

**GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ, DİJİTAL OKURYAZARLIK BECERİLERİ VE  
BİREYSEL YENİLİKÇİLİĞİN AÇIK ÖĞRETİM TURİZM  
ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNE ETKİSİ**

**Shovgi ZEYNALOV**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı  
Danışman: Doç. Dr. Ece DOĞANTAN**

**Eskişehir  
Anadolu Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Haziran 2022**

## **JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI**

## ÖZET

### GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ, DİJİTAL OKURYAZARLIK BECERİLERİ VE BİREYSEL YENİLİKÇİLİĞİN AÇIK ÖĞRETİM TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNE ETKİSİ

Shovgi ZEYNALOV

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2022

Danışman: Doç. Dr. Ece DOĞANTAN

Bu araştırma, açık öğretim turizm öğrencilerinin dijital girişimcilik eğilimlerini; girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık becerileri ve bireysel yenilikçilikleri kapsamında incelemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda öncelikle bu ilişkileri test etmek için bir model oluşturulmuş ve hipotezler geliştirilmiştir. Araştırmada veriler kolayda örnekleme yöntemiyle, çevrimiçi ortamda, anket tekniği ile toplanmış; 382 adet geçerli anket elde edilmiştir. Anket verileri üzerinde öncelikle geçerlilik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiş, yapısal model ise en küçük kareler yöntemiyle gerçekleştirilen yapısal eşitlik modellemesiyle test edilmiştir. Araştırma sonuçları, turizm öğrencilerinin dijital okuryazarlık becerilerinin ve girişimcilik eğitimlerinin bireysel yenilikçilik ve dijital girişimcilik eğilimleri üzerinde doğrudan ve pozitif etkiye sahip olduğunu ve bu ilişkilerde bireysel yenilikçiliğin kısmen de olsa aracılık etkisinin olduğunu göstermektedir. Araştırmada aynı zamanda bireysel yenilikçiliğin, öğrencilerin dijital girişimcilik eğilimine doğrudan etkisinin olduğu sonucuna da ulaşılmıştır. Eğitim programlarında teknoloji desteğiyle birlikte sağlanacak girişimcilik eğitiminin, hem öğrencilerin dijital okuryazarlık ve bireysel yenilikçilik düzeyini, hem de dijital girişimcilik eğilimini artıracakları öngörülmektedir. Bu kapsamda turizm programlarına, dijital çağın dinamikleriyle farklı eğilimler gösteren öğrencilere dijital girişimcilik yeteneklerini kazandırmanın yanı sıra onları girişimciliğe yönlendirecek yenilikçi bakış açısını da kazandırmaları konusunda gerekli adımları atması önerilmektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Girişimcilik eğitimi, Dijital okuryazarlık, Bireysel yenilikçilik, Dijital girişimcilik, Dijital girişimcilik eğilimi

## ABSTRACT

### THE EFFECTS OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION, DIGITAL LITERACY SKILLS AND PERSONAL INNOVATIVENESS ON DIGITAL ENTREPRENEURSHIP TENDENCY OF OPEN EDUCATION TOURISM STUDENTS

Shovgi ZEYNALOV

Department of Tourism Management

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, June 2022

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Ece DOĞANTAN

This research aims to examine open education tourism students' digital entrepreneurship tendency, within the scope of entrepreneurship education, digital literacy skills and personal innovativeness. In this context, first of all, a model has been formed to test these relationships and hypotheses have been developed. In the research, online survey data was collected via convenience sampling method and 382 valid questionnaires were obtained. Firstly, validity and reliability analysis were carried out on the survey data and the structural model was tested with partial least squares structural equation modeling. The results of the research demonstrated that tourism students' digital literacy skills and entrepreneurship education have a direct positive effect on personal innovativeness and digital entrepreneurship tendencies, and that personal innovativeness has a partial mediation effect in these relations. In the research, it was also concluded that personal innovativeness has a direct effect on students' digital entrepreneurship tendency. Entrepreneurship training, which will be provided with technology support in education programs, is predicted to increase both students' digital literacy and personal innovativeness levels, as well as their digital entrepreneurship tendencies. In this context, it is recommended that tourism programs take the necessary steps to provide students with digital entrepreneurship skills, who show different tendencies with the dynamics of the digital age, as well as to gain an innovative perspective that will guide them to entrepreneurship.

**Keywords:** Entrepreneurship education, Digital literacy, Personal innovativeness, Digital entrepreneurship, Digital entrepreneurship tendency

## ÖNSÖZ

Öncelikle bilimsel hazırlık eğitimimde bilgi birikimi ve deneyimiyle bana yol gösteren, çalışma konumun belirlenmesinden sonuna kadar geçen sürede yılmadan, bıkmadan, sorularımı cevaplayan, akademik gelişimimde önemli katkılar sağlayan ve hayatım boyunca teşekkür ve saygı duyacağım tez danışmanım, çok değerli hocam Doç. Dr. Ece DOĞANTAN'a minnetlerimi ve şükranlarımı sunarım.

Akademik danışmanım ve savunma jürimde yer alarak değerli görüşlerini sunan ve bana her konuda destek olan değerli hocam Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ'e teşekkür ederim.

Analizler kısmında her daim bana yol gösteren, SmartPLS konusunda görüş ve önerilerini benimle paylaşan, jürimde yer alarak önerilerini paylaşan değerli hocam Doç. Dr. Onur ÇAKIR'a teşekkürlerimi sunarım.

Tez çalışmamda bana her zaman yardım eden, deneyimlerini benimle paylaşan, değerli sınıf arkadaşlarım Rabia Özge KADIOĞLU, Aigerim ABYLGAZY ve Vugar NARIMANBAYLI'ye teşekkür ederim.

Son olarak tez çalışmam boyunca beni her zaman motive eden, bana her koşulda destek olan canım aileme şükranlarımı sunarım.

05/07/2022

## **ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ**

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan «bilimsel intihal tespit programı»yla tarandığını ve hiçbir şekilde «intihal içermediğini» beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Shovgi ZEYNALOV

## İÇİNDEKİLER

Sayfa

BAŞLIK SAYFASI.....	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ.....	vi
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLolar DİZİNİ.....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xi
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	xii
1.GİRİŞ.....	1
2. ALANYAZIN.....	5
2.1. DİJİTAL OKURYAZARLIK.....	5
2.1.1. Okuryazarlık ve Dijital Okuryazarlık Kavramı.....	5
2.1.2. Dijital Okuryazarlığın Boyutları.....	10
2.1.3. Turizmde Dijital Okuryazarlık.....	15
2.1.4. Dijital Okuryazarlık İle İlgili Araştırmalar.....	18
2.2. GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ.....	28
2.2.1. Girişimcilik Eğitiminin Tanımı ve Özellikleri.....	28
2.2.2. Girişimcilik Eğitiminin Amacı ve Önemi.....	32
2.2.3. Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi.....	35
2.2.4. Girişimcilik Eğitimi İle İlgili Araştırmalar.....	40
2.3. BİREYSEL YENİLİKÇİLİK.....	45
2.3.1. Bireysel Yenilikçiliğin Tanımı.....	45
2.3.2. Bireysel Yenilikçiliği Etkileyen Faktörler.....	49
2.3.3. Bireysel Yenilikçiliğe İlişkin Teoriler.....	54
2.3.4. Bireysel Yenilikçilik İle İlgili Araştırmalar.....	62
2.4. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK.....	69
2.4.1. Dijital Girişimciliğin Tanımı ve Önemi.....	69
2.4.2. Dijital Girişimciliğin Gelişimi ve Özellikleri.....	71
2.4.3. Turizmde Dijital Girişimcilik.....	74
2.4.4. Dijital Girişimcilik Eğilimi.....	78
2.4.5. Dijital Girişimcilik Eğilimi İle İlgili Araştırmalar.....	82
3. YÖNTEM.....	86
3.1. Araştırmanın Amacı.....	86

3.2. Araştırmanın Yöntemi.....	86
3.3. Araştırma Modeli ve Hipotezleri.....	88
3.4. Evren ve Örneklem.....	89
3.5. Veri Toplama Aracı ve Süreci.....	91
3.6. Pilot uygulama (Ön test).....	92
3.7. Verilerin Analizi.....	96
4. BULGULAR.....	99
4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular.....	99
4.2. Ölçüm Modeline İlişkin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri.....	100
4.3. Yapısal Model ve Hipotez Testlerine İlişkin Bulgular.....	104
5. SONUÇ.....	107
5.1. Tartışma.....	107
5.2. Sonuç ve öneriler.....	113
KAYNAKÇA.....	119
EKLER	
EK-1 Anket Formu	
EK-2 Etik Kurul Belgesi	
ÖZGEÇMİŞ	

## TABLolar DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
<b>Tablo 2.1.2.1.</b> Dijital Okuryazarlık Boyutları.....	10
<b>Tablo 2.4.2.1.</b> Dijital ve Geleneksel Girişimcilik Arasındaki Farklar.....	73
<b>Tablo 3.4.1.</b> Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sisteminde Bulunan Turizm Programlarındaki Aktif Öğrenci Sayıları ve Toplanan Anket Sayıları.....	90
<b>Tablo 3.5.1.</b> Ölçeklerin madde sayıları ve alındığı kaynaklar.....	91
<b>Tablo 3.6.1.</b> Pilot Çalışmada Yer Alan Dijital Okuryazarlık, Bireysel Yenilikçilik, Girişimcilik Eğitimi ve Dijital Girişimcilik Eğilimi Ölçeklerinin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma Değerleri ve Güvenirlik Sonuçları.....	93
<b>Tablo 4.1.1.</b> Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular.....	99
<b>Tablo 4.2.1.</b> Doğrulayıcı Faktör Analizi, Güvenirlik ve Yapı Geçerliliği Sonuçları..	101
<b>Tablo 4.2.2.</b> Ayırt Edici Geçerliğe Ait Sonuçlar.....	103
<b>Tablo 4.3.1.</b> Araştırma Modelinin Hipotez ve Test Sonuçları (Doğrudan Etki).....	105
<b>Tablo 4.3.2.</b> Araştırma Modelinin Hipotez ve Test Sonuçları (Dolaylı Etki).....	106

## ŞEKİLLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 2.3.3.1. Yeniliklerin Yayılması Modeli.....	54
Şekil 2.3.3.2. Teknoloji Kabul Modeli.....	57
Şekil 2.3.3.3. Bilgi Teknolojileri Alanında Bireysel Yenilikçilik.....	59
Şekil 2.3.3.4. Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanımı Teorisi).....	61
Şekil 2.4.4.1. Planlanmış Davranış Teorisi.....	80
Şekil 3.3.1. Araştırmanın Modeli.....	89
Şekil 4.3.1. Yapısal Eşitlik Modeli.....	104

## SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

<b><math>\alpha</math></b>	: Crobach's Alpa Katsayısı
<b>ABD</b>	: Amerik Birleşik Devletleri
<b>B</b>	: Etki Katsayısı
<b>NAMLE</b>	: National Association for Media Literacy Education
<b>MEB</b>	: Milli Eğitim Bakanlığı
<b>BİT</b>	: Bilgi ve İletişim Teknolojileri
<b>VD</b>	: Ve Diğerleri
<b>AS</b>	: Araştırma Sorusu
<b>GEM</b>	: Global Entrepreneurship Monitor
<b>KOSGEB</b>	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
<b>DİT</b>	: Diffusion of Innovativeness Theory
<b>TAM</b>	: Technology Acceptance Model
<b>TRA</b>	: Theory of Reasoned Action
<b>TUBİTAK</b>	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
<b>PIIT</b>	: Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology
<b>UTAUT</b>	: Unified Theory of Acceptance and Use of Technology
<b>WWW</b>	: World Wide Web
<b>BT</b>	: Bilgi Teknolojileri
<b>TDK</b>	: Türk Dil Kurumu
<b>PDT</b>	: Planlanmış Davranış Teorisi
<b>SPSS</b>	: Statistical Package for the Social Sciences
<b>SmartPLS</b>	: Partial Least Squares
<b>SEM</b>	: Structural Equation Modelling
<b>MOOC</b>	: Massive Online Open Courses
<b>DFA</b>	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
<b>YEM</b>	: Yapısal Eşitlik Modellemesi
<b>AVE</b>	: Average Variance Extracted
<b>HTMT</b>	: Heterotrait Monotrait Raition
<b>VIF</b>	: Variance Inflation Factor
<b>YKS</b>	: Yükseköğretim Kurumları Sınavı
<b>CR</b>	: Composite Reliability
<b>GA</b>	: Güven Aralığı
<b>P</b>	: Önemlilik Testlerine İlişkin Olasılık Değeri
<b>T</b>	: Ortalamalar Arası Farklar Değeri

## 1.GİRİŞ

Günümüzde İnternet ve işletmeciliğin etkileşimli doğası, dijital medya ve diğer bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak fırsatlar aramayı ifade eden “dijital girişimcilik” gibi postmodern yaklaşımları da beraberinde getirmiştir (Davidson ve Vaast, 2010). La Dinh vd., (2018) dijital girişimciliği, dijital çağda geleneksel girişimciliğin yeni iş yaratma ve iş yapma biçimleriyle uyumlaştırılması olarak tanımlamaktadır. Guthrie (2014) ise dijital girişimciliği, elektronik ağlar üzerinden dijital ürün ve hizmetlerin satışı olarak tanımlamaktadır. Çağımızda sektörlerin dijitalleştiği bir dönemde; yenilikçiliğin ve bilgi ve iletişim teknolojilerinin önemli rolü, sanal platformların yaygınlaşması, iş modellerindeki dönüşümler dijital girişimcilik konusunu önemli hale getirmektedir. Turizm sektörünün diğer sektörler ile sürekli etkileşimde olması ve bilgi temelli bir yapıya sahip olması, turizm endüstrisinin gelişiminde dijital girişimcilik faaliyetlerinin önemini daha da artırmaktadır. Doğantan (2022) turizmde dijital girişimciliğin gelişmesinde önemli olan faktörleri: Çevrimiçi paylaşım ekonomisindeki gelişmeler, dijital göçebelik kültürünün yaygınlaşması, turist profilindeki değişimler, ağ ve bilgi ekonomisindeki gelişmeler, iş modellerinin dijitalleşmesi, dijital pazarlama ve sosyal medyanın etkili kullanılması şeklinde sıralamaktadır.

Turistlerin turistik ürün satın alma karar süreci, ikamet ettiği yerde başlayıp tatillerini geçirdiği destinasyonlarda da devam ettiği için bu aşamalarda turist, dijital platformların sunduğu ürün ve hizmetlerden sıkça yararlanmaktadır. Bu kapsamda son yıllarda pek çok dijital girişimin ortaya çıktığı ve sayılarının gittikçe arttığı görülmektedir. Turizmde öne çıkan küresel dijital girişimlerden bazıları: *Airbnb*, *Uber* ve *Tripadvisor*'dir. Bunların yanı sıra *Cultural Trip*, *Mapify*, *Stasher*, *Zeelo* ve *Foça Halk Hikayeleri mobil uygulaması* gibi küçük ölçekli dijital girişimlere de rastlamak mümkündür. Örneğin, ev veya oda paylaşımı için kullanılan Airbnb, insanların seyahat planlamalarında konaklayacak yer bulmalarına ve mekân sahiplerinden kiralamalarına aracılık eden dijital bir girişimdir. Seyahat eden kişiler ev sahipleri ile iletişim kurarak ödemelerini gönderirken bu platformdan faydalanmaktadır. Bu platformlar yüksek oranda ekonomik değere sahiptir. Airbnb verilerine göre, Airbnb'nin dünya genelindeki toplam geliri 2021'de 5,99 milyar ABD dolarıdır. Bu, bir önceki yılın toplamı olan 3,38 milyara göre

önemli bir artıştır (Statista, 2022a). Diğer bir dijital girişim turistlerin araç/koltuk paylaşımı uygulaması olan Uber'dir. 2017 yılında Uber ayda 40 milyondan fazla kişiye ulaşmıştır. Uber, ABD'de taksi pazarından % 77'lik pay almıştır. 2021'de ise yaklaşık 17,5 milyar ABD doları net gelir elde etmiştir. Mobil ulaşım ağı şirketinin tüm dünyada aylık yaklaşık 93 milyon kullanıcısı vardır (Statista, 2022b). Turistlerin tercih ettikleri diğer bir dijital platform olan Tripadvisor, seyahat edecek kişilere gittikleri şehir ve ülkelerde en güzel, en popüler yerleri, konaklama için en iyi otelleri ve yemek için en iyi mekanları turistlere sunan bir uygulamadır. Tripadvisor'un dünya çapındaki geliri, koronavirüs (COVID-19) pandemisi nedeniyle 2020'de keskin bir düşüşün ardından 2021'de bir önceki yıla göre yaklaşık %49 artmıştır. Genel olarak, şirketin geliri, 2020'de 604 milyon ABD dolarından yükselerek 2021'de 902 milyon ABD dolarına ulaşmıştır (Statista, 2022c). *Cultural Trip*, 2011 yılında Kris Naudts tarafından Londra'da kurulmuş insanlara dünyanın kültürünü ve yaratıcılığını keşfetmeleri için ilham veren küresel bir teknoloji girişimidir (http-3). Diğer bir uygulama ise *Mapify*, 2017'de Berlin'de David Pflugpeil ve arkadaşları tarafından yaratılmış bir sosyal pazar yeri uygulamasıdır. Mapify, dünyanın dört bir yanındaki yolcuları geçmiş ve devam eden yolculuklar aracılığıyla birbirine bağlamak için tasarlanmış, seyahat deneyimleri için bir sosyal pazar yeridir (http-4). Turistlerin bagaj depolamalarında kullandıkları dijital girişim uygulaması *Stasher*, 2015 yılında Anthony Collias, Jacob tarafından Londra'da kurulmuştur. Şirketin toplam net geliri 5,4 milyon ABD dolarıdır. Stasher, kısa süreli ziyaretçileri güvenli bir şekilde bagaj depolamak için yeri olan bir yerel otel ve mağaza ağına bağlayarak çalışan dünyanın ilk bagaj depolama ağıdır (http-5). *Zeelo*, 2016'da Barney Williams ve Sam Ryan tarafından Londra'da kurulan bir şirkettir ve toplam geliri 5.5 milyon ABD dolarıdır. Zeelo, okula gidip gelmek ve seyahat etmek için akıllı ulaşım hizmetleri geliştiren güvenli bir otobüs paylaşım şirkettir (http-6). Türkiye'de Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm Fakültesi öğretim üyesi başkanlığında "*Akıllı Destinasyon Yönetimi-SMARTDEMA*" projesi kapsamında geliştirilen turizmde yerel dijital girişimcilik platformlarından biri Foça Halk Hikâyeleri mobil aplikasyonudur. Bu projeye Foça'nın gün yüzüne çıkmamış halk hikâyeleri, mobil aplikasyona dönüştürülerek ulusal ve uluslararası dijital turizme kazandırılması hedeflenmektedir (http-7). Bu girişimler aynı zamanda turizm alanında ürün ve hizmet çeşitliliğini artırmakta, ekonomik işlemlerin hızını, turistlerin memnuniyet düzeyini olumlu yönde etkilemektedir (Dredge vd., 2018). Gelecekteki kariyer tahminleri, dünyanın her

zamankinden daha hızlı değiştiğinin ve bu değişikliklerin iş pozisyonları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunun altını çizmektedir. Dolayısıyla dijital girişimler, bilgiye dayalı yenilikçi turizm işletmesi konseptleri geliştirmek için önemli bir etkiye sahiptir. Bu nedenle dijital girişimciliğin turizm alanındaki payının her geçen gün arttığı ve yükselen bir alanı temsil ettiği söylenebilir.

