durum, klasik kabul modellerini aşan ve teknolojik dönüşümün sektörel yapıya etkisini tartışan yeni nesil teorilere

olan ihtiyacı ortaya koymaktadır (İsmail ve ark., 2024). Ayrıca mevcut teknoloji kabul modellerinin, fitness sektörü gibi ‘hizmet ve ilişki odaklı’ alanlarda revize edilmesi gerektiğini de açıkça göstermektedir. Özellikle duygusal deneyim, kültürel direnç, örgütsel destek gibi unsurların modele entegre edilmesi, teknolojinin sahadaki gerçek etkisini daha doğru yansıtacaktır.

Bu çalışma, fitness merkezleri işletmecilerinin dijital teknolojilere yönelik tutum, algı ve kabul davranışlarını TAM ve UTAUT modelleri çerçevesinde incelemiş ve saha temelli güçlü nitel verilerle bu modellerin fitness sektörü bağlamında uygulanabilirliğini değerlendirmiştir. Araştırma, hizmet sektöründe teknoloji kullanımının yalnızca işlevsel değil, aynı zamanda kültürel, duygusal ve rekabete duyarlı bir bağlamda ele alınması gerektiğini göstermiştir.

Katılımcılar, teknolojik araçların sunduğu operasyonel verimlilik, otomasyon ve müşteri takibi gibi katkıları kabul etmekle birlikte, bu süreçlerin başarıya ulaşmasında kademeli geçiş, personel eğitimi ve uzman desteği gibi kolaylaştırıcı koşulların kritik rol oynadığını ifade etmiştir. Ayrıca, bazı işletmelerin rekabet baskısıyla değil, stratejik gözlemlene yoluyla dijitalleşmeyi benimsediği görülmüştür. Bu durum, UTAUT’un sosyal etki değişkenine bağlam-temelli yeni bir yorum kazandırmaktadır.

Araştırmanın en çarpıcı bulgularından biri, dijitalleşmenin müşteriyle kurulan duygusal bağı zayıflatma riski taşıdığı yönündeki yaygın kaygıdır. Katılımcılar, mobil uygulamalar ve otomasyon sistemlerinin müşterilerin kendilerini “özel hissetmesini” engelleyebileceğini belirtmiş, bu da teknoloji kabul modellerinde yeterince yer bulmayan duygusal deneyim bileşenine dikkat çekmiştir. Ayrıca bazı işletmecilerin yapay zekâ destekli antrenör sistemleri, hareket analiz cihazları ve metaverse uygulamaları gibi teknolojilerin yakın gelecekte eğitmen rollerini dönüştürebileceğini öngörmesi, geleneksel TAM ve UTAUT modellerinin teknolojik vizyon, gelecek öngörüsü ve iş gücü dönüşümü gibi kavramlarla genişletilmesi gerektiğini göstermektedir.

Öneriler

Bu sonuçlar eşliğinde aşağıdaki öneriler sunulmuştur;

- Fitness sektöründeki teknoloji geçişleri, yalnızca sistem kurulumu değil, eğitim, yönetsel liderlik ve müşteri iletişimi stratejileri ile desteklenmelidir.
- Dijitalleşme süreçlerinde “insani temas” boyutu göz ardı edilmemelidir; hibrit hizmet modelleri geliştirilmelidir.
- Girişimciler için özel olarak tasarlanmış sektör bazlı teknoloji kabul kılavuzları oluşturulmalıdır.

- Devlet destekli teşvik mekanizmaları, dijital dönüşüm sürecine finansal ve teknik katkı sağlamalıdır.
- TAM ve UTAUT modellerine duygusal bağ, kurumsal kültür, rekabet stratejisi ve vizyoner yenilikçilik gibi yeni değişkenlerin entegrasyonu önerilmektedir.
- Gelecekteki çalışmalar, karma yöntemli araştırmalarla (nitel + nicel) bu yeni değişkenlerin ampirik geçerliliğini test edebilir.
- Teknoloji kabul teorileri, sadece bireysel kullanıcıyı değil, çok aktörlü karar süreçlerini (yönetici, personel, müşteri) içerecek şekilde yeniden kurgulanmalıdır.

