

TC
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
2019 - YL - 089

**LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK
EĞİLİMLERİNİN BİLGİ TEKNOLOJİLERİ
YETERLİLİKLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ:
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ TURİZM
FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ**

HAZIRLAYAN

Şule KAYA

TEZ DANIŞMANI

Dr. Öğr. Üyesi Güntekin ŞİMŞEK

AYDIN – 2019

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi Şule Kaya tarafından hazırlanan Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Bilgi Teknolojileri Yeterliliklerine Göre Değerlendirilmesi: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği başlıklı tez, 19.07.2019 tarihinde yapılan savunma sonucunda aşağıda isimleri bulunan jüri üyelerince kabul edilmiştir.

| | Unvanı, Adı Soyadı | Kurumu | İmzası |
|---------------|--------------------------------|-----------------------------------|---------------|
| Başkan | Dr. Öğr. Üyesi Güntekin ŞİMŞEK | Aydın Adnan Menderes Üniversitesi | |
| Üye | Dr. Öğr. Üyesi Hakan ATAY | Aydın Adnan Menderes Üniversitesi | |
| Üye | Prof. Dr. Adnan TÜRKSOY | Ege Üniversitesi | |

Jüri üyeleri tarafından kabul edilen bu Yüksek Lisans tezi, Enstitü Yönetim Kurulununsayılı kararıyla(Tarih) tarihinde onaylanmıştır.

Doç. Dr. Ahmet Can BAKKALCI

Enstitü Müdürü

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

Bu tezde sunulan tüm bilgi ve sonuçların, bilimsel yöntemlerle yürütülen gerçek deney ve gözlemler çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kuralların gereği olarak eksiksiz şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

...../...../2019

İmza

Şule KAYA

ÖZET

LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN BİLGİ TEKNOLOJİLERİ YETERLİLİKLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ: AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ

Şule KAYA

Yüksek Lisans Tezi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Dr. Güntekin ŞİMŞEK

2019, XIII, 141 Sayfa

Günümüzde bilgi olmadan bir girişimin söz konusu olamayacağı düşünüldüğünde yapılacak girişim faaliyetleri için bilgi teknolojileri yeterliliğine sahip olunması ön koşul olarak görülmektedir. Bu çalışmada turizm eğitimi alan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin bilgi teknolojileri yeterliliklerine göre değerlendirmek amaçlanmıştır. Araştırma sırasında ikincil veri olarak literatürden faydalanılmıştır ve birincil veri elde etmek için nicel yöntem olan anket tekniği kullanılmıştır. Çalışmada Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi ana kütle olarak seçilmiştir. Ana kütle içerisinde de evreni temsil etmesi için Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi dördüncü sınıf öğrencileri örneklem olarak ele alınmıştır.

Çalışmada turizm eğitimi alan öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin yükseğe yakın olduğunu ve bilgi teknolojileri yeterliliklerinin ise ortalama bir seviyede olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ile bilgi teknolojileri yeterlilikleri arasında pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin alan adı, web sitesi, aile geliri ve kişisel gelire göre farklılık gösterirken, bilgi teknolojileri yeterliliklerinin cinsiyete, eğitim gördükleri bölüme, staj yapma durumuna, aile gelirine ve kişisel gelire göre farklılık gösterdiği ortaya konulmuştur.

ANAHTAR KELİMELELER: Girişimciler, Girişimcilik Eğilimi, Bilgi Teknolojileri, Bilgi Teknolojileri Yeterliliği

ABSTRACT

EVALUATION OF TOURISM STUDENTS' ENTREPRENEURSHIP TENDENCY ACCORDING TO THEIR KNOWLEDGE ABOUT TECHNOLOGY: THE CASE OF AYDIN ADNAN MENDERES UNIVERSITY TOURISM FACULTY

Şule KAYA

M.Sc. Thesis, at Tourism Management

Supervisor: Dr. Güntekin ŞİMŞEK

2019, XIII, 141 Pages

Nowadays, it is thought that an initiative cannot be possible without knowledge. For this reason, it is seen as a prerequisite to have the competence of information technologies for the entrepreneurship activities. This study is aimed to evaluate the entrepreneurship tendencies of the students having tourism education according to their information technology competencies. Throughout the research, literature was used as secondary data source and quantitative method is used to obtain primary data. Aydın Adnan Menderes University Faculty of Tourism was chosen as the universe to obtain information in the study. In order to represent from the universe, the fourth grade students of the faculty were taken as a sample.

In the study, it was determined that the entrepreneurship tendency of the students receiving tourism education was close to high and the information technology competencies were at an average level. A positive low-level relationship was found between students' entrepreneurship tendencies and information technologies competencies. In addition, while the entrepreneurship tendencies of the students differ according to the domain name, website, family income and personal income, it is revealed that information technology competencies differ according to gender, the department they are studying, internship status, family income and personal income.

KEYWORDS: Entrepreneurship, Entrepreneurial Tendency, Information Technology, Information Technology Competences

ÖNSÖZ

Lisans ve Yüksek Lisans eğitim hayatım boyunca beni destekleyen, bilgisi ve deneyimleri ile ufkumu açarak bana yol gösteren tez danışmanım Sayın Dr. Güntekin ŞİMŞEK'e ilgisi ve yardımları için gönülden teşekkür ederim.

Tez sürecim boyunca görevi olmadığı halde beni destekleyen ve bu süreçte yardımını hiç esirgemeyen Arş. Gör. Turan OKUL'a teşekkürü bir borç bilirim.

Son olarak da beni eğitim hayatım boyunca her anlamda destekleyen, ilgisini ve sevgisini hiç eksik etmeyen sevgili aileme ve arkadaşlarıma sonsuz teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

| | |
|--|------|
| KABUL VE ONAY SAYFASI | i |
| BİLİMSEL ETİK BİLDİRİM SAYFASI | ii |
| ÖZET | iii |
| ABSTRACT | iv |
| ÖNSÖZ | v |
| ŞEKİLLER DİZİNİ | ix |
| TABLolar DİZİNİ | x |
| EKLER DİZİNİ | xii |
| KISALTMALAR DİZİNİ | xiii |
| GİRİŞ | 1 |
| Sorun Durumu..... | 2 |
| Çalışmanın Amacı..... | 3 |
| Sorun Cümlesi..... | 3 |
| Çalışmanın Hipotezleri | 4 |
| Çalışmanın Önemi..... | 5 |
| Çalışmanın Varsayımları..... | 6 |
| Çalışmanın Sınırlıkları..... | 6 |
| Çalışma İle İlgili Kaynaklar..... | 6 |
| Çalışmanın Anahtar Kavramları..... | 8 |
| 1. GİRİŞİMCİLİK | 9 |
| 1.1. Girişimcilik Tanımları..... | 9 |
| 1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi..... | 11 |
| 1.3. Girişimciliğin Önemi..... | 13 |
| 1.4. Girişimcilikte Süreç..... | 15 |
| 1.5. Girişimci Bireylerin Kişilik Özellikleri..... | 18 |
| 1.6. Girişimcilik Türleri..... | 20 |
| 1.6.1. Yenilikçi Girişimcilik..... | 20 |
| 1.6.2. Fırsat Girişimcilik..... | 21 |
| 1.6.3. Yaratıcı Girişimcilik..... | 21 |
| 1.6.4. Çevreci/Yeşil Girişimcilik..... | 22 |
| 1.6.5. İç Girişimcilik..... | 22 |

| | |
|---|-----------|
| 1.6.6. Sosyal Girişimcilik..... | 23 |
| 1.6.7. Genç Girişimcilik..... | 23 |
| 1.6.8. Teknolojik Girişimcilik..... | 24 |
| 1.7. Girişimcilik Eğilimi..... | 25 |
| 1.7.1. Girişimcilik Eğilimine Etki Eden Demografik Faktörler..... | 28 |
| 1.7.2. Girişimcilik Eğilimine Etki Eden Psikolojik Faktörler..... | 30 |
| 1.7.3. Girişimcilik Eğilimine Etki Eden Çevresel Faktörler..... | 30 |
| 1.8. Günümüzde Girişimcilikte Yeni Yaklaşımlar..... | 32 |
| 1.9. Turizm Endüstrisinde Girişimcilik..... | 35 |
| 1.9.1. Turizm Endüstrisinde Yenilikçi Girişimcilik | 36 |
| 1.9.2. Turizm Endüstrisinde Teknolojik Girişimcilik..... | 38 |
| 1.10. Girişimci Adaylarına Sağlanan Destekler..... | 39 |
| 2. BİLGİ TEKNOLOJİLERİ YETERLİLİĞİ..... | 43 |
| 2.1. Bilgi Teknolojileri..... | 43 |
| 2.2. Bilgi Teknolojileri Yeterliliğı..... | 45 |
| 2.3. Bilgi Teknolojilerinin Etkileri..... | 50 |
| 2.4. Günümüz Koşullarında Bilgi Teknolojileri Eğilimi..... | 54 |
| 2.4.1. Yapay Zeka..... | 56 |
| 2.4.2. Beşinci Nesil Mobil Telekomünikasyon Hizmeti (5G)..... | 57 |
| 2.4.3. Blok Zinciri..... | 58 |
| 2.4.4. Uçangöz Teknolojisi..... | 58 |
| 2.4.5. Nesnelerin İnterneti (IoT)..... | 59 |
| 2.4.6. Makine Öğrenmesi..... | 59 |
| 2.4.7. Otonom Araçlar..... | 60 |
| 2.4.8. Arttırılmış Gerçeklik..... | 60 |
| 2.4.9. Bitcoin..... | 60 |
| 2.5. Turizm Endüstrisinde Bilgi Teknolojileri..... | 61 |
| 2.5.1. Konaklama İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri..... | 64 |
| 2.5.2. Seyahat ve Ulaştırma İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri..... | 65 |
| 2.5.3. Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri..... | 67 |
| 2.5.4. Turist Rehberliğinde Bilgi Teknolojileri..... | 68 |
| 2.6. Bilgi Teknolojileri Eğitimi..... | 71 |
| 2.6.1. Turizm Endüstrisinde Bilgi Teknolojileri Eğitimi..... | 74 |

| | |
|--|-----|
| 3. LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN BİLGİ TEKNOLOJİLERİ YETERLİLİKLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ | 76 |
| 3.1. Araştırma Modeli..... | 76 |
| 3.2. Evren ve Örneklem..... | 77 |
| 3.3. Anket Formunun Hazırlanması..... | 78 |
| 3.3.1. Girişimcilik Eğilimi Ölçeği..... | 78 |
| 3.3.2. Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Ölçeği..... | 80 |
| 3.4. Veri Analizi..... | 82 |
| 3.5. Güvenilirlik Analizleri..... | 83 |
| 3.6. Faktör Analizleri..... | 83 |
| 3.6.1. Girişimcilik Eğilimi Ölçeği Faktör Analizi..... | 83 |
| 3.6.2. Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Ölçeği Faktör Analizi..... | 86 |
| 3.7. Bulgular ve Değerlendirmeler..... | 88 |
| 3.7.1. Demografik Bilgiler..... | 88 |
| 3.7.2. Katılımcıların Girişimcilik Eğilimleri..... | 93 |
| 3.7.3. Katılımcıların Bilgi Teknolojileri Yeterlilikleri..... | 94 |
| 3.7.4. Girişimcilik Eğilimleri İle Bilgi Teknolojileri Yeterlilikleri Arasındaki İlişki.... | 95 |
| 3.7.5. Girişimcilik Eğilimlerinin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi..... | 96 |
| 3.7.6. Girişimcilik Eğilimi Faktörlerinin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi..... | 98 |
| 3.7.7. Bilgi Teknolojileri Yeterliliklerinin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi..... | 101 |
| 3.7.8. Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Faktörlerinin Demografik Özelliklere Göre Değerlendirilmesi..... | 104 |
| 4. TARTIŞMA VE SONUÇ | 110 |
| 5. KAYNAKLAR | 116 |
| 6. EKLER | 126 |
| ÖZGEÇMİŞ | 141 |

ŞEKİLLER DİZİNİ

| | | |
|-------------|---|----|
| Şekil 1.1.: | Girişimcinin Süreçleri..... | 16 |
| Şekil 1.2.: | Girişimcilik Eğilimi İçin Alt Yapı Döngüsü..... | 26 |
| Şekil 2.1.: | Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Unsurları..... | 48 |
| Şekil 2.2.: | Bilgi Teknolojileri Yeterliliğinde Eylem Aşamaları..... | 48 |
| Şekil 2.3.: | Küresel Dağıtım Sistemleri..... | 66 |
| Şekil 3.1.: | Araştırma Modeli..... | 76 |

TABLolar DİZİNİ

| | | |
|--------------|--|----|
| Tablo 1.1.: | Girişimciliğin Önemi..... | 15 |
| Tablo 1.2.: | Girişimci Tipolojisi..... | 18 |
| Tablo 1.3.: | Girişimcilik Eğilimine Etki Eden Faktörler..... | 27 |
| Tablo 1.4.: | Yeni Ekonomi Girişimcileri..... | 34 |
| Tablo 2.1.: | Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Modeli..... | 46 |
| Tablo 2.2.: | Temel Bilgi Teknolojileri..... | 50 |
| Tablo 2.3.: | Eski Ekonomi ve Yeni Ekonominin Karşılaştırılması..... | 53 |
| Tablo 2.4.: | Dünya Geneline Bilgi Teknolojilerine Yapılan Harcama Tahmini..... | 55 |
| Tablo 3.1.: | Bölgelere Göre Kayıtlı Öğrenci Sayısı..... | 77 |
| Tablo 3.2.: | Girişimcilik Çalışmaları Güvenilirlik Değerleri..... | 79 |
| Tablo 3.3.: | Pilot Çalışma İçin Kod Çizelgesi..... | 81 |
| Tablo 3.4.: | Pilot Çalışma İçin Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Ölçeği Güvenilirlik Analizi..... | 81 |
| Tablo 3.5.: | Ölçeklerin Normallik Testleri..... | 82 |
| Tablo 3.6.: | Ölçeklerin Güvenilirlik Düzeyleri..... | 83 |
| Tablo 3.7.: | Girişimcilik Eğilimi Ölçeği Faktör Analizine Uygunluk Testi..... | 84 |
| Tablo 3.8.: | Girişimcilik Eğilimi Faktörleri..... | 85 |
| Tablo 3.9.: | Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Ölçeği Faktör Analizine Uygunluk Testi..... | 86 |
| Tablo 3.10.: | Bilgi Teknolojileri Yeterliliği Faktörleri..... | 87 |
| Tablo 3.11.: | Cinsiyet..... | 88 |
| Tablo 3.12.: | Öğrenim Görülen Bölüm..... | 89 |

| | |
|---|-----|
| Tablo 3.13.: Öğrenim Türü..... | 89 |
| Tablo 3.14.: Staj Yapma/Çalışma Durumu..... | 90 |
| Tablo 3.15.: Lise Eğitimi..... | 90 |
| Tablo 3.16.: Ailenin İkamet Ettiği Bölge..... | 91 |
| Tablo 3.17.: Ailenin Toplam Aylık Geliri..... | 91 |
| Tablo 3.18.: Öğrencinin Aylık Geliri..... | 92 |
| Tablo 3.19.: Şâhısa Ait Tescil Ettirilen Alan Adları..... | 93 |
| Tablo 3.20.: Şâhısa Ait Faaliyette Olan Web Sitesi..... | 93 |
| Tablo 3.21.: Girişimcilik Eğilimi Düzeyi..... | 94 |
| Tablo 3.22.: Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Düzeyleri..... | 95 |
| Tablo 3.23.: Ölçekler Arasındaki İlişki..... | 96 |
| Tablo 3.24.: Girişimcilik Eğilimi Ölçeği T-testi ve Anova Sonuçları..... | 97 |
| Tablo 3.25.: Girişimcilik Faktörlerinin T-Testi Sonuçlarına Göre Anlamlılık (Sig.) Değerleri..... | 99 |
| Tablo 3.26.: Girişimcilik Faktörlerinin Anavo Analizi Sonuçlarına Göre Anlamlılık (Sig.) Değerleri..... | 100 |
| Tablo 3.27.: Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Ölçeği T-testi ve Anova Sonuçları..... | 102 |
| Tablo 3.28.: Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Faktörlerinin T-testi Sonuçlarına Göre Anlamlılık (Sig.) Değerleri..... | 104 |
| Tablo 3.29.: Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Faktörlerinin Anova Analizi Sonuçlarına Göre Anlamlılık (Sig.) Değerleri..... | 105 |

EKLER DİZİNİ

| | | |
|------|---|-----|
| Ek-1 | : Anket Formu..... | 125 |
| Ek-2 | : Ölçeklerin Normallik Test Çıktıları..... | 128 |
| Ek-3 | : Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri Çıktıları..... | 129 |
| Ek-4 | : Girişimcilik Eğilimi Ölçeği Faktör Analizi Çıktıları..... | 133 |
| Ek-5 | : Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Ölçeği Faktör Analizi Çıktısı..... | 135 |
| Ek-6 | : Girişimcilik Eğilimi Düzeyleri Analiz Çıktıları..... | 137 |
| Ek-7 | :Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Düzeyi Analiz Çıktıları..... | 138 |
| Ek-8 | : Ölçeklerin Korelasyon Analizi Çıktısı..... | 139 |

KISALTMALAR DİZİNİ

| | |
|---------|---|
| AI | : Yapay Zeka |
| Ar-Ge | : Araştırma ve Geliştirme |
| B2B | : İşten İşe (Business to Business) |
| B2C | : İşten Müşteriye (Business to Customer) |
| BTK | : Bilgi Teknolojileri ve İletişimi Kurumu |
| C2C | : Müşteriden Müşteriye (Customer to Customer) |
| C2B | : Müşteriden İşe (Customer to Business) |
| CRS | : Bilgisayarlı Rezervasyon Sistemi |
| GEM | : Küresel Girişimcilik Monitörü |
| GDS | : Küresel Dağıtım Sistemleri |
| GSMH | : Gayri Safi Milli Hâsıla |
| GSYİH | : Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla |
| ICT | : Bilgi ve İletişim Teknolojileri |
| IoT | : Nesnelerin İnterneti |
| ILO | : Uluslararası Çalışma Örgütü |
| ITU | : International Telecommunication Union |
| KOSGEB | : Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı |
| KUTO | : Kuşadası Ticaret Odası |
| TDK | : Türk Dil Kurumu |
| TESKOMB | : Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkezi Birliği |
| TÜBİTAK | : Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu |
| TÜSİAD | : Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği |
| TTGV | : Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı Destekleri |
| UNCTAD | : Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı |
| ÜR-GE | : Üretim Geliştirme |

GİRİŞ

Dünyada yaşanan teknolojik gelişmeler ile birlikte iş imkânları değişmiş, farklı alanlarda farklı iş olanakları meydana gelmiş ve yapılan işlerin işleyiş süreçleri de değişim göstermiştir. Ekonomik yapılanmalarda bu işleyişlere uyum sağlayarak bilgi temelli yeni ekonominin ana unsurunu oluşturmuşlardır. Günümüzde bilgi teknolojilerinin her alanda yoğun kullanımı girişimcilik faaliyetlerinde de etkili olmuş ve büyük girişimler bilgi teknolojileri yardımı ile gerçekleşmiştir. Girişimcilik, yenilikçi girişimcilik, e-girişimcilik, dijital girişimcilik ve teknolojik girişimcilik adı altında gerçekleşen bu faaliyetler tüm sektörlerin işleyişlerinde ve yapılanmalarında büyük değişimleri de beraberinde getirmiştir.

Teknolojik olanaklar ürün ve hizmet arz edenlerin iş yükünü azaltmakta, talep edenlerin ise ürün ve hizmete erişimini kolaylaştırırken karar verme süreçlerini de kısaltmaktadır. Bu nedenle teknolojik olanaklardan faydalanabilmek ve teknoloji alanında girişimcilik faaliyetlerinde bulunabilmek için başlangıç olarak bilgi teknolojileri yeterliliklerine sahip olunması gerekli görülmektedir. Günümüzde yapılacak hemen hemen tüm girişimcilik faaliyetinin tabanında teknoloji yer almakta ve gelecekte teknoloji alt yapısı olmayan bir girişim düşünülememektedir.

Diğer sektörler ile etkileşim içerisinde olan ve bilgi temelli bir yapılanmaya sahip olan turizm endüstrisinin son 20 yıldaki gelişimi bilgi teknolojileri kullanımı ve yapılan teknolojik girişimcilik faaliyetleri sayesinde gerçekleşmiştir. Turizm endüstrisinde girişimcilik faaliyetleri konaklama, seyahat ve yiyecek alanında büyük oranda tesis, ulaşım alt yapısı, hizmet, iletişim ve tasarruf odaklı gelişim göstermektedir. Bu nedenle günümüz koşullarında turizm endüstrisinin her alanı için geçerli olan bir teknoloji alt yapısının geliştirilmesi ve uygulamalar ile desteklenmesi son derece önemlidir. Turizm endüstrisinde teknolojik girişimler 1950'li yıllarda CRS (Bilgisayarlı Rezervasyon Sistemleri) ciddi anlamda kullanılmaya başlanmış ve 1990'lı yıllarda internetin yaygınlaşması ile birlikte ise GDS (Global Dağıtım Sistemleri) ortaya çıkmıştır ve günümüzde ürün ve hizmet temelinde müşteri odaklı bir yaklaşım ile büyük gelişim göstermeye devam etmektedir.

Turizm endüstrisinin gelişimi için kaliteli ürün ve hizmet gerekliliği teknoloji kullanımını da desteklemesi nedeniyle yapılan girişimler bilgi temelli ve teknoloji odaklı olabilmektedir. Ancak bilgi teknoloji yeterliliği olmayan girişimcinin bu alanda çalışma yapması beklenememektedir. Turizm endüstrisinde hâlihazırda istihdam edenler ve

gelecekte endüstride söz sahibi olacak turizm eğitimi alan öğrenciler göz önüne alındığında bilgi teknolojileri konusundaki yeterlilikleri turizmin gelişiminde ve yapılacak girişimlerde destekleyici faktör olacağı düşünülmektedir.

Sorun Durumu

Girişimcilik ve bilgi teknolojileri geleceğimizin ayrılmaz bir bütünü olarak görülmektedir. Geçmişte girişimcilik faaliyetleri olmadan bilgi teknolojileri var olamazdı. Bugün ise bilgi teknolojileri olmaz ise girişimcilik faaliyetlerinin olamayacağı ve çağa uyum sağlanamayacağı düşünülmektedir. Geleceği şekillendirecek olan bilgi teknolojileri girişimciliği, küçük girişimcileri de etkisi altına almaya başlamıştır. Artık dünya tek bir otoritenin yönettiği büyük bir pazar haline gelmiştir.

Girişimcilik faaliyetleri ülkelerin, işletmelerin vatandaşların ekonomik kalkınmalarının anahtarıdır. Bu nedenle bir ülkede başarılı girişimcilik faaliyetleri ne kadar yüksek ise o ülkenin ekonomik kalkınmasının da o kadar iyi olduğu görülmektedir. Gelişmiş ülkelerdeki yüksek girişimcilik faaliyetlerinin yanı sıra gelişmekte olan ülkelerinde kendi gelişimleri için hedefleri doğrultusunda politikalar izleyerek işletmeleri ve vatandaşları girişimciliğe yönlendirmeleri gerekmektedir.

Sağlıklı ve refah bir toplum oluşturmak için bireylerin girişimcilik eğilimleri belirlenerek onlara yönelik düzenlemeler yapılmalıdır. Çağımızın gerekliliği olan teknoloji yeterliliği bugünün doğru girişimini yapabilmek için temel ihtiyaç olarak görülmektedir. İş hayatına atılacak gençler üniversite eğitimleri süresince edindikleri bilgiler veya çevrelerinden edindikleri deneyimler ile hareket etmektedirler. Bu nedenle eğitim süreci boyunca üniversite öğrencilerine çeşitli girişimcilik ve bilgi teknolojileri hakkında eğitimler vererek bilinçlendirme politikası izlenmektedir.

Turizm endüstrisinde istihdam edenlerinde bugün girişimcilik ve bilgi teknolojileri temeline hâkim olmaları pazarın büyümesine katkı sağlayacaktır. Bilgi temelli turizm endüstrisini sürdürülebilir kılan şeylerden biri teknolojidir. Günümüzde ve yakın gelecekte yapılacak olan teknolojik girişimler turizm endüstrisinin ihtiyacı olan bilgiyi sunmasına yardımcı olacaktır. Turizm endüstrisinde Ar-Ge çalışmalarının artması için konu ile ilgili bilgi alt yapısı olan personel ve yöneticiye ihtiyaç duyulmaktadır. Turizm endüstrisinde yapılacak olan girişimlerin teknoloji alanında yapılabilmesinin bilgi alt yapısı ile sağlanabileceği düşünüldüğünde girişimcilerin bilgi teknolojileri yeterlilik düzeylerinin

bilinmesi gerekmektedir. Ayrıca turizm endüstrisine gelecekte yön verecek olan turizm eğitimi alan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini bilgi teknolojileri yeterliliklerine göre değerlendirme yapmak, turizm endüstrisinde teknoloji alanında yapılacak girişim temelinin olup olmadığının bilinmesi, yapılacak olan turizm planlaması için de önem arz etmektedir.

Çalışmanın Amacı

Günümüzde başarılı bir turizm girişimcisinin tüm sektörler hakkında temelde bir bilgi sahibi olması gerektiği gibi turizm endüstrisinde yapacağı girişimler için de teknolojik yeterliliğe sahip olması gerekmektedir. Bu çalışmanın temel amacı; turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerine ve bilgi teknolojileri yeterliliğine sahip olup olmadıklarını ortaya koymak ve buna bağlı olarak bu iki temel unsur arasındaki ilişkiyi değerlendirmektir.

Sorun Cümlesi

Ayrıca bu temel amaç doğrultusunda araştırma soruları şu şekilde belirlenmiştir:

- Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ne düzeydedir?
- Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin bilgi teknolojileri yeterlilikleri ne düzeydedir?
- Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin bilgi teknolojileri yeterlilikleri ile girişimcilik eğilimleri arasında bir korelasyon var mıdır?

Çalışmanın alt soruları ise şu şekilde belirlenmiştir:

- Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri demografik özelliklere göre farklılık göstermekte midir?
- Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin bilgi teknolojileri yeterlilikleri demografik özelliklere göre farklılık göstermekte midir?

Çalışmanın Hipotezleri (Denenceler)

Türkiye’de yapılan çalışmalar gençlerin ve üniversite öğrencilerinin kişilik özelliklerinin pozitif yönlü olduklarını ve girişimcilik için gerekli özelliklere genel anlamıyla sahip olduklarını göstermektedir. Öğrenciler üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde eğitim aldıkları alanlar gibi değişkenlere göre öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Keleş vd. (2012), Balli ve Koca Balli (2014), Kılıç vd (2012), Yılmaz ve Sünbül (2009), Hancıoğlu ve Tekin (2018), Bilge ve Bal (2012), Korkmaz (2012), Pazarcık (2016), Sarıtış ve Duran (2017), İşcan (2011), ve diğerlerinin çalışmalarında gençlerin ve üniversite öğrencilerinin genellikle girişimcilik eğilimlerinin yüksek ve yükseğe yakın olduğu görülmektedir. Spesifik turizm eğitimi alan öğrencilerin ise girişimcilik eğiliminin yüksek düzeyde olduğu pozitif yönlü kişilik özellikleri ile eşleştikleri görülmektedir (Ulama, 2016: 749). Bu çalışmalardan yola çıkarak sürekli iletişim ve insan ilişkileri temelli olan turizm endüstrisinde çalışmak için eğitim alan öğrencilerin pozitif yönlü kişilik özelliklerine sahip olmaları ve bu yönde eğilim göstermeleri beklenebilmektedir. Bu nedenle yapılan çalışmalar desteklenerek aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H1₀: Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri düşüktür.

H1₁: Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri yüksektir

Gençler ve üniversite öğrencileri üzerine yapılan çalışmalarda bilgi teknoloji yeterlilikleri eğitim alınan alan ve kişiye göre farklılık gösterebilmektedir. (Dunn ve Cook Adamson (1997), Chen vd. (2009), El-Dalahmeh (2017) ve diğerlerinin çalışmalarında eğitim görülen alan fark etmeksizin gençlerin ve üniversite öğrencilerinin bilgi teknoloji yeterliliklerinin olduğu ve çağımız gereği olmasının gerekli olduğu savunulmuştur. Turizm eğitimi alan öğrenciler ve alana yönelik Ünüvar (2008), Kuşat (2011), Eryılmaz (2018), Bilgihan vd. (2015) ve diğerlerinin yapmış oldukları çalışmalarda ise bilgi teknolojileri yeterliliğinin olduğu, bu yeterlilik düzeyinin yüksek ve yükseğe yakın olduğu savunulmuştur. Turizm eğitimi alan öğrencilerin eğitim programları içerisinde bilgi teknolojileri ve alan ile ilgili özellikli teknoloji kullanımı üzerine eğitimler bulunmaktadır. Hem referans gösterilen çalışmaları destekleyerek hem de ders müfredatları göz önünde bulundurularak aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H2₀: Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin bilgi teknolojileri yeterliliği yoktur.

H2₁ Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin bilgi teknolojileri yeterliliği vardır.

Günümüzün gerekliliklerinden biri teknolojik girişimcilik olmuştur. Teknolojik girişimcilik faaliyetinde bulunacak olan bireylerin bilgi alt yapısına sahip olması ve gerekli yeterlilikleri karşılaması gerekmektedir. Bakırtaş ve Tekinşen (2006), Dar (2017), Farzin (2015), ve diğerlerinin çalışmaları bu bakış açısını desteklemektedir. E-turizm, seyahat acentalarının sanallaşması, bilet ve tatil rezervasyonlarının çevrimiçi platformlarda gerçekleşmesi gibi girişim faaliyetlerinde gerekli olan bilgi teknolojileri altyapısının yeterliliğinin var olduğu söylenebilmektedir. Buradan yola çıkarak aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H3₀: Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin bilgi teknoloji yeterlilikleri ile girişimcilik eğilimleri arasında bir korelasyon yoktur.

H3₁: Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin bilgi teknoloji yeterlilikleri ile girişimcilik eğilimleri arasında bir korelasyon vardır.

Çalışmanın Önemi

Turizm endüstrisinin gelişimi için teknoloji ile barışık bir ortamın hazırlanması gerekmektedir. Bu ortamın hazırlanabilmesi için nitelikli personel ve yöneticilerin sektörü yönetmesi önemli bir etkidir. Nitelikli personel ve yöneticilerin bilgi teknolojileri yeterliliklerine sahip olması günümüzde kaçınılmaz bir ihtiyaç olmaktadır. Bu nedenle yapılacak olan araştırma gelecekte turizm endüstrisinde yaşanacak gelişimlere öncü olacak girişimlerin teknoloji ile ilişkisinin öngörülmesi açısından önem taşımaktadır. Gelecekte turizm endüstrisine yön verecek turizm eğitimi alan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini bilgi teknolojileri yeterliliklerine göre değerlendirmek, hem turizm eğitimi alan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini belirlemek hem de bilgi teknolojileri yeterliliklerini ölçmek adına gelecekte yapılacak turizm planlaması için de önem taşımaktadır.

Çalışmanın lisans öğrencileri üzerinde uygulanmış olmasının eğitim hayatı içerisindeki düzenlemelere de katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Örneğin girişimcilik eğilimi yüksek ve düşük olan öğrencilere farklı kategorilerde ders alma seçeneği sunabilmek için alt yapı hazırlayacağı düşünülmektedir. Bilgi teknolojileri yeterliliği ile ilgili müfredat

karşılaştırılması yapılarak müfredatta düzenlemelere yardımcı olabileceğinden çalışmanın turizm lisans eğitimine de katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmaya temel teşkil eden konu üzerine birçok çalışma bulunması, konu ile ilgili elde edilecek veriyi desteklemesi açısından önem taşımaktadır. Araştırmadan elde edilecek olan bilginin diğer araştırma sonuçları ile ayrıntılı bir şekilde karşılaştırması mümkündür. Bu iki temel konuyu birlikte değerlendiren bir çalışmaya araştırmacının yaptığı literatür taramasında rastlanılmamıştır. Bu nedenle konunun özgün ve konu ile ilgili daha önce pek fazla çalışmaya rastlanmamış olması nedeniyle araştırmacının kurama katkı sağlayacağı olduğu düşünülmektedir.

Çalışmanın Varsayımları

Çalışmanın temelde üç varsayımı bulunmaktadır. Toplanan verinin güvenilir olması bilime katkı sağlayacaktır. Bu nedenle turizm eğitimi alan lisans öğrencilerine yönelik çalışmada kullanılan anket sorularını öğrencilerin doğru anladığı, araştırmacının ilk varsayımını oluşturmaktadır. Katılım gösteren turizm lisans öğrencilerinin bilgi teknolojileri eğitimleri aldıkları ve bilgi teknolojileri hakkında bilgi sahibi olduğu araştırmacının ikinci varsayımını oluşturmaktadır. Çalışmanın bir diğer varsayımı ise çalışmaya katılan turizm lisans öğrencilerinin girişimcilik eğitimi aldıkları ve girişimcilik hakkında bilgi sahibi olduklarıdır.

Çalışmanın Sınırlılıkları

Türkiye’de faaliyette bulunan birçok turizm alanında eğitim veren lisans programı bulunmaktadır. Ancak araştırmacının maddi yetersizlik ve zaman kısıtlamaları nedeniyle çalışmanın evren üzerinden örneklem seçimi yapılması araştırmacının sınırlılıklarını ortaya koymaktadır. Ayrıca çalışma dördüncü sınıf lisans öğrencilerine uygulanarak da sınırlandırılmıştır. Bunun temel nedeni dördüncü sınıf öğrencilerinin bilgi teknolojileri ve girişimcilik eğitimlerini almış olmalarıdır. Örneklem olarak ise Kuşadası’nda faaliyette bulunan turizm fakültesi öğrencileri seçilmiştir. Kuşadası’nda bulunan turizm eğitimi programının çok eski bir eğitim geçmişine sahip olması nedeniyle temsil gücü yüksek ve genellenebilir olduğu düşünülmektedir.

Konu İle İlgili Çalışmalar

Literatür incelendiğinde öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerine çalışılan birçok araştırma mevcut olduğu görülmektedir. Yılmaz ve Sünbül (2009), Kılıç ve diğerleri (2012), Korkmaz (2012), Uygun ve Güner (2016), Ulama (2016), Yalçınsoy ve Aksoy (2017), Bilge ve Bal (2012), Keleş ve diğerleri (2012), Balli ve Koca Balli (2014), Hancıoğlu ve diğerleri (2018), Ugwu ve Ezeani (2012), Orhan (2017) ve daha birçok araştırmacı üniversite öğrencilerinin ve gençlerin girişimcilik eğilimleri üzerinde çalışmalar yapmışlardır. Ayrıca Gartner (1989), Braunerhjelm (2008), Zhou ve Xu (2012), Kozubíková ve diğerleri (2015), Lüthje ve Franke (2003), İnce ve Karaca (2015), Altuntaş ve Dönmez (2010), Carree ve Thurik (2002), Holienka ve Holienkova (2014), Abirami ve Kumar (2014), Ahmed ve McQuaid (2005), George ve Zahra (2002) ve diğerleri girişimciliğin tarihsel gelişimi, süreçleri, özellikleri, eğilimleri, tipleri ve diğer tüm unsurları üzerine farklı çalışmalar yürüterek literatüre katkı sağlamışlardır.

Araştırmanın bir diğer yönünü oluşturan bilgi teknolojileri yeterliliklerinin araştırıldığı çalışmalardan bazılarını ise şu şekilde sıralayabiliriz; Seyrek (2010) işletme bölümü öğrencilerinin bilgi teknolojilerine yönelik tutum ve yeterlilik düzeylerini ölçmeye yönelik bir çalışma yapmıştır. Bilgihan ve diğerleri (2014) konaklama endüstrisi mezunlarının bilgi teknolojileri yeterliliklerini ölçmek adına çalışma yapmışlardır. Odabaşı ve diğerleri (2011) bilgi ve iletişim teknolojileri eylem yeterliliğini ölçmeye yönelik bir araştırma yapmışlardır. Senik ve Broad (2011) bilgi teknolojileri yeteneklerinin gelişimi üzerine çalışmışlardır. Eryılmaz (2018) turizm fakültesi öğrencilerinin bilgi ve iletişim teknolojileri yeterliliklerini belirlemeye yönelik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Literatür ayrıntılı incelendiğinde Odabaşı ve diğerleri (2011), Kolburun-Göçer ve Gökdaş (2014), Ni ve Chen (2016), Hançer ve Ataman (2006), Dun ve Adamson (1997), Yıldız ve Yıldız (2015), Kuşat (2011), Aytes ve diğeri (2006), Myers ve Gibson (1999), Knezek ve Christensen (2008), El-Dalahmeh (2017), Dube (2017), Bruque ve diğerleri (2008) ve daha fazlası bilgi teknolojileri, bilgi teknolojileri yeterliliği ve eğilimleri üzerine çalışarak literatüre katkı sağlamışlardır.

Teknik girişimcilik, teknolojik girişimcilik ve e-girişimcilik gibi alanlarda da birçok çalışma yürütülmüştür. Berry (1996), Unutmaz Durmuşoğlu (2018), Pathak ve diğerleri (2012), Brown ve Mason (2014), P. Bulsara ve diğerleri (2014), Dar (2015), Abdullah ve Ahcene (2011), Ravesteijn ve Sjoer (2010), Siyanbola ve diğerleri (2011), Farzin (2015) ve

daha birçok araştırmacı bu alana örnek gösterilebilmektedir. Literatür incelendiğinde girişimcilik eğilimi, bilgi teknolojileri yeterlilikleri ve teknolojik girişimler üzerine yapılan birçok çalışma bulunmaktadır. Ancak bilgi teknolojileri yeterliliği ve girişimcilik eğilimini birlikte değerlendiren bir çalışmaya literatürde rastlanılamamıştır.

Çalışmanın Anahtar Kavramları

Girişimcilik: Gerekli olan üretim faktörlerini bir amaç uğruna bir araya getirmek suretiyle hayatının birçok alanında risk alarak ürün ve hizmet üretiminde kullanma, yeni bir iş faaliyeti başlatma ve değer yaratma faaliyetine girişimcilik denir (Akpınar, 2011: 14). Girişimcilik bireylerin mevcut olan veya daha önce hiç uygulanmamış bir ürün ve hizmeti kendi potansiyeli ile pazara sürmesidir. Girişimcilik kişilerin sosyal ve ticari amaçlı gerçekleştirdikleri faaliyetleri ortaya konulmasına ön ayak olan bir bütünü içermektedir (Ürper, 2014: 3).

Eğilim: Bir işi yapmaya meyil göstermek olarak tanımlanabilmektedir. Ayrıca bir bireyin eğilim göstermesi o işi içten ve gerçekten sevdiği ve istediği anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu, t.y.).

Bilgi Teknolojileri: Veriyi elektronik bir ortamda oluşturmak, toplamak, geliştirmek, işlemek, korumak ve saklamak amacıyla kullanılan elektronik cihazların, ağların ve altyapılarının tamamında kullanılan teknoloji olarak tanımlanabilmektedir (Synnax, 2018).

Yeterlilik: Yeterli olma durumu olarak tanımlanan yeterlilik, herhangi bir iş veya faaliyeti gerçekleştirme kabiliyetini sağlayan bilgi, deneyim, ehliyete sahip olmaktır. Verilen bir işi veya bir faaliyeti yerine getirerek, tamamlamak anlamında kullanılmaktadır (Türk Dil Kurumu, t.y.).

1. GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik çok kapsamlı faaliyetleri içeren fırsatlar bütünüdür. Bu nedenle çalışmanın ilk bölümü olan ‘girişimcilik’ adı altında girişimciliğin tanımı, tarihsel gelişimi, önemi, süreçleri, girişimci kişilik özellikleri, türleri ve eğilimlerinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

1.1. Girişimcilik Tanımları

TDK’ya göre girişim; bir işe girişme ve teşebbüs iken girişimci ise; bir işe girişen, müteşebbis olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK], T.Y.). Ayrıca günümüzdeki “girişim”, “girişimci” ve “girişimcilik” kavramları Fransızcada anlamı “bir şey yapmak” olan “entreprendre” den İngilizceye “entrepreneur” olarak geçmiş ve Türkçeye “girişimci” olarak çevrilmiştir. Girişimcilik fırsatları fark edip, değerlendirme ve yeni bir şeyler uygulamaya koyma süreçleri geliştirirken risk alma olarak değerlendirilmektedir. Aynı zamanda girişimcilik, yeni bir ürünün üretimini sağlamak, yeni geliştirecek olan üretim metodunu ortaya koymak, yeni pazarlar keşfetmek veya geliştirmek, yeni hammadde kaynağına erişmek ve endüstrilerin sürekli gelişimini sağlamak gibi birçok ekonomik fayda kaynağı olarak tanımlanabilmektedir (Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği [TÜSİAD], 2003: 1).

Girişimcilik ve girişimci kavramları eskiden günümüze kadar “teşebbüs”, “müteşebbis” ve “müteşebbislik” gibi kavramlar ile ifade edilmektedir. Bunların yanında birde “lider, sermaye veren ve işveren” girişimci yerine kullanılan yaygın kavramlardandır. Bu genel geçer kullanılan kavramlar göz önünde bulundurulduğu takdirde girişimci; bir amaçla belli bir işi yapabilmek adına harekete geçen, ürün ve hizmet için hammadde gibi üretim faktörlerini elinde bulduran ve bunları yaparken risk alarak kar elde etmeyi amaçlayan kişilere denilebilmektedir (Pazarcık, 2016: 143-144).

Bazı kaynaklarda girişimciliğin ekonomi tabanlı bir kavram olmadığı ve askeri alanda temel alındığı tartışılırken, 1755 yılında R. Cantillon tarafından ilk kez ekonomi alanına kazandırıldığı kabul edilmektedir (İraz, 2010: 129). Cantillon’a göre girişimci; kar etmeyi amaç edinerek işi planlayan ve işten doğacak riskleri kabul eden ve üstelenen kişi olarak tanımlamıştır (Korkmaz, 2012: 210). Daha sonra zamanla değişen ve gelişen toplumlara göre girişimcilik tanımları kavramsal olarak gelişme göstermiştir. A. Marshall (1890), Knight (1921), Kirzner (1973), Baumol(1990), J.B. Say (1803), Holcombe (1998),

Schumpeter (1911), Wennekers ve Thurik (1999) gibi bilim adamları tarih boyunca girişimcilik kavramı üzerinde çalışmışlar ve gelişmeleri bilime aktarmışlardır (Işık vd., 2015: 60).

Girişimcilik sadece yeni bir iş kurmak anlamında değerlendirilmemelidir. Aynı zamanda var olan bir işletme içerisinde yeni girişimcilik faaliyetlerini yürütmek ve geliştirmeyi kapsamaktadır (İşcan ve Kaygın, 2011: 444). Girişimciliği tanımlarken bir organizasyon oluşturmak olarak tanımlayan Çiçek (2016: 365) ise üretim faktörleri ve ürün/hizmet bağlantısı kurarak risk alabilmeyi vurgulamıştır.

Yeni pazar oluşturma, geliştirme, niş pazarları keşfetme gibi çeşitli girişim örnekleri her bilim dalının farklı açıdan değerlendirmeler yapmasına olanak vermektedir (Şeşen ve Basım, 2012: 21). Bu nedenle “ekonomik ürün ve hizmetlerde yenilikleri üstlenen kişilerin faaliyetleri” olarak tanımlanan girişimcilik son yıllarda hem ekonomik, sosyal ve politik açılardan da değerlendirilerek tanımlanmaktadır (Abirami ve Kumar, 2014: 8). Girişimciliğin tam anlamıyla belirli bir bilime veya meslek grubuna ait olarak incelenmesi eksik ve yanlış olarak değerlendirilmektedir. Her bilim dalında veya meslek grubunda girişimciliğin eğilimleri, sorumlu oldukları durumları ve geri dönüşümleri farklı olabilmektedir (Özden vd., 2008: 4). Bu yüzden tüm bilim dalları için önemli olan bilgiyi, ortaya çıkarmada temel itici güç olan girişimcilik, çok disiplinli bir alan olarak görülmeye ve geliştirilmeye başlanmıştır (Özgüner, 2015: 148).

Sürekli gelişmeler ile birlikte değişiklik gösteren girişimciliği tek bir tanım altında toplamak oldukça zordur (Bilge ve Bal, 2012: 133). Bu nedenle araştırmacılar farklı açılardan ele alarak tanımlamalar yapmaktadırlar. Yapılan birçok tanımla birlikte üç önemli faktör ortaya çıkmaktadır (Güreşçi, 2014: 24):

- **İş Fikri:** Girişimcinin yapacağı faaliyete başlamadan önce işinin yapılabilirliğini çok iyi değerlendirmiş olması ve işin günün şartlarına uygunluğu son derece önemlidir. Ekonomik, sosyal, zaman ve üretim açısından uygunluğunun saptanmış olması gelecekteki risklerden korunmasını sağlayacaktır.

- **İş Riski:** Yapılacak olan işin riskinin önlenebilecek boyutta olması gerekmektedir. Aksi takdirde işin başarı olasılığı düşüktür. Hiçbir işte riskin tamamen ortadan kaldırılması mümkün değildir.

- **İşe Dönüşme:** Risklerde göz önüne alınarak iş fikrinin faaliyete geçirilmesi ve yapılması gerekenlerin adım adım gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Uygulama aşamasının son derece başarılı yürütülmesi, işe dönüşme sürecinde önemlilik arz etmektedir.

Günümüzde teknoloji ile birlikte girişimci kavramı değişim göstermiştir. Artık girişimci; bir girişim için ihtiyaç duyulan kaynakları ve teknolojiyi bir araya toplayan, yeni ve en işe yarar yöntemlerle bilgileri analiz ederek ürün ve hizmet üretimini yapan bireyler olarak tanımlanmaktadır (Ballı A., 2017: 146).

1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

İlkel dönemlerde ateşin ve tekerleğin icat edilmesi ilk girişim örnekleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Sarıtaş ve Duran, 2017: 148). Hayvanların evcilleştirilerek insanlar için besin ve gelir kaynağı olarak kullanılması bu dönemde görülmüştür. Bu noktada sadece temel ihtiyaç için olsa dahi hayvanların evcilleştirilmesi ilk girişimcilik örneklerinden biri olarak gösterilebilmektedir. Tarıma dayalı köy ekonomisi dönemi ise insanların göçer konumdan, yerleşik hayata geçerek küçük köyler kurmaları ve topluluk içinde belirli bir düzene göre yaşamaları ile başlamıştır. Bu dönemde toprağı ekip biçerek tahıldan beslenmişlerdir. İnsanoğlunun yaşam için temel girişimcilik örneklerinden bir diğeri ise tarım yaparak hayatlarını geçindirmeleridir. Ayrıca bu dönemde ekilen hasat köylüleri arasında takas yöntemiyle de köy ekonomisini canlı tutmuştur. Tarımdan sonra yerleşik hayatı benimseyen insanoğlu yaşamını küçük el emeği ürünler yapıp satarak, iş anlamında ekonomik bir kazanç sağlamıştır (Aşkın vd., 2011: 57-61).

Güran (1991: 98)'a göre Orta Çağ'da Avrupa'yı sarmış olan iktisadi düşünceler ile birlikte girişimcilik adına somut gelişmeler yaşanmıştır. Pazar ekonomisi çerçevesinde arz edenler talep edenlerin isteklerini karşılamaya yönelik hareket etmeye başlamışlardır. Bu dönemde Avrupa'da yer alan ülkeler, ekonomi alt yapılı güce dayalı hükümeti güçlü kılmak ve hükümetin var olan gücü ile ekonomik alt yapıyı geliştirmek olmak üzere iki temel ekonomik politikaya sahip olmuşlardır. Bu dönemin belirgin özelliklerinden biri temel olarak gelir elde etmektir (Aşkın vd., 2011: 58).

15 - 16. yüzyılda coğrafi keşiflerin tetiklediği Rönesans ve Reform hareketleri özgür düşünce, bilim, sanat gibi kavramlarının da daha ön plana çıkmasını sağlamıştır. Döneme uygun teknolojik gelişmeler yaşanarak sanayi devrimine destek olmuş ve serbest piyasa girişimcileri ortaya çıkmıştır (Özhan Dedeoğlu, 2016: 11). Ticari ve siyasi anlamda girişimcilik faaliyetleri daha da gözle görülür hale gelmiş ve belirli bir sistem ile yürütülmeye başlanmıştır. Sanayi alanında gelişmeler ile birlikte üretimde artışlar meydana gelmiş ve üretilen ürünleri pazarlamak için yeni pazarlar bulunmak istenmiştir (Yalçın, 2007: 7-8). Böylelikle dönemin girişimcilik anlayışına yakın olan ülkeler yeni pazarlar bularak ekonomide olumlu gelişmeler göstermişlerdir.