Turizmde dijital girişimcilerin yetişmesi ve dijital girişimciliğin özendirilmesi yeni iş alanlarının yaratılması ve ekonomik kalkınmanın sağlanması açısından son derece önemlidir. Spesifik olarak, bilgi teknolojilerinin, yapay zekanın ve yeni ekonominin ilerlemesiyle birlikte işlerin doğasındaki değişimler, öğrencilerin okullarda almış oldukları girişimcilik eğitiminin yanı sıra yaygın olarak öğretilenlerden farklı yeni bilgi ve beceriler edinmesini de gerektirmektedir (Biemans vd., 2009). Bu ilerlemeler karşısında üniversitelerin de dönüşmesi, dijital çağın dinamikleriyle farklı eğilimler gösteren öğrenci gruplarına dijital girişimcilik yeteneklerini kazandırmanın yanı sıra onları girişimciliğe yönlendirecek yenilikçi bakış açısını da kazandırmaları gerekmektedir. Yenilikçi girişimlerin ortaya çıkması için en önemli konulardan biri de girişimcilik eğiliminin oluşmasıdır. Özellikle üniversitelerin kazandırmış olduğu girişimcilik yetenekleri, mezunların girişimcilik eğilimlerinin artırılmasında katalizör görevi üstlenmektedir (Nian vd., 2014). Bu kapsamda öğrencileri birer dijital girişimciye dönüştürecekt faktörlerin de neler olduğunun araştırılmasının önemli olduğu düşünölmektedir.

Alanyazın incelendiğinde, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik çok sayıda araştırmanın varlığı dikkat çekmektedir (Gün Eroğlu ve Avcı, 2021; Akpınar vd., 2021; Lu, Song ve Pan, 2021; Mukhtar vd., 2021; Jiatong vd., 2021; Doanh, 2021; Gençer ve Gürdoğan, 2022). Ancak söz konusu araştırmaların sıklıkla öğrencilerin geleneksel girişimcilik eğilimleri üzerine odaklandığı, günümüzün dijitalleşen dünyasıyla önem kazanan yeni girişimcilik yaklaşımlarından dijital girişimcilik eğilimleri üzerine yapılan sınırlı sayıda çalışmanın olduğu gözlenmektedir. Bununla birlikte dijital girişimciliğin teşvik edilmesinde girişimcilik eğitiminin (Mugiono, Prajanti ve Wahyono, 2021) yanı sıra dijital yetenekler (Arnim ve Mrozewski, 2020), bireysel yenilikçilik (Akhter, Karım ve Islam, 2022), yaratıcılık (Mugiono, Prajanti ve Wahyono, 2021) bilgi ve iletişim teknolojileri (Tekin ve Kusbeci, 2021) gibi bazı özelliklerin ön plana çıktığı ancak bunların dijital girişimcilik eğilimleri

üzerinde etkisini ampirik olarak test eden sınırlı sayıda çalışmanın olduğu gözlenmektedir. Ayrıca araştırmalar dijital girişimcilik için önemli olan yenilikçi bakış açısının kazandırılmasında geleneksel girişimcilik eğitiminin yanı sıra dijital okuryazarlık becerilerinin de önemine işaret etmektedir (Güngör ve Kurtipek, 2020; Primahendra vd., 2021). Açık ve uzaktan eğitim literatürü incelendiğinde ise dijital girişimcilik ile ilgili herhangi bir araştırma bulgusuna rastlanılmamış hatta öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik sınırlı sayıda çalışmanın olduğu gözlenmiştir (Chea, 2017; Kağncioğlu vd., 2021 ve Macias, Fernandez ve Vieites, 2021). Tüm bu bilgiler değerlendirildiğinde, bu araştırmada açık öğretim turizm öğrencilerinin dijital girişimcilik eğilimlerinin; üniversitede almış olduğu girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık becerileri ve bireysel yenilikçilikleri kapsamında incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada ayrıca girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık becerileri, bireysel yenilikçilik ve dijital girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkilerin de ortaya konması amaçlanmıştır. Bu kapsamda öncelikle dijital girişimcilik ve yakın ilişkili olduğu düşünülen dijital okuryazarlık, girişimcilik eğitimi, bireysel yenilikçilik kavramları konusunda ilgili alanyazın taranmış ve kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Alanyazında değişkenler arasında ilişkiler açıklanırken araştırma sorularına da yer verilmiştir. Daha sonra araştırmanın yöntemi ve analizleri sonucunda ortaya çıkan bulguları aktarılmıştır. Araştırmanın son bölümünde ise araştırma sonuçlarının benzer çalışmalarla tartışması yapılmış ve sonuç bölümü aktarılmıştır. Ayrıca açık ve uzaktan eğitim ile örgün turizm programlarına öğrencilerinin dijital girişimcilik eğilimlerinin arttırılması konusunda çeşitli öneriler sunulmuştur.

## **2. ALANYAZIN**

Araştırmanın bu bölümünde ilgili alanyazın kapsamında kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Dört bölümden oluşan alanyazının ilk bölümünde dijital okuryazarlık kavramı, ikinci bölümde girişimcilik eğitimi, üçüncü bölümde bireysel yenilikçilik ve son bölümde ise dijital girişimcilik konusu ele alınmıştır.

### **2.1. DİJİTAL OKURYAZARLIK**

Bu başlık altında okuryazarlık ve dijital okuryazarlık kavramı, dijital okuryazarlığın boyutları, turizmde dijital okuryazarlık ve alanyazındaki ilgili araştırmalar yer almıştır.

#### **2.1.1. Okuryazarlık ve Dijital Okuryazarlık Kavramı**

Sürekli güncellenen ve hızlı bir şekilde değişen bilgi iletişim teknolojileri ve dijital medya araçları 21. yüzyılda hayatımızı önemli derecede etkilemiştir. Gelişen teknolojinin etkileri pek çok değişime neden olmuş ve bu değişimler okuryazarlık üzerinde de etkilerini göstermiştir. İlk çağlarda insanlar sadece kağıt üzerindeki basılı olan harfleri okurken zamanla “okuma-yazma” becerileri de çevrimiçi ortamlara taşınmıştır. Bütün bu değişimler okuryazarlıkta yeni türlerin oluşmasına sebep olmuştur. Bu türlerden biri de dijital okuryazarlıktır. Öncelikle okuryazarlık kavramı nedir diye düşünüldüğünde akılda oluşan ilk düşünce okuma-yazma, okuyup yazılanları anlama, dinleme ve konuşma becerileridir. Bu beceriler okuryazarlık kavramının alt yapısını oluşturan temel unsurlar olarak belirtilmektedir. Günümüz dünyasında “okuryazarlık” kavramı toplumların gelişerek değişim göstermesi açısından da insanların günlük yaşamlarında hissedilmektedir. İfade ve iletişim türlerinin tercih edildiği toplumlarda bireyler, sembol sistemlerini bir araç olarak kullanmaları sebebiyle “okuryazarlık” kavramını temel becerilerinden biri olarak kabul etmektedir (Hobbs, 2010). Okuryazarlık toplum açısından “iletişimsel simgelerin etki gösterme becerisi” olarak tanımlanmaktadır (Kellner 2001; Kress 2003). Tanımdan anlaşılacağı gibi toplumun anlam taşıyarak “iletişimsel simge almasında” ve çağımızın ihtiyaçlarının giderilmesinde bir özellik olarak göze çarpmaktadır. Bununla birlikte toplumların, beklentileri ve ihtiyaçları farklılık göstermekte ve toplum gelişen dünyanın hızına ayak uydurabilecek şekilde değişmektedir. Dolayısıyla okuryazarlık kavramı daha geniş anlam ifade etmekle birlikte günümüz dünyasında oldukça önemli bir terimdir.

Frankel vd., (2016) okuryazarlıkla ilgili ilkeler dizinini farklı şekilde incelemiş ve yeniden belirleyerek ele almışlardır:

- Okuryazarlık, sosyal uygulamalarda yer alan yapıcı, bütünleştirici ve eleştirel bir süreç olarak tanımlanmaktadır. “Okuryazarlık” kavramı sosyokültürel ve etkinlikler arasındaki ilişkileri kullanarak metinlerin ve okuyucuların işlemlerini hayata geçirmelerinde yardımcı rol oynamaktadır.

- Okuryazarlık, “yazma”, “konuşma” ve “dinleme” becerileri ile birlikte gelişerek şekillenmektedir.

- Okuryazarlık stratejik olarak farklı disiplin yeteneklerinden oluşmaktadır. Disiplin uygulamalarına gömülü bağlamsallaştırılmış anlama stratejilerinin kullanımını içerir; bu ilke özellikle okulda yapılan okumalar için önemlidir.

- Okuryazarlık kavramı motivasyon ve katılımı gerektirir. Okumaya bağımlılığı artırmak için bireylerde motivasyon ve ruh yüksekliği faktörlerinin olması okuryazarlıkta son derece önemlidir.