Sınırlılıklar ve güçlü yönler

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunsa da, özgün katkı sağlayan güçlü yönleri de mevcuttur. Öncelikle, araştırmanın yalnızca altı özel fitness merkezi işletmecisi ile sınırlı olması, bulguların genellenebilirliğini kısıtlamaktadır. Ayrıca, katılımcıların tamamı Türkiye’de faaliyet gösteren özel sektördeki işletmecilerden seçilmiş olup, kamu kurumlarına ya da büyük zincir spor salonlarına dair veriler içermemektedir. Bununla birlikte, çalışmanın güçlü yönlerinden biri, nitel veri toplama sürecinin saha temelli ve derinlemesine gözlem içerecek biçimde yapılandırılmış olmasıdır. Katılımcılarla yüz yüze yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler, yalnızca içerik açısından değil; aynı zamanda bağlamsal ve duygusal yönleriyle de zengin veri üretmiştir. Kodlama sürecinde hem insan araştırmacılar hem de yapay zekâ (ChatGPT-4) destekli analiz araçlarının kullanılması, veri analizi sürecinin kapsamını ve güvenilirliğini artırmıştır. Ayrıca, araştırma sürecinde içerik geçerliliği uzman değerlendirmeleriyle desteklenmiş ve kullanılan görüşme formunun geçerliliği istatistiksel olarak (CVI) kanıtlanmıştır.

Araştırmanın bir diğer önemli katkısı, yalnızca mevcut teknoloji kabul modellerinin (TAM ve UTAUT) yeniden değerlendirilmesine olanak tanımakla kalmayıp, bu modellere duygusal bağ, müşteri sadakati ve örgütsel destek gibi hizmet sektörüne özgü yeni değişkenlerin eklenmesi gerektiğini ortaya koymasıdır. Bu yönüyle çalışma hem literatüre hem de uygulamaya katkı sunabilecek öncül bulgular sağlamaktadır.

KAYNAKLAR

- Ammenwerth, E. (2019). Technology acceptance models in health informatics: TAM and UTAUT. *Studies in Health Technology and Informatics*, 263, 64–71. <https://doi.org/10.3233/SHT1190111>
- Benelli, F., Maciariello, F., & Salvadori, C. (2024). The influence of technologies on organizational culture in innovative SMEs. *Journal of Robotics and Automation Research*. 5(3), 01-11 <https://doi.org/10.33140/jrar.05.03.04>
- Berger, R., & Martin, J. (2007). Explaining the adoption of value metrics in retail banks. *European Accounting Review*, 16(3), 455–480. <https://doi.org/10.1080/09638180701507142>

- Çelikel, B. E., Tan, S., & Tokgöz, G. (2025). Investigation of warm-up knowledge levels of sports sciences faculty students. *Mediterranean Journal of Sport Science*, 8(1), 141-151. <https://doi.org/10.38021/asbid.1636513>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *Management Information Systems (MIS) Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Deep, G. (2023). Digital transformation's impact on organizational culture. *International Journal of Science and Research Archive*. 10(0), 396-401. <https://doi.org/10.30574/ijstra.2023.10.2.0977>
- García-Fernández, J., Valcarce-Torrente, M., Gálvez-Ruiz, P., & Mohammadi, S. (2022). The challenges of digital transformation in the fitness industry in the world. *Emerald Publishing Limited*. (pp. 1-3). <https://doi.org/10.1108/978-1-80117-860-020221001>
- Ismail, A. N., Widyanto, S. E., Kustiawan, U., & Rakhmatullah, A. (2024). Exploring behavioral intention and digital competency toward technology adoption in sport education. *International Journal of Instruction*, 17(1), 225-240. <https://doi.org/10.29333/iji.2024.17113a>
- Jäntti, M., & Hyvarinen, J. (2018). Exploring digital transformation and digital culture in the service sector. *Information Technology and Management*, 19(4), 233-245. <https://doi.org/10.1007/s10799-018-0282-2>
- Kim, J.-H., & Kang, E. (2023). An empirical research: Incorporation of user innovativeness into TAM and UTAUT in adopting a golf app. *Sustainability*, 15(10), 8309. <https://doi.org/10.3390/su15108309>
- Lee, A. T., Ramasamy, R. K., & Subbarao, A. (2025). Understanding psychosocial barriers to healthcare technology adoption: A review of TAM and UTAUT. *Healthcare*, 13(3), 250. <https://doi.org/10.3390/healthcare13030250>
- Maruping, L. M., & Magni, M. (2008). What's the weather like? The effect of team climate and team performance on technology use. *Information Systems Research*, 19(1), 18-33. <https://doi.org/10.1287/isre.1070.0148>
- Molchanova, V. S. (2023). Digital transformation directions of the service sector in the context of the implementation of national goals. *Journal of Business and Economic Development*, 8(2), 52-57. <https://doi.org/10.11648/j.jbed.20230802.13>
- Ndubueze, I. F., Osman, M. N., Hasan, N. A. M., & Waheed, M. (2024). Evaluating technology adoption model on agro-small performance in Selangor, Malaysia. *Quantum Journal of Social Sciences and Humanities*, 5(6), 38-54. <https://doi.org/10.55197/qjssh.v5i6.466>
- Nikougofar, N., Heydariyeh, S. S., & Hajighasemi, S. (2025). Providing a model for digital transformation of customer experience in the insurance industry. *Iranian Journal of Information Processing and Management*, 40(1), 125-145. <https://doi.org/10.22060/jipm.2024.21495.3037>
- Rautiainen, J. (2017). *Determining factors contributing to software adoption on a personal level: Testing TAM and UTAUT and a new combined model based on the two models* [Unpublished master's thesis]. Aalto University School of Business.
- Sanguineti, F., & Maran, T. K. (2024). Navigating the clouds: Cultural influences on technology acceptance in the workplace. *Technology in Society*, 77, 102553. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102553>
- Shachak, A., Kuziemy, C., & Petersen, C. (2019). Beyond TAM and UTAUT: Future directions for HIT implementation research. *Journal of Biomedical Informatics*, 100, 103315. <https://doi.org/10.1016/j.jbi.2019.103315>
- Shahi, A., & Sinha, R. (2020). How IT systems create value in fitness facilities. *DiVA Portal*. <https://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1876885/FULLTEXT01.pdf>