Sanayi devrimi ile birlikte piyasadaki hareketlenme büyük bir rekabet ortamı oluşmasına olanak sağlamıştır. Bu nedenle sanayi devriminden günümüze değişim ve gelişim göstererek gelen girişimcilerin iyi bir altyapıya sahip, girişimcilik ruhunu taşıyan ve ekonominin itici gücüyle baş edebilecek potansiyelde olmaları son derece önemli hale gelmiştir. Bu yapıya sahip girişimciler bugünün şartlarında geçmişe nazaran büyük bir ihtiyaç olarak görülmeye başlanmıştır. Toplumun gelişimi için temel ihtiyaç olarak görülen girişimlerin desteklenmesi son derece önemli olmakla birlikte kazandıkları paralar değil ekonomi içerisindeki oluşturdukları değerle ön planda tutulmaktadır (Durukan, 2007: 28-29). XIX. yüzyıl girişimcilik faaliyetleri için verimli bir zaman olduğu söylenebilmektedir. Endüstri Devrimi'nde hızla gelişim gösteren teknoloji, icatlar ve yenilik hareketleri için itici güç sağlamıştır (Ahmed ve McQuaid, 2005: 9).

XX. yüzyılda ise girişimcilikte temel hedefin insan olduğunun farkına varılmış ve insanlara odaklanılarak sosyal güvenceyi sağlamak için sosyo-politik olarak adlandırılan devlet politikaları geliştirilmiştir. Bu dönemde devletin yaptığı girişimler ne kadar fazla ise toplum refahının da o kadar gelişeceği düşünülmüştür (Aşkın vd., 2011: 59-61). XX. yüzyılın belirgin özelliklerinden olan sosyal haklar ve güvenceler girişimcilikte farklı bakış açılarının yakalanmasına yardımcı olmuştur. XX. yüzyılın sonlarına doğru yaşanan teknolojik gelişmelere bağlı olarak insan ve teknoloji kavramları üzerine kurulu bir piyasa canlanmaya başlamıştır.

XXI. yüzyılda ise teknoloji ile birlikte girişimcilik faaliyetleri çok hızlı bir yükselişe geçmiş ve farklı bir boyut kazanmıştır. Sürekli gelişen bu girişimcilik ortamını ekonomideki değişikliklerin yanı sıra teknolojideki gelişmelerde desteklemektedir. İnternetle birlikte doğan ekonomideki bu değişiklik yeni ekonomi kavramının gündeme gelmesine sebep

olmuştur. Yaşamın her alanının internet ortamına taşınmasıyla birlikte ticari faaliyetlerde internet ortamında gerçekleşmeye başlamış ve elektronik girişimciliğin temelleri hızlı bir şekilde atılmıştır. Daha küresel olmaya olanak sağlayan internet ortamı girişimcilik için vazgeçilmez bir fırsat haline gelmiştir (Yalçın, 2007: 2).

Günümüzde girişimcilik toplumun refah seviyesini arttırmanın temel faktörlerinden biri olarak görülmektedir. Teknolojik gelişmeler tarihteki en büyük girişim örnekleri olarak gösterilebilmektedir. Geçmişten günümüze işletmelerin ve ülkelerin kalkınma aşamalarında önemli unsur olan girişimcilik toplumun ihtiyaçlarına göre şekillenmektedir (Keleş vd., 2012: 108). Bugün küreselleşen dünyada, pazarların bu kadar erişebilir olduğu noktada girişimcilik tek bir topluma göre değil dünyadaki her topluma göre gelişim göstermeye devam etmektedir. İşletmeler küresel pazara göre hareket etmekte ve bu çerçevede girişimcilik örnekleri göstermektedir.

1.3. Girişimciliğin Önemi

Girişimcilik ve girişimci olmak üzere, bu iki kavram geçmişte ve günümüzde hatta geleceğimizde yaşam kalitesinin artması olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüm bilim alanların temeli olan gelişim ve kalkınma girişimcilik ile var olabilmektedir (Özgüner, 2015: 149). Girişimcilik eğilimi yüksek olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarının pozitif yönde etkilendiği görülmektedir. 1980'li yıllarda ülkelerde istihdam problemlerinin ortaya çıkması ve yeni ekonomik yapının güçlenerek sürekli değişim halinde olması girişimcilik eğilimlerinin artmasının temel nedenleri arasında sayılabilmektedir. Küreselleşme hareketlerinin artması ve rekabet ortamının daha sert olmasıyla birlikte hem ekonomiyi canlandırarak hem de istihdam yaratacak girişimlere ihtiyaç duyulmaktadır (Yalçın, 2007: 9).

Girişimcilik bir kaynak üretim aracı olarak da görüldüğünden toplum için vazgeçilmez bir önem taşımaktadır (Aytaş, 2006: 141). Girişimcilik aynı zamanda yoksulluğu azaltmada ve gelir dağılımındaki adaleti sağlamada yardımcı faktör olarak da karşımıza çıkmaktadır. Tüm dünyadaki ekonomik zenginlik tetikleyen unsur olan girişimcilik, küçük ve orta ölçekli işletmelerin piyasadaki fırsatları değerlendirerek başarılı olabilmelerine imkân sağlamaktadır. Burada ülkelerin refah ve gelişim için girişimciliği desteklemeleri çok önemlidir (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı [UNCTAD], 2012: 1). Özellikle gelişmekte olan ülkeler için girişimcilik başarıya giden büyük bir merdiven olarak

görülebilmektedir. İşsizlik, ekonomik büyüme, toplumsal yapının oluşturulması gibi faktörlere ilişkin sorunların başarıyla sonuçlandırılması geliştirmekte olan ülkelerin girişimcilik faaliyetlerinde bulunma düzeylerine bağlı olmaktadır. Bu ülkelerde girişimcilik ruhunun oluşturulması son derece önemlidir. Eğer geliştirmekte olan ülkelerde dışa bağlı bir büyüme söz konusu ise etkin bir gelişim sağlanabilmesi pek mümkün olamamaktadır. Çünkü girişimcilik geliştirmekte olan ülkelerin destekleyici unsuru ve kalkınma için bir anahtardır (Çetinkaya Bozkurt vd., 2012: 230).

Girişimcilik bugünün küreselleşen dünyasında ülkelerin rekabet güçlerini de arttırmaktadır (Hancıoğlu ve Tekin, 2018, s. 214). Şehirleri, ülkelerin, bölgelerin ve dünyanın gelişmesi girişimcilik faaliyetlerine paralel olarak gelişim göstermektedir (Durak, 2011: 193). Girişimcilik aynı zamanda refah sağlayan sosyal bir iletişim ortamının gelişmesine katkı sağlamaktadır. Politik, iktisadi ve sosyal bir kültürün gelişmesinin temel yapı taşı olarak görülebilmektedir. Bu kültürlerin özgür girişim hareketleriyle gelişmesi, sosyal ve sürekli ilişki ortamının oluşturulması, sosyal devlet yaklaşımının sağlanması için ilk adım olarak görülmektedir (Karahan vd., 2014: 115).

Girişimcilik kişisel gelişimin önemli bir faktörü olan başarı ihtiyacını da karşılamada temel etmenlerden biridir. İş fikrini oluşturup uygulamaya koyan bireyler kendi kişilik özelliklerini geliştirmiş ve başarıya ihtiyacını karşılamış olurlar. Toplum içinde kendilerine yer bulma imkânı bulurlar (Korkmaz, 2012: 222-223). Girişimci kişiler yaptıkları işin hep daha iyisini yapabilme ve daha başarılı olabilme hedefindedirler. Riskli bir iş olan girişimcilikte hayallerini gerçekleştirebilmek için bu başarı arzusunun olması son derece önemlidir. Bu arzuya yeterince sahip olmayan girişimcilerin başarıyı elde etmeleri güçtür (Ballı A., 2017: 145). Bir iş fikri ile birlikte girişim faaliyetinde bulunan her bireyin bir girişimci kişiliği oluşmaktadır. Bu girişimci kişiliğinin oluşmasında kişinin genetik özellikleri ve karakter yapısı gibi etmenlerle birlikte içinde bulunduğu kültür, aile, almış olduğu eğitim, gelir düzeyi, iş tecrübeleri ve o günün koşulları çok büyük rol oynamaktadır (Keleş vd., 2012: 107).

Girişimciliğin diğer bir önem taşıdığı unsur ise örgütsel performansı etkileme düzeyidir. Örgütsel performansı arttırmak için bir seçenek olarak görülen girişimci yaklaşımı birçok bilim adamı, politikacı ve ekonomist tarafından çalışmalara dâhil edilmektedir. Örgütsel performansı etkilemesinin yanı sıra sürdürülebilir kalkınma içinde destekleyici unsurdur (Ahmed ve McQuaid, 2005: 6).

Tablo 1.1. Girişimciliğin Önemi

| | |
|--|--|
| Ekonomik Fonksiyonlarına Göre Önemi | <ul style="list-style-type: none">- İşsizlik sorununu en aza indirmede yardımcı faktör olarak görölmektedir.- Ekonomik büyümenin temel taşı ve tetikleyicisidir.- Üretim faktörlerinin düşük seviyeli üretim olan alanlardan daha yüksek seviyeli üretim alanlarına aktarılmasını sağlar.- Farklı üretim yöntemleri ile üretimin artmasına olanak tanır.- Yeni bir fikrin oluşmasını, geliştirilmesini ve uygulanmasını destekler.- Yeni pazarların oluşmasının, endüstrilerin oluşmasının temelidir.- Teknoloji bir girişimcilik çıktısıdır. Bugün de teknoloji sayesinde birçok girişimcilik fikri doğmaktadır.- Orta sınıflı kesimin güçlü hale gelmesi bölgesel gelir dağılımı için adaletin sağlanması ve bölgesel gelişimlerin desteklemesine katkı sağlar. |
| Sosyal Fonksiyonlarına Göre Önemi | <ul style="list-style-type: none">- Toplum içerisinde bir değer yaratmaya katkı sağlar- Yenilikçi ve değişim odaklı bir toplumun oluşturulmasına katkı sağlar.- Barış oranı yükselmesine ve ılımlı bir toplum örgütü oluşmasına katkı sağlar.- Sadece sosyal hayatta yüksek iletişimin kurulmasına katkı sağlar.- Toplum bireylerinin kişisel gelişimine katkı sağlar. |

Kaynak: TÜSİAD; 2003: 2; Çetinkaya vd., 2012: 233, 234; Güreşçi 2014: 25-26.

Girişimciliğin ekonomik ve sosyal açıdan yönlerinin önemi, bireylerin, işletmelerin ve ülkelerin hareket etme eylemlerini tetiklemektedir. Girişimcilikte sürecin başlaması bir girişimin önemli olduğu algının kabul edilmesiyle olmaktadır.

1.4. Girişimcilikte Süreç

Girişimcilik sürecinde girişimcinin mevcut durumla ilgili gerekli tüm bilgileri bir araya getirerek, girişimciliğin tüm unsurlarıyla ilgili genelden derine bir bakış açısı kazanması gerekmektedir. Girişimcinin operasyona dayalı olan girişimcilik sürecinde çözüm odaklı çalışması ve fırsat tespitlerine yatkın olması gerekmektedir. Ayrıca rasyonel ve mantıklı yaklaşım ile yürüteceği girişimcilik faaliyetlerinde engellere karşı hazırlıklı olmak durumundadır (Puhakka, 2012: 8). Bir iş fikri oluşturma, geliştirme ve yapma faaliyeti olarak ele aldığımız girişimcilik aynı zamanda da bir süreç olarak ele alınabilmektedir. Şekil 1.1.'de girişimcilik kişiler üzerinde bir sıralama ile ele alınarak süreçleri gösterilmiştir.



Kaynak: Karadeniz, E. (2014). *2013 ve 2014 Verileriyle Türkiye'de ve Bölgeler'de Girişimcilik*. Global Entrepreneurship Monitor (GEM), s. 19

Şekil 1.1. Girişimcinin Süreçleri

Şekil 1.1.'de girişimcilik süreci potansiyel girişimciler, niyeti olan girişimciler ve girişimler olarak sınıflandırılmıştır. 2013 yılında yayınlanan GEM (Küresel Girişimcilik Monitörü) raporuna göre 18 - 64 yaş arası gruplar, buldukları yaşam alanlarında fırsatları fark edebilme, bir girişim yapabilmek için ihtiyaç duyulan bilgi ve beceriye sahip olabilmek ve engellere rağmen risk alabilecek olan kişiler olduklarında 'Potansiyel Girişimciler' olarak tanımlanabilmektedirler. Niyeti olan girişimciler ise üç yıl içerisinde bir girişimcilik faaliyetinde bulunmayı planlayan ve bunun için çalışmalar yürüten kişiler olarak ele alınabilirler. Nihai hedef olan girişimciler ise artık kendini tamamlamış potansiyel girişimciler ve niyeti olan girişimciler aşamalarında geçmiş kişilerdir. Burada istediği girişim faaliyetinde bulunmuş yeni bir işe adım atmıştır (Karadeniz, 2014: 17).

Girişimciler üzerinde farklı bir süreç olarak değerlendirilen girişimcilik, Morris (1998: 27)'e göre girişimcinin gerçekleştirdiği, her yönünü kapsayan altı süreçten geçmektedir. Bunları aşağıdaki gibi sıralamamız mümkündür (Durak, 2011: 196-197):

- ***Fırsatları fark etmek ve bu fırsatları tanımlamak:*** İlk adım olan fırsatları fark etmek ve tanımlamak en temel süreçtir. Bir girişimcinin iş fikri için fırsatları görmesi, pazardaki boşluğu fark etmesi ve yapacağı işi tanımlayarak pazara uygunluğunu ölçmesi hayati önem taşımaktadır. Aksi takdirde pazara uygun olmayan bir iş fikri girişim süreçlerinin herhangi bir aşamasında başarısızlıkla sonuçlanacaktır.

- ***Bir iş fikri geliştirmek:*** Bir iş fikri geliştirme aşamasında tanımlanan işi ayrıntıları ile ele alarak fikir üzerinde değerlendirmeler yapılmalı ve farklılıklar yaratılmalıdır. Fırsatlar göz önüne alınarak yenilik üzerinde durulmalıdır.
- ***İş fikri için gerekli kaynakları tespit etmek:*** İş fikri için gerekli kaynakları tespit etme aşamasında, girişimci geliştirmiş olduğu iş fikrinde, yapacağı yeniliklere uygun kaynakları belirlemelidir. Bu süreçte pazar araştırması ön planda olmaktadır. Çünkü burada bir işletme için dönen ve duran varlıklar devreye girmekte ve işletmenin temel yapıtaşları söz konusu olmaktadır.
- ***İş fikri için gerekli kaynakları bir araya getirmek:*** Gerekli kaynakları bir araya getirme sürecinde girişimci pazar araştırmasına göre hareket etmeli ve kendi iş fikrine en uygun kaynakları bir araya getirerek girişimcilik faaliyetinin aktif olarak başlaması için son adımını gerçekleştirmelidir.
- ***İş fikrini uygulamaya koymak ve yönetimini sağlamak:*** Artık tüm kaynaklar bir araya toplanmıştır ve iş fikri hayata geçirilerek yönetilmeye başlanır. Hayata geçirilen iş fikrinin son derece iyi yönetilmesi gerekmektedir. Çünkü başarılı bir iş iyi yönetilmiş bir süreç demektir.
- ***İş fikri için risk almak:*** Son aşama olarak karşımıza çıkan risk almak süreci aslında girişimciliğin tüm süreçlerinde girişimci ile var olmaktadır. Girişimci riskleri bilmeli ve olası risklere hazırlıklı olmalıdır ki herhangi bir aksaklık durumunda ne yapacağına karar verirken sorun yaşamamalıdır. Risk durumunda girişimci tam bir profesyonel gibi davranmalı ve soğukkanlı olmalıdır.

Girişimcilik sürecinin nihai hedefi hep ileriye dönük ilerlemek ve başarıya ulaşmak olarak tanımlanabilir. Bu nedenle girişimcilerde bu başarıyı yakalamak için zekâ enerji ve deneyimin olması gerektiği savunulmaktadır (Ürper, 2014: 9). Ayrıca girişimcilik süreçleri içerisinde girişimci kişilere eğitim ve danışmanlık hizmetleri verilerek girişimci desteklenmelidir. Özellikle yüksek büyüme potansiyeline sahip olan girişimcilere rehberlik hizmeti sunularak girişimci her yönden rahatlatılmalıdır (Özhan Dedeoğlu, 2016: 17).

1.5. Girişimci Bireylerin Kişilik Özellikleri

Ülkelerin kültür ve değerleri üzerinde yapacağı girişimcilik faaliyeti için bireylerin girişimcilerde olması gereken kişilik özelliklerine sahip olmaları gerekmektedir (Bozkurt ve Erdurur, 2013: 72). Her girişimci için aynı kişilik özelliklerini sıralamak mümkün değildir (Aytaş, 2006: 144). Bu nedenle girişimci bireylerinde temel özelliklerinin incelenmesi gerekmektedir. Her girişimci aynı kişilik özelliklerine sahip olmasa da tüm girişimcilerin ortak özellikleri bulunabilmektedir (Özgüner, 2015: 148).

Kimanzi (2015) bütün girişimcileri birbirinden ayıran sadece o bireye ait özelliklerin olabileceğini vurgulamaktadır. Kimanzi'ye göre bütün girişimcilerin ortak özellikleri iş'tir. Yaptığı çalışmada beş girişimci tipolojileri geliştirmiştir. Bunları şüpheli, taklitçi, araştırmacı, kararlı ve başarılı girişimci tipleri olarak sınıflandırmıştır.

Tablo 1.2. Girişimci Tipolojisi

| | |
|-------------------------------------|---|
| <i>Şüpheli Girişimci</i> | Başkalarının yaptıkları işi sorgulayan ve kurcalayan girişimciler |
| <i>Taklitçi Girişimci</i> | Başarılı girişimleri taklit eden ve özgün olmayan girişimciler |
| <i>Araştırmacı Girişimci</i> | Öğrenmeye odaklanmış girişimciler, senaryo ve strateji araştırır ve geliştirirler. |
| <i>Kararlı Girişimci</i> | Karar verdiği şeyi yapan, her zaman mücadele eden girişimcilerdir. |
| <i>Başarılı Girişimci</i> | Girişimciliğin bütün süreçlerini bilen, araştıran, öğrenen ve mücadeleciler olan girişimcilerdir. |

Kaynak: Ballı, A. (Akt.) (2017). Girişimcilik ve Girişimci Tipolojileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (29), 143-166. (s.156-157).

Girişimci bireylerde kişisel gelişim önemli bir noktadır. Hem bireylerin özellikleri üzerinde olumlu bir etki oluşmasına yardımcı olmaktadır, hem de girişimcileri birbirinden ayırmamızı sağlayacak temel prensipleri bize sunmaktadır. Bireylerin kendilerini tanıma ve hislerini anlayabilme yetisine sahip olmalarının yanı sıra başkalarının da hislerini tanıma

yetisine sahip olmaları gerekmektedir. Ayrıca bireyin motive etme, yetisinin de hem kendi hem de başkaları için aktif olması gerekmektedir. Aslında son zamanlarda ortaya çıkan hisleri tanıma, yönlendirme ve motive etme yetisi olarak değerlendirilen duygusal zekâ faktörü bir girişimcinin başarısı için son derece önemlidir. Çünkü duygusal zekâyâ sahip girişimci birlikte çalıştığı ekip arkadaşlarını ve bağlantılı olduğu müşterilerini analiz ederek onları daha iyi anlayabilecek ve onların isteklerine daha doğru cevap verebilecektir (Cin ve Yumruk Günay, 2013: 10-24). TÜSİAD (2003: 1-2)'a göre girişimcilerin belirgin özellikleri aşağıdaki gibidir:

- Belirli olmayan zamanlarda karar alabilme yeteneği,
- Kararlı ve azimli olabilme,
- Güçlü sezgiye sahip olma,
- İyi gözlem yapabilme,
- Hızlı düşünebilme yeteneği,
- Hayal gücü yüksek olma,
- Sosyal ve iş ilişkileri iyi olma,
- İnsan kaynaklarını yönetebilme yeteneğine sahip,
- Muhakeme yeteneği yüksek olma,
- Bir konuyu her yönden düşünebilme,
- Yenilikçi olma,
- İkna kabiliyeti yüksek,
- Esnek, bağımsız, dayanıklı, ısrarcı ve yaratıcı olabilen,
- Kendine güveni yüksek,
- İyi iletişim kurabilen.

Girişimci kişilik özellikleri belirlenirken genellikle yöneticilerin kişilik özellikleriyle bir ilişki aranmaktadır. Girişimciler ile yöneticiler karşılaştırmaya tabi tutulduklarında yöneticilerin belli bir ücret karşılığında işlerini gerçekleştirmeleri temel fark olarak görülmektedir. Buna kıyasla toplumda her yöneticinin bir girişimci olabileceği algısının yanlış olmasının yanı sıra girişimcilerin birer yönetici olma potansiyeli daha yüksektir. Temel farklılıklar olmasıyla birlikte dinamik olma, muhakeme yeteneği, güven inşa edebilme, adil görüş ve yaklaşım girişimciler ve yöneticilerin ortak özellikleri olarak gösterilebilmektedir (Özen Kutunis ve Alpaslan, 2006: 139-140).

1.6. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik türleri literatürde farklı kapsamlardan ele alınarak bir araya getirilmektedir. Ancak tüm girişimcilik türleri girişimcilik sürecini başlatan girişimcinin kişilik özellikleri ve faaliyet alanları taban alınarak genel bir değerlendirme kapsamında ayrıştırılmaktadır (Ballı A., 2017: 150). Örneğin Özgüner (2015: 158) yapmış olduğu çalışmada girişimciliği nitelik ve misyon tabanlı, yönelim ve referans ve etkileme aracı olarak sınıflara ayırmıştır.

Bireylerin kişilik özellikleri toplumdan topluma farklılık gösterirken, bir toplum içerisinde de çok yönlü farklılıklar gösterebilmektedir. Bu yüzden girişimci bireylerin kişisel özelliklerini tam bir bütün olarak ortaya koymak araştırmacılar için çok güç bir mücadeledir. Örneğin girişimci kişiliğine sahip olan bir birey diğer özellikleri de taşıyabilmekte çeşitli farklılıkları da beraberinde getirmektedir. Girişimcilik tiplerinde tanımlamalar birbirlerine çok yakın olsalar dahi küçük ayırt edici özellikler o girişimcilik tipini tanımada yardımcı olacaktır (Ballı A., 2017: 161-162).

Literatür incelendiğinde çok farklı alanlarda, farklı çalışmalarda ve farklı amaçlarla girişimcilik türleri ortaya konulduğu gözlemlenmiştir. Yenilikçi girişimcilik, fırsat girişimciliği, yaratıcı girişimcilik, orijinal girişimcilik, profesyonel girişimcilik, çevreci/yeşil girişimcilik, kamu girişimciliği, takipçi (taklitçi) girişimcilik, iç girişimcilik, sosyal girişimcilik, genç girişimcilik, kadın girişimcilik ve teknolojik girişimcilik gibi birçok yönden ele alınmaktadır. Bu nedenle çalışma içerisinde neredeyse tüm girişimcilik türlerinin incelenmesi konu bütünlüğünü bozabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle sadece aşağıdaki türleri değerlendirmek daha doğru olacaktır.

1.6.1. Yenilikçi Girişimcilik

Var olan ürün ve hizmetle yetinmeyip devamlı olarak yeni ürün ve hizmet ortaya koyma isteği olan, değişik ve farklı yöntemler bularak farklı olmayı arzulayan girişimcilerdir. Burada girişimcinin sağlayacağı yenilik ile yeni bir ürün, hizmet, üretim yöntemi, farklı satış teknikleri, çalışma ve yönetim biçimleri gibi farklı alanlarda değişimler söz konusu olmaktadır (Kaya, 2017: 102). Bu girişimcilik türünde girişimci yenilik odaklı çalışmalar yapmaktadır. Yenilikçilik süreci bilgi ve fikirleri yeni bir fayda ortaya koymak için geliştirilmektedir. Bu girişimcileri inovasyon, Ür-Ge (Ürün Geliştirme) ve Ar-Ge

(Araştırma ve Geliştirme) faaliyetleri ile bütünleştirmenin doğru bir yaklaşım olduğu söylenebilmektedir (Cansız, 2013: 16).

1.6.2. Fırsat Girişimcilik

Sürekli değişen piyasa şartlarındaki mevcut ve potansiyel fırsatları gören ve bu fırsatları değerlendirmek isteyerek ürün ve hizmet geliştirilen girişimciliğe fırsat girişimciliği denilmektedir (Kaya, 2017: 100). Bu girişimcilik türünde girişimci pazardaki boşluğu değerlendirmektedir. Yeni mevcut veya potansiyel bir ürün veya hizmetten faydalanarak pazarın kaymağını alma niyetindedir. Önüne çıkan fırsatlara odaklanan girişimcilik türünde yenilikçi girişimcileri takip etme eğilimi olasıdır.

Fırsat girişimciliği üç boyutta ihtiyaç haline gelerek ortaya çıkmaktadır. Bu üç boyut aşağıdaki gibi ele alınabilmektedir (Kaya, 2017: 100):

- Bir ekonomik piyasada yoğun talep görülmesiyle birlikte ortaya çıkan pazar ihtiyacı veya pazarın büyümesi ihtiyacı,
- Piyasadaki sürekli değişim ile tüketicinin veya pazardaki paydaşların döneme uygun ürün/hizmet, kalite ve fiyat isteğinin artması,
- Piyasada yaşanan ekonomik kriz ile pazarlarda üretimin durduğu boşluklar meydana geldiği ve pazarın mal ihtiyacı olduğu durumlarda.

1.6.3. Yaratıcı Girişimcilik

Var olan ürün veya hizmeti daha kullanışlı, çok yönlü, tasarruflu ve farklı bir şekil ile tasarlayan ve bu tasarımı yaparken farklı teknolojilerden veya üretim metotlarından faydalanan girişimcilere yaratıcı girişimci denilmektedir. Yaratıcı girişimciler piyasada bulunan benzer ürünlere nazaran daha farklı üretim metotları kullanılan, yaratıcı fikirler ile dizayn edilen ve daha fazla kar elde edebilecekleri ürünleri piyasaya sunmayı hedeflemektedirler. Fırsatçı girişimciler ile yaratıcı girişimciler birçok bakımdan benzer özellikler taşımaktadırlar. Ancak yaratıcı girişimcilerin fırsatçı girişimcilere göre daha fazla istikrarlı olmaları, daha az riski üstlenme isteğinde olmaları, mali kaynak kullanımının maksimum olması ve yeniliği getirmek için gereken cesarete sahip olmaları temel farklılıklar arasında gösterilebilir. Aynı zamanda yaratıcı girişimciler daha az olan girişimcilik türlerinden biridir (Kaya, 2017: 100-101).

Yaratıcı girişimciler meraklı, bağımsız ve özerk, kendilerini işlerine kaptıran, bilgileri üst düzeyde, risk alma eğilimi yüksek, motivasyonu yüksek, hayal gücü yüksek, kavrama yeteneği gelişmiş, özgün düşünebilen, otorite denetimi serbest olan, yargılamada bağımsız olabilen ve renkli hayatları olan bireylerdir (Akpınar, 2011: 88-89).

1.6.4. Çevreci /Yeşil Girişimcilik

Dünyada yaşanan sanayileşme hareketleri ile birlikte küreselleşme hızla başlamış ve bugünkü durumuna gelmiştir. Doğada yaşanan bozuklukların ve bu durumun tehlikesinin farkına varan insanlar doğayı koruma kampanyaları adı altında çalışmalar başlatmaya başlamıştır. Böylelikle dünya genelinde her alanda sürdürülebilirlik politikası yayılma göstermiştir. Sosyal sorumluluk, çevresel etik, doğayı koruma gibi kavramların daha farkında olan insanlara yönelik işletmeler başlangıçta pazarlama faaliyetlerini değiştirmişlerdir. Ancak doğaya artan ilgi ile çevresel duyarlılığın günümüz şartlarında temel gereksinim olmasıyla birlikte işletmeler çevreci/yeşil üretim faktörlerini kullanmak, üretim metotlarında çevreci olmak ve hatta tüketiciye ulaşması aşamasında dahi çevreci/yeşil pazarlamacı olmak durumunda kalmışlardır (Özhan Dedeoğlu, 2016: 58).

1.6.5. İç Girişimcilik

İşletme içerisinde yer alan bu girişimcilerin temel hedefleri işletmeye yeniliği getirmek, yeni fikirleri geliştirmek ve yönetim aşamasında uygulanmasını desteklemektir. İç girişimcilikte var olan bir işletmede risk alarak daha karlı ürün ve hizmetler geliştirmek söz konusudur. Girişimcilikte girişimci kendini yenileme, kendini geliştirme ve doğrudan kendi riske girme durumundayken, iç girişimcilikte girişimci işletme adına girişimde bulunmaktadır. İç girişimcilikte işletmeyi geliştirmek, işletmeyi karlı kılmak ve işletmenin risk alması durumu söz konusudur (Ülgen Aydınlik, 2017: 110). İç girişimcilikte aynı zamanda girişimci kaynakları elde etme ve kullanma bakımından daha rahat bir süreç yaşamakta ve şirketten destek almaktadır (Ağca ve Yörük, 2006: 170).

İşletmelerde iç girişimciliğin desteklenmesi şirketin ilerlemesi için oldukça önemli iken, kalifiyeli, yetenekli ve girişimcilik potansiyeli olan personeli kendi bünyesinde tutabilmek içinde büyük bir fırsattır. Öncelikle işletme içerisinde girişimcilere değer verilmesi ve fikirlerin desteklenmesi personeli motive edecektir. Motive olan personel kendi fikirlerine duyulan saygıyı gördüğü takdirde işletmeden memnun olacak, iş değiştirme veya

kendi girişimini yapma eğiliminden uzaklaşacaktır. İşletme iç girişimciliği desteklemesi ile personelin rakip firmalara yönelmesini engellerken işletmesinde de yenilik ile kalite artırımına gitmiş olacaktır. İşletme içerisinde yapılan girişimler de durağan bir iş ortamının olmasını engelleyecek motive edici bir iş ortamı söz konusu olacaktır (Özhan Dedeoğlu, 2016: 55).

1.6.6. Sosyal Girişimcilik

Sosyal gruplar ile iş birliği içerisinde olan, risk alarak yeniliği getirmeyi amaçlayan ve bunun için gerekli alt yapıyı sağlayarak faaliyette bulunan kişilere sosyal girişimci denilmektedir (Ülgen Aydınlık, 2017: 148). Küreselleşme hareketleriyle birlikte sosyal problemlere çözüm önerileri sunmayı ve sosyal adaletsizliği ortadan kaldırmayı amaçlayan sosyal girişimcilik türü ortaya çıkmıştır. Sosyal girişimciler bulunduğu çevredeki sosyal problemleri ve sosyal fırsatları fark edebilmektedirler. Bu girişimciler risk alarak faaliyetlerini sosyal problemlere çözüm bulmaya ve sisteme yenilik getirmeye yönelik hareket etmektedirler. Bu nedenle sosyal dönüşümün ve refahın önemli bir faktörüdürler (Kaya, 201: 103).

Genel girişimcilerin temel amaçları kar elde etmektir. Sosyal girişimcilerde kar amaçlı faaliyet eden organizasyonlar olabileceği gibi sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi kar amacı gütmeyen ve sadece toplum için çalışan organizasyonlarda olabilmektedir (Ülgen Aydınlık, 2017: 147-148). Günümüz koşullarında birçok organizasyon sosyal girişimcilik olarak karşımıza çıkabilmektedir. Toplum refahı, huzuru, eğitimi, gelişimi ve üretkenliği için girişimcilerde bulunan sosyal girişimciler doğrudan topluma kar sağlamaktadırlar.

1.6.7. Genç Girişimcilik

Genç girişimcilik, kişilerin genç yaşta kaynakları bir araya toplayarak bilgi sahibi olduğu ve ilgisini çektiği bir alana yöneldiği ve büyük risk aldığı girişimcilik türüdür. Genç girişimciler diğer girişimcilere göre daha gözü kara, cesaretli ve atılgan karakterlere sahiptirler. Tüm kaynakları bir araya toplayabilecek özveriye sahip olan genç girişimciler aynı zamanda girişimde bulunduğu alanda da çekirdekten yetişme tabiriyle de anılmaktadırlar. Genç girişimleri bekleyen riskler daha fazla olmasına karşılık, dayanacak güçleri ve istekleri de daha fazla olmaktadır.

Günümüzde Türkiye’de ve dünyada genç girişimcileri desteklemeye yönelik birçok faaliyet düzenlenmektedir. Fikir yarışmaları ve girişimcilik kursları faaliyetleri girişimcilerin farkındalıklarını arttırmakta ve gençlerin fikirlerini uygulamaya koymasına olanak sağlamaktadır (Özhan Dedeoğlu, 2016: 47). Ayrıca Türkiye’de ve dünyada genç girişimcileri destekleme hibeleri ile genç girişimcilerin kaynakları bir araya getirmesi için yardımlar sağlanmaktadır. Burada genç girişimcilerin potansiyelinin üniversitelerle, kurslarla veya devletin politikaları ile ortaya çıkarılması oldukça önemlidir. Devlet destekli projelerin sürekli kılınması ülkenin genç girişimci potansiyelini gözle görülür şekilde yükseltecektir.

1.6.8. Teknolojik Girişimcilik

Literatürde dijital girişimcilik, sanal girişimcilik ve elektronik girişimcilik olarak da karşımıza çıkan teknolojik girişimcilik yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasıyla gelişen bir girişimcilik türüdür. Dünyada yaşanan teknolojik gelişmeler ile başlayan ekonomi tabanlı değişiklikler teknolojik girişimciliği günümüzde zorunlu hale getirmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerine bağlı bir sistemde gelişen teknolojik girişimcilik, internet üzerinden pazarlama faaliyetlerinin başlamasıyla tüm dünyanın dikkatini üzerine toplamıştır. Bugün Amazon, Apple, AliExpress gibi başarılı girişimler bilgi ve iletişim teknolojileri ile gerçekleştirilmiştir.

Elektronik bir değer oluşturma süreci olan teknolojik girişimcilik bilgi tabanlı çalışılan ve bilginin kullanılmasıyla yürüyen bir oluşumdur. E-ticaret ile birlikte gelişen yeni ekonomide bilginin sürekli olarak geliştirilmesi, korunması ve dağıtılması hayati öneme sahiptir. İnternet ortamında bilgi ve yaratıcı fikirlerin iş birliği ile bir teknolojik girişimcilik söz konusu olabilmektedir (Yalçın, 2007: 13-14). Kısacası teknolojik girişimciler internet ortamında bilgi ve teknolojilerin yardımıyla girişimcilik faaliyetinde bulunan kişilerdir. Diğer girişimcilik türlerine göre daha kolay, daha az maliyet ile ve daha hızlı bir çalışma ortamı sunan bir girişimcilik türüdür (Kaya, 2017: 103). Her yönüyle bilgi, ürün ve hizmet sağlayıcısı olan internet ortamında girişimcilerin bilgi ve iletişim teknolojileri bakımından donanımlı olmaları bu girişimcilik türünün temel gereksinimidir.

1.7. Girişimcilik Eğilimi

Girişimcilik ile ilgili temel sorulardan biri olan ‘‘Girişimcilik doğuştan gelen bir yetenek midir, daha sonradan öğretilip geliştirilebilir midir?’’ sorusu çok yönlü tartişmalar ortaya koymaktadır. Girişimcilerin doğuştan gelen özel yetenekleri ve genetik yapıları göz arzı edilemez avantajlar sağlarken genel olarak bireylerin doğrudan girişimci olarak dünyaya gelmedikleri ve yaşamları boyunca deneyimledikleri sosyal, psikolojik, politik ve ekonomik faktörlerden etkilenerak girişimcilik eğilimlerini kazandıkları kabul edilmektedir (Çetinkaya Bozkurt vd., 2012: 231). Birçok araştırma girişimciliğin sonradan öğretililebileceği ve geliştirilebileceğini desteklemektedir. Ayrıca girişimcilik eğiliminin kişinin çeşitli dış faktörler tarafından etkilenmesiyle ortaya çıkabileceği savunulmaktadır. Bu nedenle kişilerin erken yaşlarda yönelimlerinin farkına varmaları ve bu yönelimleri geliştirmeleri, ileride yapacakları girişimlerin başarıya ulaşması için önem arz etmektedir (Özhan Dedeoğlu, 2016: 12-13). Bireylerin yeni karar verme aşamasında veya niyet etme sürecinde yaşayacakları deneyimler için net bir şekilde yapacağı girişimciliğin amacını, tanımını ve ölçümlendirme yapmayı bilmesi gerekmektedir (Thompson, 2009: 671).

Doğuştan bireyin sahip olduğu özellikler girişimci için yeterli olsa dahi bu eğilimin ortaya çıkarılması ve faaliyete geçirilmesi için dış faktörlerin yardımına ihtiyaç duyulmaktadır. Aile, sosyal çevre, eğitim hayatı, iş hayatı ve kişinin kendi öz iradesi girişimcinin eğilimlerini ortaya koyacak etmenler olarak sıralanabilmektedir (Güreşçi, 2014: 27). Girişimcilik eğilimleri üzerine bugüne kadar birçok araştırma yapılmıştır. Genel hatlarıyla girişimcilik eğilimini etkileyen dört temel faktör üzerinde incelemeler gerçekleştirilmiştir. Bunlar; bireylerin kendilerinde gelişen kişisel özellikleri, içerisinde bulunduğu aile yapısı, kültür ve almış oldukları eğitimidir. Bu nedenle bireylerin kişiliklerinin oluşmaya başladığı kişisel çevre ve aile daha sonra gelişimin sürdüğü eğitim sürecinde girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesine yönelik çalışmalar yapılması gerekmektedir (Sarıtaş ve Duran, 2017: 150-160). Girişimci kimliklerinin tam olarak belirlenerek o kimliğe uygun farkındalık çalışmaları yürütülmesi bireylerin doğru karar vermesine olanak sağlamaktadır (Özhan Dedeoğlu, 2016: 17).

Öz yeterlilik ise bireylerin girişimcilik eğilimleri üzerinde etkili olan diğer bir faktördür. Yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde öz yeterliliğin bireylerin girişimcilik eğilimlerini pozitif yönde etkilediğini göstermektedir (Gül ve Beyşenova, 2018: 220). Yenilikçilik eğilimi ise girişimciliği etkileyen diğer faktörlerden biridir. Bireylerin aynı öz

yeterliliği gibi yenilikçilik durumu, girişimcilik eğilimini pozitif yönde etkilediği görülmektedir (Ensari ve Alay, 2017: 236).

Girişimcilik bir özgür ruh, kendini deneyimleme, kişisel potansiyelini fark edebilme ve bunu geliştirebilme gibi unsurlardan gelen bir içgüdü faaliyeti olarak da ele alınabilir. İnsanların kişisel benliklerinin temeli olan sosyo-kültürel yapılar girişimciliği tanımlamada oldukça yardımcı olmaktadır. Kültürel yapılar bir bireyin girişimciliğe yatkın olma ve yatkın olmama durumunu açıklayabilmektedir. Kültürel farklılıklar toplumlardaki girişimcilik eğilimlerini farklılaştırmaktadır. Ancak sadece kültürel farklılıklar ön planda tutularak girişimcilik eğiliminin değerlendirilmesi doğru olmaz (Aytaş, 2006: 149). Aynı kültür içerisinde farklı kesimler ve farklı koşullar da kişilerin girişimcilik eğilimlerinde etki edebilmektedir (Ballı A., 2017: 143). Kişinin belirgin karakteristik özellikleri de bu noktada devreye girebilmektedir. Karakteristik özellikler ile aile kültür kavramları birbirinden ayrılamaz bir bütün olarak birbirini etkileme gücüne sahiptirler. Karakteristik özellikler bir kültür oluşturmada önemli bir etken iken, kültürün temeli de bir kişinin karakteri üzerinde etkili olabilmektedir. Girişimcilikte de bu göz ardı edilemez bir etmendir. Kültür ve karakteristik özellik kişilerin girişimcilik eğilimleri ve girişimcilik davranışları ile doğrudan ilgili olabilmektedir.

Girişimcilik eğilimleri yüksek olan ülkelerin refah seviyelerinin de yüksek olduğu söylenebilmektedir. Ancak öncelikle ülkenin girişimciliğe hazır bir ortam olması girişimcilik eğilimi açısından oldukça önemlidir. Girişimcilik eğilimi için gerekli altyapı döngüsü Şekil 1.2. üzerinde ele alınarak yorumlanmıştır.



Şekil 1.2. Girişimcilik Eğilimi İçin Alt Yapı Döngüsü

Kaynak: TÜSİAD. (2003). *Türkiye'de Girişimcilik*. İstanbul: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği Basın Bürosu. S.3.

TÜSİAD'ın raporuna göre Şekil 1.2. incelendiğinde de girişimcilik eğilimini yönlendiren diğer faktörler ise bireylerin bulunduğu ülkenin ekonomik ve teknolojik alt yapısı ortaya çıkmaktadır. Genel ülke altyapısı sağlandığı takdirde girişimci için altyapı kaynakları değerlendirilmektedir. İnsan kaynakları, finans desteği, yasal düzenlemelere uygunluk, sosyal, kültürel ve politik altyapıya uygunluk ve girişimcilik teşviklerinin sağlanması girişimci altyapısını sağlamlaştıran etmenler arasında sıralanabilmektedir. Yeni kurulacak olan işletmeler için girişimci altyapısının devlet tarafından oluşturulması girişimci eğiliminin ortaya çıkması açısından oldukça önemlidir. Yeni işletmelerin kurulmasıyla istihdam ve ekonomik büyüme sağlanacak ülke altyapısına katkı sağlayacaktır. Ülke altyapısı gelişirken girişimcilere sağlanacak olan altyapı desteklenecektir. Bu döngü birbirini tamamlayarak ülkeyi ve girişimcileri doğrudan etkileyen bir etmenddir.

Bireylerin girişimci olabilmeleri girişimcilik niyeti diye adlandırılan eğilimlerinin olmaları gerekmektedir. Girişimcilik eğilimine etki eden faktörleri doğru sıralayabilmek için birçok araştırma dikkate alınmıştır. Bu nedenle genel olarak demografik, çevresel ve psikolojik faktörlerden etkilendiği ortaya konulmuştur (Çelik vd., 2014: 113). Girişimcilik eğilimine etki eden faktörler genel anlamıyla Tablo 1.3.'de toplanmıştır.

Tablo 1.3. Girişimcilik Eğilimine Etki Eden Faktörler

| | |
|-----------------------------------|---|
| Demografik Faktörler | Yaş, Cinsiyet, Eğitim, Medeni Durum |
| Psikolojik Faktörler | Yaratıcılık, Yenilikçilik, Kendine Güven, Risk Alma Eğilimi, Dışa Dönüklük, Başarma İhtiyacı, Kontrol Odağı, Bağımsızlık Arzusu |
| Çevre İle İlgili Faktörler | Aile, Sosyo-Kültürel Çevre, Ekonomik Çevre, Politik-Hukuki Çevre |

Kaynak: Ensari, M. Ş., ve Alay, H. K. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Yenilikçilik Eğilimi İle Girişimcilik Potansiyelleri Arasındaki İlişkiye Ailelerin Girişimcilik Öyküsünün Aracı Etkisinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Pamukkele Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (28), 235-248. s.237.

Tablo 1.3.'de girişimcilik eğilimine etki eden faktörler üç ana bölümde sınıflandırılmaya tabi tutulmuştur. Çevre ile ilgili faktörler aile, sosyo kültürel çevre, ekonomik çevre, politik-hukuki çevre olarak ele alınırken, psikolojik faktörler ise yaratıcılık, yenilikçilik, kendine güven, risk alma eğilimi, dışa dönüklük, başarıya ihtiyacı, kontrol odağı, bağımsızlık arzusu olarak ele alınmıştır. Son olarak demografik faktörler ise yaş, cinsiyet, eğitim ve medeni durum olarak sınıflandırılmıştır.

Girişimciliği etkileyen temel faktörlerden birinin de teknoloji olduğu söylenebilmektedir. Bu nedenle genel faktörler üzerinde durulduktan sonra yeni yaklaşımlar adı altında girişimciliğe etki eden teknoloji faktörü de incelenecektir.

1.7.1. Girişimcilik Eğilimine Etki Eden Demografik Faktörler

Bir ülkede başarılı girişimcilik adımları görülmek isteniyorsa ve ekonomik olarak bir katkı bekleniyorsa o ülkenin eğitim sistemi içerisinde girişimcilik eğitimi verilmesi gerekmektedir (İşcan ve Kaygın, 2011: 444). Girişimci kişilik özelliklerinin gelişmesinde temel etmenlerden biride bireyin aldığı eğitimdir. Bir ülkede başarılı girişimcilik faaliyetleri için yaratıcılığı, yeniliği, özgüveni, araştırmayı ve geliştirmeyi destekleyen bir eğitim sistemi gerekli görülmektedir (Durak, 2011: 196). Rekabet ortamının daha da sert hale geldiği günümüz küresel dünyasında girişimciliğin doğuştan bir yetenek olarak algılanmaması ve geliştirilebilir olduğu düşüncesi girişimcilik eğitiminin gerekliliğini de ortaya koymaktadır (Pazarcık, 2016: 144).

Bireylerin içerisinde olan potansiyeli ortaya çıkarmak, onları keşfetmek, ne istediklerini fark etmelerini sağlamak ve onları güdüleyici unsurları ortaya koymak gençlerin hayata başladığı üniversitelerdeki girişimcilik eğitimi ile sağlanabilmektedir (Korkmaz, 2012: 224). Bir ülkedeki üniversite öğrencileri o ülkenin girişimcilik faaliyetlerinin artmasına yardımcı olacak en temel potansiyeldir. Bu nedenle birçok üniversite girişimcilik eğitimi vermekle birlikte eğitim-öğretim yılı boyunca çeşitli proje, seminer kongre gibi faaliyetler düzenleyerek girişimcilik eğilimini arttırmayı hedeflemektedir (Hancıoğlu ve Tekin, 2018: 214).

Ancak üniversitelerdeki eğitim kalitesi veya müfredat ile ilgili bazı eksiklikler olduğu düşünülmektedir. Girişimcilik eğitimi için simülasyon geliştirilmesi ve müfredata entegre ederek birlikte yürütülmesi gibi çeşitli öneriler sunulmaktadır (Çiçek, 2016: 367). Bir çalışmada ise girişimcilik eğitiminin uygulamalı olması yönünde öneriler sunulmuş ve

çeşitli projeler dâhilinde öğrencilerin sektöre atılımının gerekliliği vurgulanmıştır (Çetinkaya Bozkurt ve Alparslan, 2013: 23).

Girişimcilerin yaşları ve medeni durumları yapmış oldukları işlerdeki başarı oranlarını etkilemekte olduğu gözlemlenmektedir. Örneğin genç yaşta olanların risk alma eğilimleri daha yüksek olabilmektedir. Ancak bu yaş ortalaması 55 üstü olanların girişimcilik eğiliminde hiç bulunmadığı anlamına da gelmemektedir. İnsan yaşamının uzaması ile birlikte emeklilik sonrası girişimcilik eğilimleri de var olabilmektedir. Bekâr olan girişimcilerle evli olan girişimcilerin risk alma eğilimleri de farklılık gösterebilmektedir. Evli olan girişimciler yatırımlarına daha fazla dikkat edebilmekte öncelik olarak ailelerini ön planda tutabilmektedirler (Ülgen Aydınlık, 2017: 19). Bireylerin yaşları ile girişimcilik eğilimleri arasında bir ilişki olduğu gözlemlenmektedir. Bireylerin yaşlarına odaklı olarak kendi güvenme, yeniliğe açık olma ve başarı isteği gibi eğilimleri daha baskın hale gelebilmektedirler (Korkmaz, 2012: 223). Örneğin dünyadaki girişimcilik faaliyetlerinin neredeyse %50'si 25-44 yaşları arasında gerçekleşmektedir. Ancak 25-34 yaşları arasında girişimcilik faaliyetlerinin en fazla olduğu zaman aralığı olarak belirlenmiştir (Barkawi, 2015).