- Okuryazarlık, günümüzün değişen ve gelişen bir terimi olarak literatürde önem taşımaktadır. Okuyucunun yaşamı boyunca, gerçek dünya amaçları ve motivasyonları olan otantik görevler bağlamında gelişir ve bu, okul içinde olduğu kadar okul dışında da gerçekleşen okuma için geçerlidir.

Her geçen gün gelişmekte olan bilgi ve iletişim teknolojileriyle birlikte okuryazarlık kavramı da değişim göstermektedir. Araştırmalarda ortaya konulan okuryazarlık tanımları ile ilgili ortaya çıkabilecek ihtiyaç ve sorunların giderilmesini baz alarak çalışmalar yapılmaktadır (Direkçi, Akbulut ve Şimşek, 2019). Kress (2003), çağımızın Anglo-Sakson geleneğini kavramsal açıdan tanımlayarak yeni bir “okuryazarlık” kavramının literatürde yer almakta olduğunu altını çizmiştir. Günümüzde okuma-yazma kavramı sadece kağıt üzerinde yazılanları çözümleyerek yeni fikir olgusunu ortaya koymak değildir. Aynı zamanda kağıtta yazılanları anlamlandırmak da son derece önem taşımaktadır. Hayatımızın günlük yaşamında okuryazarlık kavramı da değişim göstererek farklı anlamlar kazanarak yeni bağlamlarda kullanılabilir (Kurudayıoğlu ve Tüzel, 2010). Çağımızda bireylerin düşünce ve istekleri birbirlerine göre farklılaşma gösterdiğinden onların ihtiyaç ve sorunlarına çözüm yolları aramak, ihtiyaçlarını gidermek ve eriştikleri bilgiyi belli bir düzeyde kullanabilmeleri için okuryazarlık türleri gelişerek farklı ivmeler kazanmıştır. Araç ve ortamları baz alınarak “bilgi okuryazarlığı”, “kültürel okuryazarlık”, “finansal okuryazarlık”, “bilgisayar

okuryazarlığı”, “medya okuryazarlığı” ve “dijital okuryazarlık” gibi farklı türlerin oluşumuna neden olmuştur. Buna göre *bilgi okuryazarlığı*, karşımıza çıkacak sorunları çözümlenmede bilgi kaynaklarını ve iletişim teknolojilerini baz alarak kullanan bir yetenek olarak literatürde yer almaktadır (Zurkowski, 1974). Bilgi okuryazarlığı, uzun bir gelişim süresi, zengin çağrışım ve yayılımı ve geniş uygulama senaryoları olan ve teknolojinin hızlı gelişimine uyum sağlamaya büyük önem veren bir kavramdır.

*Kültürel okuryazarlık*, belirli bir kültürden bir grup insanın geleneklerini, düzenli etkinliklerini ve tarihini anlayabilmek anlamına gelmektedir. Aynı zamanda müzeler, galeriler ve performanslar gibi kültürel alanlarda bu gelenekler, etkinlikler ve tarihle ilişki kurabilmek anlamında da kullanılmaktadır (Zor, 2014). *Finansal okuryazarlık*, “insanların günlük yaşamlarında bütçe sorunlarını halletmek için finansal konuları araştırarak anlama yeteneği ve finansal sorunlara duyarlı kararlar verebilme yeteneği” olarak tanımlanmaktadır (Mandell, 2008). Finansal okuryazarlık, en yaygın olarak, kişinin finansal işlerini nasıl başarılı bir şekilde yönettiğiyle veya kişisel finansa özgü insan sermayesi biçimiyle ilgili özel bir tüketici uzmanlığı türü olarak görülmektedir. *Bilgisayar okuryazarlığı*, “insanların bilgisayar işlemlerinde karşılaştıkları sorunlara çözüm yolları arayana kadar değişim gösteren beceri ve yetenek düzeyleriyle bilgisayarları, tabletleri, telefonları ve diğer araçları verimli bir şekilde kullanma ve anlama yeteneği” olarak tanımlanmaktadır (Hoffman ve Vance, 2005). Bilgisayar okuryazarlığı, internet ortamındaki program ve bilgisayarların kullanımından ziyade özellikle teknoloji araçlarının tasarlanmasında ve kodlanmasında diğer araç-gereçlerden farklılaşarak bilgisayar programlarına odaklanmıştır (Tobin ve Catherine, 1983). *Medya okuryazarlığı*, “mesajların analizinden daha çok mesajların neden orada olduğunun farkındalığı ile ilgilidir” (Lewis ve Jhally, 1998). Medya okuryazarlığı, alınan ve gönderilen mesajların sorgulaması ve eleştirilmesi ile ilgili bir beceridir (Hobbs ve Jensen, 2009). ABD’de Ulusal Medya Okuryazarlığı Eğitimi Derneği (NAMLE), medya okuryazarlığı kavramını “bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanırken bireylerin bilgiye erişmeleri, eriştikten sonra analiz etmeleri ve en sonunda değerlendirme yaparak anlamaları şeklinde” tanımlamıştır.

Bilgi teknolojilerinin sürekli gelişim göstermesi, bilgi ve iletişim araçlarının da değişmesi ve gelişmesine sebep olmuştur. Hızlı bir şekilde her geçen gün gelişen bilgi teknolojilerinin hayatımızda önemli bir konumda olması, toplum açısından oldukça önemli hale gelmiştir. İnsanlar artık farklı yerlerden istedikleri bilgiye erişebilmeleri için

interneti yoğun şekilde kullanmakta ve ihtiyaçlarını giderebilir hale gelmektedirler. Bu gelişmelerin yanı sıra bilgiye ulaşmada diz üstü ve masaüstü bilgisayarlar, tabletler ve akıllı telefonlar tercih edilmektedir. Bu kapsamda bireylerin bu araçlar aracılığıyla bilgiye erişmesi, erişilen bilgiyi analiz etmesi ve anlamlandırması önemli hale gelmiştir. Bu yeteneklerin bireylerde olması için yüksek derecede okuryazarlık becerilerinin bulunması beklenmektedir (Direkçi, Akbulut ve Şimşek, 2019). Bu bağlamda dijital okuryazarlık becerileri günümüzde gittikçe daha fazla önem taşımaktadır. Dolayısıyla dijital okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi ve bu becerilere sahip olan bireylerin dijital okuryazar olarak yetiştirilmesi önemlidir.

Sürekli gelişen bilgi teknolojileri, kültürel ve toplumsal ortamlar, dijital teknolojilerin kişisel ve profesyonel faaliyetlerde ne zaman ve nasıl kullanıldığını yeniden tanımladığı için dijital okuryazarlığın tek bir tanımına ulaşmak zordur (Helsper, 2012). Dijitalleşen dünya ile önem kazanan “*dijital okuryazarlık*” kavramı “bireylerin ulaşabildikleri bilgiye kolayca erişebilmeleri ve ulaşmaları için dijital araçlardan araştırma yaptıkları zaman dijital teknolojilerin sunduğu avantajlardan yararlanabilme ve bilgiye eriştikten sonra bilgiyi değerlendirmeleri” olarak tanımlanmaktadır (Rakimahwati ve Ardi, 2019). “Dijital okuryazarlık”, bilgi kaynaklarını kullanmadan ziyade bireylerin iletişim teknoloji becerilerini ortaya çıkarmakla dijital araçlarda ulaşılan bilgi kaynaklarına rahat bir şekilde erişme ve analiz etme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Gilster, 1997). Duggan vd., (2013)’e göre dijital okuryazarlık becerileri, ömür boyu çalışma ve kişisel yaşam için gerekli faktörlerden biridir. Dijital okuryazarlık, bireylerin gelişimini olumlu bir şekilde etkilemekle birlikte ulaşılan bilgi kaynaklarını kullanmaları durumunda, yararlanılan bilgi teknolojilerinin kurallar ve ahlak değerlerini uygun bir biçimde anlama yeteneği olarak bilinmektedir (Özerbaş ve Kuralbayeva, 2018).

Literatür incelendiğinde dijital okuryazarlık ile ilgili tanımların aşağıdaki gibi yapıldığı görülür. Dijital okuryazarlık:

- Farklı ortamlarda mesajlara erişme, bunları analiz etme, değerlendirme ve üretme yeteneğidir (Polizzi, 2020).
- İnternete erişim, dijital bilgileri bulma, yönetme ve düzenleme becerileri; iletişime katılmak ve başka bir şekilde çevrimiçi bilgi ve iletişim ağına katılma becerileridir (Falloon, 2020).
- Bilgiyi bulma, işleme, üretme ve iletme yeterliklerini içermektedir (Radovanovic vd., 2020).

• Teknik, prosedürel, bilişsel ve duygusal olarak sosyal becerilerin birleşimidir (Liu vd., 2020).

• 21. yüzyıl bireylerinin yaşam durumlarında hedeflerine ulaşmalarını desteklemek ve dijital araçları kullanmaları için gereken bir dizi beceri setidir (Foo vd., 2014).

Dijital okuryazarlık, bilgiye ulaşan toplum için gereken beceri, yani bireysel ve sosyal etkileşim ile eğitim ve iş ihtiyaçları için elektronik ekipmanın kullanımınıdır (Reddy vd., 2020). Diğer bir tanıma göre ise dijital okuryazarlık, bireylerin dijital teknoloji araçlara ulaştıktan sonra onları uygun olarak kullanma, farkındalık oluşturma ve analiz edebilme becerilerine sahip olmaları, yönetebilmeleri ve değerlendirebilmeleridir (Yeşildal, 2018).