- Singh, S. K., Singh, A. P., & Del Giudice, M. (2024). Critical success factors for emerging technology adoption: A multi-level analysis. *Journal of Business Research*, 172, 114271. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114271>
- Sutarto, A. P., Ansori, N., Widyanti, A., Trapsilawati, F., Rifai, A. P., Erlangga, R., ... et al. (2023). Driving the future: Using TAM and UTAUT to understand public acceptance of fully autonomous vehicles. In *2023 10th International Conference on ICT for Smart Society (ICISS)* (pp. 1-8). <https://doi.org/10.1109/ICISS59129.2023.10291794>
- Turhan, F. H. (2023). *Spor bilimleri fakülteleri öğrencileri ve öğretim elemanlarının teknoloji entegrasyonu algılarının araştırılması*. [Doktora Tezi, Anakara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Spor Yönetimi Anabilim Dalı], Ankara.
- 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. <https://doi.org/10.2307/30036540>

KATKI ORANI CONTRIBUTION RATE	AÇIKLAMA EXPLANATION	KATKIDA BULUNANLAR CONTRIBUTORS
Fikir ve Kavramsal Örgü Idea or Notion	Araştırma hipotezini veya fikrini oluşturmak Form the research hypothesis or idea	Fatih Harun TURHAN
Tasarım Design	Yöntem ve araştırma desenini tasarlamak To design the method and research design.	Fatih Harun TURHAN
Literatür Tarama Literature Review	Çalışma için gerekli literatürü taramak Review the literature required for the study	Uğur İNCE
Veri Toplama ve İşleme Data Collecting and Processing	Verileri toplamak, düzenlemek ve raporlaştırmak Collecting, organizing and reporting data	Uğur İNCE
Tartışma ve Yorum Discussion and Commentary	Elde edilen bulguların değerlendirilmesi Evaluation of the obtained finding	Uğur İNCE Fatih Harun TURHAN
Destek ve Teşekkür Beyanı/ Statement of Support and Acknowledgment		
Bu çalışmanın yazım sürecinde katkı ve/veya destek alınmamıştır. No contribution and/or support was received during the writing process of this study.		
Çatışma Beyanı/ Statement of Conflict		
Araştırmacıların araştırma ile ilgili diğer kişi ve kurumlarla herhangi bir kişisel ve finansal çıkar çatışması yoktur. Researchers do not have any personal or financial conflicts of interest with other people and institutions related to the research.		
Etik Kurul Beyanı/ Statement of Ethics Committee		
Bu araştırma, Karabük Üniversitesi Etik Kurulunun 21.04.2025 tarihli ve E-78977401-050.04-437227 sayılı kararı ile yürütülmüştür. This research was conducted with the decision of Karabük University Ethics Committee dated 21.04.2025 and numbered E-78977401-050.04-437227.		



Bu eser [Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) ile lisanslanmıştır.