Girişimcilik eğilimlerinde cinsiyette önemli bir faktördür. Kültürlere göre farklılık gösteren bu etmen kadın ve erkeklerin girişimcilik eğilimlerini farklılaştırmaktadır. Dünya genelinde erkek girişimcilerin yoğunluğu göz ardı edilemez bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun başlıca sebepleri ataerkil toplum yapıları, kadınların iş yaşamında bulunmamaları, ev, aile ve çocuk gibi sorumlulukları erkeklere göre daha fazla üstlenmeleri söylenebilmektedir. Türkiye'de olduğu gibi tüm dünyada farkındalık ile ortaya çıkan kadın girişimcilik destek görmektedir. 2000'li yıllar ile kadın girişimcilerin sayısında bir artış görülmektedir. Ancak buna rağmen dünya kadın nüfusuna oranla bakıldığında hala kadın girişimci sayısının az olduğu söylenebilmektedir (Çakıcı, 2004: 1). Küresel Girişimcilik Monitörü'ne göre 2015 yılında ortalama 126 milyon kadın dünya genelinde ortalama 67 pazarda yeni iş fırsatlarını görüp girişimlerde bulunmuştur. 48 milyon kadın girişimci ve 64 milyon kadın ise işletme sahibi olarak piyasada yer almaktadır. Ayrıca bu kadın girişimciler 2020'ye kadar iddialı büyüme stratejileri geliştirerek piyasaya hâkim olmayı planlamaktadırlar (Barkawi, 2015).

1.7.2. Girişimcilik Eğilimine Etki Eden Psikolojik Faktörler

Bireylerin sahip oldukları değerleri, davranış ve tutumları, istek ve ihtiyaçları onların psikolojik olarak da girişimcilik eğilimleri üzerinde doğrudan etkilidir (İşcan ve Kaygın, 2011: 446). Girişimci kişiliğinin oluşmasının psikolojik faktörlerinin altına Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi göz önünde bulundurulabilmektedir. Çeşitli araştırmalar bu ihtiyaçlar hiyerarşinin psikolojik faktörler üzerinde etkisinin olduğunu ve girişimciyi tetiklediğini vurgulamaktadır (Ülgen Aydınlık, 2017: 17). Bireyin içerisinde bulunduğu kültür, eğitim, ekonomik ve siyasi düzenin etkilerine rağmen kendisinde keşfettiğı bir takım özelliklerin farkında olması o farkındalık ile hareket etmesi, o özellikleri geliştirmek için çaba sarf etmesi gerekmektedir. Psikolojik olarak kendini tamamlamış ne istediğini bilen bireylerin girişimcilik eğilimleri pozitif yönlü olmaktadır.

Bireylerin kendilerinde istediğı başarıma tutkusu ile gelişen girişimcilik eğilimi, girişimcide yeniliğe açık olma, kendine güvenme, kontrol odağı, riske karşı sabırlı olma ve belirsizliğe tahammül edebilme gibi psikolojik özellikleri bireyde tamamlanmış olması veya geliştirilmeye açık olması gerekmektedir (İşcan ve Kaygın, 2011: 448).

Girişimci tiplerini büyük ölçüde etkileyen kültür faktörünün desteğıyle kimi kültürdeki girişimcileri daha tutucu olmaya yatkın kılarken kimi kültürdeki girişimcileri ise daha rahat ve serbest olmaya yatkın kılmaktadır (Aytaş, 2006: 156). Bazı kültürlerde girişimciler daha serbest, hırslı, koşulsuz, gelişgüzel ve rekabetçi bir alan ararken başka bir kültürde ise girişimci sağlam adım atma, emin adımlarla yürüme, risk almama ve rekabetten uzak olma eğiliminde olabilmektedirler. Kültür yapısı da girişimcinin psikolojik alt yapısı üzerinde etkili olup davranışlarına yansımada bir etmen olarak görülmektedir.

1.7.3. Girişimcilik Eğilimine Etki Eden Çevresel Faktörler

Girişimcilik eğilimini etkileyen etmenlerden bir tanesi girişimcinin ikamet ettiği bölgedir. İkamet edilen bölgenin büyük şehir, kasaba ve köy olması girişimcinin yapacağı faaliyeti doğrudan etkilemektedir. Girişimcilerin ekonomik ve sosyal yönlü iletişim ve destek kaynaklarını bulması açısından da fırsatların bölgelere göre değışebileceğı söylenebilmektedir (Güreşçi, 2014: 30).

Bireylerin aile yapıları girişimci kişiliğinin oluşmasında etkili olduğu görülmektedir. Teşvik edici etki, kısıtlayıcı etki ve kararsızlık yaratıcı etki olmak üzere üç etki üzerinde

durulmaktadır. Teşvik edici etkide aile, bireyin kendi hayatını daha özgür yaşama biçimini benimsemekte ve bireyin kendi işini kurmasına teşvik edici davranışlarda bulunmaktadır. Ailede daha önce girişimcilik faaliyetinde bulunmuş ise daha destekleyici olabilmektedir. Kısıtlayıcı etkide ise bireyin aile içerisinde yaşadığı maddi ve manevi imkânsızlıklar nedeniyle bireyde geri çekilme söz konusu olmaktadır. Kararsızlık yaratıcı etki ile ise bireyin almış olduğu eğitimin yapmak istediği girişim için yeterli olmadığını düşündüğü noktada karşılaşılmaktadır (İraz, 2010: 163). Bireylerin kişilik özelliklerine doğrudan etki eden aile, onların girişimci olma potansiyellerinin ilk geliştiği sosyal bir alandır. Eğer bireyin ailesi daha dışa dönük, atılgan, çalışkan, yaratıcı, yenilikçi ve kararlı gibi birçok özelliğe sahip bireylerle çevriliyse girişimcilik potansiyeli daha yüksek olabilmektedir. Aile, bireyleri doğumundan yetişkinlik dönemine kadar psikolojik, sosyal ve ekonomik bakımdan desteklemektedir. Bu destek olmaksızın girişimcinin gelişim çağının temel parçası olan aile girişimci kişilik özelliklerinin belirleyici unsurudur.

Eğer bir topluluğun girişimcilik faaliyetleri incelenmek ve tam olarak özümsemek isteniyorsa o topluluğun sahip olduğu kültürel değerlerin incelenmesi ve bilinmesi son derece önemlidir (Durak, 2011: 195). Girişimcilik ve kültür birbirinden ayrılmaz iki unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimcilik eğilimleri toplumdan topluma doğrudan farklılıklar gösterebilmektedir. Örneğin bir toplumda girişimcilik eğilimi oldukça yüksek oranda iken başka bir toplumda oldukça düşük oranlarda çıkabilmektedir. Kültürün oluşmasında toplumun içerisinde bulunduğu sosyal ve ekonomik yapısı, norm ve değer sistemleri oldukça önemlidir (Aytaş, 2006: 139). Girişimcilik faaliyetlerinin fazla olduğu kültürlerde yetişen bireylerin girişimci kişilik özelliklerini taşımaları ve kişisel gelişimlerini o yönde tamamlamaları kaçınılmaz bir unsurdur (Özhan Dedeoğlu, 2016: 45).

Kültür bir milletin, bölgenin veya kuruluşun kalıcı değer tabakasını ifade eden bir kavramdır. Buna istinaden girişimcilik ise toplumların, bölgelerin, kuruluşların iş fırsatlarını belirleyerek takip ettikleri eylem ve süreçlerin ortaya konulması olarak açıklanabilmektedir (George ve Zahra, 2002: 5). Bireylerin davranış kalıpları ve güdeleri içerisinde bulunduğu sosyo-kültürel toplumdan esinlenmektedir. Bireyin aldığı eğitim, ahlaki kurallar, yaşam biçimi, ailesi ve yaptığı tercihleri içerisinde bulunduğu kültürden kaçınılmaz bir şekilde izler taşımaktadır. Eğer bir topluluğun girişimcilik faaliyetleri incelenmek ve tam olarak özümsemek isteniyorsa o topluluğun sahip olduğu kültürel değerlerin incelenmesi ve bilinmesi son derece önemlidir (Durak, 2011: 195). Aslında başarılı şirketleri göz önünde

bulundurduğumuzda güçlü bir kültürel geçmiş daha başarılı girişim faaliyetleri üzerinde etkili olduğu söylenebilmektedir (Gerosa ve Tirapani, 2013: 212).

Girişimciyi etkileyen faktörlerden olan bireysel, psikolojik, politik ve ekonomik çevre gibi unsurlarının tamamı girişimcinin ait olduğu kültürü de doğrudan etkilemektedir. Böylelikle girişimcinin kültürden etkilenmesiyle de girişimcilik için gerekli olan döngü tamamlanmaktadır (Aytaş, 2006: 156). Girişimciliği etkileyen koşullar finansal, ticari ve hukuki altyapı, eğitim, fiziksel altyapı, devlet politikaları ve programları olarak sıralanabilmektedir. Gelişmiş ülkelerde bu faktörlerin uyum içerisinde olması girişimcilik eğilimini etkilemektedir. Ülkelerin GSMH (Gayri Safi Millî Hâsıla) ve GSYİH (Gayrisafi Yurt İçi Hâsıla) büyüklükleriyle makroekonomik koşulları, para politikalarının istikrarlı seyir etmesi, özellikle yatırımcıların haklarını korumakta olan vergilendirme yapıları bu aşamada önem taşımaktadır (Ürper, 2014: 136).

1.8. Günümüzde Girişimcilikte Yeni Yaklaşımlar

Girişimcilik, yeniliklerin hayatımıza girmesini sağlayan ve yenilikleri besleyerek gelişimi destekleyen temel etmenlerden biri olarak görülmektedir. Her yeniliğin bir girişimcilik sanatı olarak adlandırılması aslında girişim hareketleri olmadan yeniliğin olmayacağını açıklayabilmektedir (Akpınar, 2011: 91). Yaratıcılık ve hayal gücünün desteğiyle günümüzde farklı alanlarda çok küçük ayrıntılara bile destek olan teknoloji eski çağlarda insan yaşamını geçindirmek ve bir nebze olsa kolaylaştırmayı amaçlayarak geliştirilmekteydi (Özkaşıkçı, 2013: 26).

Toplum yapılarındaki değişikliğin temeli son yirmi yılda gerçekleştiği düşünülmektedir. Ancak teknolojik gelişmeleri gerçekleştiren insanoğlunun ihtiyaçları doğrultusunda toplumun teknolojiyi etkilediği düşüncesi de mevcuttur. Yaşanan küreselleşme hareketleriyle birlikte bilgi temelli topluma geçiş süreci hızlı bir şekilde gerçekleşmiştir. Eskiden insan gücü ağırlıklı endüstrilere dayalı ekonomi yürütülürken bugün bilginin gücü ağırlıklı endüstrilere dayalı ekonomi önem kazanmıştır. İnternet ve bilgisayar kullanımının yaygınlaşmasıyla başlayan, içerisinde bulunduğumuz bilgi temelli dönem, bugünün yeni ekonomi kavramının ortaya çıkmasına öncülük etmiştir. Yeni ekonomi ile birlikte piyasalar elektronik ortama taşınmış, piyasalarda ve ekonomide elektronik dönüşümün getirdiği köklü bir yeniden yapılanma söz konusu olmuştur (Yalçın, 2007: 15). Sanayi devriminden bilgi toplumuna kadar olan süreçte yatırımcı ve yönetici

girişimcilik üzerinde durulmuştur. Ancak bugün bilgi toplumunda girişimci bilgi teknolojilerini kullanan bilişimci girişimci olarak kabul görmektedir. Bilişimci girişimcinin olabilmesi için yetenek, motivasyon ve bilişim üçlüsünün birbirlerini tamamlaması gerekmektedir (İraz, 2010: 188-189).

Yeni ekonomide temel üretim faktörü bilgi'dir. Pazara sunulacak yeni ürün ve hizmetlerin üretilmesi, geliştirilmesi, Ar-Ge faaliyetlerinin sağlanması ve pazara sunulması aşamaları için olmazsa olmaz bilgi faktörü ön plandadır. Bilgi ve iletişim teknolojileri (ICT) yardımı ile üretilen ürün ve hizmetler bugünün yeni ekonomik yapısının alt yapı taşları olarak kabul edilmektedir. ICT'ler ile birlikte üretilen ürün ve hizmetler daha az maliyetle daha az zamanda üretilmektedir (Yalçın, 2007: 22). Yeni ekonominin şekillenmesinin temel etmenlerinden biride inovasyon ve girişimciliğin birlikte yürütülmesidir. Bilgi yoğun toplumların oluşumunda yenilikçi girişimci yaklaşımı benimsenmiştir. Bu yaklaşım çerçevesinde buluşlar, yenilik, yeni teknolojilerin kullanılması, yaratıcılık ve AR-GE çalışmaları girişimcilikle doğrudan ilişkisi olduğu düşünülen temel kavramlar olarak görülmektedir (Landström vd., 2012: 420).

Teknolojik gelişmelerin getirdiği internet ortamında iş yapma fikri ile yeni ekonomi şekillenme göstermektedir. Bu nedenle internet ortamında yeni iş modelleri ortaya çıkmıştır. E-iş, e-ticaret gibi kavramların ortaya çıkmasıyla birlikte müşteri odaklı hizmet üretmek için müşteri portföyleri oluşturulmuş ve sunulan ürün ve hizmetlerin maliyet, hız ve etkinliği üzerine çalışmaları arttırmıştır (Yalçın, 2007: 28). Bilgi ve iletişim teknolojileri ile birlikte çarpıcı bir şekilde değişim gösteren küresel rekabet ortamında hayatta kalabilmek için küçük ölçekli işletmeleri yerel ve bölgesel olarak pazarda faaliyet göstermeleri doğru bir yaklaşım olmamaktadır. Büyük ölçekli işletmeleri kendilerine hedef olarak sürdürülebilir bir girişimci yaklaşımı benimsemeleri, uzmanlaşma yoluyla maliyetleri azaltmayı ve küresel pazara ulaşmayı hedeflemeleri gerekmektedir (Ahmed ve McQuaid, 2005: 7).

Teknoloji ile birlikte bireyler daha özgür hareket edebilme imkânı bulmuşlardır. Bireylerin daha kolay erişebildiği bilgi ile birlikte özgürleşme hareketi sonucu girişimcilik faaliyetlerindeki artış büyük oranda yükselmiştir. Bu girişim faaliyetleri de kültürel değişimi desteklemiştir (Cansız, 2013: 27). Yeni ekonominin temel özelliği fiziki ortamdan çok internet ortamında gerçekleşen sanal odaklı girişim faaliyetleridir. İnternet ortamında gerçekleşen girişim aktiviteleri, satışlar, pazarlama, bilgi ve iletişim faaliyetleri bu ekonominin daha canlı ve sürdürülebilir olmasını kılmaktadır (Yalçın, 2007: 1). Sanal

işletmeler fiziki hayatta var olan işletmelere nazaran daha aktif çalışmaktadır. Zaman ve mekân avantajı yakalayarak daha hızlı girişimlerde bulunarak başarıyı daha kısa sürede elde edebilmektedirler.

21. yüzyılda dönüşüm odaklı devasa bir eğilim olan girişimciliğin mevcut olan pazarları değişime zorlama ya da tamamen ortadan kaldırma gibi bir etkisi olmuştur. Yeni pazarlar hızla piyasada büyüme eğiliminde olduğundan ‘hep daha yenisi’ olgusu akıllara yerleşmiştir. Google, Facebook ve Twitter gibi girişimler hızlı büyüme ve etkili girişimin ilk akla gelen örneklerindedir. Yeni yaklaşımla birlikte ücret tabanlı istihdam olanakları söz konusu olmadığından yüksek oranda girişimcilik eğilimi yaşanmıştır (Barkawi, 2015). Bu dönemde girişimcilikten söz ettiğimiz takdirde bu dijital dönemin başkahramanları göz önüne gelmektedir. Akıllı telefonlar, elektrikli arabalar, sürücüsüz arabalar, yapay zekâ, robotlar ve nesnelerin interneti gibi birçok girişimcilik hareketi sonucu ortaya çıkmış değerlerdir (Özkaşıkçı, 2013: 27). Yeni ekonomiyi şekillendiren ve bugünkü konumuna büyük katkı sağlayan girişimcileri ve temel özellikleri Tablo 1.4.’de sınıflandırılmıştır.

Tablo 1.4. Yeni Ekonomi Girişimcileri

| Kişisel Özellik | Girişimci | Girişim |
|------------------------|---|--------------------|
| Kararlılık | Steve Jobs | Apple/Next/Pixar |
| Yenilikçilik | Sergey Brin Larry Page | Google |
| Tutumluluk | Aaron Patzer | Mint.Com |
| Deneysellik | Mark Zuckerberg | Facebook |
| Sadelik | Chad Hurley, Steve Chen Jawed Karim | You Tube |
| Tabuları Yıkan | Niklas Zennstrom | Kazaa/Skype/ Joost |
| Odaklanan | Max Levchin | Paypal |
| Hırslı | Jeff Bezos | Amazon.com |
| Fırsatçılık | Tam Anderson | MySpace |
| Esneklik | Jimmy Wales | Wikipedia |

Kaynak: Kaya, A. (2017). *Bilişim ve İletişim Çağında Girişimcilik ve Kobi Yönetimi*. Konya: Eğitim Yayınevi. s.64-67.

Tablo 1.4.'de belirtilen girişimciler ve daha fazlası bugünün ekonomik durumunun temelini oluşturan girişimlerde bulunmuşlardır. Daha önce denenmemiş, kararlılıklarıyla, yenilikçi yaklaşımlarıyla ve fırsatları yakalamalarıyla yeni kapıları açmışlar, yeni piyasaların oluşmalarına, istihdamın yaratılmasına ve en önemlisi küreselleşmeye büyük katkı sağlamışlardır. Yukarıdaki girişimlerin hepsi veri odaklı çalışmalar yürütmüşler ve verinin nasıl işlenebileceği, nereden elde edilebileceği ve veriyi nasıl değerlendirebilecekleri üzerine büyük çalışmalar yürütmüşlerdir.

Yeni girişimlerin temel amaçları teknolojiyi kullanarak insanların hayatlarını daha kolay ve yaşanabilir hale getirmektir. Bu amaç doğrultusunda birçok çalışmalar yapılmış ve yapılmaya devam etmektedir. Flipkart gibi girişimler bunun en iyi örneklerindedir. Walmart, Alibaba ve Amazon gibi teknoloji odaklı girişimler günümüzde tüketicinin işini kolaylaştırmakta ve satın almada birçok seçeneği bir arada sunmaktadır. Günümüzde girişimciler tüketiciye daha verimli deneyimler sunmak için nesnelerin interneti (IoT), yapay zekâ ve makine öğrenimi gibi trendlere odaklanmışlardır (Rahul, 2018). Bu yaklaşımlarla birlikte artık tüketici için her şey daha kolay olurken girişimciler için ise daha yaratıcı, daha yenilikçi ve daha azimli olma zorunluluğunu beraberinde getirmektedir.

Veri, başarılı şirketlerin son yıllarda üzerinde durarak kendilerine hem maddi hem de manevi değer katmasına olanak sağlayan ancak büyük uğraşlar ile elde edilen bir hazinedir. Dönemin trendleri incelendiğinde veri odaklı çalışmalar ve girişimler dikkat çekmektedir. 2019 yılı için ise takip edilmesi gereken trendleri ve yaklaşımları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Dixon, 2018):

- Tüketiciler kendi verisi üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmak isteyeceklerdir,
- Alternatif borç alma kaynakları büyümeye ve gelişmeye devam edecektir,
- Kişiselleştirilebilecek her şey kişiselleştirilecektir,
- Abonelik hizmetleri artmaya ve geliştirilmeye devam edecektir
- Sosyal sorumluluk açısından aktif olmayan işletmeler mücadele edecektir.

1. 9. Turizm Endüstrisinde Girişimcilik

Turizm işletmeleri istihdam yaratmada, ekonomik büyümede, destinasyon pazarlamada temel aktörlerdir. Turist ile doğrudan etkileşim halinde olan bu işletmelerde yüksek kaliteli girişimcilik inşa etmek elzemdir (Monstasser ve Battaglia, 2016: 1991).

Günümüzde ulaşım olanaklarının artması ile birlikte turizm, dünya ekonomisinin en büyük ve en karlı endüstrilerinden biri haline gelmiştir. Devletlerin hedefledikleri sürdürülebilir kalkınma ve refahı sağlayabilmek için turizm endüstrisi bir anahtar niteliğindedir. Ayrıca turizm endüstrisinde girişimcilik diğer endüstrilerdeki girişimciliklerden farklı değildir, ancak girişimciliğin gelişimi için gerekli olan yatırım, yönetim, eğitim ve teknoloji diğer endüstrilerden daha zor bulunabilmektedir. Turizmde diğer endüstrilere nazaran daha fazla girişimciliğe ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü tüketici alternatif aramakta ve kendi tercihlerine göre hareket etmek istemektedir (Samiei ve Akhoondzadeh, 2013: 1427-1429).

Yapılan akademik araştırmalarda da turizm endüstrisinde girişimcilik, temel girişimcilikten ayrı tutularak çok az sayıdaki çalışmada ele alınmaktadır. Ayrıca bu çalışmaların politika yapıcılar ve endüstrideki uygulayıcılarına entegre bir şekilde çalışması yetersiz görülmektedir (Solvoll vd., 2018: 120-121). Turizm endüstrisi dünya üzerinde birçok ülkenin ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Gelişmekte olan ülkelerde yüksek işsizlik oranları ve sınırlı finansal kaynakları ile mücadele verilmesi nedeniyle turizmin gelişimi bu ülkeler için hayati önem taşımaktadır. Bu ülkelerde istihdam yaratmanın en temel yollarından biri turizm olarak görülmektedir. Turistlere hizmet etmek için gerçekleştirilen farklı faaliyetler bütünü olan turizm, ulaşım, yeme-içme, konaklama, etkinlik ve deneyimleme üzerine kurulmuş çok yönlü bir süreç olarak görülmektedir (Samiei ve Akhoondzadeh, 2013: 1423).

Sosyal ve psikolojik açıdan tatmin üzerine kurulan turizm endüstrisinde hizmet daha hassas bir hal almıştır. Eskiden seyahat acentaları ile bağlantı kurmak zorunda kalan turistler bugün seyahatleri de dâhil olmak üzere tatillerinin tüm aşamalarını tek başlarına planlayabilmekte ve yönetebilmektedir. Bunun en güzel örneklerinden biri olan ve tüm süreçleri gerçekleştirilmesini sağlayan, dinamik paketleme günümüzde turiste en iyi hizmet sunmayı amaçlayan turizm endüstrisindeki girişimcilik örneklerinden biridir.

1.9.1. Turizm Endüstrisinde Yenilikçi Girişimcilik

Turizm karmaşık bir endüstridir. Küçük, orta ve büyük işletmelerdeki gelişim ve değişim sermaye yoğunluğuna göre farklılık gösterebilmektedir. Ancak rekabet gücü yüksek bir ekonomik ve sosyal yaşam bileşeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünya çapındaki dinamizm, turizm endüstrisinde hızlı gelişim, yeni iş geliştirme ve mevcut işlerde yenilik odaklı olma yaklaşımını gerektirmektedir (Ciochina vd., 2016: 264). Turizm endüstrisi

maddi ve psikolojik unsurları içeren makro ve mikro ekonomik düzeyde faaliyetler içermektedir. Turizm endüstrisi için girişimcilikte fırsat kavramı ana tema olarak görülmektedir (Rusu vd., 2017). Fırsatları yakalayabilen ve geliştiren girişimciler turizm endüstrisinde başarıyı daha kolay elde etmektedirler.

Son zamanların akımı olan sürekli yeniliğe yönelik turizm hareketleri turizmde yaratıcılığı ve yeni ürün piyasaya sürmeye teşvik etmektedir. Turizm endüstrisinde yapılan girişimcilik hareketleri günümüz koşullarının en temel gerekliliklerinden biri olarak görülmektedir (Samiei ve Akhoondzadeh, 2013: 1428). Bunun nedeni günümüz insanın bilgiye aç, çabuk erişebilen ve bilgiyi sürekli yenileyip değişikliğe sürükleyen bir yapıya sahip olmasıdır. Günümüz insanının ihtiyaçlarını karşılayabilmek ve beklentilerine cevap vererek onu doyum noktasına ulaştırabilmek, sürekli değişim gösteren küresel dünyada oldukça zor bir hal almıştır. Bu yüzden turizm endüstrisinde girişimcilik tek bir adım olarak görülmemeli ve yenilikçi girişimcilik politikaları sürdürülebilir olmalıdır.

Yaratıcılık, yenilikçilik ve girişimcilik modern turizm ekonomisinin bir bütünü olarak görülmektedir. Genel ve günlük eylemlerden ziyade artık turizm endüstrisinde çalışanlarında yaratıcı, yenilikçi ve girişimci özelliklerine sahip olması beklenmektedir. Ancak en önemlisi yaratıcılığın şekillenebileceği ve girişimciliğin tetiklenebileceği gerekli koşulların sağlanması bu dönem için oldukça önemlidir. Nitekim endüstrinin başta gelen işletmeleri çalışanların değerli fikirlerini önemseyen ve geliştirmek için motive ederek yurtiçi ve yurtdışı eğitimler ile bu fikirleri destekleyerek ve ödüllendirerek liderliklerini korumaktadırlar (Bascavusoglu-Moreau vd., 2013: 5-6).

Ayrıca yapılan çalışmalarda ülkelerin girişimcilerin yenilikçi potansiyelinin gelişmişlik düzeylerinde göre paralel bir şekilde oranlandığı tespit edilmiştir (Monstasser ve Battaglia, 2016: 1996). Ülkenin ekonomik durumunun turizm endüstrisinde yenilikçi girişimciliği etkilemesi oldukça doğaldır. Güçlü ekonomiye sahip olan ülkelerde doğrudan hizmet kalitesine odaklanılmaktadır. Bu da yeni ve yenilikçi olmayı beraberinde getirmektedir. Günümüzde teknoloji ile birlikte sürekli bir değişim süreci olduğu görülmektedir. Bu nedenle teknoloji yardımıyla yenilikçi girişimcilik ülkeler tarafından daha fazla desteklenmelidir.

1.9.2. Turizm Endüstrisinde Teknolojik Girişimcilik

E-girişimcilik, internet girişimciliği, tekno-girişimcilik, dijital girişimcik vb. gibi ifadelerle günümüzde karşımıza çıkan teknolojik girişimcilik birçok alanın entegre olmuş bir platformdur. Özellikle turizm ve teknoloji sayesinde bugünün küresel yapısı gelişmiş ve gelişmeye devam etmektedir. Ekonomik büyüme, istihdam yaratma, yeni iş olanakları meydana getirme ve sonunda sosyal refaha katkı sağlamada teknoloji turizmin günümüzdeki temel bir ayağı olmaktadır. Bu nedenle teknolojik girişimcilik bu tüm avantajları ile birlikte finansal, psikolojik ve sosyal riski içeren ancak beraberinde tüm yenilikleri getiren bir sanal süreç olarak görülmektedir. Bilgi teknolojilerindeki yaygın kullanım süreci, dijital ekonomi olgusunu geliştirmiş ve turizm endüstrisinin temel yapı taşlarına bir yenisini eklemiştir. Ayrıca turizm hareketlerinin teknolojik girişimciliğin yükselişine ve gelişimine büyük katkı sağladığı ve önyak olduğu kolaylıkla söylenebilmektedir (Oumlil ve Juiz, 2018: 1).

Teknoloji ile birlikte değer yaratma ön plana çıkmıştır. Dağıtım kanalları, fikri mülkiyet ve azalan maliyet teknolojik girişimciliğin önemli paydaşları haline gelmiştir. Turistler için daha az maliyetli tatil ve sürdürülebilir hizmet alma gibi olanaklar sağlarken, turizm girişimcileri için ise sürdürülebilir ve az maliyetli bir turizm akımı geliştirilmiştir (Beckman vd., 2012: 4). Turizm endüstrisinde teknolojik gelişmelerle birlikte araçlar ortadan kalkmaya başlamıştır. Sosyal platformlardan rahatlıkla bilgi edinebilen turistler tatil hizmetlerini de bu platformlardan satın alabilmektedir. Daha bilinçli hareket edebilmekte ve kolaylıkla alternatifler arasında karşılaştırma yapabilmektedirler (Özkaşıkçı, 2013: 17).

Teknolojik girişimcilik karakterize temel özellikleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Siyanbola vd., 2011: 11):

- Fırsat için yüksek potansiyelin var olması,
- Teknoloji yoğun girişimcilik,
- Yeni bir işi sürdürebilen teknoloji firmaları,
- Yüksek başarısızlık riski,
- Piyasada uzun süre belirsizlik ihtimali,
- Altyapı, tesis ve kaynak talebi.

Yukarıda sıralanan özellikler teknolojik girişimciliğin genel yapısı olarak nitelendirilebilir. Teknolojideki fırsatları yakalayabilmek için yüksek potansiyelin var olması ancak teknoloji yoğunluğun olması nedeniyle yeterli bilgiye ve donanıma sahip

olmayı gerektirmektedir. Yeni bir iş geliştiren ve sürdüren birçok teknoloji firmasının varlığı göz ardı edilmemeli ve takip edilerek reaksiyonları izlenmelidir. Ancak teknoloji çok güçlü bir yapıya sahip olmasına rağmen aynı zamanda hassas olduğu noktalarda mevcuttur. Bu yüzden doğru adımlarla doğru işler gerçekleştirilmelidir. Tüketici talebinin her an değiştiği günümüz koşullarında ise piyasada uzun süre belirsizlik ihtimali yüksektir. Tüketicinin beklenti ve taleplerini belirlemek bir yandan kolaylaşırken diğer yandan beklentiler her an değişmektedir. Ayrıca teknolojik girişimcilik yapacak girişimciler için altyapı, tesis ve kaynak talebini gerçekleştirmek gerekmektedir. Aksi takdirde doğru adımların atılması mümkün olmayacaktır.

Teknolojik girişimcilik; problem çözme, yaşam kalitesini yükseltme ve koruma, teknik beceri ve uygulamalara ihtiyaç duyma, potansiyel pazar belirleme, firmanın beklentisiyle rekabet gücünü arttırmak için ürün kalitesinin iyileştirilmesi sürecini içeren, teknoloji yoğun bir fırsat olarak tanımlanmaktadır. İşlem maliyetinden tasarruf ederken ayrıca, teknolojik girişimciliğe başlamak için yeterli amaç, malzeme tedarikçilerini güvence altına almak, firmaların uzun vadeli istikrarını sağlamak ve üretimi artırmak için beklenen önemli yeniliklerin ticarileştirilmesi gerekliliğinden kaynaklanmaktadır (Dar, 2017: 217). Turizm endüstrisine doğrudan uyarlanabilecek bu gereklilikler endüstrideki gelişim içinde söylenebilmektedir. Turizm endüstrisinde kullanılan günümüz teknolojileri birçok endüstriye adapte edilebilmektedir Tüm endüstrilerden doğrudan etkilenen ve hizmetleri bir araya toplamak için birlikte hareket etmek zorunda olan turizm endüstrisinde teknolojik girişimcilik bir füzuli ihtiyaçtan ziyade zorunlu bir gereklilik haline gelmiştir. Bu nedenle turizmin, teknolojinin ve girişimciliğin ayrı değerlendirilmesi günümüz şartlarında düşünülemez.

1.10. Girişimci Adaylarına Sağlanan Destekler

Bir ülkede girişimciliğinin sosyal ve ekonomik yönden gelişebilmesi için bölgesel kalkınmanın geliştirilmesi gereklidir. Bölgesel olarak yapılacak girişimcilik faaliyetleri geliştirilerek önce bölgeye daha sonra ülkeye katkı sağlayacaktır. Bu nedenle yerel yönetimler, bölgesel kuruluşlar ve ülkenin yönetimi sırasıyla işbirliği içerisinde çalışmalıdırlar (Karadeniz, 2014: 32). Ülkelerin rekabet ortamına ayak uydurabilmek ve iş ortamlarını analiz etmek, karşılaştırmak ve geliştirmek için bir takım politika rehberleri mevcuttur. İş yapma raporu ve yönetim göstergeleri, dünya rekabet edebilirlik raporu, ekonomik özgürlük endeksi raporu, küresel girişimcilik monitörü ve girişimcilik politikaları

gibi raporlar bunlardan sadece bir kaçı olarak örnek gösterilebilmektedir (UNCTAD, 2012: 14).

Ulusal ekonomiler düzeyinde, birçok ülkede, merkezi ve yerel yönetimler, yeni işletmelerin başlatılmasını teşvik etmek ve desteklemek, küçük ve orta ölçekli işletmelerin yerini ve rolünü güçlendirmek için politikalar oluşturmakta ve uygulamaktadırlar. Temel amaç ekonomik büyüme, çevre sorunlarını çözmeye, sosyal katılımı arttırmaktır (Ciochina vd., 2016: 267). Artarak yaygınlaşan girişimcilik farkındalığı birçok ülkenin ‘girişimci kültürü’ ile değişim göstermeyi istemesini beraberinde getirmektedir. Özellikle dünyada birçok ülkede kültürün benimseyebilmesi adına eğitim sistemleri içerisinde yer almaya başlayan girişimcilik bireylerin tutum, beceri ve zihniyetlerinin gelişimine katkı sağlamaktadır (International Labour Organization [ILO], 2011: 1).

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) 1990’lı yılların sonlarından beri girişimcilik eğitimleri ve iş birliği ile iyileştirme üzerine yönetim ve eğitim programlarını desteklemekte ve çalışmalar gerçekleştirmektedir (ILO, 2011: 19). Günümüzde dünya çapında yeni ekonominin de oluşmasıyla başlayan girişimciliği destekleme programları farklı alternatiflerle var olabilmektedir. Girişimci ekosisteminde girişimciler için bir fırsat gibi görülen Hedge fonları bu alternatiflere örnek gösterilmektedir. Kitlesele fonlama araçları da bu alternatiflerden bir tanesidir. Kitlesele fonlama, bilgi, deneyim, kaynakların paylaşıldığı bir proje için herkesin destek verebileceği bir mekanizma olarak adlandırılmaktadır. Silikon Vadisi (Amerika Birleşik Devletleri) kitlesele fonlamanın ön büyük örneklerinden bir tanesi olarak verilebilmektedir. Ayrıca startup’lar başlangıç aşamasında ihtiyaçlarını karşılamak için mikro kredi alabilecekleri banka ve kurumlardan faydalanmak durumunda kalmaktadırlar (Özkaşıkçı, 2013: 135-138). 1980’lerden itibaren devletlerin üretim üzerindeki özelleştirme çalışmaları başlamıştır. Özel yatırımların önündeki engellerin kalkmasıyla birlikte ekonomik büyüme yaşanmaya başlamıştır. Devletler ise bu büyümeyi desteklemek amacıyla teşvik politikalarını benimseyerek yerli ve yabancı girişimcilere hibe, teşvik ve destekler sağlama yoluna gitmişlerdir (Karagöz, 2016: 264).

Ayrıca bir ülkede veya bölgede girişimci destek programları da vazgeçilmez kılınmaktadır. Sağlıklı ve istikrarlı girişimcilik faaliyetleri için aşağıdaki destek programlarının geliştirilmesi ve uygulanması gerekmektedir (Özkaşıkçı, 2013: 142):

- Yol Gösterenler/Danışmanlar-Mentorlar,
- Kuluçka Merkezleri,
- Hızlandırıcılar,
- Profesyonel Hizmet Sağlayanlar ve Ortak Kullanım Alanları,
- Üniversiteler ve Teknoparklar,
- Girişimci Ağları.

Amerika Birleşik Devletleri, Uzak Doğu, İskandinav ülkeleri ve Avrupa ülkeleri küresel yenilik oranlarına bakıldığı takdirde ilk sıralarda görülmektedirler. Örneğin yerel rekabetin sağlanması açısından Japonya, son teknoloji ihracatı açısından Hong-Kong, patent başvurularında Çin, üniversite ve sanayi işbirliğinin sağlanması açısından Finlandiya'yı ön sıralarda görebilmektedir (Işık vd., 2015: 83). Asya bölgesinde Hindistan'ı örnek vermek gerekirse Hindistan hükümeti bilim ve teknoloji departmanı çatısı altında çeşitli kurumlarla birlikte teknolojik girişimciliği destekleyecek projeler gerçekleştirmekte ve teşvik etmektedir. Bu doğrultuda hükümet 'Ulusal Bilim ve Teknolojik Girişimcilik Geliştirme Kurulu' kurmuştur (P. Bulsara vd., 2014: 56). Türkiye'de girişimcilere diğer teşvik, hibe ve destek veren kurum ve kuruluşlar aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Özhan Dedeoğlu, 2016: 28-39):

- TC. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Destekleri,
- KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı),
- TÜBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu),
- TOBB Genç Girişimciler Kurulu,
- İş Kur (Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü),
- TEKNOAĞ,
- TTGV (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı Destekleri),
- TESKOMB (Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkezi Birliği),
- Avrupa Birliği Hibe Fonları,
- TC. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı,
- TC. Ekonomi Bakanlığı,

Türkiye'de yukarıda sıralanan kurum ve kuruluşlar girişimciliği destekleyerek büyük girişimlere imzalarını atmaktadırlar. Türkiye'nin büyük girişimci destekçilerinden olan

KOSGEB yenilikçi bir yaklaşım ile yüksek katma değer ürünler üreten ulusal ve uluslararası piyasalarda yer bulmak isteyen, ihracatı arttırmaya odaklanan küçük işletmeleri öncelik olarak destekler sunmaktadır. Bu kapsamda girişimcilik destekleri, AR-GE, teknolojik üretim ve yerleştirme destekleri, işletme geliştirme, büyüme ve uluslararasılaşma destekleri, KOBİ finansman destekleri ve laboratuvar hizmetleri vermektedir (KOSGEB, T.Y.).

Turizm endüstrisi için ise Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı olarak teşvik ve destekler sağlanmaktadır. Turizm teşvikleri, uçak turizm desteği, kruvaziyer turizm desteği, kültür yatırımları desteği ve teknik yardım desteği olarak sınıflandırılmışlardır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, T.Y.). Ayrıca KOSGEB bünyesinde de turizm endüstrisine yönelik uygulamalar adı altında teşvik ve projeler desteklenmektedir. Turizm endüstrisi için proje geliştiren potansiyel girişimcilerin KOSGEB tarafından verilen ‘Girişimcilik Sertifikası’ni almaları ve daha sonra gerekli adımları atmaları gerekmektedir (KOSGEB, T.Y.).

2. BİLGİ TEKNOLOJİLERİ YETERLİLİĞİ

Bilgi teknolojileri küresel dünyanın nefes kaynağıdır. Bugünün yaşam fonksiyonlarından biri bilgi teknolojileri olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle bu bölüm içerisinde bilgi teknolojileri yeterliliği, bilgi teknolojileri etkileri, günümüzde bilgi teknolojileri eğilimleri, bilgi teknolojileri eğitimi ve turizm endüstrisinde bilgi teknolojileri incelenerek bilgi teknolojileri çerçevesinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

2.1. Bilgi Teknolojileri

İnsanlığın varoluşunda, günümüzde ve geleceğimizde geçerli olacak olan en büyük güç bilgidir. Var olan verinin sürekli değişim göstermesi bilginin dinamik yapısını tanımlamada yardımcı olmaktadır. Geçmişten bugüne bilgi yardımıyla teknoloji sürekli gelişim göstermektedir. Teknolojinin gelişimi bilgi sistemleri ve veri tabanlarının yaşamımızın her noktasına hâkim olmasına neden olmaktadır. Bilgi teknolojileri sayesinde insanlar bilgiye daha kolay ve hızlı erişim sağlayabilmektedirler (Uysal, 2009: 4-5).

1920'li yıllarda Telex ile bilgi teknolojilerinin ilk adımlarından birini atılmıştır (Berkeley, 1969: 10). Ancak 1960'lı yıllarda hız kazanan küresel iletişim teknolojileri daha fazla ilgi çekmeye başlamıştır. Bunun nedenleri arasında uydu yayıncılığının gelişmesi, bilgisayar ve internetin kullanılması, bilgisayarlı rezervasyon sistemlerinin geliştirilmesi gibi örnekler sıralanabilmektedir. Bu yıllardan sonra bilgi teknolojilerine talep yoğun bir şekilde artmaya başlamış ve dünya pazarında talebi karşılayabilmek için yeni sistemlerin gelişimini gerekli kılmıştır (Avcıoğlu, 2011: 15; Kracht ve Wang, 2010; Radulović, 2013: 28). Bilgi sistemleri veriyi girdi biçiminde kullanan, süreçlerde işleyen ve çıktı olarak bilgiyi sunabilen sistemlerdir. Yazılım, donanım, insan, şebeke ve veri bilgi sistemlerinin temel unsurlarıdır (Pajo, 2013: 12).

Veri, kelimelerin ve sayıların bir yerde toplanmış ancak biçimlendirilmemiş bir enformasyon olarak tanımlanmaktadır. Verinin biçimlendirilerek enformasyona dönüştürülmesi sağlanmakta ve daha sonra bilgi ortaya çıkmaktadır. Bilgi kendi öz yapısı nedeniyle kayıt altına alınabilmekte, yeniden görüntülenebilmekte ve yorumlanabilmektedir. (Pajo, 2013: 4). 1990'lı yıllardan itibaren teknoloji yardımıyla toplanan verinin bilgiye dönüştürülmesi daha anlaşılır ve ilgi çekici hale gelmiştir. Berkeley DB (1996), Google (1998), Lucene (1999), Tokyo Cabinet (2000), Wikipedia (2001), Youtube (2005), Twitter

(2006), iPhone (2007), Foursquare (2009) ve daha nice bu yıllarda ardı ardına bir yükseliş göstermişler, toplanan veriyi işleyerek bilgiye dönüştürmüşlerdir. Bilgi toplumunun kurucuları olan bu girişimler bugünün sosyal, kültürel ve ekonomik düzenini şekillendirenlerdir (Ünal, F., 2015: 6-7).

Bilginin toplanmasını, işlenmesini, depolanmasını, ağlar yardımı ile bir noktadan bir noktaya iletilmesine olanak sağlayan iletişim ve bilgisayar tabanlı teknolojileri de içeren tüm teknoloji unsurlarına bilgi teknolojisi denilmektedir. Bilgi teknolojileri mikro elektronik ve veri iletiminin yanı sıra, faks, mobil telefonlar, televizyon, bilgisayar, bilgi ağları, software ve çevrimiçi veri tabanlarını kapsayan teknolojileri içermektedir (Pajo, 2013: 4).

Bilgisayar ve iletişim teknolojisinde bir devrim yaşanarak Bilgi Çağı diye adlandırdığımız, bir insan zihninin anlayabileceği ve özümseyebileceğinden çok daha fazla bilgiye, anında ve dünya çapında erişme imkânına sahip olduğumuz bir dönem başlamıştır (Dunn ve Cook Adamson, 1997: 1). Televizyon uzun bir zaman diliminde bireyleri sosyalleştirme işlevini gördükten sonra 1990'ların sonuna doğru işlevini bilgisayar ve internetle paylaşmaya başlamıştır (Avcıoğlu, 2011: 23). İnternet, ilk ortaya çıktığı dönemlerde insanların birbirleri ile iletişime geçme ve bilgi paylaşma amacı taşımaktadır. Ancak birkaç yıl içerisinde finans, banka, ticaret, eğitim, sağlık, haberleşme, ulaşım, ulusal savunma, enerji üretimi, sulama ve daha birçok alanda kullanılmaya ve geliştirilmeye başlanmıştır. Böylelikle gelişim sürecinin ve elektronik biliminin desteği ile donanım sektörü geliştirilmiştir. Günümüzde ise neredeyse tüm elektronik cihazların bir yazılım alt yapısı olması sağlanmıştır (Ünal A. N., 2015: 2).

Bilgi teknolojileri insanoğlunun hayatında yardımcı ve destekleyici bir konuma sahiptir. Haberleşme, ulaşım, güvenlik, sağlık ve eğitim gibi yaşam kalitesini arttıran, önemli unsurları kolaylaştıran ve problemleri neredeyse ortadan kaldıran araç bilgi teknolojileri ve alt yapılarıdır. Bugün dünyanın bir diğer ucuna sesli veya görüntülü erişim sağlayabilmemize olanak verirken, ulaşım hizmetlerinde ise hem güvenli hem de konforlu bir yolculuk yapılmasına fırsat vermektedir (Uysal, 2009: 9). E-sağlık, e-ticaret ve e-devlet gibi uygulamalar ile devletlerin ve vatandaşların yaşamlarını kolaylaştırmakta ve daha adil sosyal ortamlar kurulmasını sağlamaktadır (Ünal A. N., 2015: 4).

Küreselleşmeyi hızlandıran bilgi teknolojileri günden güne ucuzlamakta ve erişimi daha kolay bir hal almaktadır. Bilgi teknolojilerinin yaygınlık kazanmasıyla birlikte

bilgisayarlar, dijital donanım, cep telefonları ve diğer teknoloji unsurları her gün yeni bir ürün ve hizmetin bizlere sunulmasına olanak sağlamaktadır. İnternet aracılığı ile yapılan e-ticaret, pazarlamanın her evresinin çevrimiçi bir şekilde bizlere ulaşmasını kolaylaştırmaktadır (Yüksek, 2013b: 26-27). Bugün ise kuşak değişimi nedeniyle televizyon kullanımındaki azalışın yanı sıra internet ve sosyal ağlarda iletişim yükselmiş. Televizyondaki işletmelere bağlı kanal yayıncılığı yerini büyük oranda bireysel sosyal ağ kanal yayıncılığına bırakırken, fiziksel işletmeler yerini sanal işletmelere bırakmaya başlamıştır.

2.2. Bilgi Teknolojileri Yeterliliği

Günümüz toplumunda bireylerin çevrelerinde şekillenen yapılaşmaya her anlamda katkıda bulunmaları gerekmektedir. Bu noktada bilgi teknolojilerinde eylem yeterliliğinin sağlanması önemli bir husus olarak görülmektedir (Odabaşı vd., 2011: 36). Bugünün teknoloji kullanıcıları rutin, mesleki ve hobi gibi işlerini yapmak, kısacası ihtiyaçlarını karşılamak için uygulama üzerine kurulu becerilere ihtiyaç duymaktadırlar. Beceri, bireyin bir şeyi nasıl yapacağını gösteren bir yeterlilik unsurudur. Örnek vermek gerekirse bilgisayar teknik bilgisi bazı bedensel becerileri de gerektirmektedir. Klavyede yazı yazmak bir süre sonra parmak hareketlerinin düşünmeden otomatik bir şekilde gerçekleşmesi ile meydana gelmektedir (Kaasbøll, 2014: 14). Yeterlilik ise, bireyin kişisel ve mesleki sorumluluklarını yerine getirmek için gereken bilgi, beceri ve yeteneğe sahip olması olarak tanımlanmaktadır (Authority, 2016: 6).

Bireylerin kendi iradeleri ile hedeflediklerine ulaşabilmek için bir veya birden fazla yöntem ile durumu idare etme, değiştirme ve geliştirme süreci eylem olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımdan çıkarak bireylerin kendi potansiyelini kullanarak bir veya birden fazla problemi ortadan kaldırmaya yönelik mesleki ve disiplinler arası süreç geliştirme becerisi ve motivasyonuna eylem yeterliliği denilebilmektedir (Odabaşı vd., 2011: 38-41). Bu tanımları günümüzün yönetiminde söz sahibi olan bilgi teknolojilerinde yeterlilik için eş değer olarak görülebilmektedir. Bilgi teknolojileri yeterliliği bireylerin kendi potansiyellerini ve bilgi teknolojilerini kullanarak öğrenme, geliştirme ve öğretmeyi kapsayan bir süreci yürütme becerisi olarak tanımlanabilmektedir.

Bilgi teknolojileri yeterliliği birbirini tamamlayan dört temada ele alınmıştır. Bunlar; teknik yeterlilik, organizasyon yeterliliği, kavramsal yeterlilik ve insan ilişkileri

yeterliliğidir (Maisurah ve Haider, 2011: 357). Ayrıca farklı sınıflandırmalara da tabi tutulan bilgi teknolojileri yeterliliği aşağıdaki yeterlilik sınıflandırması içerisinde de incelenebilmektedir.