Yukarıda anlatılanlar göz önünde bulundurulduğunda dijital okuryazarlık becerileri aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

- Dijital araç-gereçleri uygun bir şekilde kullanma,
- Dijital içerik oluşturan web tabanlı metinleri yorumlama, analiz etme ve güvenilirliğini ispatlamak için kullanma,
- Uygun dijital araçları tercih eden bireylerin, bilginin oluşturulmasında, araştırılmasında ve iletişimin kurulmasında edindiği yetenekleridir (Common Sense Media, 2009).

Anlatılanlar çerçevesinde, bu becerilere sahip olan dijital girişimcilerin, dijital ortamlarda eriştikleri bilgi ve iletişim teknolojilerini çok kolayca kullanabilir hale gelebilecekleri söylenebilir. Ayrıca ulaştıkları bilgi kaynaklarını nerede ve nasıl kullanabileceklerini bilmeleri kolaylaşır. Dijital okuryazarlığın, dijital girişimcilerin iletişim teknoloji becerilerini ortaya çıkararak dijital araçlarda ulaşılan bilgi kaynaklarına rahat bir şekilde erişip, analiz etmelerini de sağlayabileceği öngörülebilir.

### **2.1.2. Dijital Okuryazarlığın Boyutları**

Dijital okuryazarlık kavramını oluşturan boyutlar araştırmacılar tarafından sınıflandırılmıştır. Bu kapsamda bazı yazarlar dijital okuryazarlığın bilişsel ve sosyal-duygusal boyutları üzerinde dururken, diğer yazarlar daha çok dijital okuryazarlığın teknik boyutuna odaklanmaktadır. Bahsedildiği üzere farklı yazarların sınıflandırdığı dijital okuryazarlık boyutları Tablo 2.1.2.1’de ele alınmıştır:

**Tablo 2.1.2.1. Dijital Okuryazarlık Boyutları (Yazar tarafından derlenmiştir)**

<i>Yazar</i>	<i>Yıl</i>	<i>Dijital Okuryazarlık Boyutları</i>
Eshet-Alkalai ve Amichai-Hamburger	2004	Fotoğraf-görsel okuryazarlığı Çoğaltma (yeniden oluşturma) okuryazarlığı Çoklu okuryazarlık Bilgi okuryazarlığı Sosyal-duygusal okuryazarlık
Martin	2006	Farkındalık Tutum Yetenek
Lankshear ve Knobel	2006	Kültürel okuryazarlık Eleştirel okuryazarlık Tekno okuryazarlık İleri seviyede okuryazarlık
Honan	2008	Bilgi edinme Metni anlamlandırabilme Metni fonksiyonel kullanabilme Metni eleştirel olarak analiz edebilme ve dönüştürebilme
Martin	2008	Dijital yeterlik Dijital kullanım Dijital dönüşüm
Bawden	2008	Geleneksel beceriler Art alan bilgisi Temel yetkinlikler Tutumlar ve bakış açıları
Kıyıcı	2008	Bilgi okuryazarlığı Medya okuryazarlığı Bilgisayar okuryazarlığı Teknoloji okuryazarlığı
Hague ve Payton	2010	İşlevsel beceriler Yaratıcılık Eleştirel düşünme ve değerlendirme Kültürel ve sosyal anlayış İşbirliği Bilgiyi bulma ve seçme yeteneği Etkili iletişim E-güvenlik
Gee ve Hayes	2011	Dijital okuma ve yorumlama Görüntü oluşturma Uygulama
Ferrari	2012	Bilgi Tutum Beceri
Riel, Christian ve Hinson	2012	Teknolojik Psikolojik Sosyal

[Tablo 2.1.2.1 (Devam) Dijital okuryazarlık boyutları].

Ng	2012	Teknik Bilişsel Sosyal-Duygusal
Acar	2015	Farkındalık Bağlamsal kullanım Güvenli katılım Dijital kimlik yönetimi Temel araç Ortam bilgisi
Hamutoğlu, Güngören, Uyanık ve Erdoğan	2017	Tutum Teknik Bilişsel Sosyal
Staff	2018	Akademik tutumlar Zihniyetler Öğrenme
Duran ve Özen	2018	Dinleme-izleme Okuma Yazma
Sulak	2019	Öğretim teknolojileri Bilgi ve iletişim Teknik yeterlik
T.C. Milli Eğitim Bakanlığı (MEB)	2020	Ortak çalışma Güvende kalma Etkili iletişim kurma Kültürel ve sosyal farkındalık Yaratıcı olmak

Tablodaki boyutlar ele alındığında, Eshet-Alkalai ve Amichai-Hamburger (2004) tarafından dijital okuryazarlıkla ilgili beş tür okuryazarlık becerisinin belirtildiği görülür: Bunlardan ilki *fotoğraf-görsel okuryazarlığıdır*. Okuryazarlığın bu türü yazı sembollerini kullanan bir iletişim aracı olarak ele alınmıştır. *Çoğaltma (yeniden oluşturma) okuryazarlığı*; eskiden var olan veya yeni dijital malzemeleri (metin, ses, video, resim) eserlere düzenleme yaparak bilgilerin yeniden üretilmesi, dağıtılması ve kullanılması anlamına gelir. *Çoklu okuryazarlık*; metinler arasında doğrusal olmayan, rahat ve özgür bir şekilde internette hiper metin (ingilizce “hypertext”, metin dizilerinde verilen konuları aramamıza izin veren teknoloji) kullanımını mümkün kılan okuryazarlık türüdür. *Bilgi okuryazarlığı*; modern çağda, web tabanlı bilgileri kolayca yayınlanabilen ve zorlanmadan manipüle edilebilen dijital bilgiye sınırsız maruz kalma ile bilgiyi doğru bir şekilde değerlendirme ve anlama yeteneği ile ilişkilendirilir. Son olarak *sosyal-*

*duygusal okuryazarlık*; kullanıcıların eleştirel, analitik, olgun olması ve yüksek derecede bilgiye hakim olan ve çevrimiçi ortamlarda satınalma gibi işlemleri yapma yeteneğine sahip olmaları için gereken okuryazarlık türüdür. Eshet-Alkalai ve Amichai-Hamburger (2004) dijital okuryazarlığın bilgi okuryazarlığı boyutu ile beceriler ve stratejiler karmaşıklığında anlam taşımamasını sağlayan ilişkiler arasında güçlü bir aracın olduğuna dikkat çekmişlerdir. Bu çalışmaya benzer bir şekilde diğer yazarlar: Akkoyunlu ve Soylu (2010), Kazu ve Erten (2014) ve Timur vd., (2014) öğretmen ve öğretmen adayları konusundaki gerçekleştirmiş oldukları araştırmalarında, öğretmen ve öğretmen adaylarının farkındalık, motivasyon, teknik erişim ve yetkinlik alt boyutlarını dijital yetkinlik düzeylerine göre inceleyerek literatüre farklı bakış açısı sunmuşlardır. Martin (2006) ise dijital okuryazarlığı, bireylerin dijital kaynakları belirlemesi ile bilgiye erişebilmeleri, ulaşılan bilgiyi yönetebilmeleri ve son olarak bilgiyi bütünleştirebilmeleri için üst bilişsel olarak bilinen becerileri kullanmaları olarak ele almıştır. Bu becerilerin bireylerin tutumları, yeteneği ve farkındalığı ile ilişkili olduğunu vurgulamıştır. Lankshear ve Knobel (2006), çalışmalarında dijital okuryazarlığı “kültürel okuryazarlık”, “eleştirel okuryazarlık”, “teknoloji okuryazarlık” ve “ileri seviyede okuryazarlık” olmak üzere dört kategoride sınıflandırmıştır. Honan (2008) ise dijital okuryazarlık becerilerini metin içerisindeki kodu çözme, fonksiyonel olarak bilgiyi kullanabilme, metin içi bilgileri eleştirel bir şekilde analiz etme ve dönüştürme şeklinde ele almıştır.

Martin (2008) dijital okuryazarlığı üç unsura göre belirlemiştir. İlk olarak dijital yeterliğin dijital okuryazarlığın temelinde yer aldığını belirtmiştir. İkinci olarak, dijital kullanımı, bireylerin ihtiyaçları doğrultusunda bu araçlardan yararlanması şeklinde tanımlamıştır. Ulaşılmak istenen bilgiye erişmek, analiz etmek ve oluşan sorunu çözmek için bireyler, dijital araçları kullanmaktadırlar. Üçüncü aşama dijital dönüşüm olarak belirtilmiştir. Bu aşamada birey kullandığı dijital araçların gelişimine yenilik ve yaratıcılık getirerek mesleki alana katkı kazandırmaktadır. Bawden (2008), dijital okuryazarlığın boyutlarını dört kategoride incelemiştir: İlk boyut olan geleneksel becerileri, teknoloji ve bilgisayar okuryazarlığının geleneksel becerilerine sahip olma ile ilgili boyut olarak ele almıştır. İkinci boyut art alan bilgisini, yeni bilgi biçimlerinin ne olduğunu ve bireylerin dijital bilgi dünyasına nerede ve hangi düzeyde uymalarını anlamakla ilgili olduğunun ve bu durumun dijital okuryazar olmak için önemli koşullardan biri olduğunu belirtmektedir. Üçüncü olarak temel yetkinlikler; ulaşılan bilgiyi anlamlandırma ve değerlendirme yaparak analiz etme, kullanabilme anlamına