Tablo 2.1. Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Modeli

| Yönetim Yeterliliği | | | | Mesleğe Özgü Gereksinimler | | | |
|---|--------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|---|----------------------------------|
| Endüstriyel Teknik Yeterlilik | | | | | | | |
| Endüstri Çapında Teknik Yeterlilik | | | | | | | |
| Bilgi Teknolojileri Prensipleri | Veri Tabanları ve Uygulamaları | Ağlar, Telekom, Kablosuz bağlantı | Yazılım Geliştirme ve Yönetimi | Kullanıcı ve Müşteri Desteği | Dijital medya ve Görselleştirme | Uyum | Risk Yönetimi ve Bilgi Güvenliği |
| İş Yeri Yeterliliği | | | | | | | |
| Takım Çalışması | Planlama ve Organizasyon | Yenilikçi Düşünce | Problem Çözme ve Karar Alma | Teknoloji ve Araçlar ile Çalışma | İşin Temel Yapı Taşları | | |
| Akademik Yeterlilik | | | | | | | |
| Okuma | Yazma | Matematik | Bilim | İletişim | Kritik ve Analitik Düşünme | Temel Bilgisayar Teknolojileri Kullanma Yetenekleri | |
| Kişisel Etkinlik Yeterliliği | | | | | | | |
| Kişisel Beceri ve Takım Çalışması | Bütünlük | Profesyonellik | Girişim | Uyum ve esneklik | Güvenilirlik | Hayat Boyu Öğrenme | |

Kaynak: Faculty of Illinois Institute of Technology. (2012). *Information Technology Competency Model September 2012*. Employment and Training Administration United States Department of Labor.

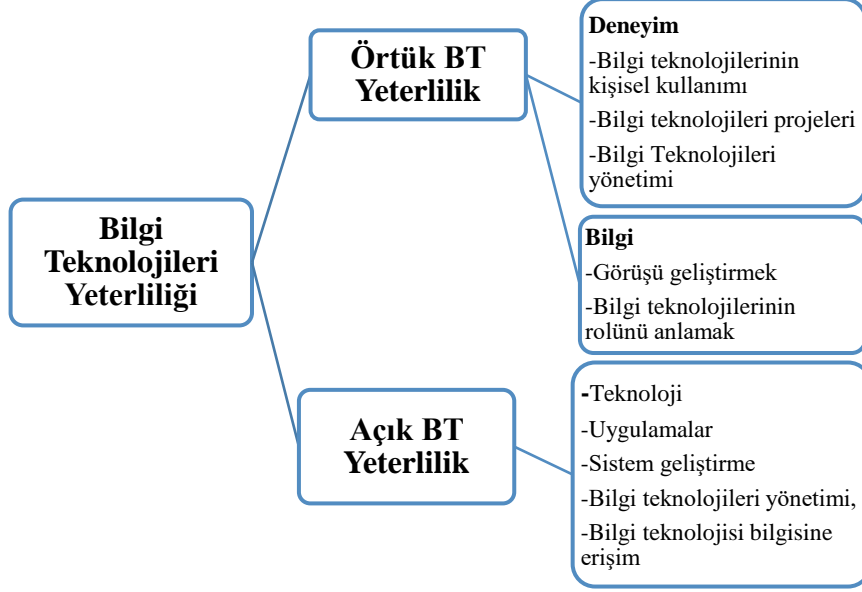
Günümüzde yeterlilik yukarıdaki Tablo 2.1.'de model alınarak açıklanabilmektedir. Modelde ilk aşama kişisel etkinlik yeterliliğine sahip olmaktır. Yumuşak beceriler olarak da adlandırılan bu aşama bireyin kendi sahip olduğu nitelikleri içermektedir. Takım çalışmasına uygunluk, bütünlük, profesyonellik, girişim, uyum ve esnekliğin yanı sıra güvenilir ve hayat boyu öğrenme eğiliminde olması gerekmektedir. Bu beceriler bireyin aile, eğitim ve yaşam deneyimi ile meydana gelmektedir. İkinci aşama ise bilişsel işlevler ve düşünme stillerini içermektedir. Günümüzde akademik yeterlilik olarak görülen temel bilgisayar teknolojilerini kullanma yetenekleri bu aşamada yer almaktadır. Üçüncü aşamada

tüm endüstrilere uygulanabilecek olan özyönetim odaklı sınıflandırma yapılmıştır. Bu aşamada da teknoloji ile birlikte çalışma iş yeri yeterliliği içerisine alınmıştır. Dördüncü aşamada ise endüstri çapında teknik yeterlilik, çalışanın hangi endüstride olursa olsun faydalanabileceği bilgi ve becerileri içermektedir. Son olarak beşinci aşamada diğer dört aşamanın tamamlanmasıyla birlikte tüm işlevleri gerçekleştiren ve yeterliliğe sahip olan bireyler olarak kabul edilmektedirler (Faculty of Illinois Institute of Technology, 2012: 1-2). Genel anlamda temel bilgi teknolojileri yeterlilikleri de aşağıdaki maddeler ile tanımlanmaktadır (Authority, 2016: 13-19).

- İş gereksinimlerini yerine getirmek,
- Veri güvenliği yönetimini sağlamak,
- Veri tabanları yönetimini sağlamak,
- Bilgi teknolojisi altyapısı hakkında bilgi sahibi olmak,
- Bilgi teknolojisi programları ve uygulamaları hakkında bilgi sahip olmak,
- Donanım ve yazılımlar hakkında bilgi sahibi olmak,
- Teknik destek sağlamak,

Bilgi teknolojilerinde bilgi ve bilgi teknolojileri deneyimi oldukça önemlidir. Bireylerin sahip oldukları uzmanlık bilgisi, yani bilgi teknoloji kavramlarını ne kadar iyi anladıklarına ve kullanımı konusunda ne kadar iyi bilgi sahibi olduklarına işaret ederken, bilgi teknolojileri deneyimi ise organizasyonel anlamda gerçekleşen etkinliklere atıfta bulunmaktadır. Bilgi teknolojileri deneyimi bireyin daha önce teknoloji ile olan etkileşiminden elde ettiği teknik bilgisini temsil etmektedir. Bu ikisinin birlikte var olması bireyin yeterlilik düzeyini arttırmaktadır (Maisurah ve Haider, 2011: 356).

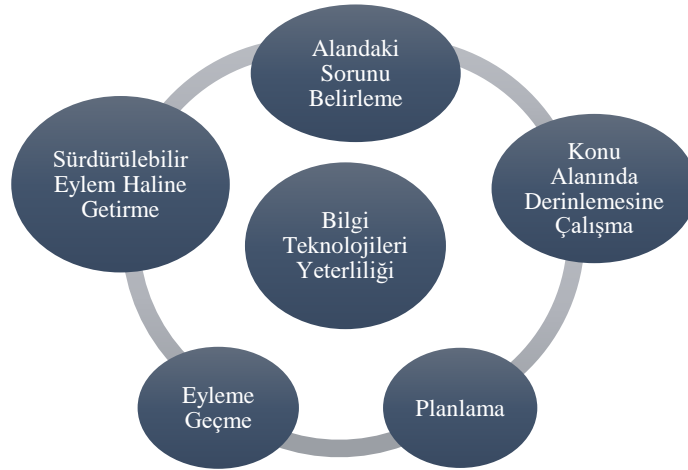
Şekil 2.1.'de bilgi teknolojileri yeterlilik unsurları incelenmiştir. Bilgi teknolojileri yeterliliği örtük yeterlilik ve açık yeterlilik olmak üzere iki ana bölüme ayrılmıştır. Örtük yeterlilik de bireylerin bilgi ve deneyim ile bilgi teknolojileri yeterliliklerini geliştirebildikleri vurgulanmıştır. Açık yeterlilik de ise teknoloji, uygulamalar, sistem geliştirme, yönetim ve erişim olanağının var olması bireylerde belirli olan bilgi teknoloji yeterlilikleridir. Örtük ve açık bilgi teknolojileri yeterlilik düzeyleri yüksek olan bireylerin iki unsurun etkileşimi sayesinde bilgi teknolojileri yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir.



Kaynak: Bassellier, G., Horner, R., ve Benbasat, I. (2001). Information Technology Competence of Business Managers: A Definition and Research Model. *Journal of Management Information Systems*, 17 (4), 159-182.

Şekil 2.1. Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Unsurları

Bireyler bilgi teknoloji yeterliliğine sahip olsalar dahi çevrelerine ve topluma fayda sağlamaları gerekmektedir. Bu nedenle bilgi teknolojileri yeterliliğinde eylem aşamalarının gerçekleştirilmesi gerekmektedir.



Kaynak: Odabaşı, H. F., Kurt, A. A., Akbulut, Y., Dönmez, O., Ceylan, B., Şahin İzmirli, Ö., vd.. (2011). Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) Eylem Yeterliliği. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 1 (1), 36-48.

Şekil 2.2. Bilgi Teknolojileri Yeterliliğinde Eylem Aşamaları

Şekil 2.2.'de verilen bilgi teknolojileri yeterliliğinin aşamaları şu şekilde açıklanabilmektedir (Odabaşı vd., 2011: 43-45).

- ***Alandaki Sorunu Belirleme:*** Bireylerin kendilerine özgü motivasyon kaynakları ile toplumsal alandaki eksikliği, sorunu veya geliştirilebilecek bir durumu fark etmeleri ve odak noktayı bulmaları gerekmektedir. Bireyin dijital platformda Türkiye tanıtım faaliyetleri ile ilgili bir eksiklik olduğunu fark etmesi, sağlık veya ziraat endüstrileri ile ilgili bir takım bilgilendirme platformlarının oluşmadığını fark etmesi örnek olarak verilebilmektedir.
- ***Konu Alanında Derinlemesine Çalışma:*** Belirlenen problem veya eksiklikle ilgili daha önce planlanmış veya uygulanmış birtakım çözüm önerileri mevcut olup olmadığı ile ilgili çalışma yürütülmesi gerekmektedir. Örneğin Türkiye tanıtım faaliyetleri dijital platformda yapılmıştır. Bilgi teknolojileri yeterliliğine sahip olan birey o platformların güçlü ve zayıf yönlerini inceleyerek fırsatları ve tehditleri yakalayabilme avantajına sahiptir.
- ***Planlama:*** Bu süreç var olan probleme yönelik bir fizibilite çalışmasını gerekli kılmaktadır. Sürecin nasıl işleyeceği gibi tasarım üzerine çalışmalar yapılarak sürecin tüm aşamaları programlandırılmaktadır. Bu süreçte meydana gelebilecek bir takım problemler olabilmektedir. Ancak soruna yönelik motivasyon kaybedilmeden elde bulunan kaynakları en iyi şekilde değerlendirmek gerekmektedir.
- ***Eyleme Geçme:*** Bu süreçte planlama sürecine göre daha fazla sorun meydana gelebilmektedir. Bu nedenle bir soruna alternatif birkaç çözüm önerisi bulunması gerekmektedir. Eyleme geçme sürecinde bilgi teknolojileri yeterliliğine sahip bir liderin yanı sıra bir ekip kurulması süreci daha kolay hale getireceğinin düşünülmektedir.
- ***Sürdürülebilir Eylem Haline Getirme:*** Bilgi teknolojileri yeterliliği ile gerçekleştirilen projenin sürdürülebilir olması büyük önem taşımaktadır. Günümüzde her şeyin sürdürülebilir olmasına özen gösteren bir toplum söz konusudur. Çalışmanın her yeniliğe ayak uydurabilecek hatta yeniliği kendi kendine geliştirebilecek potansiyele sahip olması gerekmektedir.

Tablo 2.2. Temel Bilgi Teknolojileri

| | |
|--------------------------------|--|
| İNTERNET | İnternet (Alan Adları, İnternette Kullanılan Terimler, İnternet Tarayıcıları (Browser), Arama Motorları), Elektronik Posta Yönetimi (Web Sitesi Üzerinde Elektronik Posta, Elektronik Posta Yönetimi Programı), Elektronik Ticaret (Sunucu, Donanım, Yazılım, Güvenlik), Elektronik Ticaret Türleri (B2B, B2C, C2C, C2B) |
| KELİME İŞLEMCİ PROGRAMI | Dosya İşlemleri, Sayfa Yapısı, Metin Biçimlendirme, Dipnot, Üstbilgi ve Altbilgi, Görsel Nesnelere, Çizim Nesnelere, Word Art, Tablo İşlemleri |
| İŞLEM TABLOSU PROGRAMI | İşlem Tablosunda Çalışmaya Başlama, Formüller ve Fonksiyonlar, Düzenleme, Verilere Filtre Koyma, Verileri Sıralama, Koşullu Biçimlendirme, Grafikler |
| SUNU HAZIRLAMA PROGRAMI | Yeni Sunu Dosyası Açmak, Yeni Slayt Ekleme ve Silme, Slayt Düzeni, Metin Kutusu, Tablolar, Grafikler, Slayt Tasarımı, , Animasyonlar, Slayt Gösterisi, Medya Clipleri, Şablonlar |

Kaynak: Sökmen, A. (2012). *Bilgi İletimi Teknolojileri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Dunn ve Cook Adamson 1997 yılında bilgi teknolojilerinden tam anlamıyla faydalanabilmek için insanların araç kullanma yetenekleri kadar kişisel özgürlükleri için de gerekli olan, o döneme kadar hiç bilinmeyen ve yeni geliştirilen becerilerin kazanılmasının gerekliliğini vurgulamışlardır. Bilgi teknolojileri yeterliliğinin o dönem için bile zorlayıcı bir ihtiyaç olduğunu belirtmişler ve üniversite öğrencilerine yönelik çalışma yürütmüşlerdir (Dunn ve Cook Adamson, 1997: 101). Günümüzde ise eğitim sistemleri içerisinde temel bilgi teknolojileri eğitimleri verilmektedir. Bu nedenle bireylerde temel bilgi teknolojileri yeterliliği genel anlamda donanım yeterliliği, işletim sistemi yeterliliği, kelime işlemci programı yeterliliği, hesap çizelgesi programı yeterliliği, sunum programı yeterliliği ve internet kullanımı yeterliliği adı altında incelenmektedir (Seyrek, 2010: 393; Bilgihan vd., 2014: 330; Eryılmaz, 2018: 43; Kara, 2011: 76-83).

2.3. Bilgi Teknolojilerinin Etkileri

Bilgi çağında üretimin hızlanması ve anında dünya çapına yayılmasının yanı sıra çok fazla bilgi yüklemesi ve o bilgilerin hızlı bir şekilde eskimesi insanların yeni ekonomi ortamına ayak uydurmasını zorlaştırmaktadır. Bilgi toplumunun politik, sosyal ve ekonomik sınırsız küresel yapısı, veriyi bilgiye dönüştürmeyi ve onu doğru bir şekilde kullanma yeteneğine sahip olmayı kritik bir unsur haline getirmiştir (Dunn ve Cook Adamson, 1997: 105). Bilgi teknolojilerinin kullanımı, toplumlarda ortak ilgi, değer ve zamanın büyük

oranda birlikte paylaşıldığı sosyal, maddi ve manevi ilişkilerin kazanılabildiği bir ortam oluşturmaktadır. Aynı değerlere sahip olan bireyleri bir araya getirmeye imkân tanıyarak, toplumu daha dinamik tutabilecek sosyal, siyasal ve kültürel grupların oluşmasına öncülük etmektedir (Avcıoğlu, 2011: 24-25).

Teknolojiye konu olan tüm araçlar toplumların yaşamlarında birçok alan oluşturulmasına yardımcı olmaktadır. Sosyal ilişkileri iyileştirmesinin yanı sıra birçok yeni meslek grubunun oluşmasına ve toplum yapısının köklü değişimine de katkı sağlamaktadır (Avcıoğlu, 2011: 26). Bilgi teknolojilerinin gelişimi sosyal faaliyetleri içeren birçok alanı zorunlu bir değişime sürüklemiştir. İletişim başta olmak üzere sağlık, tüketim eğitim, öğrencilik, araştırma, okuryazarlık, bilgisayar, aile, vatandaşlık, oyun, mesleki gelişim ve daha fazlasında dönüşümler olmuş ve sanal süreçler geliştirmiştir. Aşağıda bunlardan sadece birkaç tanesi açıklanarak değişim incelenmiştir:

- ***Eğitimde ve Öğrencilikte Dönüşümler:*** Yirmi birinci yüzyılda eğitim öğrenci ve öğretmenlerin dışında bilgisayar ve internetin de dâhil olduğu etkileşimli bir platform sunmaktadır. Okul ve sınıf kavramlarından uzaklaşarak çevrimiçi eğitim ve uzaktan eğitim gibi organizasyonlar ortaya çıkmıştır. Artık öğrenciler dünyanın başka bir ucunda istedikleri eğitimciden ders alabilmekte ve gelişim gösterebilmektedir (Erişti, 2010: 1-19).
- ***Araştırmada Dönüşümler:*** Bilgi teknolojileri kullanımı ile tüm bilim dallarının ana unsuru olan araştırma alanında da köklü bir dönüşüm söz konusu olmuştur. Bilgiye erişim oldukça kolay hale gelmiş ve bilgi yerini hep yenisine bırakmıştır. Eskide veri toplama, depolama ve işleme gibi çok uzun uğraşlar sonrası araştırmacılar istediklerini elde edebilirken bugün internetten kolaylıkla bilgiye erişim sağlayabilmektedir. Aynı zamanda araştırmacılar uzun uğraşlar sonrası ortaya koydukları bulguları bilim dünyasıyla kolaylıkla paylaşma imkânına sahiptirler (Kuzu ve Akbulut, 2010: 48).
- ***Tüketiciликte Dönüşümler:*** Her an her yerden internet aracılığı ile istediklerine erişebilen yeni nesil tüketici toplumu gelişmiştir. Artık yeni nesil tüketiciler daha özgür, aktif ve özel olabilecekleri şekilde ticareti şekillendirmektedir. Daha iyi karar vermek, daha ucuza satın almak, çözüm odaklı olmak ve deneyimlerini paylaşmak

gibi imkânlara sahip olmuşlardır. Artık işletme sahiplerinin değil tüketicilerin patron olduğu bir dönüşüm söz konusu olmuştur (Odabaşı Y., 2010: 115-116).

Günümüzde verinin muazzam bir şekilde çoğalmasıyla birlikte Büyük Veri dediğimiz bir kavram ortaya çıkmıştır. Büyük Veri analiz raporları, cihazlar, sensörler, coğrafik, web ve sosyal medya gibi sanal veri ile her an gelişim göstermektedir. Bilgi teknolojileri sayesinde bu veriyi toplayan, işleyen ve bilgiye dönüştürerek kendi lehine kullanabilen işletmeler bugün rekabet üstünlüğüne ve gücüne sahip olmuşlardır (Ünal F., 2015: 34). Teknoloji kullanımı işletmelerin ve devletlerin üretim teknikleri üzerinde de büyük bir etki yaratmıştır. Üretim teknikleri tam anlamıyla farklılık göstermiş, bilgi ve teknoloji odaklı üretim tekniği benimsenmiştir. Yaşanan bu gelişmelere ayak uydurabilen, hatta bu gelişmeleri yönetenler ekonomik büyüme sağlarken, gerisinde kalanlar ise piyasalarda arka plana düşmüşlerdir (Kuşat, 2011: 117).

Uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren işletmeler bilgi teknolojileri sayesinde rekabet avantajlarını arttırmışlardır. Ürün ve hizmet üreticileri, talep edenler ve kamu kuruluşları aynı anda elektronik ortamda var olabilmektedir. Böylelikle daha şeffaf bir pazarlama ortamı geliştirilmiştir. Yeni ekonomi dediğimiz yeninin yeni kalmadığı ticaret ortamıyla birlikte dünyanın sosyo-ekonomik normları da büyük oranda değişim göstermiştir (Karataş ve Babür, 2013: 18). Günümüzde büyük ölçekli işletmelerin bilgi teknolojilerinden büyük oranda faydalandığı ve bunun büyük başarılar elde ettiği görülmektedir. Ancak genel bir bakış açısıyla küçük ölçekli işletmelerin bu konuda biraz daha geride kaldığı ve rekabet edilebilirlik avantajını kullanamadıkları ortadadır (Kuşat, 2011: 122).

İnternet ve bilgi teknolojilerinin gelişimi ile ekonomi de büyük bir dönüşüm yaşamış ve bilgi temelli, dijital, yeni ve e-ekonomisi gibi kavramlar kullanılmaya başlanmıştır. Bu ekonomide bilginin temel üretim kaynağı olması, dijitalleşme, sanallık, molekülerleşme, iletişim ağlarına dayanma, araçların azalması, iletişim sektörü, yenilik, üretici ve tüketici bütünleşmesi, hız, küreselleşme, toplumsal sorunlarda farklılaşma yeni ekonominin temel özellikleri arasında sayılabilmektedir (Baloğlu ve Karadağ, 2008: 2-3). Bilgi teknolojileri ile şekillenen yeni ekonominin etkisi Tablo 2.3.'de ortaya konulmuştur.

Tablo 2.3. Eski Ekonomi ve Yeni Ekonominin Karşılaştırılması

| | <i>Eski Ekonomi</i> | <i>Yeni Ekonomi</i> |
|------------------------------------|------------------------|---|
| <i>Pazar</i> | Statik | Dinamik |
| <i>Faaliyet Alanı</i> | Ulusal | Küresel |
| <i>Organizasyon Yapısı</i> | Bürokratik, hiyerarşik | Çalışma ağı, girişim |
| <i>Coğrafi Hareket Kabiliyeti</i> | Düşük | Yüksek |
| <i>Rekabet</i> | Düşük | Yüksek |
| <i>Üretim Yönetimi</i> | Kitle üretimi | Esnek üretim |
| <i>Üretim Faktörleri</i> | Sermaye, iş gören | Yenilik, bilgi |
| <i>Kritik Teknolojik Faktörler</i> | Mekanizasyon | Dijitalleşme |
| <i>Rekabette Avantaj Kaynağı</i> | Maliyet | Yenilik, kalite, pazar bilgisi, maliyet |
| <i>Ar-Ge'ye verilen önem</i> | Orta | Yüksek |
| <i>Sektörel İlişkiler</i> | Yalnız çalışmak | Anlaşma ve birleşme |
| <i>Pazarlama Faaliyetleri</i> | Kitlesel pazarlama | Kişisel pazarlama |
| <i>Hedef</i> | Sürekli iş | Yüksek ücret ve gelir |
| <i>Beceriler</i> | İşe odaklılık | Birden fazla konuya hakim olma |
| <i>İşveren-İşgören İlişkileri</i> | Rekabet | Birlikte çalışma |
| <i>İstihdam</i> | Sabit | Risk ve fırsatlarla çevrili |

Kaynak: Baloğlu, A., ve Karadağ, L. (2008). *İnternet ve Pazarlama*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

Dünya Bilgi Toplumu Zirvesinde bilgi teknolojilerinin aşağıdaki unsurlar üzerinde etkili olduğu kabul edilmiştir (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu [BTK], 2016: 17):

- Küresel ve ulusal anlamda huzur, barış ve istikrarın sağlanmasında, demokrasi ve hukuk gibi temel unsurların korunmasında bilgi teknolojileri etkili bir araçtır,

- Bilgi teknolojileri küresel ve ulusal anlamda ekonomik gelişmeye ve girişim eğilimine teşvik edici olarak kullanılabilir, kullanılmaktadır,
- Bilgi teknolojileri ile alt yapının ve insan kaynağının doğru kullanılması aşamasında bilgi ve siber güvenliği hayati bir öneme sahiptir,
- Bilgi teknolojilerinin siber suçları beraberinde getirmesi nedeniyle insan haklarına saygı çerçevesinde önlenmesi için gerekli çalışmalar yapılması gerekmektedir.

2.4. Günümüz Koşullarında Bilgi Teknolojileri Eğilimi

Teknolojik gelişmelerin başlamasıyla birlikte dünya üzerinde küresellik yolunda hızlı bir dönüşüm yaşanmıştır. Fiziksel işletmeler e-işletmelere dönerken tüketiciler e-tüketici olmuş, eğitim ortamları dijital platformlara taşınmış, öğrenciler ise e-öğrenci dediğimiz kavramlarla anılmaya başlamıştır. Bu yaşananlar son yirmi yılda şekillenen teknoloji yardımıyla olmuştur. Yarın yaşanacak dünya ise bugünün teknolojik eğilimleri ile şekillenmesi beklenmektedir. Bu nedenle bugünün teknolojik eğilimlerini incelemek, bilgi teknolojilerinin gelişimini izlemenin yanı sıra toplumları gelecekteki yaşamlarına alıştırmak için oldukça önemlidir.

ITU 2018 yılı için geçerli olan küresel ve bölgesel bilgi teknolojileri raporunda dünya nüfusunun yarısından fazlasının interneti kullandığını belirtilmiştir. ITU istatistiklerine göre küresel nüfusun % 51,2'si yani ortalama 3,9 milyar insanın 2018 yılı içinde internet kullanımı yaptığını tahmin etmiştir. Ayrıca tüm dünya nüfusunun %96'sı mobil hücresel ağ erişimine sahip oldukları vurgulanmıştır. Sabit telefon abonelikleri düşmeye devam ederken mobil hücresel abonelikleri sayısı küresel nüfustan daha fazla olduğu görülmektedir (International Telecommunication Union (ITU), 2018).

Bulut bilişim kullanımı dünya üzerinde son birkaç yıl içerisinde hızlı bir artış göstermiştir. 2018 yılında Avrupa Birliği ülkelerinde en az 10 kişinin istihdam ettiği işletmelerin %26'sı bulut bilişim hizmetlerini satın almıştır. 250 ve daha fazla kişinin istihdam ettiği işletmelerde ise %56'sı bulut bilişim satın alarak kullanmıştır. Ayrıca bilgi teknolojileri kullanımı ele alındığında Avrupa Birliğinde her dört işletmeden birinde bulut bilişim, girişimlerin %12'sinde büyük veri analizi ve % 4'ünde ise 3D baskı kullanıldığı saptanmıştır (European Commission, 2018).

Dünya üzerinde devletler, birlikler, eğitim kurumları, işletmeler ve bireyler bilgi teknolojilerine büyük yatırımlar yapmaktadır. Bu yatırımlar piyasanın canlı tutulması ve

gelişiminin sağlanması için gereklidir. Ayrıca yapılan yatırımlar bilgi teknolojileri eğiliminin belirlenmesinde temel araçlardan biridir. Tablo 2.4.'de dünya genelinde bilgi teknolojilerine yapılan harcamalar verilmiştir. 2017 yılında 2018 yılına göre veri merkezi sistemleri, kurumsal yazılım, cihazlar, bilgi teknolojileri hizmetleri ve iletişim hizmetleri daha fazla büyüme yaşamıştır. Büyüme oranları 2019 yılı içerisinde de 2017 ve 2018 geçmese de toplam %3,2'lik büyüme ile 3.816 milyar dolar'lık harcama yapılması beklenmektedir.

Tablo 2.4. Dünya Genelinde Bilgi Teknolojilerine Yapılan Harcama Tahmini
(Milyar Dolar)

| | 2017 Harcama | 2017 Büyüme% | 2018 Harcama | 2018 Büyüme % | 2019 Harcama | 2019 Büyüme % |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|
| Veri Merkezi Sistemleri | 181 | 9.4 | 192 | 6.0 | 195 | 1.6 |
| Kurumsal Yazılım | 369 | 10.4 | 405 | 9.9 | 439 | 8.3 |
| Cihazlar | 665 | 5.7 | 689 | 3.6 | 706 | 2.4 |
| Bilgi Teknolojileri Hizmetleri | 931 | 4.1 | 987 | 5.9 | 1.034 | 4.7 |
| İletişim Hizmetleri | 1.392 | 1.0 | 1.425 | 2.4 | 1.442 | 1.2 |
| Toplam Bilgi Teknolojileri | 3.539 | 3.9 | 3.699 | 4.5 | 3.816 | 3.2 |

Kaynak: Sakovich, N. (2018). *Top Five Information Technology Trends to Watch in 2019*. 19.05.2019, <https://www.sam-solutions.com/blog/top-five-information-technology-trends-to-watch-in-2019/>.

Bilgi teknolojileri endüstrisi hiçbir zaman sabit durmamaktadır. Sürekli bir değişim içerisinde olan teknolojiler, araçlar ve yazılımlar sonsuz fikirler ile çevrilidir (Sakovich, 2018). Bu nedenle dünya genelinde bilgi toplumuna dönüşüm süreci için strateji ve eylem planları hazırlanmakta ve uygulamaya konulmaktadır. Türkiye'de ise BTK, Bilgi Toplumu

Stratejisi ve Eylem Planı (2015 – 2018) kapsamında aşağıdaki amaçlar çerçevesinde hareket etmeyi planlamıştır (BTK, 2016: 67):

- Tüketici haklarının ve çıkarların dikkate alınarak korunması,
- Aktif bir rekabet ortamının kurularak desteklenmesi,
- Yenilikçiliği benimseterek, Ar-Ge ve yerli üretimin desteklenmesi,
- Bilgi toplumunun gelişiminin hızlı ve adil bir şekilde olması için desteklenmesi,
- Uzman, tarafsız, yenilikçi, güvenilir, şeffaf ve dinamik kurumsal yapı geliştirmek.

Yukarıda strateji ve eylem planlarının uygulanması günümüz teknoloji eğilimlerine ayak uydurabilmek için oldukça önemlidir. Günümüz bilgi teknolojileri eğiliminde birçok örnek gösterilebilmektedir. Ancak temel olarak tüm dünya ülkelerinin üzerinde durmak zorunda olduğu, geleceği şekillendirebileceği düşünülen ve dünyada büyük tartışmalara konu olan eğilimler yapay zekâ, beşinci nesil mobil telekomünikasyon hizmeti (5G), blockchain, drone teknolojisi, nesnelerin interneti, makine öğrenmesi, otonom araçlar, artırılmış gerçeklik, bitcoin, uç bilişim ve kuantum bilişim olarak sıralanabilmektedir.

2.4.1.Yapay Zeka

Yapay zeka (AI), insan zekasını taklit etmek, görüntülerin ve konuşmaların tanınmasının yanı sıra karar alma gibi görevleri yerine getirebilen bilgisayar sistemlerini ifade etmektedir. AI bu görevleri insanlardan daha hızlı ve hata oranı çok düşük bir şekilde yapabilmektedir. Geçtiğimiz son üç yılda gelişmekte olan teknolojilerin başlıklarından biri yapay zeka diğeri ise makine öğrenmesi olmuştur. Ancak günlük yaşamımızda ve çalışma endüstrisinde tam anlamıyla adapte edilmesi mümkün olmamıştır (Duggal, 2019). Zayıf ve güçlü yapay zekalar olarak bilinen iki tür sınıflandırma mevcuttur. Zayıf yapay zekalar belirli bir görev için tasarlanmış, programlanmış ve eğitilmiş bir sisteme sahiptirler. Bunlara Apple Siri, gibi sanal kişisel asistanlar örnek gösterilebilmektedir. Güçlü yapay zekalar ise geliştirilmiş insan yeteneklerine sahip bir sistem olarak tanımlanmaktadır. Bilinmeyen bir görevi insan müdahalesi olmaksızın çözüm üretebilmektedir (Rouse, 2018).

2019 yılında yapay zeka ve makine öğrenmesi piyasadaki varlığını genişletmesi beklenmektedir. Yapay zeka etkileşimi aşağıdaki beklentileri içermektedir (Sakovich, 2018):

- Gıda endüstrisinde ürünlerin son tüketim tarihleri, teslimatları ve organizasyonları ön görebilecek ve arz talep arasındaki dengeyi sağlayarak maliyetleri düşürmeye yarayacaktır,
- Üretim ve mühendislikte ise makine öğrenmesi ile bakım, tamir ve parçaların durumunun izlenmesi kolay hale gelecektir,
- Yapay zekâ asistanları evlerde, ofislerde ve diğer alanlarda var olmaya başlayacaktır. Ulaştırma hizmetlerinden, sağlık, finans ve eğitime de entegre edilecektir,
- Yapay zekâ iş gücü piyasasını yeniden şekillendirecek ve bazı meslekler ortadan kalkarken yeni meslekler meydana çıkacaktır,
- Yapay zekâlı otomobiller söz konusu olması nedeniyle güvenlik ve etik konuları daha fazla tartışmaya ve probleme neden olacaktır,
- Yapay zekânın veriyi kötü amaçlı kullanmayacağını garanti edilemediği için siber güvenlik, veri gizliliği gibi konular hâkim olacaktır,
- Şirketlerde insan işçi yerine robotların kullanımı için vergi gibi konularının netleşmesi gerekecektir.

2.4.2. Beşinci Nesil Mobil Telekomünikasyon Hizmeti (5G)

Gelecek beşinci nesil mobil internet bağlantısı olarak tanımlanan şimdiden çok daha hızlı veri indirme, yükleme ve geniş kapsama alanına sahip daha istikrarlı bağlantı olanağı vaat etmektedir (Wall, 2018). 2019 yılı için beklenen bilgi teknoloji trendlerinden biri ise 5G'dir. Beşinci nesil mobil ağları 2018 yılı boyunca test edilerek 2019 yılında piyasaya sürülmek için hazırlanmıştır. İndirme hızları şimdikinden on kat daha hızlı internet hizmeti sunmaya vaat eden 5G, nesnelerin interneti, yapay zekâyâ sahip otomobiller, sanal ve arttırılmış gerçeklik, robotik cerrahi ve drone teslimatı gibi birçok bilgi teknoloji alt yapısını tamamlamada itici güç olması planlanmaktadır (Sakovich, 2018).

Küresel dünyanın her an aktif yaşam sunması ile video, müzik ve birçok veri üretip tüketmekteyiz. Mevcut spektrum bantları sıkışmakta ve günümüz insanına yeterli olmamaktadır. Aynı bölgede birçok insanın aynı anda mobil servislere erişim sağlamak istemesi hizmette aksamalara yol açmaktadır. 2020'ye kadar çoğu ülkenin 5G hizmeti sunması mümkün görülmemekle birlikte 5G'ye uyumlu akıllı telefonların üretimi planlanmaya başlamıştır (Wall, 2018). Akıllı telefonlardan, akıllı sokak lambalarına, sensörlere, akıllı cihazlara ve daha birçok teknoloji unsuruna aynı anda erişim sağlamak

isteyen beşinci nesil yetişmektedir. Bu nedenle 5G önümüzdeki dönemin en elzem unsurlarından biri olarak görülmektedir.

2.4.3. Blok Zinciri

En basit tanımıyla blok zinciri (blockchain) ekleyebildiğimiz, eklediklerimizden uzaklaşmayacak ve değişmeyecek veridir. Veriyi bir zincir yaparak onu en güvenli hale getirilmesine imkân tanımaktadır. Bir önceki blokları değiştirememek blok zincirini bu kadar güvenli yapan şeydir. Blok zincirleri ile işlemleri denetlemek, doğrulamak ve güvenilirliğini sağlamak için üçüncü bir tarafa ihtiyaç duyulmamaktadır. Blok zinciri sadece kripto para birimleri için güvenlik sunmamakta onun dışında birçok endüstriye entegre edilmesi beklenmektedir. Kişisel bilgilerin korunması, sanat, emlak, sağlık ve perakende gibi endüstrilerde de talep artmaktadır (Duggal, 2019).

2017 ve 2018 yılları arasında insanlarda farkındalık yaratan blok zinciri akımı 2019 yılında da yükselişe devam etmesi beklenmektedir. Blok zincirleri sadece kripto para birimleriyle ilişkilendirilseler de sanayi imajının yaratılması da 2019'da mümkün gözükmektedir. Nesnelerin interneti ve makine öğrenmesi gibi teknolojilerin blok zinciri ile ilişkilendirilmesi beklenmektedir. Ayrıca bu süreçte blok zinciri uzmanlarına olan talep oldukça artması beklenmektedir (Sakovich, 2018).

2.4.4. Uçangöz Teknolojisi

İnsansız hava aracı olan uçangöz (Drone), ağırlığı azaltmak ve manevra kabiliyetini güçlendirmek için hafif kompozit malzemelerden yapılmıştır. Kızılötesi kameralar, GPS ve lazer gibi farklı teknolojiler ile donatılmıştır. İnsansız hava aracı sistemi uçangözler (kendisi) ve kontrol sistemi olarak iki bölümden oluşmaktadır. Uçangözler uzaktan yer kontrol sistemleri tarafından kontrol edilir ve yer kokpiti olarak adlandırılmaktadırlar (Corrigan, 2019). Son yıllarda havacılığın ilgi odağı olan insansız hava araçlarının gelişimi oldukça yaygın kullanılmaya başlanmıştır. Bu araçlar özerk uçaklar, tarım, askeri gözetim, kaza izleme ve diğer alanlarda kullanılmaktadır. Önümüzdeki yıllarda uçangöz endüstrisine olan yatırımlarda büyük bir artış sağlanması beklenmektedir. Uçangöz teslim sistemleri küresel anlamda ticari projeler halinde şekillenmesi beklenmektedir (Sakovich, 2018).

2.4.5. Nesnelerin İnterneti (IoT)

IoT terimi internete bağlı, veri toplayan ve paylaşan dünyadaki milyarlarca fiziksel cihazı kapsamaktadır. Düşük fiyatlı işlemciler ve kablosuz ağlar sayesinde, herhangi bir cihazı IoT'un bir parçası haline getirmek mümkündür. IoT parçası haline gelen cihazlar dijital bir zekâya sahip olmakta ve insan gereksinimi olmaksızın gerçek zamanlı veri iletişimi ile dijital ve fiziksel dünyaları birleştirmektedir (Ranger, 2018).

Konuşan nesnelere olarak tanımlanan 'nesnelerin interneti' İngilizce adıyla 'internet of things', bir cihazı açma ve kapama düğmesi ile internete veya birbirlerine bağlama kavramına denmektedir. Nesnelerin interneti cep telefonları, çamaşır makineleri, kahve makineleri, kulaklıklar, lambalar ve giyilebilir cihazlar gibi birçok cihaz için geçerli olduğu söylenebilmektedir. Eğer bir cihaz açma ve kapama düğmesine sahip ise IoT'un bir parçası olabilmektedir. Gartner 2020 yılına kadar 26 milyardan fazla cihazın birbirine ve internete bağlanacağını tahmin etmektedir. Ayrıca 2020'ye kadar işletmelerin yarısından fazlasının IoT ile çalışması beklenmektedir. Bu yeni trendin en önemli sloganı 'bağlanabilecek her şey birbirine bağlanacak' ile tüm insanların nesnelerin internetini tanıması için çalışmalar yürütülmektedir (Morgan, 2015; Burgess, 2018).

Günlük yaşamın basit unsurlarına hizmet edebilmeyi başaran nesnelerin interneti veri toplamak ve iletmek için yerleştirilmiş çiplerin yanı sıra insan yaşamını kolaylaştırmaktadır. Gerekli görülmeyen noktalarda bile küçük dokunuşlar ile sıradanlığı yok edebilmekte ve yoğun yaşam tarzını hafifletmeye yardımcı olmaktadır.

2.4.6. Makine Öğrenmesi

Makine öğrenmesi AI'nın bir alt kümesi olarak da adlandırılabilir. Makine öğrenmesi ile bilgisayarlar, yapmak için programlanmadıkları bir şeyi yapmayı öğrenmek için programlanmaktadır. Makine öğrenmesinde veri kalıplarını ve içgörülerini keşfederek öğrenme amaçlanmaktadır. Veri analizi, veri madenciliği ve kalıp tanıma gibi uygulamalar için kullanılmaktadır. Makine öğrenmesinin her endüstri için fırsat yaratması beklenmektedir. Bu nedenle makine öğrenmesine olan talep artmaya devam edeceği tahmin edilmektedir. Makine öğrenimi piyasasının 2022 yılına kadar 8.81 milyar dolara çıkması beklenmektedir (Duggal, 2019).

2.4.7. Otonom Araçlar

Bünyelerinde yer alan otomatik kontrol sistemleri himayesinde bir sürücüye ve insan faktörüne gerek kalmadan hareket edebilen araçlara otonom araçlar denilmektedir. Otonom araçlar geleceğimizin temel ihtiyacı olarak görülen sürücü olmadan güzergâhı takip edebilen, trafiği ve etrafını algılayarak seyir edebilen araçlardır. Otonom araçlar radar ve GPS vb. çeşitli bilgi teknolojilerinden faydalanarak görevlerini yerine getirmektedirler. Dünyada önemli şirketler son yıllarda otonom araçlar üzerine büyük yatırımlar yaparak yoğun çalışmalar yürütmektedir. Yaklaşık yılda % 16'lık bir büyüme gösteren bu teknolojinin 2025'e 900 milyar sterlinlik bir piyasa değerine sahip olacağı tahmin edilmektedir (Alkan, 2018).

2.4.8. Arttırılmış Gerçeklik

Son zamanların önemli trendlerinden biri olan arttırılmış gerçeklik insanlar gerçek hayatla bağdaştırabildikleri unsurlar ile harmanlanarak sanal bir ortamda kullanıcıya sunulmasıdır. Arttırılmış gerçeklik de duygusal girdi sağlanarak dolaylı bir algı oluşturulması için bir ortam hazırlanmaktadır. Bu ortam bireylerin duyularına odaklanarak onları canlandıracak unsurlar içermektedir. Günümüzde oyun, televizyon, bilgisayar ve gözlükler yardımı ile kullanıcıya sunulan bu teknoloji gelecekte insanların endüstriyel tasarım, paketlenme ve pazarlama, mekânsal etkileşim, görev desteği ve yenilikçi ürünler geliştirmek için kullanılması beklenmektedir. Çok büyük olmasa da dünyada bu uygulama örneklerini günümüzde görmenin mümkün olduğu söylenebilmektedir (Kahraman, t.y.).

2.4.9. Bitcoin

Bitcoin büyük bir teknoloji altyapısına sahip bir elektronik para birimidir. Bir kriptografi ile oluşturularak blok zincirleri ile etkileşim halinde olan ve yapılan işlemlerin silinemediği, geri alınamadığı ve üzerinde düzeltme yapılamadığı bir altyapıya sahiptir. Yeni ekonomik yapılanmanın büyük yapı taşlarından birini oluşturan bitcoin ve diğer kripto para birimleri eşler arası iş ispatına dayalı çalışma biçimi ile bir transfer protokolü oluşturmaktadır (Aksoy, 2018: 1). 2017 ve 2018 yıllarında piyasadaki hızlı değişimlere teşvik eden bitcoin ve diğer kripto para birimleri birçok yatırımcıyı kendine çekerek piyasada büyük dalgalanmalar yaratmıştır. Bugün ise bir çok şirket ve yatırımcı bitcoin ile çalışmalar yürütmekte, para transferlerini ve iş ortaklıklarını kripto para birimleri üzerinden gerçekleştirmektedirler.

2.5. Turizm Endüstrisinde Bilgi Teknolojileri

Turizm endüstrisinde bilgi, verinin farklı hedefler doğrultusunda sınıflandırılarak enformasyona dönüştürülmesi, yönetim ve karar verme süreçlerinde faydalanılarak girdinin kullanılmasını ifade etmektedir (Tanrısevdi, 2019: 54). Turizm endüstrisi yeni gelişen ekonomik yapıya en çok uyum sağlayabilen hatta bu yapının gelişimine katkı da bulunan bir endüstridir. Bunun sebebi turizmin bilgi altyapısına dayanan faaliyetler bütünü olmasıdır. Bilgi teknolojileri de bu bilgiyi endüstriye sunan en temel araçlardan biridir (Yüksek, 2013b: 22). Bilginin fark yarattığı ve öneminin toplumlar tarafından büyük oranda algılandığı bu bilgi çağında, tüketiciler turistik ürünü ve hizmeti satın alma noktasında araştırma ve karşılaştırma yapma imkânına sahiptirler. Günümüz koşullarında tüketicinin bu imkânna sahip olması, turistik ürünü arz edenleri kaliteli ürün ve hizmet sunmaya zorunlu kılmaktadır. Turizm endüstrisinde bilgi teknolojilerinin faydaları aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Arat, 2015):

- Hız,
- Doğrudan iletişim,
- Maliyetlerin düşük olması,
- Kişisellik,
- Sonuçların ölçülebilme kolaylık,
- İhtiyaçlara uygunluk ve esneklik,
- Hizmet kalitesinin artması,
- Pazar araştırması yapılabilirlik ve veri toplama,
- İnsan kaynakları etkinliği.

Bilgi temelli hizmet sunan turizm endüstrisi, yapısı gereği yeni ekonomik yapı ile iş birliği konumunda olduğu görülmektedir. Turizm endüstrisinde tüm işletme fonksiyonlarının internet ortamına taşınması ve orada işlem görmesi e-turizm olarak tanımlanmaktadır. E-turizm sayesinde turizm endüstrisinin işleyişleri değişmekte ve ihtiyacı olan dinamikliğe sahip olmaktadır. E-turizm konaklama, seyahat ve tur operatörlerinin hizmetlerini bir araya getirerek yeni bir faaliyet alanı oluşmasını sağlamaktadır. İşletmeler temel fonksiyonlarından olan yönetim ve pazarlama çalışmalarını farklı bilgi sistemleri ve teknolojileri kullanarak e-ticaret faaliyetleri içinde bulunmaktadırlar. İş dünyası, bilgi sistemleri ve turizm endüstrisi birlikte etkileşimli ve geri bildirim yaparak e-turizm faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler. Birçok avantaj sunan web siteleri, geleneksel

yöntemler ile iş yapan turizm işletmelerini tamamlayıcı konumdadırlar. Bu yüzden çevrimiçi turizm pazarı günden güne büyüme göstermektedir. Bu platformda en çok iş yapan ve kendini geliştiren turizm endüstrisinden dijital seyahat acentaları göze çarpmaktadır (Kuşadası Ticaret Odası [KUTO], 2012: 10-11). 2).

Turistik ürün ve hizmetlerin satın alma öncesi incelenme ve denenme gibi bir olanağı olmaması nedeniyle arz edenlerin ürün ve hizmetleri doğru tanıtılmaları tüketicilerde fikir oluşturma açısından önemlidir. Bilgi teknolojileri bu ürünlerin tanıtılması noktasında işletmelerin büyük yardımcılarından, çevrimiçi reklamlar, çevrimiçi görüşme olanağının yanı sıra satın alma işlemlerinin de çevrimiçi ortamlarda yapılarak tüketiciyle doğrudan iletişime geçilebilmektedir. Aynı zamanda satın alma işlemlerinin de çevrimiçi yapılmasıyla zaman ve mekândan tasarruf edilebilmektedir (Ayhan, 2017: 74).

Bilgi teknolojileri sayesinde potansiyel turistler tespit edilebilmenin yanı sıra tüketicilerin beklentileri ve turistik ürünü algılamaları analiz edilebilmektedir. Tüketicilerin dijital ortamda bıraktıkları izler ile demografik bilgileri, aile yaşamları, hobileri, fobileri, hayattan beklentileri, bir tatil için istedikleri ve anlık ilgi odakları belirlenebilmektedir. Bu veriyi toplayarak analiz edebilen ve bilgiye dönüştürerek ürün ve hizmetini eğilimlere göre şekillendiren turizm işletmeleri rakiplerine ve özellikle küresel dünyaya karşı avantaj sağlamaktadır (Yıldız, 2015: 599).

Bilgi çağına giriş sürecine en iyi adapte olan ve katkı sağlayan endüstri e- ticaretten aldığı en yüksek pay ile turizm endüstrisi olmuştur. Yeni iş modellerinin gelişmesi, işletmeler arası, tüketiciler arası ve tüketiciler ile işletmeler arası veri paylaşımında yaşanan artış, geleneksel piyasa koşullarındaki dengeyi bozmuştur (Yıldız, 2015: 606). Bu üretilen verinin yararlı olmasını sağlamak ve ona anlam katmak için veri analitiği yapılması gerekmektedir. Veri tabanları sayesinde raporlama, çevrimiçi analitik işleme, özel amaçlı sorgular, modelleme yapılarak elimizdeki veri işlevsel hale getirilebilmektedir (Davenport, 2016: 125-143).

Dijital ortamda faaliyette bulunan işletmelerin tüketiciler ile doğrudan yüz yüze iletişime geçme imkânlarının bulunmaması nedeniyle tüketiciler dijital ortamlarda bıraktıkları izleri sürmeleri gerekmektedir. Web analitiği ile tüketicilerin eğilimleri, fikirlerini, talep ve beklentilerini incelenerek hem pazarlama hem de yönetsel kararlar verilebilmektedir (Parmaksız, 2013: 2). Turistik işletmelerin potansiyel ve mevcut

misafirleri hakkında gerekli bilgileri toplayarak veri tabanları oluşturmaları gerekmektedir. Bu veri tabanları sayesinde kişiselleştirilmiş ürün ve hizmet sunarak küresel dünyada bireysel ve özel olmak isteyen tüketicileri tatmin etmek mümkün olmaktadır (Ayhan, 2017: 74).

Bilgi teknolojileri kullanımı turizm endüstrisinin önemli bir paydaşı olan pazarlama faaliyetlerini daha yoğun ve tüketiciye ulaştırılabilir hale getirmiştir. Konaklama işletmeleri, seyahat acentaları, tur operatörleri ve destinasyonlar turistik ürün ve hizmetler hakkında tüketiciyi bilgilendirmek adına çalışmalarını kitlesel olmaktan uzaklaştırarak bireyselleştirmişleridir. Artık tüketiciye kişiselleştirilmiş turistik ürün ve hizmet sunarak pazarlama faaliyetlerini değiştirirken aynı zamanda işlerini dijital ortama taşıyarak da iş modellerinde dönüşüm yaşamışlardır. Küresel anlamda faaliyette bulunan turizm arz edicilerinin artmasıyla birlikte turistik talepte de büyük artışlar yaşanmıştır. Turizm işletmelerinin kendi web siteleri, sosyal paylaşım siteleri ve bloglar sayesinde tüketiciye ulaşması ve satın alma işlemlerinin de bu platformlarda gerçekleşmesi e- pazarlama faaliyetlerinin altyapısının oluşmasına katkı sağlamıştır (Yıldız, 2015: 595-597).

Tüm endüstrilerde geçerli olan inovasyon ihtiyacı turizm endüstrisinin temel gerekliliklerinden biridir. Bu nedenle turizm politikalarının inovasyon tabanlı yeni ürün ve hizmet geliştirmeye odaklı olması gerekmektedir. Doğru yapılanma ile yapılacak olan Ar-Ge faaliyetleri endüstrinin sürekli değişen piyasa koşullarına ayak uydurmasını hatta piyasa koşullarını şekillendirmesine yardımcı olacaktır. Ancak küresel piyasaya ayak uydurmak için eğitimli ve kalifiyeli iş gücüne sahip bir piyasa şekillenmesinin yapılması elzemdir (Kuşat, 2011: 115-124). Bilgi teknolojilerinde her hangi bir aksamaya yaşandığı takdirde turizm hizmetlerinde tüm operasyon zinciri bu aksamadan etkilenmektedir. Bu nedenle operasyonel faaliyetlere dayanan ve bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesinden temel yardımcı faktör olan bilgi teknolojilerin doğru kullanımı ve yeterliliği önem arz etmektedir (Dube, 2017: 143).

Günümüzde bireylerin turizm hareketlerini yönlendiren güvenin sağlanması kritik altyapı zorunluluklarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilet satın alırken verilen kredi kartı bilgilerinin güvenliği sağlanamadığı takdirde turistlerin şirkete olan algısı değişecek ve kendini güvende hissetmediği bir seyahati gerçekleştirmeyecektir. Aynı zamanda otellerde ve ortak kullanım alanlarında kullanılacak olan internet ile kişisel veya kurumsal bilgilere erişilmesi ile turistlerin bireysel verisi ihlal edilmiş olacaktır. Sağlıklı bir turizm ortamının

oluşturulabilmesi için gerekli altyapı sağlanarak önlemlerin alınması ve turistlerin bilinçlendirilmesi gerekmektedir (Kaya, 2019: 621).

Turizm endüstrisinde bilgi teknolojileri kullanımını operasyona dayalı yazılımlar ve yardımcı yazılımlar kapsamında da ele alınmaktadır. Operasyona yönelik yazılımlar işletmelerin kendi içerisinde veya birlikte çalıştığı diğer işletmeler ile operasyonel faaliyetlerini yürütmek ve temel amaç fonksiyonlarını gerçekleştirmek için kullanılmaktadır. Yardımcı yazılımlar ise işletmenin operasyonel faaliyetlerini destekleyerek çalışanların veya tüketicilerin işlerini kolaylaştırmaya yönelik yazılımlardır. Konaklama işletmelerini, seyahat ve ulaştırma işletmelerini, turist rehberliğini, yiyecek ve içecek işletmelerini farklı boyutlarda etkilemektedir.

2.5.1. Konaklama İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri

Konaklama işletmelerinde ürünün hizmet olması nedeniyle ürünün sunumu, satılması ve takip edilmesi noktasında daha fazla dikkat gerektirmektedir. Bu nedenle konaklama işletmelerinde birçok yardımcı bilgi teknoloji aracı kullanılmaktadır. Konaklama işletmelerinde merkezi rezervasyon sistemleri, küresel dağıtım sistemleri, acentalar, doğrudan rezervasyon kanalları ve internet aracılığıyla müşterilere erişim sağlanabilmektedir (Pajo, 2013: 21-24). Zincir işletmelerin önemli bir varlığı olan Merkezi Rezervasyon Sistemleri ile rezervasyon yapılabilen, dağıtım kanallarını genişleterek doluluk oranları arttırılabilmektedir. Aynı zamanda konaklama işletmeleri küresel dağıtım sistemleri aracılığıyla dünya çapında seyahat acentaları ve tur operatörleri ile gerçek zamanlı veri akışını sağlayarak rezervasyonlarını yapabilmektedirler (Bilgihan vd., 2014: 324).

Konaklama işletmelerinde ürün ve hizmetin turistlere sunumu sırasında da çalışanlara birçok yardımcı yönetim sistemi bulunmaktadır. Bu yönetim sistemleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Pajo, 2013: 25-27):

Ana Yazılımlar

- Satış ve Pazarlama: Organizasyon ve aktivitelerde kullanılan yazılım türüdür. Organizasyonların planlanması ve problemsiz gerçekleştirilmesinde yardımcıdır. POS makineleri sunucuya bağlı olarak çalışmakta ve işletmenin satış noktalarında yer almaktadır,

- Önbüro: Rezervasyon, resepsiyon, önkasa ve odaların yönetiminde kullanılan yazılım türüdür. Önbüro sistemi kaliteli hizmet sunmak için gereklidir,
- Yiyecek ve İçecek: Restoran ve bar gibi otelin satış noktalarında POS makineleri ile yapılan satışların önbüroya iletilmesi sağlayan yazılım türüdür.

Yardımcı Yazılımlar

- Muhasebe,
- İnsan Kaynakları,
- Oda Hizmetler,
- Kapı Kilit Sistemi,
- Telefon,
- Enerji Yönetimi,
- Getiri Yönetim Sistemi.

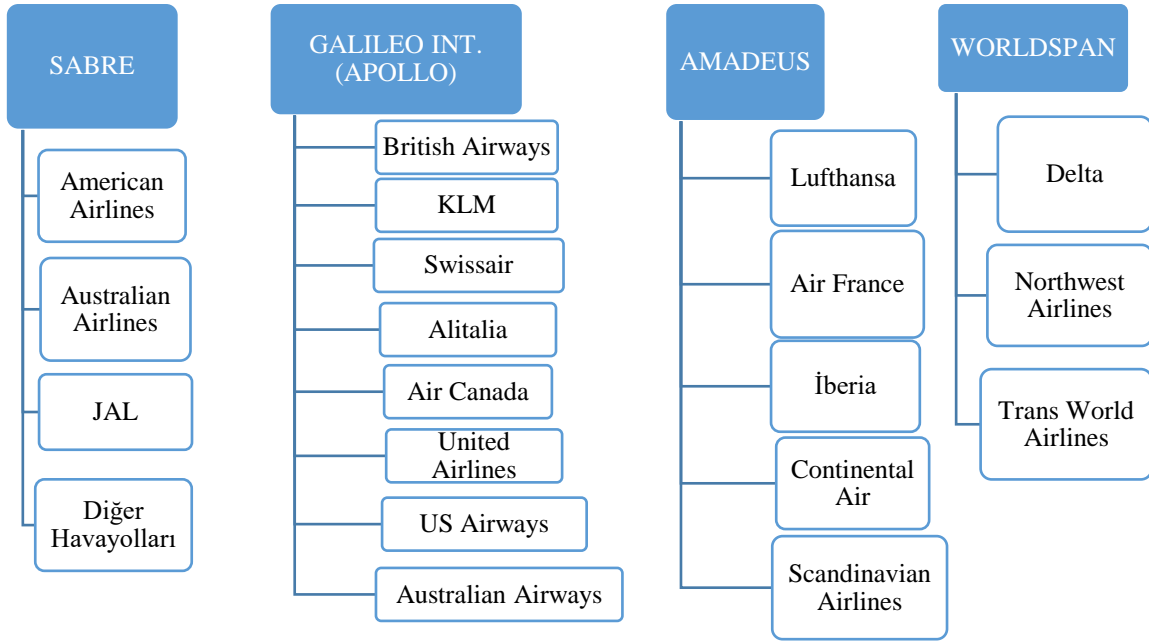
Konaklama işletmelerinde rezervasyon sistemleri aracılığıyla gelir yönetimi, raporlar ve fiyatlandırma önerileri gibi analitik kararlar alınabilmektedir. Otomasyon kullanımı çalışanların ve yöneticilerin yüksek karlılığa ulaşmak için gereklidir (Bilgihan vd., 2014: 324). Bu nedenle bilgi teknolojilerinin operasyonel kullanımı için kalifiyeli ve yeterli işgörenlerin eğitilmesi gerekmektedir.

2.5.2. Seyahat ve Ulaştırma İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri

Bilgi teknolojileri gelişimleriyle birlikte her endüstri içerisinde yeni dönüşümler yaşanmıştır. Bu dönüşümler seyahat acentalarını da sanallaşma sürecine sokarak yeni iş modellerinin oluşmasına ortam hazırlamıştır (Yıldız, 2015: 602). Turizm endüstrisi içerisinde bilgi çağına en hızlı adapte olanlar seyahat acentalarıdır. Faaliyetlerinin bir bölümünü veya tamamını sanal ortama taşımışlardır. Bu süreçte ortaya sanal seyahat acentaları çıkmıştır. Fiziksel bir varlık taşımayan bu işletmeler tüm faaliyet süreçleri çevrimiçi ortamlara yaparak yüksek karlılık sağlamışlardır. Günümüz rekabet koşullarında bu işletmelere zaman sınırlaması olmadan dünyanın her noktasından erişim olanağı bulunmaktadır (Okul, 2016: 53).

Seyahat işletmelerinin büyük bir altyapısını rezervasyon sistemleri kapsamaktadır. Rezervasyon sistemlerinin başlangıç adımını atan Telemax, havayolu şirketleri için bilgisayarlı anlık rezervasyon sistemi geliştiren ilk şirkettir (Berkeley, 1969: 10). Dünya üzerinde seyahat acentalarının, tur operatörlerinin ve araç kiralama işletmelerinin yanı sıra

konaklama işletmeleri de CRS'leri yaygın bir şekilde kullanmışlardır. Gelişen süreçte tüketicilerin yeni beklentiler içerisinde olmalarıyla birlikte değişen talebe ayak uydurmak için küresel dağıtım sistemleri ortaya çıkmıştır (Yıldız, 2015, s. 596-597). 1962 yılında Amerikan Airlines tarafından geliştirilen Sabre ilk küresel dağıtım sistemidir. Sabre'den sonra Amadeus, Galileo, Abacus ve Worldspan gibi küresel dağıtım sistemleri pazardaki yerlerini almışlardır (Kracht ve Wang, 2010).



Kaynak: Yüksek, G. (2013b). Seyahat İşletmelerinde Bilgi Teknolojilerinin Rolü ve Küresel Dağıtım Sistemlerine Bir Örnek: AMADEUS. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 4 (12), 17-28.

Şekil 2.3. Küresel Dağıtım Sistemleri

Küresel dağıtım sistemleri tüm havayolu şirketlerinin birbirleri ile etkin iç ve dış iletişimi için merkezi planlama yönetimi sağlayan ticari bir platformlardır. Havayolu şirketlerinin seyahat acenteleri ve dağıtıcılar ile sürekli güncel bir iletişim ortamı sağlayan bu platformlar dünya çapında potansiyel tüm müşterilere güncel bilgi dağıtarak ürün ve hizmet sağlamaktadır (Buhalis, 2004: 808-809). GDS'lerin seyahat acentalarına sağladığı olanaklar aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Yüksek, 2013b: 22-23):

- Biletleme işlemlerini gerçekleştirmek,
- Havayolu şirketlerinin uçuş bilgilerine ulaşabilmek,

- Havayolu şirketlerinin uçuş kuralları ve gerekliliklerini eş zamanlı erişim sağlayabilmek,
- Rezervasyon ve satış yapabilmek,
- Rezervasyon için iptal ve değişiklikleri eş zamanlı gerçekleştirebilmek,
- Fiyat karşılaştırması yapabilmek,
- Araç kiralama, tren ve otel rezervasyonlarını gerçekleştirebilmek.

Turizm endüstrisi için gerekli olan bilgi altyapısını küresel dağıtım sistemleri sunmaktadır. Amadeus gibi sistemler ilk başlarda sadece tur operatörleri ve seyahat acentaları tarafından kullanılsada günümüzde tüketicilerinde tek başlarına erişebildikleri platformların arka planında çalışmaya devam etmektedir (Yüksek, 2013b: 27).

2.5.3. Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri

Son zamanların teknolojik gelişmeleriyle birlikte yiyecek ve içecek işletmeleri de dönüşüm sürecine girmişlerdir. Bu süreçte tablet menüler kullanılmaya başlanmıştır. Tablet menüler yiyecek ve içecekler hakkında detaylı bilgileri içeren görseller ile tanıtımın yapılabildiği bilgi teknoloji araçlarından biridir. Tablet menü sayesinde menü basım maliyetlerinin azalması gibi avantajlar sağlanmasıyla birlikte müşterilerin dikkatini çekerek restoranlara olan ilgiyi arttırmaktadır (Sürücü vd., 2018: 180). Tablet menüler ile yemeğin nasıl servis edileceğini, standart reçetesini, besin ve kalori bilgilerine erişilebilmektedir. Aynı zamanda müşterilerin tablet ile vereceği sipariş sonrasında ödeyeceği hesabı da tablet menü üzerinde görebilmektedir. Bununla birlikte tablet menü müşterinin aşçıya doğrudan yemek ile ilgili özel bir isteğini iletmesine imkân vermektedir (Albayrak, 2015: 937).

Ayrıca restoran yönetim programları aşağıdaki işlevleri görmektedir (F13 Information Technology, T.Y.; Dia Kurumsal Yönetim Sistemi, T.Y.):

- Salon, masa ve garson yönetimi,
- Menü ve ürün reçete içerikleri,
- Kasa takibi,
- Stok takibi,
- Döviz İşlemleri,
- Adisyon, irsaliye, fatura,
- Banka hesapları takibi,
- Parçalı ve direk tahsilat,

- Telefon sipariş ve kurye takibi,
- Dokunmatik satış ekranları,
- Hesap ve masa, bölme- birleştirme ve iptal etme,
- Hızlı yiyecek satışı,
- Maliyet ve performans raporları,
- Mutfak ekranı,
- Mobil cihazlarda çalışma,
- Otel entegreli çalışma,
- Sipariş notları takibi,
- Yazıcı adisyon/hesap çıktısı kuralları oluşturma.

Restoranlar günümüzde çevrimiçi ortamlarda yer almaları ve tanıtım faaliyetlerini orada gerçekleştirerek tüketiciyle yeni bir ilişki yakalamaları önemlidir. Ancak sosyal ağlarda aktif olarak faaliyette bulunan restoranların web sitelerini de doğru düzenleyerek aktif kullanmaları gerekmektedir. Arama motorlarında ön sıralarda çıkmaları ve erişebilirlik hızına sahip olmaları ile potansiyel müşterilerin dikkatini çekme ve ilgi uyandırma çalışmaları yapılmalıdır (Dalgın ve Karadağ, 2013: 139-140).

2.5.4. Turizm Rehberliğinde Bilgi Teknolojileri

Turizm endüstrisinin önemli bir meslek kolu olan turist rehberliği destinasyon ve kültür imajı açısından oldukça önemlidir. Turistin tatil sürecinde veya gerçekleştirdikleri turlar sürecinde birebir temasta bulunan, duygu ve düşüncelerini yakalayabilecek olan kişiler rehberlerdir. Bu nedenle destinasyonun ve kültürün tanıtılmasındaki başarı, rehberin kalifiyeli ve donanımlı olmasına bağlı olduğu söylenebilmektedir. Değişen pazar koşullarında rehberlerin bilgi teknolojilerine ve değişime karşı tutum ve düşünceleri de önem arz etmektedir (Çakmak ve Demirkol, 2017: 222). Günümüzde birçok rehber teknolojinin kolaylıklarından faydalanmak da ve turistlere farklı deneyimler yaşatabilmektedir.

Turist rehberleri tur boyunca cep telefonu, tablet ve taşınabilir şarj aletlerini kullanmak zorundadırlar. Acenta ve tur aracının kaptanı ile sürekli iletişimin sağlanması en büyük gereklilik iken aynı zamanda rehberin öğren yerleri hakkındaki bilgisini ve gidilecek güzergâhın yol tarifini alması da önemlidir. Ayrıca bir rehberin ilk defa gittiği bir güzergâh da yeme-içme yerlerini belirlemesi de sosyal ağlarda yapacağı araştırma ile yapıldığında tura katılanların tatmini sağlanabilmektedir.

Teknolojik gelişmeler doğru ve güncel bilgiyi doğrudan elde edebileceğimiz imkânları bize sunmaktadır. Bunların bir diğer getirisi de yapay zekâ ile geliştirilen robot turist rehberleri olmuştur. Dünya üzerinde çeşitli devletlerin uyguladığı, müze ve ören yerlerinde rehberlik hizmetini veren bu robot turist rehberleri tur programlamasıyla turistlerin ihtiyacı olan bilgiyi vermektedir. Turizm önemli bir hususu olan insan-insan ilişkisi robot turist rehberlerini kullanılmaya başlanmasıyla birlikte insan-makine ilişkisini almaya başlamıştır. Sürekli gelişen bu teknolojiler daha ileri boyutlarda turistlere imkanlar sunmaya devam etmektedir (Yıldız, 2019: 167).

Turist rehberliğinde bilgi teknolojileri için SWOT analizinin yapılması hem etkilerini görmek hem de değerlendirme yapabilmek adına faydalı olacaktır (Çakmak ve Demirkol, 2017: 233):

Güçlü Yönleri

Turist rehberliği mesleğinde teknoloji kullanımı için güçlü yönler şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Ulaşım endüstrisinin gelişmesiyle birlikte dünya üzerinde daha fazla insan tatil yapabilmek imkânı bulmaktadır,
- Ulaşım altyapısında mevcut olan ve geliştirilen teknolojiler rehberler ve turistlere daha güvenli ve konforlu seyahat imkânı sunmaktadır,
- Bilgi teknolojileri sayesinde rehber ile turist arasında iletişim daha kuvvetli olmaktadır,
- Yol kılavuzu uygulamaları sayesinde daha rahat yön bulabilme,
- Rehberlerin tur boyunca ihtiyacı olan bilgiye anında erişme imkânına sahip olmaları.

Zayıf Yönleri

Turist rehberliği mesleğinde teknoloji kullanımı için zayıf yönler şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Bilgi teknolojilerinin yoğun bir şekilde kullanılması ve isteyen herkesin çevrimiçi ortamlarda bilgi paylaşımı yapabilmesiyle bilgi kirliliğinin artması,

- Teknolojinin doğru kullanılmaması nedeniyle turda veya tur önce problemler çıkması,
- Tura katılan turistlerin ve rehberin teknolojiye hâkim olmaması nedeniyle var olan hizmetten tam anlamıyla faydalanamamaları,
- Bilgi teknolojilerinin sürekli değişmesi ve güncellenmesi ile ürün maliyetinin ciddi boyutlarda artış göstermesi,
- Teknolojik ürünlerin tur esnasında bozulması ve turun istenildiği gibi gerçekleştirilememesi.

Fırsatlar

Turist rehberliği mesleğinde teknoloji kullanımının getirdiği fırsatlar şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Turist rehberlerinin bilgi teknolojileri sayesinde daha az zamanda hem kültürel hem de coğrafi açıdan bilgi sahibi olması,
- Turist rehberleri sosyal ağlar ve iletişim ağları sayesinde turistlerle doğrudan iletişim kurarak bir bağ oluşturabilme imkânına sahip olmaları,
- Turist rehberlerinin bilinmeyen noktalar veya niş alanlar için gerekli olan bilgiye teknolojiyi kullanarak erişme imkânına sahip olmaları.

Tehditler

Turist rehberliği mesleğinde teknoloji kullanımının getirdiği tehditler şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Teknolojinin fazla kullanılması rehberlere olan ihtiyacı azaltması,
- Teknoloji altyapılı uygulama ve hizmetlerin rehberlerin yerini alabilme riski,
- Bilgi teknolojilerine uyum sağlayamayan rehberlerin pazardaki rekabet avantajına sahip olmamaları,
- Çevrimiçi kanallar ve bloglarda yer alan güncel bilgilerin rehberlerin bilgileri ile örtüşmemesi.

2.6. Bilgi Teknolojileri Eğitimi

Bireylerin eğitim hayatları boyunca edindikleri kazanımlar onları meslek hayatlarına hazırlamaktadır. Bu nedenle bu eğitim hayatları boyunca beceri ve yeterlilikleri üzerinde farkındalık yaratmaları, kendilerini tanımları ve geliştirmeleri gerekmektedir. Bireylerin nitelikleri günümüz küresel rekabet dünyasında bilgi teknolojileri yeterliliğine sahip ve dijital ortama bir fayda sağlayabilmeleri ile ölçülmektedir (Eryılmaz, 2018: 38). Bilgi teknolojilerinde yeterliliğin yanı sıra sürdürülebilir olması da önem arz etmektedir. Bu cihazların kullanımı, dönüştürülebilir olması ve çevreye duyarlılığı da son zamanlarda yeterliliğin önemli unsurları haline gelmiştir. Bu alanda verilecek eğitimin uzun vadede etkin bir yeterlilik sunması, verimliliğe katkı sağması açısından da gerekli görülmektedir (Odabaşı vd., 2011: 45).

Bireylerin bilgi teknoloji yeterliliği mevcut ise bilgi teknoloji destekli inovasyonu desteklemeye ve geliştirmeye yönlendirme potansiyeline de sahiptirler. Bu nedenle öğrencilerin bireysel performans düzeyinde ders temel bilgisayar, ağ ve uygulama becerilerini öğrenmeleri ve geliştirmeleri gerekmektedir. Aynı zamanda öğrencilerin bu eğitimleri uygulamaya koyma fırsatlarına da sahip olmaları yeterlilik açısından şarttır. Organizasyonel düzeyde ise ders bilgi ve iletişim teknolojilerinin stratejik kullanımlarını ve düşünce yapısının geliştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca öğrencilerin mesleki beceriler geliştirmelerinin yanı sıra politika, siber güvenlik, çevrimiçi şeffaflık ve e- katılım gibi konular üzerinde de eğitilmeleri her sektörün gelişimi için gereklidir. Bu eğitimlerin diğer temel dersler ile entegrasyonunun yapılması hem eğitim sistemini hem de öğrenciyi rahatlatacağı düşünülmektedir (Ni ve Chen, 2016: 207).

Eğitim sistemi içerisinde bilgisayar destekli yöntemler geliştirilmelidir. Bilgisayarla öğretme sürecini kapsayan bu eğitim sistemi öğrencinin eğitimde daha etkin olmasını sağlamak amacıyla gereklidir. Aynı zamanda bu sistem karşılıklı etkileşim imkânı da sunmaktadır (Kara, 2011: 23-24). Öğrencinin derse katılım düzeyi öğrenme ortamlarına göre değişiklik gösterebilmektedir. Bilgisayar tabanlı ve sanal öğrenme ortamlarının ortaya çıkmasıyla birlikte adaptasyon sürecini bilgi teknolojisi araçlarıyla kolaylaştırabilme imkânına sahiptir (Ainley ve Enger, 2007: 9). Öğrencileri iş hayatına hazırlarken mesleki faaliyetlerini desteklemek için dijital eğitim kaynaklarını kullanarak bilgi ve beceri kombinasyonuna dayalı yeterlilik geliştirmek gereklidir (Kashyna, 2016: 145).

Bilgi teknolojileri ile donatılarak öğrencinin birebir teknolojiyle etkileşim içerisinde olması, günümüz bilgi toplumu için elzemdir. Ayrıca sadece öğrencinin değil söz konusu öğreticilerinde hizmet içi eğitimden faydalanmaları öğrenciye aktarımları açısından son derece gereklidir (Kolburun Geçer ve Gökdaş, 2014: 105). Bu nedene öğretmenlerin olumlu tutumlarını öğrencilere yansıtmaları gerekmektedir. Yeni teknolojiler geliştikçe, eğitim programları güncellenmeli ve günümüz koşullarına ayak uydurmalıdır. Eğitim bireylerin gelecek için potansiyellerini geliştirmeye yarayan bir araçtır (Sa'ari vd., 2005: 75-76). Yapılan araştırmalar hem öğrencilerin hem de öğretmenlerin bilgi teknolojilerini etkin kullanımına teşvik edilmesi için politika ve stratejilerin geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Kurumdan kuruma farklılık gösteren eğitim sistemleri nedeniyle öğrencilerin ekip çalışmalarına teşvik edilmesi ve iş gücü piyasasına hazırlanması gerekmektedir (Kiss, 2017: 10).

Piyasaların şekillenmesinde teknolojinin itici güç olması nedeniyle danışman eğitim programlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Teknoloji eğitimi teşvik edilerek strateji ve programlar geliştirilmelidir. Her alanın ihtiyacına yönelik bilgi teknoloji yeterliliğinin sağlanması hizmet öncesi ve sonrası için gerekli görülmektedir (Myers ve Gibson, 1999). İş hayatında yer alan çalışanların bilgi teknolojilerine değer vermeleri, teknik ihtiyaçların farkında olmaları, yeterlilik ve uzmanlıktaki kişisel sınırlarını bilmeleri önemlidir. Bilgi teknolojilerinde bilgi ve becerileri edinmeye istekli olmakla birlikte teknik değişikliklerle kendi iş yüklerini azalttığına farkında olmalıdırlar (Ni ve Chen, 2016: 201).

Bireylerin psikolojik, birlik duygusu, tartışma ve kendine güven gibi unsurları kendilerine kazandırabilecekleri eğitim ortamlarında bilgi teknolojileri büyük bir rol oynamaktadır. Gelişmiş ülkelerde bireyler kitlesel iletişim ortamları içerisinde yetiştiklerinden bu fırsatları yakalama şansına sahiptirler. Ancak gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerde özellikle “Bilgi Çağı” dediğimiz bu dönemin gerisinde kaldıkları görülmektedir. Alt yapısı oluşmayan bu devletlerde teknolojiyi özümseme, kullanma ve geliştirme becerileri oluşturulmaması nedeniyle bireyler sadece satın alma ve tüketmeye odaklanmaktadır. Alt yapısı oluşmayan devletlerin politik ve kültürel sonuçlarını göze alarak dışa bağlı bir ekonomi yerine kendi kültürlerini koruyacak alt yapı hazırlamaları ve öğrencileri de bu yol için eğitmeleri önemlidir (Hamidi vd., 2011: 371). Turizm eğitimi veren üniversiteler ile endüstrinin liderlerinin bir araya gelerek fikir alışverişi yapmaları, günümüz koşullarına uygun program ve politikalar geliştirmeleri bir ihtiyaç haline gelmiştir.

Değişen trendleri yakalayabilmek için geleceğin endüstri çalışanlarını becerilerle donatmak ve yeterliliklerini sağlamak önem arz etmektedir (Bilgihan vd., 2014: 335).

Bilgi teknolojileri eğitim politikaları aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Hamidi vd., 2011: 372):

- Bilgi teknoloji kaynaklarını eğitim programları aracılığıyla iyileştirmek ve geliştirmek,
- Eğitimde bilgi teknolojileri yardımı ile iş gücü verimliliğini arttırarak becerileri geliştirmek,
- Eğitimde bilgi teknolojilerini kullanarak yaratıcılığa teşvik etmek,
- Eğitimde bilgi teknolojileri için Ar-Ge maliyetlerini desteklemek,
- Bilgi teknolojileri kullanımı için uygun eğitim ortamının oluşturulmasını desteklemek,
- Kurumlar arasında iş birliği ve eşgüdümü sağlamak,
- Bilgi teknolojisi kültürünün eğitim ile oluşturulmasını sağlamak.

Yaşanan bilimsel, ekonomik, kültürel ve politik değişimlere uyum sağlayabilen ve değişime adapte olabilen yeni iş gücünün yetişmesi gerekmektedir. Bu nedenle eğitim sisteminin de sürekli değişiklik gösteren bu yeni ekonomiye ayak uydurması gerekmektedir (Hamidi vd., 2011: 372). Bu nedenle iş hayatının gerekliliklerinden olan kelime işleme, powerpoint sunum, internet, e-posta, veritabanı ve elektronik tablo uygulamaları bilgi teknolojilerinde temel yeterlilik kıstaslarından birkaçı olarak kabul edilmektedir (Rasit vd., 2012: 39). Bazı çalışmalarda ise bilgi teknolojileri öğrencilerin eğitim hayatlarında edinmeleri gereken beceriler teknik yeterlilik ve işyeri becerileri olarak gruplandırılmışlardır. Bunlar aşağıdaki gibi açıklanabilmektedir (Hawthorne vd., 2014: 11):

- ***Bilgi Teknolojileri Teknik Yeterlilik Alanları:*** Bilgisayar ve kullanıcı desteğini sağlamak, veritabanı ve bilgi yönetimini sağlamak, dijital medya ve teknolojiye temel bilgisayar bilgisine sahip olmak, ağ oluşturmak, programlama ve uygulama, sunucuları çalıştırmak, depolama ve sanallaştırmak,
- ***Mesleki Yaşam İçin Yeterlilik Alanları:*** Ortak hedeflere ulaşmak için ekip üyesi olabilmek, grup çalışmasına yatkın olmak, sözlü iletişimi ve yazılı iletişimi sağlayabilmek, etkin dinleme, yaşam boyu öğrenme, araştırma ve değerlendirme yapabilmek, yasal ve etik davranış sergileyebilmek, iş bilincini geliştirmek.

2.6.1. Turizm Endüstrisinde Bilgi Teknolojileri Eğitimi

Teknoloji ile hızlı değişim sürecine giren ekonomik alt yapının yanı sıra mevcut var olan meslekler teknoloji tabanlı değişim gösterirken yeni meslek grupları da ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle yönetim, üretim, pazarlama, finans ve muhasebe gibi iş endüstrisinin birçok alanında çalışanların bilgi teknolojilerinde temel yeterliliğe sahip olmasının yanında birde güncel gelişmelere hakim olması beklenmektedir (Seyrek, 2010: 388). Turizm eğitimi alan öğrenciler iş hayatına atıldıklarında bilgi teknolojilerini kullanmak durumundadırlar. Bu nedenle konaklama işletmeleri üzerine eğitim alan öğrencilerin eğitim sürecinde meslek gerekliliği olan bilgi teknolojilerini öğrenerek rezervasyon yönetim sistemine hâkim olması iş hayatından avantaj sağlayacaktır (Bilgihan vd., 2014: 325). Hizmet tabanlı olan turizm endüstrisinde üretim, yönetim, pazarlama, finans ve muhasebe gibi süreçleri kapsaması nedeniyle çalışanlarda bilgi teknoloji yeterliliği aranmaktadır.

Ayrıca bilgi çağından bilgi güvenliği farkındalığının oluşturulması gerekmektedir. Bu nedenle eğitim programları, sosyal medya ve televizyon programları ile bilinçlendirme çalışmaları yapılmalıdır. Temelde öğrencilere, genelde yerel yönetimlere ve vatandaşlara odaklanılmalıdır. Özellikle bilginin yoğun bir şekilde kullanıldığı turizm endüstrisinde çalışanların ve turistlerin kişisel verinin güvenliği hakkında bilgi sahibi olmaları kaliteli ürün ve hizmet sunma açısından önemlidir (Şimşek, 2019: 583-584).

Amerika ve Avrupada'ki birkaç üniversitenin turizm fakültesinin ders müfredatları kapsamında genel bilgi teknolojileri dışında veri tabanı oluşturma ve web tasarımı gibi düzenleme ve programlamaya yönelik ders içerikleri olduğu görülmektedir. Ayrıca günümüzün popüler konuları içerisinde olan veri madenciliği eğitimi ve sosyal medya kullanımı da ders müfredatlarında yer almaktadır (Eryılmaz, 2018: 47). Bu üniversiteler teknoloji eğilimleri ve trendlerine yönelik yapmış oldukları müfredat düzenlemesi hem öğrencilerin yeni eğilimleri fark edebilmeleri hem de bu yeterliliklere sahip olabilmeleri açısından oldukça önemlidir.

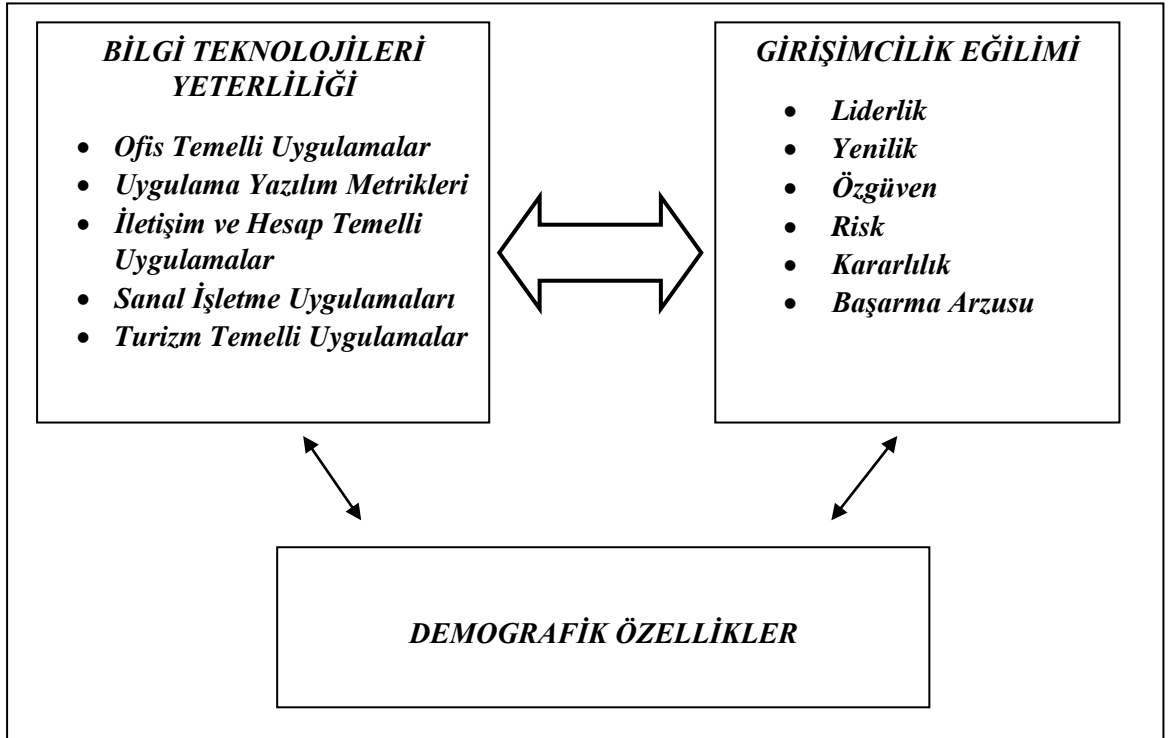
Türkiye'de faaliyette bulunan turizm lisans eğitim programları incelendiğinde eğitim gören turizm lisans öğrencilerinin zorunlu ders kapsamında temel bilgi teknolojileri eğitimi aldıkları görülmektedir. Ancak diğer bilgi teknolojileri unsurları ile ilgili eğitimler kendi bölüm içerikleri dahilinde program eğitimi kapsamında gerçekleştirilmektedir. Örneğin; Turizm

İşletmeciliği veya Konaklama İşletmeciliği bölümü ğrencileri Fidelio gibi turizm endüstrisinde kullanılan operasyonel altyapılı program eğitimi alabilmektedir. Seyahat İşletmeciliği veya Turizm Rehberliği bölümü öğrencileri ise global dağıtım sistemleri (Amadeus, Sabre, Galileo vb.) programlarının biletleme ve rezervasyon üzerine eğitimler alabilmektedirler. Aynı Şekilde Yiyecek İçecek İşletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin restoran yönetimi üzerine yiyecek içecek otomasyon sistemleri üzerine eğitimler aldıkları görülmektedir. ğrenim görülen bölüme göre verilen bilgi teknolojileri alan eğitimi dışında lisans düzeyindeki ğrencilerine Őemeli olarak e-ticaret, internet tabanlı pazarlama ve web tasarımı ve uygulamaları gibi dersler sunularak lisans ğrencilerinin teknoloji ile ilgili alt yapısını oluşturmaya çalışılmaktadır.

3. LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN BİLGİ TEKNOLOJİLERİ YETERLİLİKLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. Araştırma Modeli

Araştırma modeli çalışmanın amacını ortaya koyarken aynı zamanda araştırmacının da hedefinden şaşmaması için gerekli bir araç olarak görülebilmektedir. Bir çalışmada araştırma modelinin ortaya konması bir bütün olarak değerlendirilen amacı belirli kategorilere ayırarak sınırlandırmaktır. Çalışmada lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin bilgi teknolojileri yeterliliklerine göre değerlendirilmesi için sayısal veriye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle evrene ilişkin sonuçlar üzerinden genellemeler yapabilmek için nicel araştırma yöntemi tercih edilmesi uygun görülmüştür (Şimşek, 2015: 91). Araştırma modeli Şekil 3.1.'de ortaya konulmuştur.



Şekil 3.1. Araştırma Modeli

Değişkenler arasında ilişkiyi saptamak ve evrene yönelik tanımlamalar yapabilmek için nicel araştırma yöntemlerinden olan ilişkiyel tarama modeli çalışmanın nüvesini oluşturmaktadır. İlişkiyel tarama modelinde araştırmacının elinde değişkenler bulunmakta ve bu değişkenler arasındaki ilişkiyi değerlendiren hipotezler kurulabilmektedir (Kurtuluş, 2010: 20). Çalışmada model kapsamında veri toplama aracı olarak anket uygulanmış ve

ikincil kaynak olarak literatür taraması yapılmıştır. Anket aracılığı ile toplanan veriler Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Bilgi İşlem departmanından alınan lisanslı SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programı ile analiz edilmiştir.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın mevcut olan sınırlıkları nedeniyle örneklem seçimi yapılması uygun görülmüştür. Örneklem, evreni temsil ettiği düşünülerek araştırmaya dâhil edilmesi için seçilen grup olarak tanımlanabilmektedir (Kozak, 2015: 53). Turizm fakültesinde dört yıl boyunca eğitim alan öğrenciler ders müfredatlarında yer alan girişimcilik ve bilgi teknolojileri çerçevesinde eğitimler almaktadırlar. Bu nedenle turizm fakültelerinde eğitim gören dördüncü sınıf öğrencilerinin ilk üç yılda bu eğitimleri almış olmaları ve eğitim hayatını bitirmeye en yakın grup olmaları nedeniyle araştırmanın örneklemini Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesinde eğitim gören dördüncü sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Ancak Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümü öğrencilerinin anketlerin doldurulduğu dönemde fakültede olmamaları nedeniyle üçüncü sınıf Yiyecek İçecek İşletmeciliği öğrencileri tercih edilmiştir. İlk iki yılda girişimcilik ve bilgi teknolojileri derslerini almaları nedeniyle çalışmanın varsayımını karşılamaktadırlar.

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesindeki öğrenci işleri ile irtibata geçilerek elde edilen bilgiler dâhilinde dördüncü sınıfta bölümlere göre kayıtlı öğrenci sayısı Tablo 3.1.'de verilmiştir.

Tablo 3.1. Bölümlere Göre Kayıtlı Öğrenci Sayısı

| <i>Bölüm</i> | <i>Kayıtlı Öğrenci Sayısı</i> |
|---|-------------------------------|
| <i>Konaklama İşletmeciliği</i> | <i>351</i> |
| <i>Seyahat İşletmeciliği</i> | <i>200</i> |
| <i>Turizm Rehberliği</i> | <i>165</i> |
| <i>Yiyecek İçecek İşletmeciliği (3.sınıf)</i> | <i>116</i> |
| <i>Toplam</i> | <i>832</i> |

Araştırma 2019 yılı ocak ayında yürütülmüştür. Daha fazla öğrenciye ulaşabilmek için öğrencilerin final sınavlarının olduğu iki hafta tercih edilmiştir. Turizm Fakültesi dördüncü sınıf kayıtlı öğrenci sayısı 832 olmakla birlikte, sayıya ulaşabilmek için kolayda örnekleme tercih edilmiştir. Toplam 650 anket dağıtılmış, 412 anket ile geri dönüş yapılmıştır ve 412 anket incelendiğinde ise anketlerin 46'sının doğru doldurulmadığı veya ilk sayfalarının doldurularak geri kalanının boş bırakıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca örnekleme daha geniş tutmak için çevrimiçi anket düzenlenmiştir ve sadece 14 katılımcı elde edilebilmiştir. Toplamda 380 anket analize dâhil edilmiştir.

3.3. Anket Formunun Hazırlanması

Anket formu üç ayrı bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini ölçmek üzere tasarlanmış girişimcilik eğilimi ölçeği kullanılmıştır. İkinci bölümde bilgi teknolojileri yeterliliği ölçeği üçüncü bölümde ise demografik bilgilere yer verilmiştir. Anket formu tasarlandıktan sonra uzman görüşü alınarak son haline getirilmiştir. Anket formu Ek 1.'de yer almaktadır. Ankette kullanılan ölçekler ile ilgili bilgiler aşağıda verilmiştir.

3.3.1. Girişimcilik Eğilimi Ölçeği

Çalışmada kullanılan veri toplama aracının ilk bölümünü girişimcilik eğilimi ölçeği oluşturmaktadır. Dünya'da ve Türkiye'de öğrencilerin girişimcilik eğilimini ölçmeye yönelik birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bir tanesi de Yılmaz ve Sünbül'ün 2009 yılında geliştirdikleri "*Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği*"dir. Yılmaz ve Sünbül'ün geliştirdikleri ölçeği çalışmada kullanabilmek için araştırmacılarla mail yoluyla iletişime geçilerek gerekli izinler alınmıştır. Ölçek üzerinde bir düzenleme yapılmadan çalışmada kullanılmıştır.

Yılmaz ve Sünbül'ün yapmış oldukları ölçek geliştirme çalışmasında Eğitim ve Mesleki Eğitim Fakültesi öğrencileri tercih edilerek 474 öğrenci üzerinde uygulanmıştır. Çeşitli kaynaklardan derlenerek toplanan veri ışığında 43 maddelik bir ölçek geliştirilmiş. Ancak uzman görüşleri ile madde sayısı 36'ya indirilmiştir. 5'li likert tipi Çok sık(5), Sık sık(4), Bazen(3), Nadiren(2) ve Hiçbir zaman(1) formunda düzenleme yapılmıştır. Ölçeğe uygulanan Cronbach Alfa güvenilirlik analizi sonucu 0,90 çıkarken yapılan faktör analizi sonucu ise bütün maddelerin tek boyutta toplandığı ve açıklanan toplam varyansı % 47,3 olduğu saptanmıştır (Yılmaz ve Sünbül, 2009: 197-198).

Yılmaz ve Sünbül'ün geliştirdikleri ölçek birçok akademik çalışmaya katkıda bulunmuştur. Bu çalışmalar ile ilgili ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik değerleri Tablo 3.2.'de verilmiştir. Yapılan araştırmalarda bazılarında faktör analizleri yapılarak boyutlara ayrılmıştır. Bazıları ise tek faktör altında girişimcilik eğilimi değerlendirme puanları ile analizlerini gerçekleştirmişlerdir. Tabloda Cronbach Alfa değeri "--" olan çalışmalarda Yılmaz ve Sünbül'ün yaptığı çalışmadaki güvenilirlik değeri verilmiştir.

Tablo 3.2. Girişimcilik Çalışmaları Güvenilirlik Değerleri

| Yıl | Araştırmacı | Cronbach Alfa Değeri |
|-------------|---------------------|-----------------------------|
| 2012 | Bilge ve Bal | 0,82 |
| 2012 | Keleş vd. | 0,89 |
| 2012 | Kılıç vd. | 0,89 |
| 2012 | Çalışkan Maya vd. | - |
| 2013 | Uluyol | 0,93 |
| 2014 | Ballı ve Koca Ballı | - |
| 2014 | Akçakanat vd. | 0,94 |
| 2015 | Köksal ve Penez | - |
| 2015 | Özmen | - |
| 2016 | Aydın ve Öner | 0,90 |
| 2016 | Günay | - |
| 2018 | Hancıoğlu ve Tekin | 0,87 |
| 2018 | Karataş | 0,93 |

Bir ölçme aracının farklı yapılan ölçüm sonuçları arasındaki tutarlılık düzeyi güvenilirlik olarak tanımlanmaktadır. Birçok kez gerçekleştirilen ölçümlerin sonuçları tutarlı ise o ölçme aracının güvenilir olduğu söylenebilmektedir. Güvenilirlik ölçmek için çeşitli hesaplama yöntemleri bulunmaktadır. Tablo 3.2'deki çalışmalarda Cronbach Alfa güvenilirliği dikkate alınarak hesaplama yapılmıştır. Alfa katsayısı likert tipi ölçeklerin güvenilirliğini hesaplamak için kullanılmaktadır. Bir ölçeğin güvenilir olduğunu söyleyebilmek için en az 0,70 katsayısına sahip olması beklenmektedir. Alfa katsayısının 0,80 üzerinde olması durumunda ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenmektedir (Balaban Salı, 2015: 153-156). Yapılan ölçek geliştirme çalışması ve diğer çalışmalar göz önüne alındığı takdirde ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenebilmektedir.

3.3.2. Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Ölçeği

Çalışmanın bir bölümünü oluşturan lisans öğrencilerinin bilgi teknolojileri yeterliliklerini ölçmek için Bilgihan vd. (2014) yılında yapmış oldukları ‘The Information Technology (IT) Skills of Hospitality School Graduates as Perceived by Hospitality Professionals’ adlı çalışmadaki ölçeğin kullanılması planlanmıştır. Ölçeğin orijinalinde ‘Genel Bilgisayar Uygulamaları’ başlığı altında 19 ölçme maddesi, ‘Turizm Endüstrisinde Bilgisayar Uygulamaları’ başlığı altında ise 11 ölçme maddesi olmak üzere toplam 30 madde yer almaktadır. Ölçek de kesinlikle yeterli değilim, yeterli değilim, ne yeterliyim ne yeterli değilim, yeterliyim ve kesinlikle yeterliyim olmak üzere beşli likert ölçek tipi kullanılmıştır. Ölçek İngilizceden Türkçeye çevrilerek İngilizce alanında uzman görüşü alınmıştır. Daha sonra Türkçeye uygunluğunu değerlendirmek için Türk dili alanında uzman görüşü alınmış ve gerekli düzenlemeler yapılmıştır.

Ölçeğin yüzey geçerliliği yani araştırılan kitleye ve araştırma problemine uygunluğu değerlendirmek için uzman görüşü alınarak istatistik değerlendirmeye tabi tutularak da sağlanabilmektedir (Çakmur, 2012: 342). Bu nedenle lisans öğrencilerinin turizmde bilgi teknolojileri yeterliliklerini ölçmek için düzenlenen bu ölçeğin maddelerin uygunluğunu değerlendirmek amacıyla uzman bilgisine ihtiyaç duyularak iki uzmana ölçek değerlendirme formu gönderilmiştir. Son değerlendirmeler dikkate alınarak ölçek üzerinde düzenlemeler yapılmıştır.

Aynı zamanda bir araştırmada kullanılacak olan ölçek daha önce aynı kitle üzerinde uygulanmamış ise ölçeğin o kitle üzerinde ölçüm yaparken doğru sonuçlar elde edebilmek için güvenilirliğin ve geçerliliğin sağlanması gerekmektedir (Çakmur, 2012: 339). Araştırmacı tarafından yapılan literatür taramasında kullanılacak ölçeğin öğrenciler üzerinde ve Türkiye’de uygulamasına rastlanılmamış olması nedeniyle pilot çalışmaya ihtiyaç duyulmuştur. Pilot çalışma yapılarak ölçeğin Türkiye’de ve lisans öğrencileri için uygunluğunu ve ölçekten çıkacak sonuçların güvenilirliğini ve geçerliliğini tespit etmek amaçlanmıştır.