gelmektedir. Son olarak tutumlar ve bakış açıları, dijital ortamda her bir bireyin kendi durumu için gerek duyduğu ihtiyaç ve güvenlik gibi konuları içerir. Kıyıcı (2008) öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeylerini belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada dijital okuryazarlığı, tek bir boyutta değil, bilgi okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı, medya okuryazarlığı ve bilgisayar okuryazarlığının alt boyutları şeklinde ele almıştır. Hague ve Payton (2010) dijital okuryazarlık bileşenlerini farklı bakış açısından inceleyerek sekiz alt başlıktan oluştuğunu vurgulamıştır. Bunlar: “işlevsel beceriler, yaratıcılık, eleştirel düşünme ve değerlendirme, kültürel ve sosyal anlayış, işbirliği, bilgiyi bulma ve seçme yeteneği, etkili iletişim ve en son e- güvenlik” becerilerini kapsamaktadır. Hague ve Payton (2010)’un sekiz bileşen içerisine kültürel ve sosyal anlayış, iş birliği, e-güvenlik gibi bileşenleri de ekleyerek dijital okuryazarlığı farklı biçimde ele aldıkları gözlenmiştir. Gee ve Hayes (2011), dijital okuryazarlığı “dijital okuma ve yorumlama”, “dijital ortamda veriler elde ederek görüntü oluşturma”, “bu bilgilerin değerlendirerek uygulama yapılması” şeklinde sınıflandırmıştır. Ferrari (2012) ise dijital okuryazarlığın boyutlarını tanımlarken farklı öğrenme alanları olmak üzere kapsamlı bir tanım yapmıştır. İnternet ortamında bilgiyi tanımlayarak bulabilmek, erişimde gereken bilgileri edinebilmek, değerlendirme yaparak düzenleyebilmek için bireylerin tutum, beceri ve bilgi seti ile ilişkili olduğunu belirtmiştir. Riel vd., (2012) tarafından önerilen dijital okuryazarlık kavramı ve boyutları; teknolojik, psikolojik ve sosyaldır. Bu boyutlardan dijital okuryazarlığın bir karmaşık beceriler biçimi olduğu ve insanların mevcut dijital ortamlarda işlemlerini kolayca yapabilmeleri için sahip olması gereken yeni becerileri içerdiği anlaşılabilir.

Ng (2012), Eshet-Alkalai ve Amichai-Hamburger’nin (2004) modelinden yararlanarak dijital okuryazarlık kavramını teknik, bilişsel ve sosyal-duygusal boyutlar şeklinde ele almıştır. Bu çalışmada Ng (2012) tarafından geliştirilen Dijital Okuryazarlık Ölçeği temel alındığı için ölçeği oluşturan alt boyutlar kapsamlı şekilde aşağıda açıklanmıştır.

Ng (2012) modelinin *teknik boyutu*, genel olarak öğrenme ve günlük faaliyetlerde BİT’i kullanmak için gereken teknik ve operasyonel becerilere sahip olmak anlamına gelir. Örneğin; “kulaklıklar, harici hoparlörler ve akıllı tahtalar gibi giriş ve çevre birimlerini bağlayabilme ve kullanabilme” becerilerini kapsamaktadır. Dijital ortamlı platformlarda dijital okuryazar olan bir birey, örneğin dosya yapılarını anlayarak teknolojileri yeterli şekilde çalıştırabilme, dosya boyutlarını ve depolama için gerekli

alanı anlamayı içeren veri aktarımını yönetebilme, uygulamaları bulma, indirme ve yükleme becerilerine sahip olabilme (ve gerekli olmadığında kaldırma), mobil cihazların kullanımı, veri indirmeyle ilişkili veri ücreti maliyetlerini anlama, iletişim ve sosyal ağ araçlarını kurmak ve kullanmak, İnternette kullanıcı hesabı bilgilerini e-posta yoluyla gönderme ve alma gibi bir takım yeteneklere sahiptir.

Ng (2012)'nin dijital okuryazarlık modelini oluşturan ikinci boyut olan *bilişsel boyut*, dijital ortamda bilgiyi arayan, değerlendiren ve işlem döngüsünü oluşturma ile birlikte eleştirel düşünme becerilerini yansıtır. Bu ilişki aynı zamanda, belirli bir görevi öğrenmek veya yapmak için uygun yazılım programlarını değerlendirmekle seçebilmek anlamına da gelmektedir. Dijital okuryazarlığın bu boyutu, bireylerin dijital platformlarda bilgi ve iletişim temelli dijital kaynaklardan yararlanmaları ile birlikte ahlaki ve yasal konular (örneğin, telif hakları ve intihal) hakkında bilgi edinmelerini gerektirmektedir. Bireyler metin tabanlı bilgileri bularak kullanmaları durumunda görüntülerden, videolardan, haritalardan ve modellerden gelen bilgilerin kodunu çözebilmeli, uygun programları kullanarak analiz edebilmeli, değerlendirebilmeli ve anlamalıdır.

Dijital okuryazarlık modelinin diğer boyutu olan *sosyal-duygusal boyut*; çevrimiçi ortamda bireylerin kişisel bilgilerinin gizli tutulmasında, sosyalleşmesinde ve öğrenme için interneti sorumlu bir şekilde kullanabilmesinde önemli olan yetenekleri kapsamaktadır (Ng, 2012). Yanlış yorumlama ve yanlış anlaşılmayı önlemek için saygı duyma, uygun dil ve sözcükleri kullanma gibi yüz yüze iletişimde olduğu gibi benzer kuralların uygulanması yoluyla bireylerin kişisel bilgileri mümkün olduğunca gizli tutarak kişisel güvenliği korumak gibi becerileri kapsamaktadır. İnterneti sürekli kullanan bireylerin tehdit altına düştükleri zaman durumu nasıl çözebileceklerini içerir. Dijital okuryazarlığın bu boyutu, dijital ortamlarda işlem yapan bir kişinin interneti güvenli bir şekilde kullanabilmeyi beceren kişi olduğunu ortaya koyar. Bu durumda interneti sorumlu kullanan bir kişi, kişisel bilgilerini gizli tutarak güvenliğini sigorta etmiş olur. Örneğin; internette video izlemeyi tercih eden bir birey modelin “teknik boyutu”, videoda sunulan ifadelerden ipuçları toplayabilmesi, “sosyal-duygusal boyutu”, görüntülenen videodan çıkarımlar yaparak fikirlerin değerlendirerek analiz edebilmesi “bilişsel boyutu” için örnek olarak gösterilebilir.

Ng, 2012'nin çalışmasından yola çıkan Hamutoğlu vd., (2017)'nin çalışmasında dijital okuryazarlık modeli dört boyutta ele alınmıştır. Bu boyutları teknik, tutum, bilişsel ve sosyal olmak üzere dört kategoride sınıflandırmıştır. Staff (2018) ise dijital

okuryazarlığı akademik tutumlar, zihniyetler, öğrenme gibi bilişsel olmayan faktörleri geliştirmeye yönelik bir program olarak tanımlamıştır. Duran ve Özen (2018), dijital okuryazarlığın “dinleme-izleme”, “okuma” ve “yazma” gibi becerilerden oluştuğunu inceleyerek literatüre katkı sağlamışlardır. Sulak (2019) ise dijital okuryazarlığı üç farklı boyutta ele almıştır. Dijital okuryazarlığı “öğretim teknolojileri”, “bilgi ve iletişim” ve “teknik yeterlik” şeklinde kategorilere ayırarak tanımlamıştır.

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), (2020); ortak çalışma, güvende kalma, etkili iletişim kurma, kültürel ve sosyal farkındalık ve yaratıcılığı; dijital okuryazarlığı oluşturan boyutlar şeklinde ele alarak bu becerilerin dijital okuryazarlık ile ilişkili olduğunu belirtmiştir.

Bütün anlatılanlardan hareket edildiğinde, Ng'nin (2012) oluşturmuş olduğu dijital okuryazarlık boyutları ve ölçeğinin, dijital okuryazarlık kavramını daha açıklayıcı bir şekilde ele aldığı gözlenmiştir. Bu modelin boyutlarının dijital girişimcilik konusuyla da daha ilişkili olduğu düşünülmüştür. Bu kapsamda bu araştırmada Ng (2012)'nin geliştirdiği dijital okuryazarlık boyutları ve ölçeği temel alınmıştır.

### **2.1.3. Turizmde Dijital Okuryazarlık**

Günümüzün İnternet ekonomisinde istihdamın sağlanması için dijital içerik ve ürünleri geliştirmek, dijital platformların aracılık ettiği iş modellerini işletmek ve dijital pazarlama stratejilerini uygulamak için bu teknolojiler konusunda yetişmiş kişilerin olması beklenmektedir (Greenwood vd., 2017; Reichstein ve Harting, 2018). Bu kapsamda farklı eğitim düzeyinde öğrenim gören bireylere, günümüzün ihtiyaç ve gereksinimlerine uygun bir şekilde “dijital okuryazarlık” ve “dijital girişimcilik” gibi yeteneklerin kazandırılması önem taşımaktadır (Doğantan, 2020). Söz konusu durum turizm sektörü için de geçerlidir. Turizm sektörü İnternet ekonomisi ve dijital teknolojilerin hızlı gelişimine paralel olarak ilerleme sağladığı için özellikle dijital okuryazarlığın önemi her geçen gün artmaktadır (Chiao vd., 2018; Tavakoli ve Wijesinghe, 2019). Ayrıca turizm sektöründe hizmetlerin sağlanmasında bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) yoğun kullanımı, hizmetler ve tatil destinasyonları için en iyi seçenekleri aramak ve elde etmek için bu teknolojilere son derece bağımlı bir tüketici pazarına hizmet etmesi, dijital okuryazarlığın önemini artırmaktadır. Günümüz dünyasında turizm sektöründe dijital araçların kullanımı neredeyse tartışılmaz hale gelmiştir ve özellikle bu yeniliklerin hızlı şekilde uygulanması gerekmektedir. Sürekli

gelişen teknolojiler, tüm turizm endüstrisinin çalışma süreçlerinde birtakım değişiklikleri şekillendirmiştir (Dexeus, 2019). Bu nedenle turizmde dijital rekabet, inovasyona ulaşmak için 21. yüzyılın zorunluluklarından biri haline gelmiştir (Laar vd., 2017; Almerich vd., 2018; Reichstein ve Harting, 2018). Turizm endüstrisinin, müşteri ve pazar ilişkisinde taleplere uyum sağlaması gereken bir sektör olduğu göz önünde bulundurulduğunda, pazarlama, planlama ve tanıtım faaliyetleri kapsamında dijital araçlara daha çok ihtiyaç duyulmaktadır (Doğantan, 2020).