Pilot çalışma için alınan görüşler sonrası anket formu hazırlanmıştır. 25 Aralık 2018 ve 28 Aralık 2018 tarihleri arasında öğrencilere toplam 230 anket dağıtılmıştır. Toplanan anketlerden 27 tanesi doldurulmamış bir şekilde tarafımıza iletilmiştir. Geriye kalan 203 anketin dört tanesinin doğru bir şekilde doldurulmadığı tespit edilmiş ve analize dahil

edilmemiştir. Daha sonra anketler sıralanarak, 199 anketteki veri sosyal bilimlerde veriyi analiz etmek için kullanılan SPSS programına girilmiştir. Pallant'ın kitabında hazırlamış olduğu kod çizelgesi örnek alınarak Tablo 3.3.'de kod çizelgesi hazırlanmıştır (Pallant, 2015: 355).

Tablo 3.3. Pilot Çalışma İçin Kod Çizelgesi

| SPSS Değişken Adı | Değişkenin Tam Adı | Kod Yapısı | Ölçüm Düzeyi |
|--------------------------|--|--|--------------|
| GBU1 'den GBU19'a kadar | Genel Bilgisayar Uygulamaları | 1= Kesinlikle yeterli değilim, 2= Yeterli değilim, 3= Ne yeterliyim ne yeterli değilim, 4= Yeterliyim, 5= Kesinlikle yeterliyim | Scale |
| TEBU1'den TEBU11'e kadar | Turizm Endüstrisinde Bilgisayar Uygulamaları | 1= Kesinlikle yeterli değilim, 2= Yeterli değilim, 3= Ne yeterliyim ne yeterli değilim, 4= Yeterliyim, 5= Kesinlikle yeterliyim | Scale |

SPSS'e girilen veri tabanında bir hata olup olmadığı kontrol edilmiştir. Kayıp veri (Missing value) incelenmiş ve madde başına düşen veride istikrarlı bir kayba rastlanmamıştır. Daha sonra betimsel analizler yapılmıştır.

Bir ölçeğin güvenilirliği maddelerin birbirleriyle olan uyum dereceleriyle yani iç tutarlılık ile belirlenebilmektedir. İç tutarlılığı büyük bir çoğunlukla Cronbach Alfa katsayısı ile değerlendirilmektedir (Pallant, 2015: 113). Genel bilgisayar uygulamaları ve turizm endüstrisinde bilgisayar uygulamaları tek bir ölçek olarak ele alınması nedeniyle otuz maddenin Cronbach Alfa katsayısı 0,943 olarak saptanmıştır. Bu sonuca göre ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 3. 4. Pilot Çalışma İçin Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Ölçeği Güvenilirlik Analizi

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| ,943 | ,944 | 30 |

Yapılan pilot çalışma sonrası ölçeğin güvenilirliği tespit edilmiş ve lisans öğrencileri üzerinde uygulanmaya uygun olduğuna karar verilmiştir. Ölçeği kullanabilmek için ölçeğin bulunduğu çalışmayı yürüten akademisyenlerden mail ile gerekli izinler istenmiştir.

3.4. Veri Analizi

Anket aracılığı ile öğrencilerden toplanan verileri değerlendirmek için sosyal bilimlerde istatistik programında bir veri dosyası oluşturularak gerekli olan işlemler gerçekleştirilmiştir (Pallant, 2015: 39). Bunlar;

- Veri kontrolü yapılarak, gerekli düzenlemeler yapılmıştır,
- Değişkenlere tanımlamalar oluşturularak veri dosyasının temel yapısı kurulmuştur,
- Her katılımcının her değişken için verdiği değerler veri dosyasına girişi sağlanmıştır.

Toplanan verinin doğru bir şekilde işlendiği tespit edildikten sonra frekans ve betimsel değerler incelenmiştir. Girişimcilik eğilimi ölçeğinin analizleri sonucunda normal dağılımı karşılamadığı ve uç değerler olduğu tespit edilen katılımcılar (325 – 226 – 43 – 87 – 7) analizden çıkarılmıştır. Daha sonra bilgi teknolojileri yeterliliği ölçeği içinde normal dağılımı karşılamadığı ve uç değer olduğu tespit edilen katılımcılarda (367 – 362 – 300 – 296 – 202 – 199 – 186 – 136 – 134 – 52) analizden çıkarılmıştır. Çıkarılan katılımcılar sonrası yapılan normallik testleri sonucunda girişimcilik eğilimi ölçeği ile bilgi teknolojileri yeterlilik ölçeği normal dağılımı karşıladığı söylenebilmektedir. Normallik testlerine ilişkin çıktılar Ek-2’de yer almaktadır.

Tablo 3.5. Ölçeklerin Normallik Testleri

| Tests of Normality | | | |
|---------------------------------|----------------------|-----|-------|
| | Kolmogorov - Smirnov | | |
| | Statistic | df | Sig. |
| Girişimcilik Eğilimi | ,032 | 365 | ,200* |
| Bilgi Teknolojileri Yeterliliği | ,031 | 365 | ,200* |

Güvenilirlik, faktör analizi, korelasyon, bağımsız gruplar t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

3.5. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri

Ölçeklerin normal dağılımını etkileyen katılımcılar analizden çıkarıldıktan sonra kalan 365 katılımcının mevcut olduğu anket verisi üzerinden ölçeklere güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Girişimcilik eğilimi ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı 0,939 bulunmuştur. Yüksek düzeyde güvenilirlik sağlayan bu ölçekte madde çıkarılması yapılsa da daha yüksek bir orana ulaşamayacağı analiz çıktılarında yer almaktadır. Bu nedenle madde çıkarmaya gerek görülmemiştir. 30 maddelik bilgi teknolojileri yeterlilik ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı ise 0,950 bulunmuştur. Girişimcilik eğilimi ölçeği gibi bu ölçeklerde madde çıkarma yapılsa da daha yüksek bir oran elde edilemeyeceği saptanmıştır. Güvenilirlik analizleri çıktısı Ek-3’de yer almaktadır.

Tablo 3.6. Ölçeklerin Güvenilirlik Düzeyleri

| | Cronbach’s Alpha | N of Items |
|---------------------------------|------------------|------------|
| Girişimcilik Eğilimi | ,939 | 36 |
| Bilgi Teknolojileri Yeterliliği | ,950 | 30 |

Çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik düzeyleri test edilmiştir. Elde edilen yüksek düzeyde güvenilirlik katsayıları ile ölçeklerin güvenilir oldukları söylenebilmektedir.

3.6. Faktör Analizi

3.6.1. Girişimcilik Eğilimi Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktör analizi, kavramların açıklandığı boyutların belirlenmesinde kullanılırken aynı zamanda değişken sayısını azaltarak daha güvenilir sonuçlar elde etmek için de kullanılmaktadır (Durmuş vd, 2016: 73). Faktör analizi çok değişkenli varyans analizleri gibi analizler yapılmadan önce fazla sayıdaki ilişkili değişkenleri yönetilebilir bir sayıya indirmek için kullanılabilir (Pallant, 2015: 199). Faktör analizinde birbirinden bağımsız değişkenler için ayrı ayrı analiz yaparak değerlendirmeye tabi tutulmasındansa birbiri ile yakın denilebilecek değişkenleri bir araya toplayarak faktör grupları ile analiz

yapılması hem değerlendirme hem de tutarlı sonuç açısından verimli olacağı düşünülmektedir (Kozak, 2015: 150).

Faktör analizinin geçerli olabilmesi için değişken sayısının en az beş katı örneklem yeterliliğine sahip olunması gerekmektedir. Girişimcilik eğilimi ölçeğindeki maddelerin faktöriyel yapısını ortaya koymak için yapılan analiz sonuçlarına göre Kaiser – Meyer – Olkin (KMO) değeri 0,901 bulunmuştur. KMO değerinin en az 0,60 üzerinde olması beklenmekte iken 0,80 üzerinde çıkması durumunda mükemmel olarak değerlendirilmektedir (Kozak, 2015: 150). Bu sonuca göre faktör analizinin yapılması için gerekli olan örneklem yeterliliğinin sağlandığı görülmüştür. Barlett testinin sonuçlarına göre değişkenler arasında faktör analizi yapabilmek için yeterli düzeyde ilişki bulunduğundan girişimcilik eğilimi ölçeğinin faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3.7. Girişimcilik Eğilimi Ölçeği Faktör Analizine Uygunluk Testi

| KMO and Barlett's Test | | |
|---|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy | | ,901 |
| Barlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 3121,413 |
| | df | 300 |
| | Sig. | ,000 |

Faktör yüklerinin en az 0,40 olmasına dikkat edilmelidir (Kozak, 2015: 150). Communalities tablosu incelendiğinde maddelerin faktör yüklerinin 0,40'dan az değere sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle 11 madde analizden çıkarılarak tekrar analiz yapılmıştır. Kalan yirmi beş maddenin altı faktör altında toplandığı ve bu altı faktörün toplam varyansı açıklama oranının % 61,09 olduğu gözlemlenmiştir. Component Matrix tablosu incelendiğinde maddelerin faktörlere yeterince dağılmadığı ve bazı maddelerin her iki faktöre yüklendiği gözlemlenmiştir. Faktör yüklerinin daha açıklayıcı olabilmesi için rotasyon uygulamasına karar verilmiştir. Varyans maksimize edilmek istendiğinden varimax yöntemi seçilmiştir. Rotasyon uygulandıktan sonra altı faktör altında Tablo 3.9.'da maddeler dağılım göstermiştir. Girişimcilik faktör analizi Ek-4'da verilmiştir.

Tablo 3.8. Girişimcilik Eğilimi Faktörleri

| <i>Faktör İsmi</i> | <i>İlgili Kavramı Ölçmek İçin Ankette Yer Alan Maddeler</i> |
|------------------------------|--|
| <i>Liderlik</i> | <ul style="list-style-type: none">– İşimde ve çalışmalarımdaya ortaya çıkan değişimlere açıgımdır.– İşimi severek ve azimle yaparım.– İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür.– İşimi gerçekleştirirken herhangi bir ekiple ya da kişiyle çalışabilirim.– Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem.– İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim. |
| <i>Yenilik</i> | <ul style="list-style-type: none">– Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum.– Yeni bir şeyleri denememe imkân veren projeler üzerinde çalışmayı severim.– Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim.– Yeni bir perspektiften bakmama imkân sağlayan proje ve işlerle uğraşırım.– Geçmişte başkası tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle çalışmayı denerim. |
| <i>Özgüven</i> | <ul style="list-style-type: none">– İşten zorunlu olarak ayrılısam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim.– Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim.– Farklı insanlarla dostluk kurabilirim.– Denemediklerimi denemekten çekinmem.– Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissederim. |
| <i>Risk</i> | <ul style="list-style-type: none">– Risk almaktan çekinmem.– Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmaktan sorun yaşamam.– Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem.– Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim. |
| <i>Kararlılık</i> | <ul style="list-style-type: none">– İstedğim şeyi elde ettiğim zaman bunun genellikle kendi yeteneklerim olduğunu düşünürüm.– İşlerimde kendi kararlarım etkilidir.– Kendi işimi kurabilirim. |
| <i>Başarma Arzusu</i> | <ul style="list-style-type: none">– İşimde geçmiş performansımdan daha iyi olabilmek için daha çok çalışırım.– Görevimin son derece zor olduğu zamanlar elimden gelenin en iyisini yapabilirim. |

3.6.2. Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Bilgi teknolojileri yeterlilik ölçeğinin açıklayıcı faktör analizi yapmak için gerekli olan örneklem yeterliliğini ölçen KMO değeri ,936 bulunmuştur Bu nedenle faktör analizi yapabilmek için yeterli örnekleme sahip olduğu söylenebilmektedir. Barlett testinin sonucuna göre yeterli düzeyde ilişki olduğu söylenebilmektedir. Bu sonuçlara göre faktör analizi yapılması için gerekli varsayımların karşılandığı kabul edilmiştir.

Tablo 3.9. Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Ölçeği Faktör Analizine Uygunluk Testi

| KMO and Barlett's Test | | |
|---|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy | | ,936 |
| Barlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 7212,158 |
| | df | 406 |
| | Sig. | ,000 |

Communalities tablosu incelendiğinde her bir maddenin faktör yükünün 0,45'den büyük olduğu görülmüştür. Bu nedenle madde çıkarımı yapılmamıştır. Maddelerin birden fazla faktör altında toplandığı görülmüştür. Bu nedenle varyansı maksimize edebilmek için rotasyon uygulanmasına gidilmiş ve varimax yöntemi tercih edilmiştir. 'Veriyi etkili bir şekilde sunma' maddesinin birden fazla faktöre yüklendiği tespit edilmiştir. Madde analizden çıkarılarak tekrar analiz yapılmıştır. Analiz sonucunda 29 madde beş faktöriyel yapı altında dağılım göstermiştir. Bu beş faktörün toplam varyansı açıklama oranının % 70,032 olduğu görülmüştür. Beş faktöre düşen maddeler aşağıdaki tabloda verilmiştir. Bilgi teknolojileri faktör analizi Ek-5'de verilmiştir.

Tablo 3.10. Bilgi Teknolojileri Yeterliliği Faktörleri

| <i>Faktör İsmi</i> | <i>İlgili Kavramı Ölçmek İçin Ankette Yer Alan Maddeler</i> |
|---|--|
| <i>Ofis Temelli Uygulamalar</i> | <ul style="list-style-type: none">– Veri tabanı programları kullanımı (Microsoft Access, vb.)– Grafik tasarım programı kullanımı (Photoshop, vb.)– Proje yönetim yazılımı kullanımı (Microsoft Project)– Masaüstü yayıncılık yazılımı (Microsoft Publisher)– Ses kayıt ve düzenleme yazılımı kullanımı (Auido, Podcast, Audacity)– Video kayıt ve düzenleme yazılımı kullanımı (Adobe Premiere Pro CC, Final Cut Pro X, Shotcut, vb.) |
| <i>Uygulama Yazılım Metrikleri</i> | <ul style="list-style-type: none">– Bilgisayar programlarının çalışmama nedenlerini açıklayabilmek– Bilgisayar yazılımı yükleyebilmek– Sayısal verileri bilgisayarda analiz etme (SPSS, Excel, vb.)– Bilgisayar virüslerini ve casus yazılımları silme |
| <i>İletişim ve Hesap Temelli Uygulamalar</i> | <ul style="list-style-type: none">– Elektronik posta kullanımı– Kelime işlem programı kullanımı (Microsoft word vb.)– Hesap tablosu kullanımı– Sunum programı kullanımı (Microsoft Powerpoint, vb.)– Sosyal ağ araçlarının kullanımı (Facebook, Instagram, Twitter, vb.) |
| <i>Sanal İşletme Uygulamaları</i> | <ul style="list-style-type: none">– E-ticaret uygulamaları kullanımı (B2B, B2C, C2C, vb.)– Bir web sitesi oluşturma ve güncelleme– Bilgisayar ağı kurma ve çalışmasını sürdürme |
| <i>Turizm Temelli Uygulamalar</i> | <ul style="list-style-type: none">– Turizm endüstrisinde en son bilgi teknolojileri eğilimlerini anlama– Bilgi teknolojisi sistemlerinin endüstrideki rolünü değerlendirme– Otel yönetim sistemleri kullanımı (Fidelio, Opera, Elektra, vb.)– Satış noktası sistemleri kullanımı (Micros, pos, sanal pos,vb.)– Otel e-satınalma sistemleri kullanımı– Merkezi rezervasyon sistemleri kullanımı (Troya, House Pegasus, Holidex, vb.)– Küresel dağıtım sistemleri kullanımı (Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, vb.)– Beslenme analizi yazılımı kullanımı– Maliyet kontrolü ve envanter yazılımı– Otel yönetimi sistemleri seçimi ve uygulaması– Çevrimiçi pazarlama araçları kullanımı |

3.7. Bulgular ve Değerlendirmeler

Bu bölümde turizm eğitimi alan lisans öğrenciler üzerine yapılan bu çalışmada öncelikle demografik bilgiler verilmiştir. Lisans öğrencilerinden elde edilen veriler ışığında öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ve bilgi teknolojileri yeterlilik düzeyleri test edilmiştir. Ayrıca girişimcilik eğilimleri ve bilgi teknolojileri arasındaki ilişki ortaya konulmak istenmiştir. Elde edilen verilere göre demografik özelliklere göre girişimcilik eğilimleri ve bilgi teknoloji yeterlilikleri incelenmiştir. Son olarak bu bölümde girişimcilik ve bilgi teknolojileri faktörleri demografik özelliklere göre incelenerek ortaya konulmuştur.

3.7.1. Demografik Bilgiler

Anketin üçüncü bölümü olan demografik bilgiler sorularından elde edilen veriler bu başlık altında incelenecektir. Anket katılımcılarına demografik özelliklere ilişkin cinsiyet, bölüm, öğrenim türü, staj yapma/çalışma durumu, ailelerinin ikamet ettiği bölge, ailelerinin aylık geliri, kendi aylık gelirleri, şahıslarına ait tescil edilen alan adı, faaliyette olan web sitesi ve bildikleri yabancı diller sorulmuştur. Ancak dil kategorisi katılımcılar tarafından doğru bir şekilde doldurulmadığı tespit edilmemiştir. Bu nedenle verimli sonuçlar elde edilemeyeceği düşünüldüğünden analizlere dâhil edilmemiştir.

Tablo 3. 11. Cinsiyet

| | | Cinsiyet | | | |
|---------|--------|----------|-------|---------------|-----------------|
| | | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Kümülatif Yüzde |
| Geçerli | Kadın | 168 | 46,0 | 46,0 | 46,0 |
| | Erkek | 197 | 54,0 | 54,0 | 100,0 |
| | Toplam | 365 | 100,0 | 100,0 | |

Ankete katılan katılımların %46'sını kadın katılımcılar oluştururken %54'ünü ise erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Kadın katılımların sayısı 168, erkek katılımcıların sayısı ise 197 olmak üzere toplam 365 katılımcı analizlere dâhil edilmiştir.

Tablo 3.12. Öğrenim Görülen Bölüm

| Bölüm | | | | | |
|---------|------------------------------|---------|-------|---------------|-----------------|
| | | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Kümülatif Yüzde |
| Geçerli | Konaklama İşletmeciliği | 173 | 47,4 | 47,4 | 47,4 |
| | Seyahat İşletmeciliği | 65 | 17,8 | 17,8 | 65,2 |
| | Turizm Rehberliği | 50 | 13,7 | 13,7 | 78,9 |
| | Yiyecek İçecek İşletmeciliği | 77 | 21,1 | 21,1 | 100,0 |
| | Toplam | 365 | 100,0 | 100,0 | |

Araştırmanın yapıldığı fakültede dört bölümde aktif olarak eğitim verilmektedir. Bunlar; Konaklama İşletmeciliği, Seyahat İşletmeciliği, Turizm Rehberliği ve Yiyecek İçecek İşletmeciliğidir. Konaklama işletmeciliği bölümü diğer bölümlerin iki katı kontenjana sahiptir. Bu nedenle katılımcıların %47,4'ünü 173 katılımcı ile Konaklama İşletmeciliği bölümü oluşturmaktadır. Seyahat İşletmeciliği bölümü 65 katılımcı ile katılımcıların %17,8, Turizm Rehberliği bölümü 50 katılımcı ile katılımcıların %13,7 ve Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümü 77 katılımcı ile katılımcıların %21,1'ini oluşturarak toplam 365 katılımcının öğrenim gördüğü bölüm bilgisine sahip olunabilmektedir.

Tablo 3.13. Öğrenim Türü

| Öğrenim Türü | | | | | |
|--------------|----------------|---------|-------|---------------|-----------------|
| | | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Kümülatif Yüzde |
| Geçerli | Örgün Öğretim | 180 | 49,3 | 49,7 | 49,7 |
| | İkinci Öğretim | 182 | 49,9 | 50,3 | 100,0 |
| | Toplam | 362 | 99,2 | 100,0 | |
| Kayıp | | 3 | ,8 | | |
| Toplam | | 365 | 100,0 | | |

Verilen cevaplara göre 180 kişi ile katılımcıların %49,3 ünü örgün öğretime kayıtlı öğrenciler oluşturmaktadır. 182 kişi katılımcıların %49,9'unu ise ikinci öğretimler oluştururken katılımcıların %0,8'ü bu soruya cevap vermemişlerdir.

Tablo 3.14. Staj Yapma/Çalışma Durumu

| Staj Yapma / Çalışma Durumu | | | | | |
|-----------------------------|---------|---------|-------|---------------|-----------------|
| | | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Kümülatif Yüzde |
| Geçerli | Yaptı | 113 | 31,0 | 31,0 | 31,0 |
| | Yapmadı | 94 | 25,8 | 25,8 | 56,7 |
| | Yapacak | 158 | 43,3 | 43,3 | 100,0 |
| | Toplam | 365 | 100,0 | 100,0 | |

365 katılımcıdan 113'ü staj/çalışma seçeneğini işaretlemiştir. 94 katılımcı ise yapmadı seçeneğini işaretlerken 158 kişi ise yapacak seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların %43,3'ü staj yapacakken %31,0'ı daha önce sektöre dair iş hayatı içerisinde bulunmuşlardır.

Tablo 3.15. Lise Eğitimi

| Lise Eğitimi | | | | | |
|--------------|--------------------------|---------|-------|---------------|-----------------|
| | | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Kümülatif Yüzde |
| Geçerli | Genel Lise | 158 | 43,3 | 43,3 | 43,3 |
| | Turizm Lisesi | 36 | 9,9 | 9,9 | 53,2 |
| | Mesleki ve Teknik Lisesi | 80 | 21,9 | 21,9 | 75,1 |
| | Diğer | 91 | 24,9 | 24,9 | 100,0 |
| | Toplam | 365 | 100,0 | 100,0 | |

Turizm fakültesinde eğitim gören öğrencilerin lise eğitimini nerede yaptıklarına ilişkin soruya verilen cevaplar incelendiğinde Genel Lise eğitimi alan öğrenci sayısı 158'dir. Buda katılımcıların %43,3'üne tekabül etmektedir. Turizm lisesinde eğitim alan öğrenci sayısı 36 iken Mesleki ve Teknik Lise'de eğitim alan öğrenci sayısı 80'dir. Bu oranlara göre öğrencilerin %9,9'u lise eğitiminde turizm üzerine öğrenim gördükten sonrada üniversite seçimlerinde turizm alanını tercih etmişlerdir. Diğer seçeneğini işaretleyen %24,9 oranıyla 91 katılımcının anket formunda cevapları incelendiğinde çoğunluğunun Anadolu Lisesi çıkışlı oldukları görülmüştür.

Tablo 3.16. Ailenin İkamet Ettiği Bölge

| Ailenin İkamet Ettiği Bölge | | | | | |
|-----------------------------|---------------------------|---------|-------|---------------|-----------------|
| | | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Kümülatif Yüzde |
| Geçerli | Marmara Bölgesi | 132 | 36,2 | 36,2 | 36,2 |
| | Ege Bölgesi | 119 | 32,6 | 32,6 | 68,8 |
| | Karadeniz Bölgesi | 40 | 11,0 | 11,0 | 79,7 |
| | Akdeniz Bölgesi | 26 | 7,1 | 7,1 | 86,8 |
| | İç Anadolu Bölgesi | 35 | 9,6 | 9,6 | 96,4 |
| | Doğu Anadolu Bölgesi | 3 | ,8 | ,8 | 97,3 |
| | Güneydoğu Anadolu Bölgesi | 7 | 1,9 | 1,9 | 99,2 |
| | Türkiye Dışı | 3 | ,8 | ,8 | 100,0 |
| | Toplam | 365 | 100,0 | 100,0 | |

Katılımcıların ailelerinin %36'sı 132 katılımcı ile Marmara Bölgesinde ikamet etmektedir. Diğer yüksek oranlar incelendiğinde %32,6'sı Ege Bölgesinde, %11'i ise Karadeniz Bölgesinde ikamet etmektedir. Akdeniz bölgesinin %7,1 oranına sahip iken İç Anadolu Bölgesi %9,6, Doğu Anadolu Bölgesi %0,8 ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi ise %1,9 oranına sahiptir. Türkiye dışından eğitime gelen öğrenciler katılımcıların %0,8'ini oluşturmaktadır.

Tablo 3.17. Ailenin Toplam Aylık Geliri

| Ailenin Toplam Aylık Geliri | | | | | |
|-----------------------------|---------------------|---------|-------|---------------|-----------------|
| | | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Kümülatif Yüzde |
| Geçerli | 2.020 TL ve altı | 77 | 21,1 | 21,1 | 21,1 |
| | 2.021 TL – 3.764 TL | 124 | 34,0 | 34,3 | 55,5 |
| | 3.765 TL – 6.000 TL | 94 | 25,8 | 26,0 | 81,5 |
| | 6.001 TL ve üstü | 67 | 18,4 | 18,5 | 100,0 |
| | Toplam | 362 | 99,2 | 100,0 | |
| Kayıp | | 3 | ,8 | | |
| Toplam | | 365 | 100,0 | | |

Katılımcıların ailelerinin toplam aylık geliri kategorisi incelendiğinde en çok oran %34 ile 2.021 TL – 3.764 TL aralığına sahiptir. Bu sonuca göre 124 katılımcının ailesi asgari ücret ve memur maaşı aralığında gelire sahip olduğu söylenebilmektedir. Katılımcıların %21,1'i 2.020 TL ve altı seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu sonuca göre 77 katılımcının ailesinin asgari ücret ve altı gelire sahip olduğu söylenebilmektedir. Katılımcıların %25,8'i orta dereceli gelire sahip olduklarını belirtmişlerdir. %18,4'ü ise 6.001 TL ve üstü seçeneğini işaretleyerek Türkiye için iyi denilebilecek bir gelire sahip olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %0,8'i bu soruyu cevaplandırmak istememişlerdir.

Tablo 3.18. Öğrencinin Aylık Geliri

| Öğrencinin Aylık Geliri | | | | | |
|-------------------------|-------------------|---------|-------|---------------|-----------------|
| | | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Kümülatif Yüzde |
| Geçerli | 500 TL ve altı | 124 | 34,0 | 34,7 | 34,7 |
| | 501 TL – 2.020 TL | 184 | 50,4 | 51,5 | 86,3 |
| | 2.021 TL 3.764 TL | 38 | 10,4 | 10,6 | 96,9 |
| | 3.765 TL ve üstü | 11 | 3,0 | 3,1 | 100,0 |
| | Toplam | 357 | 97,8 | 100,0 | |
| Kayıp | | 8 | 2,2 | | |
| Toplam | | 365 | 100,0 | | |

Katılımcıların %50,4'ünün aylık geliri 501 TL – 2.020 TL aralığında olduğu tespit edilmiştir. %34'ünün ise 500 TL ve altı gelire sahip oldukları görülmüştür. 38 katılımcı ile %10,4'lük bir kısım asgari ücret ve memur maaşı ücreti aralığında bir gelire sahip oldukları, %3'lük bir kısmının ise memur maaşı ve üstü gelire sahip oldukları bilgisi verilen cevaplardan elde edilmiştir. Bu kategoriye sekiz kişi cevap vermemiştir ve %2,2'lik bir kayıp veri söz konusudur.

Tablo 3.19. Şâhısa Ait Tescil Ettirilen Alan Adları

| Şâhısa Ait Tescil Ettirilen Alan Adları | | | | | |
|---|--------|---------|-------|---------------|-----------------|
| | | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Kümülatif Yüzde |
| Geçerli | Var | 16 | 4,4 | 4,4 | 4,4 |
| | Yok | 345 | 94,5 | 95,6 | 100,0 |
| | Toplam | 361 | 98,9 | 100,0 | |
| Kayıp | | 4 | 1,1 | | |
| Toplam | | 365 | 100,0 | | |

Katılımcılara ait tescil ettirdikleri bir alan adı olup olmadığını öğrenmek için sorulan soruya %4,4 oranıyla 16 kişi 'Var' cevabını vermişlerdir. %94'ü ise 345 kişi ile bir alan adı sahibi olmadıklarını bildirirken %1,1'lik bir bölümü bu soruyu cevaplandırmamışlardır.

Tablo 3.20. Şâhısa Ait Faaliyette Olan Web Sitesi

| Şâhısa Ait Faaliyette Olan Web Sitesi | | | | | |
|---------------------------------------|--------|---------|-------|---------------|-----------------|
| | | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Kümülatif Yüzde |
| Geçerli | Var | 26 | 7,1 | 7,1 | 7,1 |
| | Yok | 338 | 92,6 | 92,9 | 100,0 |
| | Toplam | 364 | 99,7 | 100,0 | |
| Kayıp | | 1 | ,3 | | |
| Toplam | | 365 | 100,0 | | |

Katılımcılara ait faaliyette olan web siteleri olup olmadığını öğrenmek için sorulan soruya %92,6'sı bir web sitesi sahibi olmadıklarını belirtirken %7,1'i ise bir web sitesi sahibi olduklarını söylemişlerdir. %0,3'ü ise soruyu cevaplandırmamıştır.

3.7.2. Katılımcıların Girişimcilik Eğilimleri

Turizm fakültesinde eğitim gören öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ortalaması 3,90 bulunmuştur. Bu sonuca göre öğrencilerin girişimcilik eğilim düzeylerinin yükseğe yakın olduğu söylenebilmektedir. Öğrencilerin girişimcilik eğilimi alt ifadeleri incelendiğinde liderlik (4,01), yenilik (3,74), özgüven (4,01), risk (3,78), kararlılık (3,81) ve başarı arzusu (4,27) faktörlerinin yükseğe yakın ve yüksek ortalamalara sahip oldukları

söylenmektedir. Turizm öğrencileri liderlik, özgüven ve başarıma arzusu ifadelerinde diğer ifadelerle göre daha yüksek ortalamalara sahip oldukları söylenmektedir.

Tablo 3.21. Girişimcilik Eğilimi Düzeyleri

| <i>Değişkenler</i> | <i>İfade Sayısı</i> | <i>N</i> | <i>Ortalama</i> | <i>Standart Sapma</i> |
|-----------------------------|---------------------|----------|-----------------|-----------------------|
| <i>Girişimcilik Eğilimi</i> | 36 | 365 | 3,90 | ,02739 |
| <i>Liderlik</i> | 6 | 365 | 4,01 | ,03467 |
| <i>Yenilik</i> | 5 | 365 | 3,74 | ,03725 |
| <i>Özgüven</i> | 5 | 365 | 4,01 | ,03543 |
| <i>Risk</i> | 4 | 365 | 3,78 | ,03943 |
| <i>Kararlılık</i> | 3 | 365 | 3,81 | ,03646 |
| <i>Başarıma Arzusu</i> | 2 | 365 | 4,27 | ,03563 |

Bu sonuca göre turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin yüksek olduğu söylenmektedir. Bu nedenle H_{11} hipotezi desteklenmiş, H_{10} hipotezi reddedilmiştir. Öğrencilerin girişimcilik eğilim düzeyleri analiz çıktısı Ek- 6'da yer almaktadır.

3.7.3. Katılımcıların Bilgi Teknolojileri Yeterlilikleri

Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin bilgi teknolojileri yeterlilik ortalamaları 3.10 bulunmuştur. Bu sonuca göre öğrencilerin ortalama düzeyde bilgi teknolojileri yeterliliğine sahip oldukları söylenmektedir. Bilgi teknolojileri yeterlilikleri alt faktör ortalamaları incelendiğinde ofis temelli uygulamalar (2,88), uygulama yazılım metrikleri (3,11), iletişim ve hesap temelli uygulamalar (3,92), sanal işletme uygulamaları (2,84) ve turizm temelli uygulamalar (2,89) olduğu görülmüştür. Bu sonuçlara göre turizm lisans öğrencilerinin iletişim ve hesap temelli uygulamalarda yükseğe yakın bir bilgi teknolojileri yeterlilik ortalaması sergiledikleri gözle çarpılmaktadır. Diğer faktörler ise ortalama bilgi teknoloji yeterliliğine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 3.22. Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Düzeyleri

| <i>Değişkenler</i> | <i>İfade Sayısı</i> | <i>N</i> | <i>Ortalama</i> | <i>Standart Sapma</i> |
|--|---------------------|----------|-----------------|-----------------------|
| <i>Bilgi Teknolojileri Yeterlilikleri</i> | 30 | 365 | 3,10 | ,04315 |
| <i>Ofis Temelli Uygulamalar</i> | 6 | 365 | 2,88 | ,05190 |
| <i>Uygulama Yazılım Metrikleri</i> | 4 | 365 | 3,11 | ,05512 |
| <i>İletişim ve Hesap Temelli Uygulamalar</i> | 5 | 365 | 3,92 | ,05423 |
| <i>Sanal İşletme Uygulamaları</i> | 3 | 365 | 2,84 | ,05613 |
| <i>Turizm Temelli Uygulamalar</i> | 11 | 365 | 2,89 | ,05172 |

Turizm lisans öğrencilerinin bilgi teknolojileri yeterlilik düzeylerinin ortalama çıkması nedeniyle öğrencilerin ortalama düzeyde bilgi teknolojileri yeterliliği olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre H₂₀ hipotezi desteklenmemiş ve H₂₁ hipotezi kabul edilmiştir. Öğrencilerin bilgi teknolojileri yeterlilik düzeyleri analiz çıktıları Ek-7’de yer almaktadır.

3.7.4. Girişimcilik Eğilimleri ile Bilgi Teknolojileri Yeterlilikleri Arasındaki İlişki

Araştırmada kullanılan değişkenlerin bağımlı ve bağımsız olmasını dikkate almaksızın bir değişkenin diğer değişken ile arasındaki doğrusal ilişki ve ilgisinin derecesini yönünü belirlemek amacıyla yapılan analize korelasyon analizi denilmektedir. Veri tipine uygun korelasyon analizi seçilmesi güvenilir veri elde edebilmek için önemli bir husustur. Eğer veri tipi en az aralıklı ölçekle ölçülmüş ise Pearson korelasyon analizi tercih edilmelidir (Kozak, 2018:148; Kurtuluş, 2010:181-182; Pallant, 2015:144; Durmuş vd., 2016: 143). Lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ile bilgi teknolojileri yeterlilikleri arasındaki ilişkiyi test etmek için korelasyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 3.23. Ölçekler Arasındaki İlişki

| Correlations | | | |
|--------------------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------------|
| | | Girişimcilik Ortalaması | Bilgi Teknolojileri Ortalaması |
| Girişimcilik Ortalaması | Pearson Correlation | 1 | ,254** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 |
| | N | 365 | 365 |
| Bilgi Teknolojileri Ortalaması | Pearson Correlation | ,254** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | |
| | N | 365 | 365 |

Korelasyon analizlerinde kesin sınırlamalar getirilmemekle birlikte 0,50'nin altında korelasyon zayıf, 0,50 ile 0,70 arasında korelasyon orta ve 0,70 üzeri korelasyon yüksek düzeyde ilişki gösterdiği kabul edilmektedir (Durmuş vd., 2016: 145). Yapılan korelasyon analizi sonucunda lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ile bilgi teknolojileri yeterlilikleri arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilmektedir ($p < 0,05$; $r = ,254^{**}$). Buna göre lisans öğrencilerinin bilgi teknolojileri yeterliliği artış gösterdikçe düşük bir oranda girişimcilik eğilimlerinin de artış gösterebileceğinden söz etmek mümkündür. Bu sonuçlara göre H3₁ hipotezi desteklenmiştir. H3₀ hipotezi ise desteklenmemiştir. Analiz çıktıları Ek-8'de verilmiştir.

3.7.5. Girişimcilik Eğilimlerinin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi

Lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin demografik özelliklere göre incelenmesi sırasında demografik özelliklerin veri tiplerine göre bağımsız gruplar t-testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. T-testi bir hipotez testi olarak kabul görmektedir. Bağımlı değişken sayısının en fazla iki olduğu durumlarda t-testi kullanılmaktadır. Tek yönlü varyans analizinde ise ikiden fazla bağımsız değişken olması şartı bulunmaktadır (Kozak, 2015: 152-153). Bu nedenle cinsiyet, öğrenim türü, alan adı ve web sitesi sorularında t-testi kullanımı uygun görülmüştür. Diğer demografik bilgi sorularında ise tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır.

Tablo 3.24. Girişimcilik Eğilimi Ölçeği T-Testi ve Anova Sonuçları

| | Test Adı | Demografik Bilgiler | Sig. |
|-----------------------------|---|-----------------------------|------|
| Girişimcilik Eğilimi | T-testi | Cinsiyet | ,708 |
| | | Öğrenim Türü | ,524 |
| | | Alan Adı | ,015 |
| | | Web Sitesi | ,043 |
| | Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) | Bölüm | ,266 |
| | | Staj/Çalışma Durumu | ,103 |
| | | Lise Eğitimi | ,176 |
| | | Ailenin İkamet Ettiği Bölge | ,818 |
| | | Aile Geliri | ,016 |
| | | Kişisel Gelir | ,006 |

Varyansların homojenliğini sınavan Levene's Testine göre varyansların homojenliği varsayımını karşıladığı tespit edilmiştir. Ancak katılımcıların girişimcilik eğilimleri ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir ilişkiyi incelemek için yapılan bağımsız gruplar t-testi sonuçlarına göre değişkenler arasında anlamlı bir farklılığa rastlanamamıştır ($t = ,375$; $df = ,363$; $Sig. (2-tailed) = ,708$).

Varyansların homojenliğini test eden Levene's testine göre varyansların homojenliği varsayımını karşılandığı tespit edilmiştir. Yapılan bağımsız gruplar t-testi sonuçlarına göre lisans öğrencilerinin öğrenim türlerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($t = ,623$; $df = 359,529$; $Sig. (2-tailed) = ,524$).

Lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ile şahıslarına ait tescil ettirdikleri alan adları arasındaki ilişki düzeyini tespit etmek için t-testi yapılmıştır. Varyansların homojenliği varsayımını karşılanmıştır. Yapılan bağımsız gruplar t-testi sonuçlarına göre lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ile alan adları arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($t = 2,625$; $df = 16,683$; $Sig. (2-tailed) = ,015$). Bu sonuçlara göre alan adı olan katılımcıların olmayan katılımcılara göre girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilmektedir (Mean: 4,2127 > 3,8911).

Lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ile web sitesi sahiplik durumları arasındaki ilişkiyi tespit etmek için t-testi uygulanmıştır. Varyansların homojenliği varsayımı karşılandığı görülmüştür. Yapılan t-testi sonucuna göre lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ile web sitesi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($t= 2,032$; $df=362$; $Sig.(2-tailed)= ,043$). Bu sonuca göre web sitesi sahibi olan öğrencilerin girişimcilik eğilimleri web sitesi olmayan öğrencilere göre daha yüksek olduğu söylenebilmektedir (Mean: $4,1058 > 3,8906$).

İkiden fazla bağımsız değişkene sahip olan veri grupları için tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Yapılan Levene's testinin sonucuna göre varyansların homojenliği varsayımı karşılandığı görülmüştür. Daha sonra gerçekleştirilen Anova analizine göre lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerine göre bölüm, staj/çalışma durumu, lise eğitimi ve ailelerinin ikamet ettiği bölgeye göre bir farklılık göstermediği ve anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Anova testi sonucuna göre öğrencilerin girişimcilik eğilimlerine göre aylık toplam aile gelirleri arasında ve kendilerinin kişisel aylık gelirleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yapılan Post Hoc (Tukey) testi sonucuna göre ailesinin toplam aylık geliri 2.021 TL – 3.764 TL arası olanlar ile 6.001 TL ve üstü olanlara göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı söylenebilmektedir ($Sig<0,05= ,023$). Bu nedenle 6.001 TL ve üstü aile gelinine sahip olanların 2.021 TL- 3.764 TL arası aile gelinine sahip olanlara göre daha yüksek girişimcilik eğilimine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: $3,8287 < 4,0534$). Lisans öğrencilerinin kendi kişisel aylık gelirleri 500 TL ve altı olanlar ile 2.021 TL – 3.764 TL arası olanlara göre anlamlı bir farklılık gösterdiği söylenebilmektedir ($Sig< 0,05 = ,044$). 2.021 TL – 3.764 TL arası kişisel gelire sahip olan öğrencilerin 500 TL ve altı kişisel gelire sahip olan öğrencilerden daha yüksek girişimcilik eğilimine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: $3,7892 < 4,0430$).

3.7.6. Girişimcilik Eğilimi Faktörlerinin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi

Girişimcilik eğilimi ölçeğinden elde edilen faktörlerin demografik özelliklere göre incelenmesinde t-testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılarak sonuçlar elde edilmiştir. Cinsiyet, öğrenim türü, alan adı ve web sitesi değişkenleri için t-testi uygulanmıştır. Öğrencilerin öğrenim bölümleri, staj/çalışma durumları, lise eğitimleri, ailelerinin ikamet ettiği bölge, aile geliri ve kişisel gelirleri için ise tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır.

Tablo 3.25. Girişimcilik Faktörlerinin T-Testi Sonuçlarına Göre Anlamlılık (Sig.) Değerleri

| Faktör Adı | Cinsiyet | Öğrenim Türü | Alan Adı | Web Sitesi |
|-----------------------|-----------------|---------------------|-----------------|-------------------|
| Liderlik | ,575 | ,656 | ,008 | ,346 |
| Yenilik | ,536 | ,340 | ,133 | ,063 |
| Özgüven | ,183 | ,538 | ,111 | ,199 |
| Risk | ,469 | ,079 | 112 | ,116 |
| Kararlılık | ,219 | ,060 | ,061 | ,078 |
| Başarma Arzusu | ,003 | ,454 | ,405 | ,873 |

T-testi yapmak için gerekli olan varyansların homojenliği varsayımının liderlik ile diğer tüm demografik değişkenler için karşılandığı tespit edilmiştir. Yapılan t-testi sonucuna göre liderlik faktörü ile cinsiyet, öğrenim türü ve web sitesi arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanamamıştır. Liderlik ile öğrencilerin alan adı sahibi olmaları arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir (Sig. ,008). Tanımlayıcı istatistiklerin sonuçlarına göre alan adı olanların olmayanlara göre liderlik özelliğinin daha yüksek olduğu söylenebilmektedir (Mean: 4,4479 > 3,9990).

Yenilik, özgüven, risk ve kararlılık faktörleri ile diğer demografik değişkenler için yapılan Levene's testi sonuçlarına göre varyansların homojenliği varsayımı karşılanmıştır. Ancak bu faktörler ile cinsiyet, öğrenim türü, alan adı ve web sitesi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Başarma arzusu faktörü ile diğer demografik değişkenler için t-testi varsayımlarının karşılandığı tespit edilmiştir. T-testi sonuçlarına göre başarma arzusu ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir (Sig. ,003). Tanımlayıcı istatistiklere göre kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre daha fazla başarma arzusuna sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 4,3869 > 4,1751).

Tablo 3.26. Girişimcilik Faktörlerinin Anavo Analizi Sonuçlarına Göre Anlamlılık (Sig.) Değerleri

| Faktör Adı | Öğrenim Bölümü | Staj / Çalışma | Lise Eğitimi | Ailenin İkameti | Ailenin Geliri | Öğrencinin Geliri |
|----------------|----------------|----------------|--------------|-----------------|----------------|-------------------|
| Liderlik | ,050 | ,117 | ,274 | ,570 | ,113 | ,142 |
| Yenilik | ,301 | ,036 | ,106 | ,990 | ,046 | ,044 |
| Özgüven | ,302 | ,430 | ,774 | ,986 | ,176 | ,097 |
| Risk | ,459 | ,760 | ,640 | ,729 | ,034 | ,005 |
| Kararlılık | ,413 | ,471 | ,380 | ,266 | ,075 | ,024 |
| Başarma Arzusu | ,510 | ,446 | ,216 | ,863 | ,174 | ,509 |

Girişimcilik eğilimi faktörleriyle ikiden fazla bağımsız değişkene sahip olan demografik özellikler arasındaki ilişkiyi saptamak için yapılan tek yönlü varyans analizi yapılmasına karar verilmiştir. Levene's testi sonuçlarına göre kararlılık faktörü hariç tüm faktörler için varyansların homojenliği varsayımı karşılandığı görülmüştür.

Bu sonuçlara göre liderlik faktörü ile öğrenim bölümü değişkeni arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilmektedir (sig: ,050). Ancak farklılıkların kaynağını incelemek için tercih edilen Post Hoc (Tukey) testlerinde bir anlamlılık gözlemlenmemiştir. Staj, lise eğitimi, ailenin ikamet ettiği bölge, ailenin geliri ve öğrencinin geliri ile liderlik arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

Yenilik ile staj/çalışma durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır (sig: ,036). Farklılığı gözlemek için yapılan Post Hoc (Tukey) testi sonuçlarına göre staj yapacaklar ile yapmayanlar arasında anlamlı bir farklılık gözlemlenmiştir (Tukey Sig Değeri: ,048). Bu sonuca göre staj yapacak öğrencilerin yapmayan öğrencilere göre daha yüksek yenilik eğiliminde olduğu söylenebilmektedir (Mean: 3,8506 > 3,6324). Yenilik ile aile geliri arasında da anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır (sig: ,046). Öğrencilerin aile gelirlerinin 2.021 TL – 3.764 TL arası olanlar 6.001 TL ve üstü aile gelinine sahip olanlara göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır (Tukey Sig Değeri: ,055). 6.001 TL ve üstü aile gelinine sahip olan öğrencilerin 2.021 TL – 3.764 TL arası aile gelinine sahip olanlardan daha yüksek yenilik eğiliminde olduğu söylenebilmektedir (Mean: 3,6581 < 3,9313). Yenilik ile öğrencinin kişisel geliri arasında anlamlı bir farklılık gözlemlenmiştir (Sig: ,044). Ancak Post Hoc

(Tukey) testinde bir anlamlılık yakalanmamıştır. Yenilik faktörü ile öğrenim bölümü, lise eğitimi ve ailenin ikamet ettiği bölge değişkenleri arasında bir anlamlılık gözlemlenmemiştir.

Risk faktörü ile öğrencinin aile geliri arasında anlamlı bir farklılığa rastlanılmıştır (Sig: ,034). Ancak Post Hoc (Tukey) testleri sonucuna göre değişkenler arasında anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir. Öğrencinin kişisel geliri ile risk faktörü arasında anlamlı bir farklılığa rastlanılmıştır (Sig: ,005). Post Hoc (Tukey) testlerinin sonuçları incelendiğinde 500 TL ve altı ile 501 TL – 2.020 TL arası kişisel gelire sahip olanların bir birinden farklılaştığı gözlemlenmiştir (Tukey Sig Değeri: ,036). 501 TL – 2.020 TL arası kişisel gelire sahip olan öğrencilerin 501 TL ve altı kişisel gelire sahip olan öğrencilere göre daha yüksek risk alma eğiliminde oldukları söylenebilmektedir (Mean: 3,6102 < 3,8447). Aynı şekilde 500 TL ve altı ile 2.021 TL – 3.764 TL arasında kişisel gelire sahip olanlarda birbirinden anlamlı bir şekilde farklılaşma göstermektedirler (Tukey Sig Değeri: ,008). 2.021 TL – 3.764 TL arasında kişisel gelire sahip olanlar 500 TL ve altı kişisel gelire sahip olanlardan daha yüksek risk alma eğiliminde oldukları söylenebilmektedir (Mean: 3,612 < 4,0526). Risk faktörü ile öğrencilerin öğrenim bölümleri, staj/çalışma durumları, lise eğitimleri ve ailelerinin ikamet ettiği bölgeler arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

Kararlılık faktörü ile öğrencilerin aylık kişisel gelirleri arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır (Sig: ,024). Ancak Post Hoc (Tukey) testlerinde bir anlamlılık gözlemlenmemiştir. Kararlılık faktörü ile diğer değişkenler arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır. Özgüven ve başarıma arzusu faktörleri ile diğer demografik değişkenler arasında da anlamlı bir ilişki gözlemlenmemiştir.

3.7.7. Bilgi Teknolojileri Yeterliliklerinin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi

Lisans öğrencilerinin bilgi teknolojileri yeterlilikleri ile demografik özelliklerini incelemek için t-testi ve tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Girişimcilik eğilimlerinin demografiklere göre incelenmesi bölümünde olduğu gibi değişkenlerin türlerine göre testler tercih edilmiştir.