Hizmet ağırlıklı bir sektör olan turizm endüstrisinde, çalışanlar sürekli olarak insanlarla etkileşim halindedir, bu nedenle dijital çağın iletişim becerilerine sahip olmaları bir gerekliliktir. Çağımızda turizm endüstrisindeki işletmelerin çoğu; yenilik yapabilen, dijital teknolojileri kullanabilen ve yüksek derecede eğitim düzeyine sahip kişileri aramaktadır. Bu becerilere sahip bireyler, yeni dijital teknolojileri kullanarak turizm endüstrisinin günlük iş süreçlerinin değişiminde önemli bir rol üstlenmiştir. Bu yenilikler sonucunda turizm işletmeleri müşterilerinin ihtiyaç ve gereksinimlerine daha duyarlı bir şekilde cevap verebilmiştir. Dolayısıyla sürekli yenilenen ve esneklik kazanan turizm sektörü, müşteri beklentilerini ve gereksinimlerini karşılayabilmek için dijital araçları kullanabilen çalışanlara ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda turizm sektöründe tercih edilen dijital teknolojilerin üniversite öğrencilerine eğitim süreçlerinde öğretilmesi, sektörün yenilikçi bakış açısı kazanması açısından çok önemlidir (Doğantan, 2020).

Türkiye’de yükseköğretim kurumlarında turizm alanında eğitim gören öğrencilerin ders müfredatlarının incelenmesi durumunda bu alanda özellikle web tabanlı internet ve bilgisayar uygulamalarına yönelik hizmetleri sağlamak için dijital okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesine dair eğitimlerin verildiği dikkat çekmektedir. Bu kapsamda dijital becerilerin kazandırılmasında turizmde dijitalleşmeyi anlamaya yönelik eğitimlerin verildiği görülür (Doğantan, 2020). Turizm alanında teknolojik becerilerin öğrencilere öğretilmesi ile onların dijital yeteneklerinin gelişmesine yardım etmek mümkündür. Bu tür yeteneklerin eğitim yoluyla kazandırılması üniversite öğrencileri için son derece önemli olduğu düşünülürse, gelecek çalışmalarında teknolojileri nasıl kullanmaları konusunda gerekli olacaktır (Balula vd., 2019). Bu kapsamda turizm alanında verilen eğitimlerin bazıları: “Turizm Bilgi Teknolojileri”, “Önbüro, Kat Hizmetleri ve Yiyecek-İçecek Otomasyonu”, “Bilgisayarlı Önbüro Yönetimi”, “Turizmde E-Girişimcilik”, “Dijital Turizm”, “İnovasyonel Turizm Uygulamaları”, “Bilet Satış”, “Tur Operasyonu Uygulamaları”, “Otel İşletmelerinde Simülasyon

Uygulamaları”, “Online Turizm Uygulamaları” derslerine yöneliktir (Doğantan, 2020). Bu bağlamda bireylerin erken okul yıllarından başlayarak dijital kaynaklara erişimi ve uygun kullanımını tanımlamaya yönelik farkındalık ve tutum geliştirebilmeleri için dijital okuryazarlığın geliştirilmesine yönelik derslerin teşvik edilmesi gerekmektedir. Turizm endüstrisinde yapılacak olan girişimlerin teknoloji alanında yapılabilmesinin bilgi alt yapısıyla sağlanabileceği düşünüldüğünde öğrencilerin bilgi teknolojileri ve dijital okuryazarlık konusunda bilgi sahibi olmaları önemli görülmektedir (Doğantan, 2019). Prensky’ye göre (2001) günümüzde dijital becerilere sahip olmayan bireylerin hem iş hem de eğitim hayatında başarılı olmaları imkansızdır.

Dijital yeteneklerle donatılmış yenilikçi bakış açısı ve mezunlara dijital teknoloji becerilerinin kazandırılması, turizmde dijital girişimlerin gerçekleşmesi açısından da oldukça önem arz etmektedir. Turizmde dijital girişimciler diğer sektörlerdeki girişimcilerle karşılaştırıldığında, dijital girişimci adaylarının geleneksel girişimcilere göre daha teknoloji bağımlısı veya teknoloji meraklısı olduğu gözlemlenerek onlardan dijital okuryazar olmaları beklenmektedir (Chen, 2013). Sosyal medyanın bireyler tarafından etkin bir şekilde kullanılması ve iyi bir okuryazar olmaları turizm sektöründe işletmelerin müşterileri ve hissedarları ile etkileşim kurmasında önemli olduğu için mesleki alanlarda çalışanların yüksek derecede dijital okuryazarlık becerilerine sahip olmaları, sosyal medya ve sanal platformlar için en önemli faktörlerden biri haline gelmektedir (Sigala ve Chalkiti, 2015). Ayrıca bilgi üretiminin kilit rol oynadığı günümüz dünyasında, dijital teknoloji fırsatlarının artması ve dijital girişimcilik uygulamalarının gittikçe yaygınlaşmasıyla sanal platformlarda başarılı projeler yaratmanın dijital yeteneğe bağlı olmasından dolayı bireylerin dijital okuryazarlık becerilerine sahip olmaları girişimcilik ve yenilikçilik açısından son derece önemlidir (Koçak ve Göksu, 2020). Tüm bu anlatılanlardan yola çıkılığında dijital okuryazarlık becerilerinin hem yenilikçiliği hem de girişimci eylemleri yönlendireceği ve özellikle dijital girişimcilik eğilimi üzerinde önemli bir rol oynayacağı söylenebilir. Bu kapsamda araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

**AS<sub>1</sub>:** Dijital okuryazarlığın bireysel yenilikçiliğe etkisi var mıdır?

**AS<sub>2</sub>:** Dijital okuryazarlığın dijital girişimcilik eğilimine etkisi var mıdır?

#### **2.1.4. Dijital Okuryazarlık İle İlgili Araştırmalar**

Dijital okuryazarlık ile ilgili literatür tarandığında özellikle ulusal çalışmalarda 2008 yılından günümüze kadar geçen sürede bir artış yaşandığı görölmektedir. Bu kapsamda çalışmaların çoğu ilköğretim, ortaöğretim, öğretmen ve öğrenci velileri üzerine yoğunlaşmakta ve okuryazarlığın farklı değişkenlerle olan ilişkilerini ve katılımcıların dijital okuryazarlık becerilerini incelemektedir. Uluslararası literatürde ise araştırmaların bazılarının ölçek geliştirmeye yönelik olduğu, bazılarının dijital okuryazarlık düzeylerini belirlemek, bazılarının ise ilişki test etmek amacıyla yapıldığı gözlenmiştir. Bu araştırmalarda öğretmen ve öğretmen adayları, öğrenciler ve yetişkin bireyler üzerinde durulmaktadır. Turizmde dijital okuryazarlık konusunda üniversite öğrencileri üzerine yapılan çalışmalar ise sınırlı sayıdadır. Bu bölümde hem ulusal hem de uluslararası alanda yapılan çalışmalar incelenerek özet halinde sunulmuştur.

Yukarıda belirtildiği gibi ilgili literatürde yer alan çalışmaların çoğu öğretmen ve öğretmen adaylarına üzerine yoğunlaşmış ve dijital okuryazarlıkları farklı değişkenler ile ilişkisi ele alınmıştır. Bu kapsamda Akkoyunlu ve Soylu (2010)'nun araştırmalarının amacı öğretmenlerin dijital yetkinlik ve sayısal okuryazarlık düzeylerini belirlemektir. Öğretmenlerin orta düzeyde dijital okuryazarlığa sahip oldukları gözlemlenirken, farkındalık ve motivasyon değişkenlerinin daha yüksek olduğu, ancak teknik erişim ve güçlendirme düzeylerinin orta düzeyde olduğu saptanmıştır. Öğretmenlerin uzmanlık alanlarına göre dijital araçları kullanma düzeyleri incelendiğinde, bilgisayar ve fen bilimleri öğretmenlerinin farkındalık, motivasyon, teknik erişim değişkenlerine göre genel ortalama puanlarının yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Ng (2012), Avustralya'daki bir üniversitede bir grup öğretmen adayının dijital yerlilik ve dijital okuryazarlık düzeylerini araştırmayı amaçlamıştır. Bu kapsamda çalışmada öğrencilerin dijital okuryazarlık derecelerini ve tanıdık olmayan teknolojileri kullanmada ne kadar kolay öğrenip öğrenmediklerini araştırmışlardır. Araştırma sonuçları, lisans öğrencilerinin öğrenim süreçlerinde genellikle aşına olmadıkları teknolojileri kolayca kullanabildiklerini göstermektedir. Velez vd., (2017) bir öğretmen ve aile örneğinde dijital okuryazarlık düzeyini belirlemeyi amaçlamıştır. Verilerin analiz edilmesi sonucunda, öğretmenlerin kavramsal düzeyde dijital okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Ancak uygulama yaparken bu değerlerin düşük olduğu; dijital okuryazarlığın kavramsal düzeyleri ailelere göre yüksek seviyede iken internet ortamında işlemleri gerçekleştirilmede düşük bir yeterliliğe sahip oldukları görölmüştür. Özerbaş ve