Tablo 3.27. Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Ölçeği T-testi ve Anova Sonuçları

| Bilgi Teknolojileri Yeterliliği | Test Adı | Demografik Bilgiler | Sig. | |
|--|--|-----------------------------|-------------|------|
| | T-testi | Cinsiyet | | ,000 |
| | | Öğrenim Türü | | ,145 |
| | | Alan Adı | | ,119 |
| | | Web Sitesi | | ,640 |
| | Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) | Bölüm | | ,000 |
| | | Staj/Çalışma Durumu | | ,000 |
| | | Lise Eğitimi | | ,087 |
| | | Ailenin İkamet Ettiği Bölge | | ,781 |
| | | Aile Geliri | | ,022 |
| Kişisel Gelir | | | ,006 | |

Öğrencilerin bilgi teknolojileri yeterlilikleri ile demografik özellikleri arasındaki ilişkiyi saptamak için yapılması istenen t-testi için varyans homojenliği varsayımlarının karşılandığı tespit edilmiştir. T-testi sonuçlarına göre bilgi teknolojileri yeterliliği ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir (Sig: ,000 < ,05). Bu sonuçlara göre erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre bilgi teknolojileri yeterlilik düzeylerinin daha yüksek olduğu söylenebilmektedir (Mean: 2,9129 < 3,2739). Öğrencilerin bilgi teknolojileri yeterlilikleri ile öğrenim türleri, alan adı sahiplik durumu ve web sitesi sahiplik durumu arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Tek yönlü varyans analizi için gerekli olan varsayımların karşılandığı tespit edilmiştir. Yapılan tek yönlü varyans analizi sonucuna göre öğrencilerin bilgi teknolojileri yeterlilikleri ile öğrenim gördükleri bölümler arasında anlamlı farklılık olduğu gözlemlenmiştir (Sig: ,000 < ,05). Post Hoc (Tukey) testi sonuçlarına göre Konaklama İşletmeciliği bölümü, Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümüne göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır (Tukey Sig Değeri: ,000). Konaklama İşletmeciliği bölümünde eğitim gören öğrenciler Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümünde eğitim gören öğrencilerden daha yüksek bilgi teknolojileri yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 3,2922 > 2,7628). Aynı şekilde Seyahat İşletmeciliği bölümü de Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümüne göre anlamlı farklılık göstermektedir (Tukey Sig Değeri: ,045). Seyahat İşletmeciliği bölümünde eğitim gören öğrenciler de Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümünde

eğitim gören öğrencilerden daha yüksek bilgi teknolojileri yeterliliğine sahip oldukları tanımlayıcı istatistikler tablosu incelenerek söylenebilmektedir (Mean: 3,1168 > 2,7628).

Öğrencilerin bilgi teknolojileri yeterlilikleri ile staj/çalışma durumları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir (Sig: ,000 < ,05). Post Hoc (Tukey) testi sonucuna göre staj yapanlar ile yapmayanlar bilgi teknolojileri yeterliliklerinde anlamlı bir farklılık göstermektedirler (Tukey Sig Değeri: ,045). Staj yapan öğrenciler staj yapmayan öğrencilerden daha yüksek bilgi teknolojileri yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 3,1026 > 2,8331). Bunun yanı sıra staj yapacaklar ile yapmayanlarda kendi aralarında bilgi teknoloji yeterliliklerine göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermektedir (Tukey Sig Değeri: ,000). Staj yapacak öğrencilerde yapmayan öğrencilerden daha yüksek bilgi teknolojileri yeterlilik ortalamasına sahip oldukları görülmektedir (Mean: 3,2749 > 2,8331). Katılım gösteren öğrencilerin bilgi teknolojileri yeterlilikleri ile lise eğitimleri ve ailelerinin ikamet ettikleri bölge arasında tek yönlü varyans analizine göre anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Öğrencilerin ailelerinin gelirleri ile bilgi teknolojileri yeterlilikleri arasında tek yönlü varyans analizine göre anlamlı bir farklılık gözlemlenmiştir (Sig: ,022 < ,05). Post Hoc testinin sonucuna göre 2.020 TL ve altı aile gelirine sahip olanlar ile 6.001 TL ve üstü aile gelirine sahip olanlar bilgi teknolojileri yeterliliklerine göre anlamlı bir şekilde farklılık gösterdikleri söylenebilmektedir (Tukey Sig Değeri: ,016). 6.001 TL ve üstü aile gelirine sahip olan ğrencilerin 2.020 TL ve altı aile gelirine sahip olan öğrencilerden daha yüksek bilgi teknolojileri yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 2,8833 < 3,2905).

Öğrencilerin toplam aylık kişisel gelirleri ile bilgi teknolojileri yeterliliği arasında tek yönlü varyans analizine göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (Sig: ,006 < ,05). Post Hoc testine göre kişisel gelirleri aylık toplam 500 TL ve altı gelire sahip olanlar ile 501 TL ve 2.020 TL arasında olanların bilgi teknolojileri yeterliliklerine göre anlamlı farklılık gösterdiği söylenebilmektedir (Tukey Sig Değeri: ,009). 501 TL ve 2.020 TL arası kişisel gelire sahip olan ğrenciler 500 TL ve altı kişisel gelire sahip olan öğrencilerden daha yüksek bilgi teknolojileri yeterliliğine sahip oldukları söylenebilmektedir (Mean: 2,9150 < 3,2164).

3.7.8. Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Faktörlerinin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi

Bilgi teknoloji yeterlilik faktörlerine göre demografik özelliklerin incelenmesi için t-testi ve tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Cinsiyet, öğrenim türü, alan adı ve web sitesi değişkenine t-testi uygulanmış olup, öğrenim bölümü, staj/çalışma durumu, ailenin ikamet ettiği bölge, ailenin aylık toplam geliri ve öğrencinin aylık toplam geliri değişkenlerine ise tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır.

Tablo 3.28. Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Faktörlerinin T-testi Sonuçlarına Göre Anlamlılık (Sig.) Değerleri

| Faktör Adı | Cinsiyet | Öğrenim Türü | Alan Adı | Web Sitesi |
|---------------------------------------|----------|--------------|----------|------------|
| Ofis Temelli Uygulamalar | ,002 | ,194 | ,449 | ,373 |
| Uygulama Yazılım Metrikleri | ,000 | ,502 | ,007 | ,995 |
| İletişim ve Hesap Temelli Uygulamalar | ,135 | ,817 | ,113 | ,766 |
| Sanal İşletme Uygulamaları | ,000 | ,029 | ,129 | ,025 |
| Turizm Temelli Uygulamalar | ,002 | ,110 | ,593 | ,973 |

T-testi yapmak için gerekli varsayımların karşılandığı tespit edilmiştir. Ofis temelli uygulamalar faktör ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Sig: ,002). Bu nedenle erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre ofis temelli uygulamalarda daha yüksek yeterliliğe sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 2,7115 < 3,0277). Ofis temelli uygulamalar faktörü ile öğrenim türü, alan adı ve web sitesi değişkeni arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Uygulama yazılım metrikleri faktörü ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Sig: ,000). Tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre uygulama yazılım metrikleri yeterliliğinin daha yüksek olduğu söylenebilmektedir (Mean: 2,7262 < 3,4509). Uygulama yazılım metrikleri faktörü ile alan adı sahipliği arasında da anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Sig: ,007). Tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde alan adı sahipliği olanlar olmayanlara göre daha yüksek uygulama yazılım metrikleri yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean:

3,8125 > 3,0829). Uygulama yazılım metrikleri faktörü ile öğrenim türü ve web sitesi değişkeni arasında anlamlı bir sonuç çıkmamıştır. İletişim hesap temelli faktör ile cinsiyet, öğrenim türü, alan adı ve web sitesi değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır.

Yapılan t-testi sonucuna göre göre sanal işletme uygulamaları faktörü ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır (Sig: ,000). Tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde erkeklerin kadınlara göre daha yüksek sanal işletme uygulamaları yeterliliği olduğu söylenebilmektedir (Mean: 2,6042 < 3,0491). Sanal işletme uygulamaları ile öğrenim türü değişkeni arasında da anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Sig: ,029). İkinci öğretimde eğitim gören öğrencilerin örgün öğretimde eğitim görenlere göre daha yüksek sanal işletme uygulamaları yeterliliği olduğu söylenebilmektedir (Mean: 2,7292 < 2,9753). Sanal işletme uygulamaları faktörü ile web sitesi değişkeni arasında da anlamlılık tespit edilmiştir (Sig: ,025). Web sitesi sahipliği olanların olmayanlara göre daha yüksek sanal işletme uygulamaları yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 3,2949 > 2,8062). Sana işletme uygulamaları faktörü ile alan adı değişkeni arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Turizmde bilgisayar uygulamaları faktörü ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki vardır (Sig: ,002). Erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha yüksek turizmde bilgisayar uygulamaları yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 2,7245 < 3,0493). Turizmde bilgisayar uygulamaları ile katılımcı öğrencilerin öğrenim türleri, alan adı ve web sitesi değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Tablo 3.29. Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Faktörlerinin Anova Analizi Sonuçlarına Göre Anlamlılık (Sig.) Değerleri

| Faktör Adı | Öğrenim Bölümü | Staj / Çalışma | Lise Eğitimi | Ailenin İkameti | Ailenin Geliri | Öğrencinin Geliri |
|--|----------------|----------------|--------------|-----------------|----------------|-------------------|
| Ofis Temelli Uygulamalar | ,001 | ,003 | ,214 | ,671 | ,270 | ,038 |
| Uygulama Yazılım Metrikleri | ,000 | ,000 | ,071 | ,570 | ,003 | ,008 |
| İletişim ve Hesap Temelli Uygulamalar | ,003 | ,012 | ,335 | ,847 | ,223 | ,282 |
| Sanal İşletme Uygulamaları | ,110 | ,146 | ,782 | ,957 | ,235 | ,004 |
| Turizm Temelli Uygulamaları | ,002 | ,001 | ,090 | ,830 | ,060 | ,013 |

Tek yönlü varyans analizi (Anova) yapmak için gerekli olan varsayımların karşılandığı tespit edilmiştir. Ancak lise eğitimi değişkeni ofis temelli uygulama faktörü ile uygulama yazılım metrikleri faktöründe varyansların homojenliği varsayımı karşılanmamıştır.

Yapılan tek yönlü varyans analizi sonucuna göre öğrencilerin öğrenim gördükleri bölümler ile ofis temelli uygulamalar faktörü arasında anlamlı bir farklılık vardır (Sig: ,001). Post Hoc testi sonucuna göre Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümünde eğitim gören öğrenciler ile Konaklama İşletmeciliği bölümünde eğitim gören öğrenciler ofis temelli uygulama yeterliliklerinde birbirlerinden anlamlı bir şekilde farklılaştıkları söylenebilmektedir (Tukey Sig Değeri: ,001). Konaklama İşletmeciliği bölümü öğrencileri Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümü öğrencilerinden daha yüksek ofis temelli uygulama yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 3,0809 > 2,5541).

Ofis temelli uygulamalar faktörü ile staj değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır (Sig: ,003). Post Hoc testi sonucuna göre staj yapacak öğrenciler ile staj yapmayan öğrenciler ofis temelli uygulama yeterliliğinde birbirinden anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadırlar (Tukey Sig Değeri: ,055). Öğrencilerin staj yapacak olanları yapmayanlardan daha yüksek ofis temelli uygulama yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 3,0631 > 2,6369). Öğrencilerin kişisel geliri ile ofis temelli uygulamalar faktörü arasında da anlamlı bir farklılık vardır (Sig: ,038). Post Hoc testi sonucuna göre 500 TL ve altı kişisel gelire sahip olanlar 501 TL – 2.020 TL arası kişisel gelire sahip olanlara göre ofis temelli uygulama yeterliliğinde anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır (Tukey Sig Değeri: ,040). 501 TL – 2.020 TL arası kişisel gelire sahip olan öğrencilerin 500 TL ve altı gelire sahip olan öğrencilerden daha yüksek ofis temelli uygulama yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 2,9989 > 2,6935). Ofis temelli uygulamalar ile lise eğitimi, ailenin ikamet ettiği bölge ve ailenin aylık toplam geliri arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

Uygulama yazılım metrikleri faktörü ile öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüm arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Sig: ,000). Post Hoc (Tukey) testi sonucuna göre Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümünde eğitim gören öğrenciler Konaklama İşletmeciliği (Sig: ,000), Seyahat İşletmeciliği (Sig: ,005) ve Turizm Rehberliği (Sig: ,055) bölümlerinde eğitim gören öğrencilere göre uygulama yazılım metrikleri yeterliliğinde anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadırlar. Konaklama İşletmeciliği bölümü öğrencilerinin Yiyecek İçecek

İşletmeciliği bölümü öğrencilerin daha yüksek uygulama yazılım metrikleri yeterliliğine sahip oldukları söylenebilmektedir (Mean: 3,3844 > 2,5639). Aynı şekilde Seyahat İşletmeciliği de Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümünden daha fazla yeterlilik göstermektedir (Mean: 3,1295 > 2,5639). Uygulama yazılım metrikleri ile öğrencilerin staj durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır (Sig: ,000). Post Hoc (Tukey) testi sonucuna göre Staj yapanlar staj yapmayanlara göre uygulama yazılım metrikleri yeterliliğinde anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır (Tukey Sig Değeri: ,028). Staj yapan öğrencilerin yapmayan öğrencilerden daha yüksek uygulama yazılım metrikleri yeterliliğine sahip olduğu görülmektedir (Mean: 3,1224 > 2,7527). Aynı şekilde staj yapacaklar ile yapmayanlar arasında da uygulama yazılım metrikleri yeterliliğinde anlamlı bir farklılık gözlemlenmiştir (Tukey Sig Değeri: ,000). Staj yapacak öğrencilerde yapmayanlardan daha yüksek uygulama yazılım metrikleri yeterliliğine sahip olduğu görülmektedir (Mean: 3,3307 > 2,7527).

Uygulama yazılım metrikleri ile öğrencilerin aile gelirleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Sig: ,003). Post Hoc testi sonucuna göre aile geliri 2.020 TL ve altı olan öğrencileri 6.001 TL ve üstü olanlara göre uygulama yazılım metrikleri yeterliliğinde anlamlı farklılık göstermektedir (Tukey Sig Değeri: ,002). 6.001 TL ve üstü aile gelinine sahip olan öğrencilerin 2.020 TL ve altı aile gelinine sahip olan öğrencilerden daha yüksek uygulama yazılım metrikleri yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 3,4229 > 2,7879). Uygulama yazılım metrikleri faktörü ile öğrencilerin kişisel gelirleri arasında da anlamlı bir ilişki vardır (Sig: ,008). Post Hoc testine göre kişisel gelirleri 500 TL ve altı olanlar 2.021 TL – 3.764 TL arası olanlara göre uygulama yazılım metrikleri yeterliliğinde anlamlı bir farklılık göstermiştir (Tukey Sig Değeri: ,058). 2.021 TL – 3.764 TL arası kişisel gelire sahip olan öğrencilerin 500 TL ve altı kişisel gelire sahip olan öğrencilerden daha yüksek uygulama yazılım metrikleri yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 3,3816 > 2,8978). Uygulama yazılım metrikleri ile öğrencilerin lise eğitimleri ve ailelerinin ikamet ettikleri bölgeler arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

İletişim ve hesap temelli uygulamalar faktörü ile öğrencilerin öğrenim bölümleri arasında anlamlı bir ilişki vardır (Sig: ,003). Post Hoc testine göre Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümü Konaklama İşletmeciliği bölümüne (Tukey Sig Değeri: ,005) ve Seyahat İşletmeciliği Bölümüne (Tukey Sig Değeri: ,006) göre iletişim ve hesap temelli uygulama yeterliliğinde anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Yiyecek İçecek İşletmeciliği

diğer iki bölümden daha düşük iletişim ve hesap temelli uygulama yeterliliğine sahiptir (Mean: 3,5636 < 4,0321; Mean: 3,5636 < 4,1315).

İletişim ve hesap temelli uygulamalar ile öğrencileri staj durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır (Sig: ,012). Staj yapan öğrenciler yapmayanlara (Tukey Sig Değeri: ,012) ve staj yapacaklar staj yapmayanlara (Tukey Sig Değeri: ,051) göre iletişim ve hesap temelli uygulama yeterliliğinde anlamlı bir şekilde farklılık göstermektedir. Staj yapan ve yapacak olan öğrenciler yapmayan öğrencilerden daha yüksek iletişim ve hesap temelli uygulama yeterliliğine sahip olduğu görülmektedir (Mean: 3,6596 < 3,9951; Mean: 3,6596 > 4,0440). İletişim ve hesap temelli uygulamalar ile öğrencilerin ailelerinin ikamet ettikleri bölge, lise eğitimleri, aile gelirleri ve kişisel gelirleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Sanal işletme uygulamaları faktörü ile öğrencilerin kişisel aylık gelirleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Sig: ,004). Post Hoc testine göre aylık geliri 501 TL – 2.020 TL olan öğrenciler 2.021 TL – 3.764 TL olanlara göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır (Tukey Sig Değeri: ,039). 501 TL – 2.020 TL arası kişisel gelire sahip olan öğrencilerin 2.021 TL – 3.764 TL arasında olan öğrencilerden daha yüksek sanal işletme uygulamaları yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 2,9855 > 2,4825). 2.021 TL – 3.764 TL arasında olan öğrenciler ile 3.765 TL ve üstü gelire sahip olan öğrenciler sanal işletme uygulamaları yeterliliğinde anlamlı bir şekilde farklılık göstermektedir (Tukey Sig Değeri: ,037). 3.765 TL ve üstü gelire sahip olanlar daha yüksek sanal işletme uygulamaları yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 3,4545 > 2,4825). Sanal işletme uygulamaları ile diğer değişkenler arasında anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Turizm temelli bilgisayar uygulamaları ile öğrencilerin bölümleri, staj durumları ve kişisel gelirleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Yapılan Post Hoc testi sonucuna göre Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümü Konaklama İşletmeciliği bölümüne göre turizm temelli uygulamalarda anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır (Tukey Sig Değeri: ,002). Konaklama İşletmeciliği bölümü öğrencilerinin Yiyecek İçecek İşletmeciliği öğrencilerinden daha yüksek turizm temelli bilgisayar uygulamaları yeterliliğine sahip olduğu söylenebilmektedir (Mean: 3,1003 > 2,6200). Öğrencilerde staj yapmayanlar yapacaklara göre turizm temelli uygulamalarda anlamlı bir farklılık yakaladığı görülmektedir (Tukey Sig Değeri: ,001). Staj yapacak öğrencilerin staj yapmayan öğrencilerden daha yüksek turizm temelli uygulama yeterliliğine sahip olduğu

söylenebilmektedir (Mean: 2,9335 > 2,6631). Öğrencilerin aylık toplam kişisel gelirleri 500 TL ve altı olanları 501 TL – 2.020 TL arasında olanlara göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (Tukey Sig Değeri: ,010). Tanımlayıcı istatistiklere göre 501 TL – 2.020 TL arasında kişisel gelire sahip olanlar daha yüksek turizm temelli uygulama yeterliliğine sahip olduğu görülmektedir (Mean: 3,0351 > 2,6764). Turizm temelli uygulamalar faktörü ile öğrencilerin lise eğitimleri, ailelerinin ikamet ettikleri bölge, aile gelirler arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada temel olarak turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin bilgi teknolojileri yeterliliklerine göre değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Değerlendirme kapsamında lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ile bilgi teknoloji yeterlikleri arasındaki ilişkinin saptanması hedef alınırken aynı zamanda lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilim düzeyleri ve bilgi teknoloji yeterlik düzeyleri de ortaya konulmuştur. Ayrıca çalışma kapsamında değişkenlerin demografik özelliklere göre farklılaşma düzeyleri de saptanmıştır. Çalışma üç temel soru ve iki alt soru çerçevesinde şekillenmiştir. Bu sorulardan yola çıkılarak üç temel hipotez kurulmuştur.

Çalışmaya katılım gösteren turizm eğitimi alan lisans öğrencileri yükseğe yakın girişimcilik eğilimi göstermişlerdir. Girişimcilik eğilimi altında altı boyut tespit edilmiştir. Bu boyutlar liderlik, özgüven, başarıma arzusu, yenilik, kararlılık ve risk olarak belirlenmiştir. Öğrencilerin girişimcilik alt boyutları incelendiğinde olumlu tutumları olduğu saptanmıştır. Ulama (2016)'nın turizm eğitimi alan lisans öğrencileri üzerine yapmış olduğu çalışmasının girişimcilik eğilimi bulguları bu çalışmanın sonucunu desteklemektedir. Yine üniversite öğrencileri üzerine yapılan Balli ve Koca Balli (2014), Ercan ve Sünbül (2009), Hancıoğlu ve Tekin (2018)'nin çalışmaları da elde edilen bulguları desteklemektedir. Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin mezun olduktan sonra gerekli şartlar sağlandığı takdirde risk alarak girişimcilik eğilimi gösterme olanağı yüksek gözükmektedir. Öğrencilerin gerek demografik özellikleri gerek kişilik özellikleri bu duruma olanak sağlamaktadır.

Turizm eğitimi alan öğrencilerin bilgi teknoloji yeterliliklerinin orta düzeyde olduğu bulgulara göre söylenebilmektedir. Bilgi teknolojileri yeterlilikleri beş alt boyuttan oluşmuştur. Bunlar; ofis temelli uygulamalar, uygulama yazılım metrikleri, iletişim ve hesap temelli uygulamalar, sanal işletme uygulamaları ve turizm temelli uygulamalardır. Öğrencilerin uygulama yazılım metrikleri, iletişim ve hesap temelli uygulamalarda daha yüksek yeterliliğe sahip olduğu görülmektedir. Öğrencilerin eğitim müfredatlarında yer alan temel bilgi teknolojileri eğitimlerinin bu sonucu desteklediği düşünülmektedir. Öğrencilerin temel bilgi teknolojileri kapsamı dışında kalan sosyal medya kullanımı değişkenini ise çağımızın temel gerekliliklerinden olan sosyal medya da aktif olma gereksinimi nedeniyle, iletişim ve hesap temelli uygulamalarının diğerlerinden daha yüksek ortalamaya sahip olduğu söylenebilmektedir. Öğrencilerin eğitim hayatlarını bitirdikten sonra endüstrideki

çalışmaları sürecinde kendilerini geliştirerek turizm temelli uygulamalarda daha yüksek yeterliliğe sahip olabileceklerdir.

Öğrencilere ders müfredatları içerisinde seçmeli olarak genişletilmiş bilgi teknolojileri eğitimleri sunularak yeterliliklerinin artırılması mümkündür. Günümüzün sosyal ve iş yaşantısının temel ihtiyaçlarından biri olan bilgi teknoloji yeterliliği için gerekli alt yapı eğitim hayatı boyunca oluşturulmalıdır. Çünkü insanların en çok kendilerini geliştirebildikleri ve fark edebildikleri süreç eğitim hayatıdır. Bu nedenle turizm eğitimi veren kurumlarda ders müfredatları daha teknoloji odaklı olması geleceğin trendlerini yakalama açısından önem arz etmektedir.

Elde edilen bulgulara göre öğrencilerin bilgi teknolojileri yeterlilikleri ile girişimcilik eğilimleri arasında düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin bilgi teknoloji yeterlilikleri arttıkça girişimcilik eğilimlerinin de düşük düzeyde artması beklenmektedir. Bu araştırma bulgularından elde edilen web sitesi ve alan adı sahipliği değişkenlerindeki sonuçları destekler düzeydedir. Genel olarak turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin yüksek girişimcilik düzeyine ve ortalama düzey bilgi teknolojileri yeterliliğine sahip olduğu görülmektedir. Eğitim hayatları bittikten sonra girişimcilik eğilimi göstermeleri mümkün iken bunu teknoloji alanında yapmalarının düşük bir olasılık olduğu yorumu çıkartılabilmektedir. Günümüzde ve gelecekte teknolojik girişimcilik önemli bir ihtiyaçtır. Bu nedenle öğrencilerin bilgi teknolojileri ile girişimcilik eğilimleri arasında daha yüksek pozitif düzeyde ilişki olması gerekli görülmektedir.

Alan adı sahipliği, web sitesi sahipliği, ailelerinin toplam aylık geliri ve kendilerinin toplam aylık geliri gibi konularda öğrencilerin girişimcilik eğiliminde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin cinsiyete göre farklılık elde edilememesini Ercan ve Sünbül (2009), Bilge ve Bal (2012), Yılmaz ve Günel (2011), Hancıoğlu ve Tekin (2018)'nin çalışmaları desteklemektedir. Ancak Ulama (2016)'da yapmış olduğu çalışmada staj/çalışma, öğrenim görülen bölüm ve cinsiyet gibi demografik değişkenlerde elde edilen farklılıklar bu çalışmada elde edilememiştir. Ballı ve Koca Ballı (2014)'nin yapmış oldukları çalışmada da cinsiyete göre farklılık göstermesi bu çalışma bulguları ile örtüşmemektedir. Ancak aynı çalışmadan elde edilen aile geliri farklılaşması bu çalışmada da aynı şekilde girişimcilik eğilimini etkilediği görülmektedir. Kılıç vd. (2012)'de yapmış oldukları çalışmada öğrencilerin aylık gelirlerinin girişimcilik eğilimini etkilediği görülmüştür. Bu çalışmada da aynı bulgular elde edilmiştir.

Bu sonuçlara göre öğrencilerin aile geliri ve kendi gelirleri ile daha yüksek girişimcilik eğilimi gösterdikleri ve daha özgüvenli oldukları söylenebilmektedir. Maddi anlamda kendini özgür hisseden bireylerin bu konuda daha girişken olacağı ön görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin alan adı sahipliği ve web sitesi sahipliğine göre girişimcilik eğilimlerinde farklılık göstermesi çalışmanın amacını doğrular niteliktedir. Öğrencilerin bir girişimde bulunarak web sitesi oluşturması ve alan adı sahipliğinde bulunması girişimci ruhunu öğrenim sürecinde ortaya koyması anlamına gelmektedir.

Öğrencilerin bilgi teknolojileri yeterlilikleri cinsiyete, öğrenim görülen bölüme, staj/çalışma durumuna, ailelerinin aylık gelirine ve kendi aylık gelirlerine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Erkeklerin kadınlardan daha yüksek bilgi teknoloji yeterliliğine sahip olduğu görülmüştür. Aynı şekilde öğrencilerin bölümlere göre farklılaştığı ve Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümü öğrencilerinin Konaklama İşletmeciliği ve Seyahat İşletmeciliği bölümlerinden daha düşük düzeyde bilgi teknolojileri yeterliliğine sahip olduğu görülmektedir. Öğrencilerin almış oldukları bilgisayar tabanlı eğitimler nedeniyle bu farklılıkların olabilme ihtimali yüksek düzeydedir. Ayrıca staj yapan öğrenciler ile yapacakların yapmayanlara göre farklılaştığı ve daha yüksek yeterlilik gösterdikleri görülmektedir. Öğrencilerin staj yaptıkları ya da çalıştıkları yerde bilgi teknolojilerini ve turizm odaklı uygulamaları kullanma olanakları daha yüksek düzeydedir. Girişimcilik eğiliminde farklılık yakalanan öğrencinin ailesinin toplam aylık geliri ile kendi kişisel geliri bilgi teknolojilerinde de farklılık göstermektedir. Ekonomik durumu iyi olan öğrencilerin bilgi teknolojilerine erişim olanağının yüksek olması literatüre dayandırıldığında beklenen bir sonuç olarak görülmektedir. Öğrenim türü, ailenin ikamet ettiği bölge, lise eğitimi, alan adı ve web sitesi değişkenlerinde farklılık tespit edilmemiştir.

İnsan yaşamını bütünüyle değiştiren ve bugünlere taşıyan temel etmen girişimdir. Yapılan girişimler insanoğlunun ilkçağlardan bugüne bu değişimi geçirmesine olanak sağlamıştır. İlk çağlardan bugüne girişimlere hep bir yenisi eklenmiştir. Bugünü şekillendiren ve geleceğe yön veren girişimler bugün teknoloji sayesinde gerçekleşmektedir. Geleceğin sosyal, ekonomik ve kültürel yaşantısının teknoloji ile bütünleşmesi beklenen bir ihtimaldir. Toplumların ekonomik kalkınmalarını sağlayabilmeleri, sosyal anlamda gelişebilmeleri ve daha sağlıklı toplum yapısının oluşabilmesi için alt yapısının sağlam olması gerekmektedir. Yapılan her girişim gelişim için gerekli görülmektedir.

Çalışmanın turizm endüstrisine büyük katkısı olduğu düşünülmektedir. Turizm endüstrisi bilgi odaklı bir çalışma alanının olmasının yanı sıra bilgiyi elde ederken en çok bilgi teknolojilerinden yararlanan endüstrilerden biridir. Bu nedenle teknoloji ile iç içe bir ürün hizmet üretim süreci doğmaktadır. Günümüzde bilgiyi doğru, daha hızlı sunan ve geri dönüşümü sağlanabilir kılan sürdürülebilir turizm işletmeleri başarıyı elde etmektedirler. Ancak bunu sağlayabilmek için kalifiyeli, turizm eğitimi almış ve bilgi teknolojileri yeterlilik sahibi olan personele ihtiyaç duymaktadırlar.

Bugünün teknoloji öncüleri her şeyin dijitalleştiği, insanın bile dijital olmasının gerekli kılındığı bir gelecek vaat etmektedirler. Ancak alt yapısı oluşturulmadan gerçekleşmesi mümkün gözükmemektedir. Gelişmiş ülkelerde bilgi teknoloji alt yapıları eğitim müfredatlarında ağırlık kazanırken gelişmekte olan ülkeler onları takip etmektedirler. Dünyada teknolojinin tüm sektörlerde bu kadar ağırlıklı kullanılmasına rağmen turizm eğitimi alan öğrencilerin orta düzeyde yeterlilik göstermeleri olumsuz bir sonuç olarak görülmektedir. Gelişmekte olan ülkeler arasına giren Türkiye’de tüm alanlarda olması gerektiği gibi turizm alanında da verilen eğitimlerde teknoloji ile bütünleştirilmesinin yapılması ve buna girişimciliğin adapte edilmesi gereklidir.

Çalışmadan elde edilen bulgular ışığında aşağıdaki öneri ve gereklilikler şu şekilde sıralanabilir;

- Kadın katılımcıların başarıma arzusu erkek katılımcılardan daha yüksek olmasına rağmen bilgi teknolojileri yeterlilik düzeyleri erkek katılımcılardan daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Kadın katılımcıların motivasyon ve becerileri üzerine çalışmalar yapılarak eksik olan noktalar belirlenmesi ve çözüm yolu bulunması gerekmektedir.
- Öğrencilerin hem aile gelirleri hem de kendi kişisel gelirlerinin girişimcilik eğilimlerini ve bilgi teknolojileri yeterliliklerini etkilemesi, katılımcıların gelir odaklı bir eğilim ve yeterlilik oluşturduklarını göstermektedir. Bu noktada öğrencilere farklı motivasyon, teşvik ve destekler verilerek bu yaklaşımları yumuşatılması gerekmektedir.
- Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümünün diğer bölümlerden daha düşük bilgi teknolojileri yeterliliği göstermesi bölüm dersleri ile doğrudan ilgili olabilir. Ancak kesin bir bilgi olmaması nedeniyle, bu durumun kaynağı araştırılarak gerekli eksikliklerin tamamlanması gerekmektedir.

- Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri öğrenim süreçlerinde belirlenerek öğrencilere eğilim duydukları alanlara göre ders içerikleri düzenlenmesinin daha verimli olacağı düşünülmektedir. Ayrıca öğrencilerin ders notları ve ders eğilimleri incelenerek daha aktif çalışabilecekleri ortamlar yaratılması, projeler geliştirilmesi ve kurumlar ile işbirliği içerisinde çalışması hem sektörü tanınması hem de kendini daha iyi tanınması açısından gerekli olduğu söylenebilmektedir. Gerekli ise ders saatleri arttırılarak eğilimleri üzerine odaklanılabilir.
- Staj yapan/çalışan öğrencilerin yapmayan/çalışmayan öğrencilerden daha yüksek bilgi teknolojileri yeterliliği göstermesi, öğrencilerin aktif çalışma ortamlarında daha iyi öğrenebildiklerini veya öğrendiklerini pekiştirme şansına sahip olduklarını göstermektedir. Bu nedenle öğrencilere daha aktif faaliyette bulunabilecekleri staj veya çalışma ortamı sağlanarak sektöre daha hızlı yönlendirilmelidirler.
- Turizm eğitimi alan öğrencilerin sınıflara göre girişimcilik eğilimlerinin ve bilgi teknolojileri yeterliliklerinin ortaya konulması, eğitim sürecindeki değişime ayna tutacaktır. Böylelikle eğitim içerisindeki olumlu ve olumsuz taraflar ortaya konulacaktır.
- Çalışmanın Türkiye’de bulunan diğer turizm fakültelerinde uygulanması elde edilen sonuçların karşılaştırma analizi yapılmasına olanak sağlayacaktır. Ayrıca Türkiye’deki turizm fakülteleri öğrencilerinin girişimcilik ve bilgi teknolojileri potansiyellerini ortaya koyacaktır.
- Çalışmada kullanılan ölçekler öğrencilerin teknoloji alanında girişimcilik eğilimlerini ölçmemektedir. Literatür taraması yapılırken araştırmacının eriştiği kaynaklarda teknolojik girişimcilik eğilimi üzerine geliştirilen bir ölçek çalışmasına rastlanılmamıştır. Bilgi teknolojileri ve girişimciliği tek bir çalışma olarak ele alan bir çalışma konuya daha iyi odaklanılmasını sağlayacaktır.
- Turizm işletmeleri sektöre katılacak son sınıf öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ve bilgi teknolojileri yeterliliklerini ön görerek çalışma ortamlarını onlara göre düzenleyebilir, seminer ve kurslar yardımıyla onları turizm endüstrisi çalışma sahasına daha hızlı hazırlayabilirler. Sektöre katılacak öğrencilerin yeterli ve yetersiz yönlerini öngörerek zamandan tasarruf sağlayabilirler.
- Turizm endüstrisinde girişim için destek veren kuruluşlar sektöre katılacak öğrencilerin eğilim ve yeterlilik düzeylerine göre program ve proje oluşturabilir ve destek paketleri hazırlayabilirler. Turizm alanında sağlanan girişimcilik teşviklerinin

arttırılması girişimcilik eğilimlerini de attıracağı düşünülmektedir. Sonuç olarak çalışmada gelir düzeyleri yüksek olan öğrencilerin daha yüksek girişimcilik eğilimi gösterdiği bulgusu elde edilmiştir.

- Türkiye’de turizm endüstrisi için bilgi iletişim kurumları ile girişimcilik teşvik ve yardımı sağlayan kurum ve kuruluşları birlikte çalışmalar yürüterek üniversite iş birliklerini arttırmaları gerekmektedir.
- Dünya dijitalleşmeye ve gelişmeye devam etmektedir. Bu nedenle öğrenciler ve sektör çalışanları üzerinde temel düzeyde bilgi teknolojileri yeterlilikleri ile sınırlı kalınmamalı ve daha özellikli bilgi teknolojileri yeterlilik alanları incelenmeli ve üzerinde bilimsel çalışmalar yapılmalıdır.

Yukarıda verilen öneriler bu çalışmadan elde edilen bulgular ışığında ortaya konulmuştur. Önerilerin öğrencilere, ailelere, eğitim kurumlarına, turizm endüstrisi arz edenlerine, turizm bakanlığına, destek ve teşvik kuruluşlarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Son olarak girişimcilik ve bilgi teknolojileri alanında yürütülen bu çalışmanın sonuçlarının yol gösterici ve faydalı olması umut edilmektedir.

5. KAYNAKLAR

- Abirami, V., & Kumar, S. S. (2014). Entrepreneurial Awareness among the College Students to Become an Entrepreneur with Reference to Tirupur District. *AJMS*, 3 (2), 8-11.
- Ağca, V., ve Yörük, D. (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, VIII (2), 155-173.
- Ahmed, A., & McQuaid, R. W. (2005). Entrepreneurship, management, and sustainable development. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sust. Development*, 1 (1), 6-30.
- Ainley, J., ve Enger, L. (2007). Student use of, and engagement with, information technology. *Carlton South, Victoria: MCEETYA ICT in Schools Taskforce*.
- Akpınar, S. (2011). *Girişimciliğin Temel Bilgileri*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Aksoy, E.E. (2018). *Bitcoin Paradan Sonraki En Büyük İcat*. İstanbul: Abaküs Kitap Yayın Dağıtım Hizmetleri
- Albayrak, A. (2015). MÜŞTERİLERİN E-TABLET MENÜLERİ DEĞERLENDİRMELERİNE İLİŞKİN BİR ÇALIŞMA. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (36), 934-945.
- Alkan, M. A. (2018). *Sürücüsüz (Otonom) Araçlar*. Türkiye'nin Endüstri 4.0 Platformu. 15.06.2019, <https://www.endustri40.com/surucusuz-otonom-araclar/>
- Arat, T. (2015). Otel İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri. Karaman, A., (Editör), *Otel İşletmeciliği* içinde (319-341). Konya: Eğitimi Yayınevi.
- Aşkın, A., Nehir, S., ve Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (2), 55-72.
- Authority, F. (2016). *Technical Competencies Framework*. United Arab Emirates: Federal Authority for Government Human Resources.
- Avcıoğlu, G. Ş. (2011). *Küresel Bilgi Teknolojileri ve Küresel Değerler*. Konya: Çizgi Kitapevi.
- Ayhan, G. (2017). *Turizm Sektörünün Tanıtımında Kullanılan Bilgi İletişim Teknolojileri (Konya İli Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü., Konya.
- Aytaş, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 139-160.
- Balaban Salı, J. (2015). Verilerin Toplanması. A. Şimşek içinde, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (s. 134-61). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri.
- Ballı, A. (2017). Girişimcilik ve Girişimci Tipolojileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (29), 143-166.

- Baloğlu, A., ve Karadağ, L. (2008). *İnternet ve Pazarlama*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Barkawi, W. (2015). The Dynamic New Trends Of Entrepreneurship. *Entrepreneur Middleeast*. 10.11.2018, <https://www.entrepreneur.com/article/247319>
- Bascavusoglu-Moreau, E., Kopera, S., & Wszendybyt-Skulska, E. (2013). *Journal of Entrepreneurship Management and Innovation (JEMI)*, 9 (1), 5-15.
- Bassellier, G., Horner, R., ve Benbasat, I. (2001). Information Technology Competence of Business Managers: A Definition and Research Model. *Journal of Management Information Systems*, 17 (4), 159-182.
- Beckman, C., Eisenhardt, K., Kotha, S., Meyer, A., & Rajagopalan, N. (2012). Technology Entrepreneurship. *Strategic Management Society, Special Issue*, 1-12.
- Berkeley, E. C. (1969). As We Go To Press. *Computers and Automation* , 6 (18).
- Bilgihan, A., Berezina, K., obanoğlu, C., ve Okumuş, F. (2014). The Information Technology (IT) Skills of Hospitality School Graduates as Perceived by Hospitality Professionals. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 14, 321–342.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. (2016). *2016-2018 Stratejik Planı*. 10.05.2019, <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/slug/ek-btk-2016-2018-stratejik-plan-taslag-i.pdf>.
- Bozkurt, Ö., ve Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8 (2), 57-78.
- Buhalis, D. (2004). eAirlines: Strategic and Tactical Use of ICTs in The Airline Industry. *Information & Management*, 41 (7), 805-825.
- Burgess, M. (2018). *What is the Internet of Things? WIRED explains*. 19.05.2019, <https://www.wired.co.uk/article/internet-of-things-what-is-explained-iot>.
- Cansız, M. (2013). *Türkiye'nin Yenilikçi Girişimcileri Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği*. T.C. Kalkınma Bakanlığı.
- Cin, H., ve Yumruk Günay, G. (2013). Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri İle Duygusal Zekaları Arasındaki İlişki: Edirne Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* , 8 (2), 7-32.
- Ciochina, I., Iordache, C. M., & Sirbu, A. (2016). Entrepreneurship In The Tourism and Hospitality Industry. *Management Strategies Journal, Constantin Brancoveanu University*, 31 (1), 264-275.
- Corrigan, F. (2019). *How Do Drones Work And What Is Drone Technology*. 19.05.2019: <https://www.dronezon.com/learn-about-drones-quadcopters/what-is-drone-technology-or-how-does-drone-technology-work/>.
- akıcı, A. (2004). Kadın Girişimcilerin İşletme Fonksiyonlarındaki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1 (3), 1-14.

- Çakmak, T. F., ve Demirkol, Ş. (2017). Teknolojik Gelişmelerin Turist Rehberliği Mesleğine Etkileri Üzerine Bir Swot Analizi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (İktisat Özel Sayı), 221-235.
- Çakmur, H. (2012). Araştırmalarda Ölçme - Güvenilirlik – Geçerlilik. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 11(3), 339-344.
- Çelik, A., İnce, M., ve Bozyiğit, S. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (3), 113-124.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö., ve Alparıslan, A. M. (2013). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler İle Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8 (1), 7-28.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö., Kalkan, A., Koyunca, O., ve Alparıslan, A. M. (2012). Türkiyede'de Girişimciliği Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (15), 229-247.
- Çiçek, B. (2016). Girişimcilik Dersinin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Muş Alparıslan Üniversitesi İİBF'de Bir Araştırma. *International Conference on Quality in Higher Education (ICQH)*. Sakarya, 365-368.
- Dalgın, T., ve Karadağ, L. (2013). RESTORAN İŞLETMELERİ WEB SİTELERİNİN İÇERİK ANALİZİ: MARMARİS-BODRUM ÖRNEĞİ. *AIBU Journal of Social Sciences*, 13 (2), 133-150.
- Dar, B. A. (2017). TECHNOLOGY REVOLUTION FOR ENTREPRENEURSHIP PROMOTION WITH REFERENCE TO JAMMU AND KASHMIR. *International Journal of Research*, 5 (5), 214-220.
- Davenport, T. (2016). *Big Data@work*. İstanbul: Türk Havayolları Yayınları.
- Dia Kurumsal Yönetim Sistemi. *Restoran Yönetim Programı*. 25.05.2019, <https://www.dia.com.tr/restoran-yonetimi/>.
- Dixon, R. (2018). 5 Business Trends That Will Continue to Rise in 2019. *Entrepreneur Middleeast*, 10.04.2019, <https://www.entrepreneur.com/article/323660>.
- Dube, T. V. (2017). *Information Technology Skills and Competencies of Staff Members in the Information Resource Distribution Directorate of the University of South Africa Library*. South Africa: Master of Arts, Information Science University of South Africa.
- Duggal, N. (2019). *8 Top Technology Trends for 2019 and the Jobs They'll Create*. 19.05.2019, <https://www.simplilearn.com/top-technology-trends-and-jobs-article>.
- Dunn, K. K., ve Cook Adamson, D. A. (1997). INFORMATION COMPETENCE IN THE CSU: EMPOWERING STUDENTS FOR PERSONAL FREEDOM AND LIFELONG LEARNING. *Fall*, 101-106.
- Durak, İ. (2011). Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9 (2), 193-203.

- Durmuş, B., Yurtkoru, E.S., ve Çinko, M. (2016). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayım A.Ş.
- Durukan, T. (2007). Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* , 1(2), 25-37.
- Özhan Dedeoğlu, A.(Ed.), (2016). *Tüm Boyutlarıyla Girişimcilik*. İstanbul: Hümanist Kitap Yayıncılık.
- Ensari, M. Ş., ve Alay, H. K. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Yenilikçilik Eğilimi İle Girişimcilik Potansiyelleri Arasındaki İlişkiye Ailelerin Girişimcilik Öyküsünün Aracı Etkisinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Pamukkele Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (28), 235-248.
- Erişti, B. (2010). Eğitimde Dönüşümler. H. F. Odabaşı. (Editör), *Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dönüşümler* içinde (1-19). Ankara: Nobel Yayınları.
- Eryılmaz, S. (2018). ÖĞRENCİLERİN BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ YETERLİLİKLERİNİN BELİRLENMESİ: GAZİ ÜNİVERSİTESİ, TURİZM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (65), 37-49.
- European Commission. (2018). *ICT usage in enterprises in 2018* . 20.05.2019: http://europa.eu/rapid/press-release_STAT-18-6802_en.htm.
- Faculty of Illinois Institute of Technology. (2012). *Information Technology Competency Model September 2012* . Employment and Training Administration United States Department of Labor.
- F13 Information Technology. *Cafe-Bar-Restoran Takip Yazılımı*. 25.05.2019, <http://f13teknoloji.com/hizmet-14-cafe-bar-restoran-takip-yazilimi.html>.
- George, G., & Zahra, S. A. (2002). Culture and Its Consequences for Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* , 26(4), 5-9.
- Gerosa, A., & Tirapani, A. N. (2013). The Culture of Entrepreneurship: Creating Your Own Job. *European View*, 12, 205-214.
- Gül, H., ve Beyşenova, A. (2018). Kontrol Odağı ve Girişimcilik Eğilimi İlişkisi: KTMÜ Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (2), 213-234.
- Güreşçi, E. (2014). Girişimcilik Eğilimi Üzerine Bir Araştırma: İspir Hamza Polat MYO Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 23-38.
- Hamidi, F., Meshkat, M., Rezaee, M., ve Jafari, M. (2011). Information Technology in Education. *Procedia Computer Science*, 3, 369-373.
- Hancıoğlu, Y., ve Tekin, E. (2018). Genç Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimlerinin Değerlendirilmesi: Uygulamalı Girişimcilik Kampüsü Üzerine Bir Araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 213-246.

- Hawthorne, E. K., Campbell, R. D., Tang, C., Tucker, C. S., ve Nichols, J. (2014). *Information Technology Competency Model*. United States of America: ACM Committee for Computing Education in Community Colleges (CCECC) .
- International Labour Organization. (2011). *BUILDING BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP AWARENESS An ILO experience of integrating entrepreneurship education into national vocational education system*. Geneva, Switzerland: International Labour Organization.
- International Telecommunication Union (ITU). (2018). *ITU releases 2018 global and regional ICT estimates*. Geneva, 19.05.2019, <https://www.itu.int/en/mediacentre/Pages/2018-PR40.aspx>.
- İraz, R. (2010). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve Kobiler*. Konya: Çizgi Kitapevi.
- İşcan, Ö. F., ve Kaygın, E. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 15(2), 443-462.
- Işık, N., Işık, B., ve Kılınç, E. C. (2015). Girişimcilik ve İnovasyon İlişkisi: Teorik Bir Değerlendirme. *JEBPIR* , 1(2), 57-90.
- Kaasbøll, J. (2014). *Developing digital competence - learning, teaching and supporting use of information technology*. Department of Informatics, University of Oslo: Oslo.
- Kahraman, H. (t.y.). *Arttırılmış Gerçeklik (Augmented Reality)*. Türkiye'nin endüstri 4.0 Platformu. 15.06.2019, <https://www.endustri40.com/artirilmis-gerceklik-augmented-reality/>
- Karadeniz, E. (2014). *2013 ve 2014 Verileriyle Türkiye'de ve Bölgeler'de Girişimcilik*. Global Entrepreneurship Monitor (GEM).
- Kara, S. (2011). *İlköğretim Okullarında Görev Yapan Öğretmenlerin Bilgi ve İletişim Teknolojileri Yeterliliklerinin Belirlenmesi İstanbul Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi: İstanbul.
- Karagöz, K. (2016). Girişimcilik - Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye İçin Ekonometrik Bir Analiz. *JED / GKD*, 11(2), 264- 292.
- Karataş, M., ve Babür, S. (2013). Gelişen Dünya'da Turizm Sektörünün Yeri. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15 (25), 15-24.
- Karahan, M., Ünal, Ö. F., ve Mete, M. (2014). Kobi'lerin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması: Diyarbakır Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 1(19), 113-125.
- Kashyna, G. (2016). Development of information competence of the teacher technology in postgraduate education. *Intercultural Communication*, 1 (1), 140-154.
- Kaya, A. (2017). *Bilişim ve İletişim Çağında Girişimcilik ve Kobi Yönetimi*. Konya: Eğitim Yayınevi.

- Kaya, Ş. (2019). Turizmde Siber Güvenlik. O. İçöz, ve M. Uysal (Editörler), *Turizm Ansiklopedis Türkiyei içinde* (620-621). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Keleş, H. N., Kıral Özkan, T., Doğaner, M., ve Altunoğlu, A. E. (2012). Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 5(9), 107-118.
- Kiss, G. (2017). Measuring the ICT competencies in Slovakia and in Serbia in the higher education. *SHS Web of Conferences (ERPA)*, 37, 1-10.
- Kolburun Geçer, A., ve Gökdaş, İ. (2014). Öğretmenlerin Bilgi ve İletişim Teknolojilerinden Yararlanma Durumlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi - Uluslararası E-Dergi*, 4 (1), 89-112.
- Korkmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, XIV(II), 209-226.
- KOSGEB. (T.Y.) Destekler. 10.03.2019,
<https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekler/3/destekler>
- KOSGEB. (T.Y.) Turizm Sektörüne Yönelik Uygulamalar. 19.05.2019,
<https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/6051/turizm-sektorune-yonelik-uygulamalar>.
- Kozak, M. (2015). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kracht, J., ve Wang, Y. (2010). Examining the Tourism Distribution Channel: Evolution and Transformation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22 (5), 736-757.
- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Kuşat, N. (2011). Küreselleşen Dünyada Turizm Sektörü: Bilgi İletişim Teknolojileri ve Rekabet Gücü. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 3 (5), 114-138.
- KUTO. (2012). *E-Ticaret ve Turizm Sektörü*. Aydın: KUTO Araştırma Yayınları.
- Kuzu, A., ve Akbulut, Y. (2010). Araştırmada Dönüşümler. H. F. Odabaşı (Editör), *Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dönüşümler* içinde (61-60). Ankara: Nobel Yayınları.
- Landström, H., Harirchi, G., & Åström, F. (2012). Innovation and Entrepreneurship Studies: One or Two Fields of Research? *Proceedings of the 7 th European Conference on Innovation and Entrepreneurship*. 7, Escola Superior de Gestão e Tecnologia, Instituto Politécnico de Santarém Portugal, 420-429.
- Maisurah, K., ve Haider, A. (2011). Information Technology Based Competencies For Professional Accountants in Malaysian Small Medium Sized Enterprises. *The 11th International Conference on Electronic Business*, Bangkok, Thailand, 354-361.
- Monstasser, M. G., & Battaglia, A. (2016). Innovative Entrepreneurship in Tourism Business: An International Comparative Study of Key Drivers. *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Industrial and Systems Engineering*, 10(6), 1991-1996.

- Morgan, J. (2015). *A Simple Explanation Of The Internet Of Things'*. 19.05.2019, <https://www.forbes.com/sites/jacobmorgan/2014/05/13/simple-explanation-internet-things-that-anyone-can-understand/#64617c0d1d09>.
- Myers, J. E., ve Gibson, D. M. (1999). Technology Competence of Counselor Educator. *ERIC Digest* .
- Ni, A. Y., ve Chen, Y.-C. (2016). A Conceptual Model of Information Technology Competence for Public Managers: Designing Relevant MPA Curricula for Effective Public Service. *Journal of Public Affairs Education (JPAAE)*, 22 (2), 193-212.
- Odabaşı, H. F., Kurt, A. A., Akbulut, Y., Dönmez, O., Ceylan, B., Şahin İzmirli, Ö., vd.. (2011). Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) Eylem Yeterliliği. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 1 (1), 36-48.
- Odabaşı, Y. (2010). Tüketicilikte Dönüşümler. H. F. Odabaşı (Editör), *Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dönüşümler* içinde (103-118). Ankara: Nobel Yayınları.
- Okul, T. (2016). *Sanal Organizasyonlar: Kuşadası'ndaki Seyahat İşletmeleri Yöneticileri Üzerine Bir Değerlendirme*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Oumlil, R., & Juiz, C. (2018). Acceptance of Tourism E-Entrepreneurship: Application to Educational Balearic Islands Context. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(1), 1-16.
- Özden, K., Temurlenk, M. S., ve Başar, S. (2008). Girişimcilik Eğilimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Review of Social, Economic & Business Studies* .
- Özen Kutanis, R., ve Alpaslan, S. (2006). Girişimci ve Yönetici Kadınların Profilleri Farklı mıdır?. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, ..B.F. Dergisi*, VIII(2), 139 - 153.
- Özgüner, M. (2015). GİRİŞİMCİLİK TIPLERİ VE KİŞİLİK TIPLERİ İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR İNCELEME. *Route Educational and Social Science Journal*, 2(1), 148-160.
- Özkaşıkçı, I. (2013). *Dijital Çağ'da Girişimcilik Ekosistemi*. İstanbul: Butik Yayıncılık ve Kişisel Gelişim Hiz. Tic. LTD.ŞTİ.
- Pajo, A. (2013). *Turizm İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri Kullanımı ve Otel Otomasyon Programları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Pallant, J. (2015). *SPSS KULLANMA KILAVUZU SPSS İLE ADIM ADIM VERİ ANALİZİ*. (Sibel Balcı ve Berat Ahi, Çev.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Parmaksız, M. Y. (2013). *Google Analytics*. İstanbul: Dikeyksen Yayın Dağıtım.
- P. Bulsara, H., Gandhi, S., & Porey, P. D. (2014). Techno-innovation to Techno-entrepreneurship through Technology Business Incubation in India: An Exploratory Study. *CiteSeer*, 4(1), 56-67.
- Pazarcık, Y. (2016). Üniversitelerimiz Girişimci Yetiştirebiliyor mu?: Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Algısını/Eğilimini/Özelliklerini Ölçen Araştırmaların

Sonusal Bir Değerlendirmesi. *SOSYAL VE BEŐERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI DERGİSİ*, 17(37), 140-169.

- Puhakka, V. (2012). Entrepreneurial Creativity as Discovery and Exploitation of Business Opportunities. T. Burger-Helmchen içinde, *Entrepreneurship – Creativity and Innovative Business Models*. Rijeka, Croatia : InTech, 3-25.
- Radulović, L. (2013). The Role and Potential of Gloabl Distribution System Amadeus for Tourism Development at the Global Level. *Singidunum Journal*, 10 (1), 28-38.
- Rahul, R. (2018). 5 Reasons Why New-Age Entrepreneurship is More About Breaking Barriers, Than Money Making. *Entrepreneur India*, 10.02.2019, <https://www.entrepreneur.com/article/314723>.
- Ranger, S. (2018). *What is the IoT? Everthing you need to know about the Internet of Things right now*. 19.05.2019, <https://www.zdnet.com/article/what-is-the-internet-of-things-everything-you-need-to-know-about-the-iot-right-now/>.
- Rasit, M. H., Rosli, K., ve Ibrahim, M. A. (2012). The ICT Competencies of New Accounting Students of Different Intake Channels: The Case of the Universiti Utara Malaysia. *Malaysian Journal of Educational Technology*, 12 (2), 33-40.
- Rouse, M. (2018). *AI (artificial intelligence)*. 19.05.2019, <https://searchenterpriseai.techtarget.com/definition/AI-Artificial-Intelligence>.
- Rusu, S., Milin, A. I., & Isac, F. L. (2017). Entrepreneurship in Tourism - Reasons, Necessary Resources and Impediments. *Ecoforum Journal*, 6(3).
- Sa'ari, J. R., Luan, W. S., ve Roslan, S. (2005). Attitudes and Perceived Information Technology Competency among Teachers. *Malaysian Online Journal of Instructional Technology (MOJIT)*, 2 (3), 70-77.
- Sakovich, N. (2018). *Top Five Information Technology Trends to Watch in 2019*. 19.05.2019, <https://www.sam-solutions.com/blog/top-five-information-technology-trends-to-watch-in-2019/>.
- Samiei, S., & Akhoondzadeh, M. (2013). The Role of Entrepreneurship in Tourism Industry Development. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 2(3), 1423-1430.
- Sarıtaş, A., ve Duran, G. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Tespitine İlişkin Bir Araştırma. *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 147-165.
- Seyrek, H. İ. (2010). İŞletme Bölümü Öğrencilerinin Bilgi Teknolojilerine Yönelik Tutumları ve Yeterlik Düzeyleri. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (2), 387-406.
- Siyanbola, W. O., Aderemi, H. O., Egbetokun, A. A., & Sanni, M. (2011). Framework for Technological Entrepreneurship Development: Key Issues and Policy Directions. *American Journal of Industrial and Business Management*, 1, 10-19.

- Solvoll, S., Alsos, G. A., & Bulanova, O. (2018). Tourism Entrepreneurship – Review and Future Directions. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1), 120-137.
- Sökmen, A. (2012). *Bilgi İletimi Teknolojileri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sürücü, Ç., Ülker, M., ve Hassan, A. (2018). Restoranlarda Tablet Menü Kullanımının Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (Special issue3), 178-196.
- Synnax. (2018). *Bilgi Teknolojileri nedir?*. İntekno.16.06.2019, <https://www.intekno.net/bilgi-teknolojileri-nedir/>
- Şeşen, H., ve Basım, H. N. (2012). Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 12(Özel Sayı), 21-28.
- Şimşek, A. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri.
- Şimşek, G. (2019). Turizmde Bilgi Güvenliği Farkındalığı. O. İçöz, ve M. Uysal (Editörler), *Turizm Ansiklopedisi Türkiye* içinde (583-584). Ankara: Detay Yayıncılık.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2019). Teşvik ve Destekler. 19.05.2019, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-11609/tesvik-ve-destekler.html>
- Tanrısevdi, A. (2019). Bilgi ve Turizm. O. İçöz, ve M. Uysal (Editörler), *Turizm Ansiklopedisi Türkiye* içinde (53-54). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Thompson, E. R. (2009). Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 669-694.
- Türk Dil Kurumu. (t.y.). *Eğilim*. 16.06.2019, <http://sozluk.gov.tr/>
- Türk Dil Kurumu. (T.Y.) *Girişim*. 10.10.2018, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5cc226de9034.20170334
- Türk Dil Kurumu. (t.y.). *Yeterlilik*. 16.06.2019, <http://sozluk.gov.tr/>
- TÜSİAD. (2003). *Türkiye'de Girişimcilik*. İstanbul: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği Basın Bürosu.
- UNCTAD. (2012). *ENTREPRENEURSHIP POLICY FRAMEWORK AND IMPLEMENTATION GUIDANCE*. United Nations.
- Uysal, D. Y. (2009). *Bilgi Teknolojileri Yatırımları, Bilgi Teknolojileri Performansı ve Karar İlişkisi Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ülgen Aydınlik, A. (2017). *Girişimcilik*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

- Ünal, A. N. (2015). *Siber Güvenlik ve Elektronik Bileşenleri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık .
- Ünal, F. (2015). *BÜYÜK VERİ VE SEMANTİK*. İstanbul: Abaküs Kitap Yayın Dağıtım Hizmetleri.
- Ürper, Y. (Ed.), (2014). *Girişimcilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Wall, M. (2018). *What is 5G and what will it mean for you?* 19.05.2019, <https://www.bbc.com/news/business-44871448>.
- Yalçın, B. (2007). *Elektronik Girişimcilikte Kullanılan Web Teknolojileri ve Bilişim Sistemi Olarak Perakende Satış Sistemlerinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldız, S. (2015). Bilişim Teknolojilerinin Turizm Pazarlaması, Dağıtım Sistemi ve Seyahat Acentelerinin İş Modeli Değişimine Etkisi. *İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ*, 4 (3), 595-611.
- Yıldız, S. (2019). Turist Rehberliği Mesleğinde Robot Rehberlerin Yükselişi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10 (23), 164-177.
- Yılmaz, E., ve Sünbül, A. M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 21, 195-203.
- Yüksek, G. (2013a). Bilgi Teknolojilerinin Gelişimi, Seyahat İşletmeleri ve Küresel Dağıtım Sistemi Örneği. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi* , 4 (1), 53-68.
- Yüksek, G. (2013b). Seyahat İşletmelerinde Bilgi Teknolojilerinin Rolü ve Küresel Dağıtım Sistemlerine Bir Örnek: AMADEUS. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 4 (12), 17-28.

EK-1: Anket Formu

LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN BİLGİ TEKNOLOJİLERİ YETERLİLİKLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ: AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ

Değerli katılımcı, bu anket Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde okuyan öğrencilerimizin girişimcilik eğilimlerini ve bilgi teknolojileri yeterliliklerini belirlemek amacıyla yapılmaktadır. Anketin sonuçları bilimsel bir çalışma için kullanılacaktır. Araştırmanın amacına ulaşması, anket formunu tam ve doğru olarak cevaplandırmanıza bağlıdır. Lütfen kutuların içine x işareti koyarak tutumlarınızı belirtiniz. Değerli vaktinizi ayırarak yapacağınız katkılardan dolayı şimdiden çok teşekkür ederiz.

Yüksek Lisans Öğrencisi
Şule KAYA

I. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİ ÖLÇEĞİ

| | MADDELER | Hiçbir zaman | Nadiren | Bazen | Sık sık | Çok sık |
|----|--|--------------|---------|-------|---------|---------|
| 1 | İşimde geçmiş performansından daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcamaya çalışırım. | | | | | |
| 2 | Görevimin son derece zor olduğu zamanlarda elimden gelenin en iyisini yaparım. | | | | | |
| 3 | İstediğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini genellikle kendi yeteneklerim olduğunu düşünürüm. | | | | | |
| 4 | İşlerimde kendi kararlarım etkilidir. | | | | | |
| 5 | Kendi işimi kurabilirim. | | | | | |
| 6 | İşten zorunlu olarak ayrılırsam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim. | | | | | |
| 7 | Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim. | | | | | |
| 8 | Farklı insanlarla dostluklar kurabilirim. | | | | | |
| 9 | Denemediklerimi denemekten çekinmem | | | | | |
| 10 | Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissederim. | | | | | |
| 11 | Arkadaşlarıma değişik iş projelerinden söz ederim. | | | | | |
| 12 | Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum. | | | | | |
| 13 | Arkadaşlarımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem. | | | | | |
| 14 | Hayatımı dış etkenlere bırakmam. | | | | | |
| 15 | Kararlarımla hayatımı şekillendirebileceğimi düşünüyorum. | | | | | |
| 16 | Risk almaktan çekinmem. | | | | | |
| 17 | Geleceği görerek ona dönük hazırlıklar yapabiliyorum. | | | | | |
| 18 | Yeni bir şeyleri denememe imkân veren projeler üzerinde çalışmayı severim. | | | | | |
| 19 | Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim. | | | | | |
| 20 | Yeni bir perspektiften bakmama imkân sağlayan proje ve işlerde uğraşırım. | | | | | |
| 21 | Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerde çalışmayı denerim. | | | | | |
| 22 | Yeterli çabayla, her türlü sorunu ortada kaldırabiliriz. | | | | | |
| 23 | Yaptığım planları yürütebileceğimden çoğunlukla eminimdir. | | | | | |
| 24 | Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmakta sorun yaşamam. | | | | | |
| 25 | Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem. | | | | | |
| 26 | Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim. | | | | | |
| 27 | Başarıyı sağlayacak uygun yöntem ve tekniklerin arayışı içerisindeyimdir. | | | | | |
| 28 | Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim. | | | | | |
| 29 | Elimdeki kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim. | | | | | |
| 30 | İşimde ve çalışmalarımda otaya çıkan değişimlere açığımdır. | | | | | |
| 31 | İşimi severek ve azimle yaparım. | | | | | |
| 32 | İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür. | | | | | |
| 33 | İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim. | | | | | |
| 34 | Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem. | | | | | |
| 35 | İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim. | | | | | |
| 36 | Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür. | | | | | |

EK-1 devam

II. BİLGİ TEKNOLOJİLERİ YETERLİLİK ÖLÇEĞİ

| | Turizm Bilgi Teknolojileri Yetenekleri | Kesinlikle yeterli değilim | Yeterli değilim | Ne yeterliyim ne yeterli değilim | Yeterliyim | Kesinlikle yeterliyim |
|----------|--|-----------------------------------|------------------------|---|-------------------|------------------------------|
| A | Genel Bilgisayar Uygulamaları | | | | | |
| 1 | Bilgisayar programlarının çalışmama nedenlerini açıklayabilmek | | | | | |
| 2 | Bilgisayar yazılımı yükleyebilmek | | | | | |
| 3 | Sayısal verileri bilgisayarda analiz etme (SPSS, Excel , vb.) | | | | | |
| 4 | Veriyi etkili bir şekilde sunma | | | | | |
| 5 | Elektronik posta kullanımı | | | | | |
| 6 | Kelime işlem programı kullanımı (Mirosoft word, vb.) | | | | | |
| 7 | Hesap tablosu kullanımı | | | | | |
| 8 | Sunum programı kullanımı (Microsoft Powerpoint, vb.) | | | | | |
| 9 | Veri tabanı programları kullanımı (Microsoft Access, vb.) | | | | | |
| 10 | Grafik tasarım programı kullanımı (Photoshop, vb.) | | | | | |
| 11 | Proje yönetim yazılımı kullanımı (Microsoft Project) | | | | | |
| 12 | Masaüstü yayıncılık yazılımı (Microsoft Publisher) | | | | | |
| 13 | Bilgisayar virüslerini ve casus yazılımları silme | | | | | |
| 14 | Ses kayıt ve düzenleme yazılımı kullanımı (Auido Podcast, Audacity, Oceanaudio, vb.) | | | | | |
| 15 | Video kayıt ve düzenleme yazılımı kullanımı (Adobe Premiere Pro CC, Final Cut Pro X, Shotcut, vb.) | | | | | |
| 16 | Sosyal ağ araçlarının kullanımı (Facebook, Instagram, Twitter, vb.) | | | | | |
| 17 | E-ticaret uygulamaları kullanımı (B2B, B2C, C2C, vb.) | | | | | |
| 18 | Bir web sitesi oluşturma ve güncelleme | | | | | |
| 19 | Bilgisayar ağı kurma ve çalışmasını sürdürme | | | | | |
| B | Turizm Endüstrisinde Bilgisayar Uygulamaları | | | | | |
| 1 | Turizm endüstrisinde en son bilgi teknolojileri eğilimlerini anlama | | | | | |
| 2 | Bilgi teknolojisi sistemlerinin endüstrideki rolünü değerlendirme | | | | | |
| 3 | Otel yönetim sistemleri kullanımı (Fidelio, Opera, Elektra, vb.) | | | | | |
| 4 | Satış noktası sistemleri kullanımı (Micros, pos, sanal pos, vb.) | | | | | |
| 5 | Otel e-satınalma sistemleri kullanımı | | | | | |
| 6 | Merkezi rezervasyon sistemleri kullanımı (Troya, House Pegasus, Holidex, vb.) | | | | | |
| 7 | Küresel dağıtım sistemleri kullanımı (Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, vb.) | | | | | |
| 8 | Beslenme analizi yazılımı kullanımı | | | | | |
| 9 | Maliyet kontrolü ve envanter yazılımı | | | | | |
| 10 | Otel yönetimi sistemleri seçimi ve uygulanması | | | | | |
| 11 | Çevrimiçi pazarlama araçları kullanımı | | | | | |

EK-1 devamı

III. DEMOGRAFİK BİLGİLER

| | | | | | | | | | | |
|--|--|--|---|---|---|---|---|---|--|--|
| 1. Cinsiyetiniz | <input type="checkbox"/> Kadın | <input type="checkbox"/> Erkek | | | | | | | | |
| 2. Öğrenim gördüğünüz bölüm | <input type="checkbox"/> Konaklama İşletmeciliği | <input type="checkbox"/> Seyahat İşletmeciliği | <input type="checkbox"/> Turizm Rehberliği | <input type="checkbox"/> Yiyecek İçecek İşletmeciliği | | | | | | |
| 3. Öğrenim türünüz | <input type="checkbox"/> Örgün öğretim | <input type="checkbox"/> İkinci öğretim | | | | | | | | |
| 4. Staj yapma/ çalışma durumu | <input type="checkbox"/> Yaptı | <input type="checkbox"/> Yapmadı | <input type="checkbox"/> Yapacak | | | | | | | |
| 5. Lise eğitiminiz | <input type="checkbox"/> Genel lise | <input type="checkbox"/> Turizm lisesi | <input type="checkbox"/> Mesleki ve teknik lise | <input type="checkbox"/> Diğer (Belirtiniz)..... | | | | | | |
| 6. Ailenizin ikamet ettiği bölge | <input type="checkbox"/> Marmara Bölgesi | <input type="checkbox"/> Ege Bölgesi | <input type="checkbox"/> Karadeniz Bölgesi | <input type="checkbox"/> Akdeniz Bölgesi | <input type="checkbox"/> İç Anadolu Bölgesi | <input type="checkbox"/> Doğu Anadolu Bölgesi | <input type="checkbox"/> Güney Doğu Anadolu Bölgesi | <input type="checkbox"/> Türkiye dışı (Belirtiniz)..... | | |
| 7. Ailenizin toplam aylık geliri | <input type="checkbox"/> 2.020 TL ve altı | <input type="checkbox"/> 2.021 TL – 3.764 TL | <input type="checkbox"/> 3.765 TL – 6.000 TL | <input type="checkbox"/> 6.001 TL ve üzeri | | | | | | |
| 8. Sizin aylık kişisel geliriniz | <input type="checkbox"/> 500 TL ve altı | <input type="checkbox"/> 501 TL – 2.020 TL | <input type="checkbox"/> 2.021 TL – 3764 TL | <input type="checkbox"/> 3765 TL ve üzeri | | | | | | |
| 9. Bildiğiniz yabancı dilleri yeterliliğinize göre sıralayınız. (En iyi bildiğinizin numarası sayı ile bir olacak şekilde) | İngilizce | | | | | | | | | |
| | Almanca | | | | | | | | | |
| | İspanyolca | | | | | | | | | |
| | Fransızca | | | | | | | | | |
| | Rusça | | | | | | | | | |
| | Japonca | | | | | | | | | |
| | Çince | | | | | | | | | |
| | Diğer (Belirtiniz)..... | | | | | | | | | |
| 10. Şahsınıza ait tescil ettirdiğiniz alan adı var mı varsa sayısı nedir? | <input type="checkbox"/> Evet var | <input type="checkbox"/> Hayır yok | | | | | | | | |
| 11. Şahsınıza ait faaliyette olan web siteniz var mı varsa sayısı nedir? | <input type="checkbox"/> Evet var | <input type="checkbox"/> Hayır yok | | | | | | | | |

Vakit ayırdığınız için teşekkür ederiz...

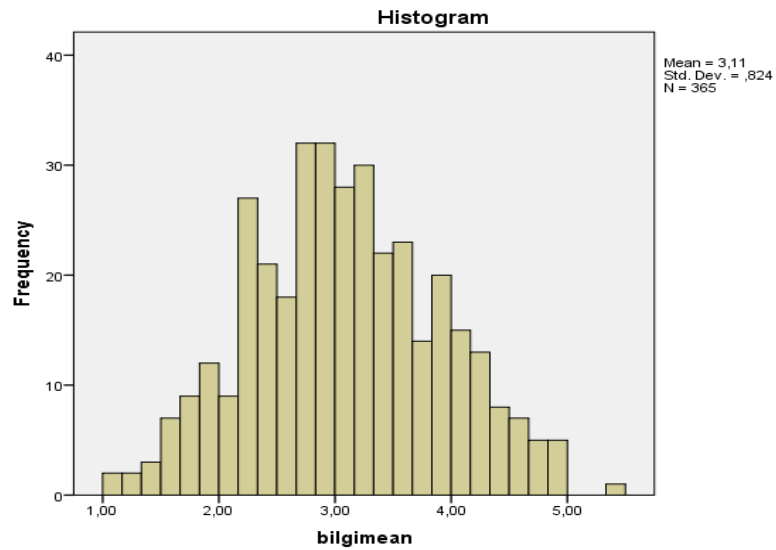
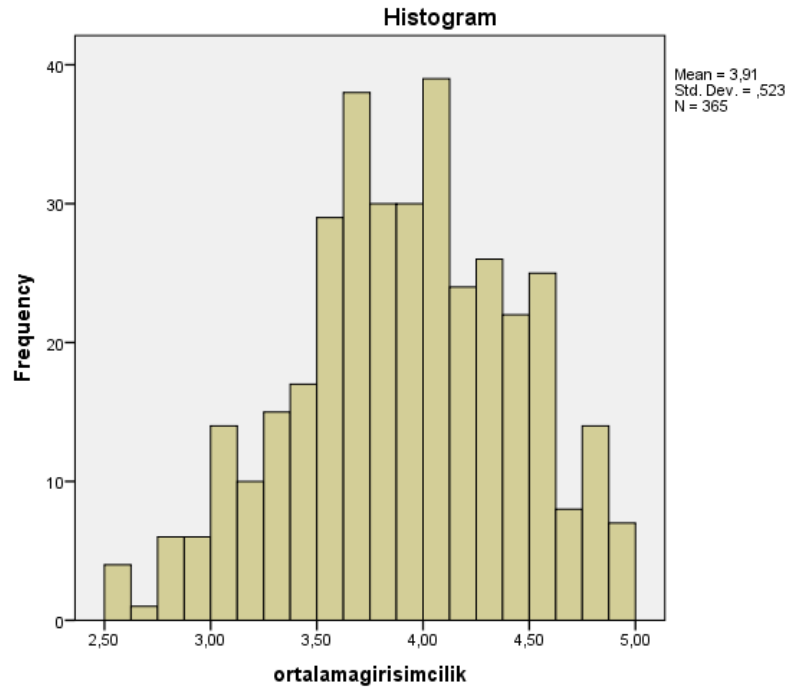
Ayrıca belirtmek istediğiniz öneri ve ya şikâyet için aşağıdaki adrese mail gönderebilirsiniz. E-mail: sule.kaya@adu.edu.tr

EK-2: Ölçeklerin Normallik Test Çıktıları

| Tests of Normality | | | | | | |
|----------------------|---------------------------------|-----|-------|--------------|-----|------|
| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
| | Statistic | df | Sig. | Statistic | df | Sig. |
| ortalamagirisimcilik | ,032 | 365 | ,200* | ,989 | 365 | ,008 |
| bilgimean | ,031 | 365 | ,200* | ,996 | 365 | ,455 |

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction



EK- 3: Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri Çıktıları

Girişimcilik Eğilimi Ölçeği

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| ,939 | ,940 | 36 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| İşimde geçmiş performansımdan daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcamaya çalışırım | 137,3520 | 328,929 | ,383 | ,506 | ,939 |
| Görevimin son derece zor olduğu zamanlarda elimden gelenin en iyisini yaparım. | 137,2730 | 327,077 | ,490 | ,543 | ,938 |
| İstediğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini genellikle kendi yeteneklerim olduğunu düşünürüm. | 137,8586 | 329,244 | ,336 | ,247 | ,939 |
| İşlerimde kendi kararlarım etkilidir. | 137,7039 | 324,585 | ,463 | ,414 | ,938 |
| Kendi işimi kurabilirim. | 137,8454 | 320,910 | ,489 | ,383 | ,938 |
| İşten zorunlu olarak ayrılısam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim. | 137,6974 | 323,796 | ,499 | ,420 | ,938 |
| Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim. | 137,5625 | 321,719 | ,633 | ,530 | ,937 |
| Farklı insanlarla dostluklar kurabilirim. | 137,5592 | 324,195 | ,422 | ,390 | ,939 |
| Denemediklerimi denemekten çekinmem | 137,6020 | 320,168 | ,561 | ,499 | ,937 |
| Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissedirim. | 137,5164 | 320,831 | ,587 | ,484 | ,937 |
| Arkadaşlarıma değişik iş projelerinden söz ederim. | 137,9671 | 320,289 | ,489 | ,432 | ,938 |
| Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum. | 137,8947 | 320,444 | ,550 | ,494 | ,937 |
| Arkadaşlarımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem | 137,9901 | 321,310 | ,498 | ,435 | ,938 |
| Hayatımı dış etkenlere bırakmam | 137,9013 | 323,627 | ,461 | ,344 | ,938 |
| Kararlarımla hayatımı şekillendirebileceğimi düşünürüm. | 137,4539 | 322,783 | ,558 | ,430 | ,937 |

EK-3 devamı

| | | | | | |
|---|----------|---------|------|------|------|
| Risk almaktan çekinmem | 137,7467 | 320,084 | ,556 | ,442 | ,937 |
| Geleceği görerek ona dönük hazırlıklar yapabilirim. | 137,8125 | 320,549 | ,581 | ,496 | ,937 |
| Yeni bir şeyleri denememe imkan veren projelere üzerinde çalışmayı severim. | 137,7237 | 317,811 | ,645 | ,568 | ,937 |
| Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim | 137,7632 | 320,749 | ,596 | ,590 | ,937 |
| Yeni bir perspektiften bakmama imkan sağlayan proje ve işlerde uğraşırım. | 137,8158 | 320,111 | ,602 | ,589 | ,937 |
| Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerde çalışmayı denerim. | 138,0789 | 323,921 | ,452 | ,434 | ,938 |
| Yeterli çabayla, her türlü sorunu ortadan kaldırebiliriz. | 137,5987 | 325,508 | ,424 | ,357 | ,939 |
| Yaptığım planları yürütebileceğimden çoğunlukla eminimdir. | 137,6447 | 322,692 | ,570 | ,489 | ,937 |
| Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmakta sorun yaşamam. | 137,7138 | 322,878 | ,560 | ,512 | ,937 |
| Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem. | 137,9211 | 322,311 | ,473 | ,481 | ,938 |
| Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim. | 137,8322 | 319,130 | ,558 | ,538 | ,937 |
| Başarılı sağlayacak uygun yöntem ve tekniklerin arayışı içerisindeyimdir. | 137,7171 | 319,774 | ,640 | ,546 | ,937 |
| Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim. | 137,6053 | 319,111 | ,655 | ,536 | ,937 |
| Elimdeki kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim. | 137,6414 | 320,350 | ,627 | ,547 | ,937 |
| İşimde ve çalışmalarım da ortaya çıkan değişimlere açığım. | 137,6809 | 321,069 | ,590 | ,463 | ,937 |
| İşimi severek ve azimle yaparım. | 137,4309 | 326,173 | ,448 | ,468 | ,938 |
| İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür. | 137,5066 | 323,129 | ,533 | ,456 | ,938 |
| İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim. | 137,5362 | 322,606 | ,511 | ,512 | ,938 |
| Bir işte ya da uygulamada liderliği almaktan çekinmem. | 137,5921 | 318,632 | ,623 | ,563 | ,937 |
| İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim. | 137,5987 | 321,746 | ,603 | ,564 | ,937 |
| Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür. | 137,5066 | 322,950 | ,552 | ,488 | ,937 |

EK-3 devamı

Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Ölçeği

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|---|------------|
| ,950 | ,959 | 30 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|-------------------------------------|---|--|------------------------------------|--|
| Bilgisayar programlarının çalışmama nedenlerini açıklayabilmek | 90,6000 | 586,577 | ,638 | ,627 | ,948 |
| Bilgisayar yazılımı yükleyebilmek | 90,7903 | 579,720 | ,663 | ,711 | ,948 |
| Sayısal verileri bilgisayarda analiz etme(SPSS,excel,vb.) | 90,4968 | 578,231 | ,744 | ,765 | ,947 |
| Veriyi etkili bir şekilde sunma | 90,3323 | 581,705 | ,728 | ,755 | ,947 |
| Elektronik posta kullanımı | 89,7548 | 596,043 | ,509 | ,665 | ,949 |
| Kelime işlem programı kullanımı (Microsoft word vb.) | 89,6774 | 578,135 | ,238 | ,276 | ,961 |
| Hesap tablosu kullanımı | 90,1677 | 584,392 | ,663 | ,597 | ,948 |
| Sunum programı kullanımı (Microsoft Powerpoint, vb.) | 89,8548 | 592,726 | ,568 | ,703 | ,949 |
| Veri tabanı programları kullanımı (Microsoft Access, vb.) | 90,5742 | 585,255 | ,659 | ,637 | ,948 |
| Grafik tasarım programı kullanımı (Photoshop, vb.) | 90,8161 | 581,853 | ,678 | ,709 | ,948 |
| Proje yönetim yazılımı kullanımı (Microsoft Project) | 91,0000 | 582,207 | ,705 | ,796 | ,947 |
| Masaüstü yayıncılık yazılımı (Microsoft Publisher) | 91,0774 | 583,360 | ,670 | ,759 | ,948 |
| Bilgisayar virüslerini ve casus yazılımları silme | 90,6548 | 579,702 | ,666 | ,689 | ,948 |
| Ses kayıt ve düzenleme yazılımı kullanımı (Auido Podcast, Audacity, Oceanaudio, vb.) | 90,8387 | 580,615 | ,687 | ,704 | ,947 |
| Video kayıt ve düzenleme yazılımı kullanımı (Adobe Premiere Pro CC, Final Cut Pro X, Shotcut, vb) | 90,8613 | 582,573 | ,654 | ,643 | ,948 |
| Sosyal ağ araçlarının kullanımı (Facebook, Instagram, Twitter, vb.) | 89,5484 | 607,303 | ,305 | ,463 | ,950 |
| E-ticaret uygulamaları kullanımı (B2B, B2C, C2C, vb.) | 90,8645 | 588,584 | ,537 | ,491 | ,949 |
| Bir web sitesi oluşturma ve güncelleme | 90,8645 | 581,457 | ,654 | ,601 | ,948 |
| Bilgisayar ağı kurma ve çalışmasını sürdürme | 90,9452 | 580,719 | ,655 | ,632 | ,948 |

EK-3 devamı

| | | | | | |
|---|---------|---------|------|------|------|
| Turizm endüstrisinde en son bilgi teknolojileri eğilimlerini anlama | 90,5806 | 583,701 | ,704 | ,753 | ,947 |
| Bilgi teknolojisi sistemlerinin endüstrideki rolünü değerlendirme | 90,6355 | 581,126 | ,713 | ,771 | ,947 |
| Otel yönetim sistemleri kullanımı (Fidelio, Opera, Elektra, vb.) | 90,7968 | 581,470 | ,665 | ,651 | ,948 |
| Satış noktası sistemleri kullanımı (Micros, pos, sanal pos, vb.) | 90,5581 | 578,209 | ,706 | ,701 | ,947 |
| Otel e-satınalma sistemleri kullanımı | 90,7290 | 578,988 | ,709 | ,740 | ,947 |
| Merkezi rezervasyon sistemleri kullanımı (Troya, House Pegasus, Holidex, vb.) | 91,0226 | 580,294 | ,716 | ,742 | ,947 |
| Küresel dağıtım sistemleri kullanımı (Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, vb.) | 91,0677 | 582,465 | ,664 | ,592 | ,948 |
| Beslenme analizi yazılımı kullanımı | 91,2032 | 580,952 | ,702 | ,760 | ,947 |
| Maliyet kontrolü ve envanter yazılımı | 90,8871 | 582,139 | ,656 | ,711 | ,948 |
| Otel yönetim sistemleri seçimi ve uygulaması | 90,9677 | 576,433 | ,751 | ,828 | ,947 |
| Çevrimiçi pazarlama araçları kullanımı | 90,9097 | 574,180 | ,774 | ,843 | ,947 |

EK-4: Girişimcilik Eğilimi Ölçeği Faktör Analizi Çıktıları

KMO and Bartlett's Test

| | | |
|--|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | ,901 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 3121,413 |
| | df | 300 |
| | Sig. | ,000 |

Total Variance Explained

| Component | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared | | | Rotation Sums of Squared | | |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|----------------------------|---------------|--------------|--------------------------|---------------|--------------|
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 8,308 | 33,230 | 33,230 | 8,308 | 33,230 | 33,230 | 3,351 | 13,403 | 13,403 |
| 2 | 1,756 | 7,023 | 40,253 | 1,756 | 7,023 | 40,253 | 3,132 | 12,529 | 25,932 |
| 3 | 1,483 | 5,933 | 46,186 | 1,483 | 5,933 | 46,186 | 2,787 | 11,147 | 37,080 |
| 4 | 1,379 | 5,516 | 51,702 | 1,379 | 5,516 | 51,702 | 2,419 | 9,678 | 46,757 |
| 5 | 1,284 | 5,135 | 56,837 | 1,284 | 5,135 | 56,837 | 1,867 | 7,466 | 54,224 |
| 6 | 1,064 | 4,255 | 61,092 | 1,064 | 4,255 | 61,092 | 1,717 | 6,868 | 61,092 |
| 7 | ,875 | 3,501 | 64,593 | | | | | | |
| 8 | ,786 | 3,144 | 67,737 | | | | | | |
| 9 | ,745 | 2,979 | 70,716 | | | | | | |
| 10 | ,713 | 2,853 | 73,569 | | | | | | |
| 11 | ,658 | 2,633 | 76,201 | | | | | | |
| 12 | ,623 | 2,491 | 78,693 | | | | | | |
| 13 | ,592 | 2,369 | 81,062 | | | | | | |
| 14 | ,560 | 2,239 | 83,300 | | | | | | |
| 15 | ,504 | 2,017 | 85,317 | | | | | | |
| 16 | ,495 | 1,979 | 87,297 | | | | | | |
| 17 | ,459 | 1,837 | 89,133 | | | | | | |
| 18 | ,424 | 1,698 | 90,831 | | | | | | |
| 19 | ,412 | 1,647 | 92,479 | | | | | | |
| 20 | ,379 | 1,516 | 93,995 | | | | | | |
| 21 | ,369 | 1,476 | 95,471 | | | | | | |
| 22 | ,320 | 1,278 | 96,749 | | | | | | |
| 23 | ,291 | 1,163 | 97,912 | | | | | | |
| 24 | ,277 | 1,109 | 99,021 | | | | | | |
| 25 | ,245 | ,979 | 100,000 | | | | | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

EK-4 devamı

| | Rotated Component Matrix ^a | | | | | |
|---|---------------------------------------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| İşimde geçmiş performansımdan daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcamaya çalışırım | | | | | | ,834 |
| Görevimin son derece zor olduğu zamanlarda elimden gelenin en iyisini yaparım. | | | | | | ,797 |
| İstedğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini genellikle kendi yeteneklerim olduğunu düşünürüm. | | | | | ,606 | |
| İşlerimde kendi kararlarım etkilidir. | | | | | ,787 | |
| Kendi işimi kurabilirim. | | | | | ,585 | |
| İşten zorunlu olarak ayrılısam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim. | | | ,623 | | | |
| Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim. | | | ,634 | | | |
| Farklı insanlarla dostluklar kurabilirim. | | | ,752 | | | |
| Denemediklerimi denemekten çekinmem | | | ,690 | | | |
| Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissederim. | | | ,555 | | | |
| Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum. | | ,595 | | | | |
| Risk almaktan çekinmem | | | | ,557 | | |
| Yeni bir şeyleri denememe imkan veren projelere üzerinde çalışmayı severim. | | ,625 | | | | |
| Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim | | ,756 | | | | |
| Yeni bir perspektiften bakmama imkan sağlayan proje ve işlerde uğraşırım. | | ,733 | | | | |
| Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerde çalışmayı denerim. | | ,751 | | | | |
| Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmakta sorun yaşamam. | | | | ,606 | | |
| Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem. | | | | ,804 | | |
| Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim. | | | | ,734 | | |
| İşimde ve çalışmalarımında ortaya çıkan değişimlere açığımdır. | ,517 | | | | | |
| İşimi severek ve azimle yaparım. | ,725 | | | | | |
| İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür. | ,695 | | | | | |
| İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim. | ,694 | | | | | |
| Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem. | ,678 | | | | | |
| İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim. | ,676 | | | | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 7 iterations.

EK-5: Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Ölçeği Faktör Analizi Çıktıları

KMO and Bartlett's Test

| | | |
|--|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | ,936 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 7212,158 |
| | df | 406 |
| | Sig. | ,000 |

Total Variance Explained

| Component | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 13,570 | 46,793 | 46,793 | 13,570 | 46,793 | 46,793 | 7,032 | 24,249 | 24,249 |
| 2 | 2,429 | 8,375 | 55,168 | 2,429 | 8,375 | 55,168 | 4,230 | 14,585 | 38,834 |
| 3 | 2,086 | 7,192 | 62,360 | 2,086 | 7,192 | 62,360 | 3,448 | 11,889 | 50,723 |
| 4 | 1,163 | 4,011 | 66,371 | 1,163 | 4,011 | 66,371 | 3,201 | 11,038 | 61,761 |
| 5 | 1,062 | 3,661 | 70,032 | 1,062 | 3,661 | 70,032 | 2,399 | 8,271 | 70,032 |
| 6 | ,896 | 3,090 | 73,122 | | | | | | |
| 7 | ,805 | 2,777 | 75,898 | | | | | | |
| 8 | ,706 | 2,434 | 78,333 | | | | | | |
| 9 | ,615 | 2,122 | 80,455 | | | | | | |
| 10 | ,567 | 1,957 | 82,411 | | | | | | |
| 11 | ,508 | 1,753 | 84,165 | | | | | | |
| 12 | ,442 | 1,523 | 85,688 | | | | | | |
| 13 | ,423 | 1,457 | 87,145 | | | | | | |
| 14 | ,376 | 1,295 | 88,440 | | | | | | |
| 15 | ,354 | 1,220 | 89,660 | | | | | | |
| 16 | ,329 | 1,134 | 90,795 | | | | | | |
| 17 | ,297 | 1,025 | 91,820 | | | | | | |
| 18 | ,286 | ,985 | 92,805 | | | | | | |
| 19 | ,271 | ,936 | 93,740 | | | | | | |
| 20 | ,249 | ,858 | 94,599 | | | | | | |
| 21 | ,247 | ,850 | 95,449 | | | | | | |
| 22 | ,227 | ,782 | 96,231 | | | | | | |
| 23 | ,212 | ,731 | 96,962 | | | | | | |
| 24 | ,187 | ,645 | 97,607 | | | | | | |
| 25 | ,179 | ,617 | 98,224 | | | | | | |
| 26 | ,169 | ,582 | 98,806 | | | | | | |
| 27 | ,144 | ,498 | 99,304 | | | | | | |
| 28 | ,114 | ,393 | 99,696 | | | | | | |
| 29 | ,088 | ,304 | 100,000 | | | | | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

EK-5 devamı**Rotated Component Matrix^a**

| | Component | | | | |
|---|-----------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Turizm endüstrisinde en son bilgi teknolojileri eğilimlerini anlama | ,621 | | ,440 | | |
| Bilgi teknolojisi sistemlerinin endüstrideki rolünü değerlendirme | ,672 | | | | |
| Otel yönetim sistemleri kullanımı (Fidelio, Opera, Elektra, vb.) | ,771 | | | | |
| Satış noktası sistemleri kullanımı (Micros, pos, sanal pos, vb.) | ,752 | | | | |
| Otel e-satınalma sistemleri kullanımı | ,815 | | | | |
| Merkezi rezervasyon sistemleri kullanımı (Troya, House Pegasus, Holidex, vb.) | ,787 | | | | |
| Küresel dağıtım sistemleri kullanımı (Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, vb.) | ,576 | | | | |
| Beslenme analizi yazılımı kullanımı | ,714 | ,405 | | | |
| Maliyet kontrolü ve envanter yazılımı | ,718 | | | | |
| Otel yönetim sistemleri seçimi ve uygulaması | ,787 | | | | |
| Çevrimiçi pazarlama araçları kullanımı | ,791 | | | | |
| Bilgisayar programlarının çalışmama nedenlerini açıklayabilmek | | | ,736 | | |
| Bilgisayar yazılımı yükleyebilmek | | | ,783 | | |
| Sayısal verileri bilgisayarda analiz etme(SPSS,excel,vb.) | | | ,518 | | |
| Elektronik posta kullanımı | | | | ,798 | |
| Kelime işlem programı kullanımı (Microsoft word vb.) | | | | ,525 | |
| Hesap tablosu kullanımı | | | | ,587 | |
| Sunum programı kullanımı (Microsoft Powerpoint, vb.) | | | | ,795 | |
| Veri tabanı programları kullanımı (Microsoft Access, vb.) | | ,684 | | | |
| Grafik tasarım programı kullanımı (Photoshop, vb.) | | ,757 | | | |
| Proje yönetim yazılımı kullanımı (Microsoft Project) | | ,802 | | | |
| Masaüstü yayıncılık yazılımı (Microsoft Publisher) | | ,797 | | | |
| Bilgisayar virüslerini ve casus yazılımları silme | | | ,713 | | |
| Ses kayıt ve düzenleme yazılımı kullanımı (Auido Podcast, Audacity, Oceanaudio, vb.) | | ,527 | ,460 | | |
| Video kayıt ve düzenleme yazılımı kullanımı (Adobe Premiere Pro CC, Final Cut Pro X, Shotcut, vb) | | ,441 | | | |
| Sosyal ağ araçlarının kullanımı (Facebook, Instagram, Twitter, vb.) | | | | ,771 | |
| E-ticaret uygulamaları kullanımı (B2B, B2C, C2C, vb.) | | | | | ,670 |
| Bir web sitesi oluşturma ve güncelleme | | | | | ,672 |
| Bilgisayar ağı kurma ve çalışmasını sürdürme | | | | | ,648 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 6 iterations.

EK-6: Girişimcilik Eğilimi Düzeyleri Analiz Çıktıları

| Descriptive Statistics | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|----------------|-----------|-----------|------------|-----------|------------|
| | N | Range | Minimum | Maximum | Mean | | Std. Deviation | Variance | Skewness | | Kurtosis | |
| | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Std. Error | Statistic | Statistic | Statistic | Std. Error | Statistic | Std. Error |
| ortalamagirisimcilik | 365 | 2,42 | 2,56 | 4,97 | 3,9078 | ,02739 | ,52330 | ,274 | -,221 | ,128 | -,361 | ,255 |
| Liderlik | 365 | 3,50 | 1,50 | 5,00 | 4,0173 | ,03467 | ,66232 | ,439 | -,419 | ,128 | -,168 | ,255 |
| Yenilik | 365 | 3,20 | 1,80 | 5,00 | 3,7434 | ,03725 | ,71175 | ,507 | -,216 | ,128 | -,441 | ,255 |
| Özgüven | 365 | 2,80 | 2,20 | 5,00 | 4,0164 | ,03543 | ,67693 | ,458 | -,277 | ,128 | -,765 | ,255 |
| Risk | 365 | 3,50 | 1,50 | 5,00 | 3,7874 | ,03943 | ,75323 | ,567 | -,292 | ,128 | -,294 | ,255 |
| Kararlılık | 365 | 3,33 | 1,67 | 5,00 | 3,8105 | ,03646 | ,69662 | ,485 | -,248 | ,128 | -,352 | ,255 |
| Basarma_arzusu | 365 | 4,00 | 1,00 | 5,00 | 4,2726 | ,03563 | ,68063 | ,463 | -,970 | ,128 | 1,467 | ,255 |
| Valid N (listwise) | 365 | | | | | | | | | | | |

EK-7: Bilgi Teknolojileri Yeterlilik Düzeyi Analiz Çıktıları

Descriptive Statistics

| | N | Range | Minimum | Maximum | Mean | | Std. Deviation | Variance | Skewness | | Kurtosis | |
|----------------------------|-----|-------|---------|---------|-----------|------------|----------------|----------|-----------|------------|-----------|------------|
| | | | | | Statistic | Std. Error | | | Statistic | Std. Error | Statistic | Std. Error |
| bilgimean | 365 | 4,47 | 1,00 | 5,47 | 3,1078 | ,04315 | ,82443 | ,680 | ,109 | ,128 | -,363 | ,255 |
| ortalamaturizmdebilgisayar | 365 | 4,00 | 1,00 | 5,00 | 2,8998 | ,05172 | ,98808 | ,976 | ,070 | ,128 | -,641 | ,255 |
| btbirinci | 365 | 4,00 | 1,00 | 5,00 | 2,8822 | ,05190 | ,99155 | ,983 | ,142 | ,128 | -,627 | ,255 |
| btikinci | 365 | 4,00 | 1,00 | 5,00 | 3,1174 | ,05512 | 1,05313 | 1,109 | -,118 | ,128 | -,691 | ,255 |
| btüçüncü | 365 | 14,00 | 1,00 | 15,00 | 3,9299 | ,05423 | 1,03601 | 1,073 | 2,858 | ,128 | 35,058 | ,255 |
| btdördüncü | 365 | 4,00 | 1,00 | 5,00 | 2,8443 | ,05613 | 1,07234 | 1,150 | ,170 | ,128 | -,669 | ,255 |
| Valid N (listwise) | 365 | | | | | | | | | | | |

EK-8: Ölçeklerin Korelasyon Analizi Çıktısı

Descriptive Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|----------------------|--------|----------------|-----|
| ortalamagirisimcilik | 3,9078 | ,52330 | 365 |
| bilgimean | 3,1078 | ,82443 | 365 |

Correlations

| | | ortalamagirisimc ilik | bilgimean |
|----------------------|---------------------|--------------------------|-----------|
| ortalamagirisimcilik | Pearson Correlation | 1 | ,254** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 |
| | N | 365 | 365 |
| bilgimean | Pearson Correlation | ,254** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | |
| | N | 365 | 365 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Şule KAYA

Doğum Yeri ve Tarihi : Bakırköy – 10.09.1994

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Adnan Menderes Üniversitesi / Seyahat İşletmeciliği

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce (Yökdil: 81,25)

İş Deneyimi

Staj

- 15.06.2015 - 30.08.2015 – TAV Airports / TAVPort
- 15.09.2011 – 06.06.2012 – Tema Holding. A.Ş./ Dış Ticaret Operasyon

Öğretim Elemanı

- (2018- 2019) Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi

İletişim

E-mail

- sule.kaya@adu.edu.tr / sulekaya10@gmail.com

Cep Telefonu

- 0531 838 4107

Tarih

..../..../2019