Kuralbayeva (2018) araştırmalarında, Türkiye ve Kırgızistan'ın ğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeylerini ortaya koymayı ve belirli değişkenler açısından incelemeyi hedeflemişlerdir. Yapılan analizler sonucunda Kırgızistan'daki ğretmenlerin Türkiye'deki öğretmenlere göre dijital okuryazarlık açısından kendilerini yeterli bulmadıkları sonucuna varılmıştır. Gürbüz ve Karakuş (2018) alışmalarında ğretmen adaylarının dijital okuryazarlık öz-yeterlik durumlarının belirlemeyi amaçlanmış ve bu amacı gerçekleştirmek için "ğretmen Adaylarının Dijital Okuryazarlık z Yeterlik leği" geliştirmiştir. Araştırma sonucunda ğretmen adaylarının öz yeterliliğini ve dijital okuryazarlığını belirlemeye yönelik geliştirilen ölçeğin güvenilirlik ve geçerlilik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Kozan ve Bulut zek (2019) alışmalarında Bilgisayar ve ğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü'nde eğitim alan ğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeyleri ve siber zorbalığa yönelik duyarlılıklarının farklı değişkenler açısından incelemek amaçlanmıştır. Araştırma sonucuna göre ğretmen adaylarının dijital okuryazarlık ve siber zorbalığa ilişkin duyarlılıklarının yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Hamutoğlu vd., (2019) alışmalarında Türkiye'de bulunan bir devlet niversitesinin Bilgisayar ve ğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümüne kayıtlı olan ğretmen adaylarının e-öğrenme ve dijital okuryazarlık becerilerine yönelik tutumlarını araştırmayı hedeflemişlerdir. Ayrıca, çalışmada bu değişkenlerin cinsiyet ve önceki e-öğrenme deneyimleri açısından farklılık gösterip göstermediğini ve öğretmenlerin tutumları ile dijital okuryazarlık becerileri arasındaki potansiyel ilişkiyi de araştırmayı amaçlanmıştır. Araştırmanın sonuçlara göre genel olarak, katılımcıların e-öğrenmeye yönelik tutumlarında önemli bir değişiklik gözlemlenmesine rağmen, dijital okuryazarlık becerileri üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Yontar (2019) alışmasının amacı ilköğretim ve sosyal bilgiler ğretmenliği bölümünde öğrenim görmekte olan ğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeylerinin farklı değişkenler açısından incelenmesidir. Elde edilen bulgular sonucunda erkek ğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeylerinin kadın ğretmen adaylarından anlamlı derecede yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca katılımcıların dijital okuryazarlık becerilerine orta düzeyde sahip oldukları saptanmıştır. Mudra (2020), araştırmasında ge öğrencilerin ve İngilizce ğretmenlerinin dijital okuryazarlığın yararları ve engellerine yönelik algılarını araştırmayı amaçlamıştır. Sonuçlar, İngilizce öğrenirken dijital okuryazarlığın ge öğrencileri olumlu ve olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir. Dijital okuryazarlığın olumlu yönleri arasında; ge öğrencilerin yazma, okuma, dinleme ve konuşma

becerilerini geliştirme, özgün materyallere alışma, dijital teknoloji kullanım sıklığını artırma, öğretmen-öğrenen ve öğrenen-öğrenen arasındaki çevrimiçi işbirliğini geliştirme yer almıştır. Ancak çalışma sonuçlarına göre internet erişimini etkileyen zayıf sinyallerle ilgili sorunlar hala sorun olmaya devam etmektedir. Çevrimiçi dijital materyallerin içeriği, genç öğrencilerin yorumlaması ve basit, kendi kendini düzenleyen bilgilere dönüştürmesi için kolay değildir. Ayrıca, dijital okuryazarlık araçlarının pahalı olduğu da düşünülmektedir. Bu olumsuz yönler, dijital okuryazarlık araçlarının karmaşıklığı, genç öğrenciler arasındaki farklı anlama düzeyleri ve İngilizce öğretmenlerinin dijital okuryazarlık deneyimlerinin olmaması gibi diğer sorunlardan etkilenmektedir. Aksoy vd., (2021) sınıf öğretmenlerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesinde çeşitli değişkenleri incelemeyi hedeflemiştir. Bulgular cinsiyet değişkenine göre hem erkek hem de kadın öğretmenlerin dijital okuryazarlık düzeylerinin benzerlik gösterdiğini ortaya koymuştur. Yaş faktörünün dijital okuryazarlığı önemli şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, öğretmen adaylarının dijital teknolojileri kullanım süreçlerinde farklılaşma bulunmamıştır. Neslihan Bay (2021) çalışmasında ise öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeylerini tespit etmeyi ve cinsiyet, mezun olduğu lise ve sınıf düzeylerine göre incelemeyi hedeflemiştir. Araştırma sonucuna öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık becerilerinin yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Cinsiyet, mezun olunan lise ve sınıf düzeylerinin dijital okuryazarlık becerileri üzerinde herhangi bir etkisi bulunmamıştır. Erdem vd., (2021) öğretim kurumlarında eTwinning projeleri yürüten öğretmen ve öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeylerini bazı değişkenler açısından incelemiştir. Araştırma sonuçlarında, eTwinning projeleri yürütmek için öğretmenlerin dijital okuryazarlık becerilerini geliştirmeleri ve bu projede uygun şekilde kullanmalarının önemli olduğu belirtilmiştir.

Dijital okuryazarlık konusunda alanyazın taraması sonucunda çalışmaların ilköğretim, ortaöğretim ve üniversite öğrencileri kapsamında değerlendirildiği gözlenmiştir. Bu bağlamda birinde Kıyıcı (2008)'nin çalışmasının amacı, 10. sınıf lise öğrencilerinin sayısal (dijital) okuryazarlık düzeylerini belirlemek ve sayısal okuryazarlık düzeylerini çeşitli değişkenler açısından incelemektir. Araştırmanın sonucunda erkek öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeylerinin kadın öğretmen adaylarına göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. İnterneti sürekli olarak kullanan ve aile geliri yüksek olan öğretmen adaylarının ise düşük gelirlilere göre daha yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Hatlevik (2009) araştırmasında 9. sınıf öğrencileri arasındaki dijital

okuryazarlığın okulda ve okul dışında bilgisayar başında geçirilen zamanla, aile geçmişiyle ve okuldaki önceliklerle nasıl ilişkili olduğunu belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlar, dijital okuryazarlıkta büyük bir çeşitlilik olduğunu ortaya koymaktadır ve bu, 9. sınıf öğrencileri arasında bir dijital okuryazarlık ayrımını göstermektedir. Ayrıca, sonuçlar dijital okuryazarlığın hem okul faktörleriyle (örneğin, BİT destekli bir iklime sahip bilgisayarlara ve okullara erişim) hem de ev faktörleriyle (örneğin aile geçmişi) nasıl ilişkili olduğunu göstermektedir. Genel olarak, bulgular birey ve okul düzeyindeki sistematik faktörlerin dijital okuryazarlık üzerinde bir etkisi olduğunu göstermektedir. Bhatt (2012), Birleşik Krallık'taki bir kolejinde yetişkin bir öğrenci kursu için yazma ödevlerini tamamladığında ortaya çıkan dijital okuryazarlık uygulamalarını inceleyen çok yönlü bir doktora çalışmasının ön bulgularını bildirmektedir. Bu çalışma, sınıf pratiğini dönüştürmek için öğrencilerin dijital araçları kişisel yaşamında etkin ve kararlı bir şekilde kullanıp kullanmadığını ortaya koymaktadır. Bulgular, kişisel dijital okuryazarlık uygulamalarını sınıf temelli okuryazarlık etkinliklerinde harekete geçirmenin, öğrencilerin kendi günlük dijital okuryazarlık uygulamaları ile derslerinin gereksinimleri arasında başarılı bir şekilde bağlantı kurmalarını sağladığını göstermektedir. Shopova (2014), öğrencilerin yalnızca akademik sonuçlarını yükseltmekle kalmayıp, aynı zamanda dijital okuryazarlık becerilerini geliştirmeye yönelik motivasyonlarını belirlemek için öğrenme sürecinde öğrenciler tarafından BİT kullanımının kapsamını ve biçimini analiz etmek için araştırma yapmıştır. Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar, öğrencilerin dijital okuryazarlığını ve BİT kullanma becerilerini geliştirmenin, öğrenme sürecinde başarılı performans ve daha iyi sonuçlar elde etmeleri için önemli bir koşul olduğunu göstermektedir. Ayrıca dijital okuryazarlık yeterliliklerinin edinilmesi, gençlerin işgücü piyasasında daha fazla rekabet edebilirliğini sağlamak ve bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimin genişletilmesi için bir ön koşul olarak belirtilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, üniversiteye gelen gençlerin büyük çoğunluğu, bilimsel problemleri çözmek ve bireysel veya takım halinde farklı görevleri yerine getirmek zorunda kaldıklarında internet ve bilişim teknolojilerini kullanmak için gerekli becerilere sahip değildir. Cihak vd., (2015) zihinsel yetersizliği olan üç lise öğrencisinin işlevsel dijital okuryazarlık becerilerini incelemiştir. Sonuçlar, tüm öğrencilerin bu işlevsel dijital okuryazarlık becerilerini edindiğini ve sürdürdüğünü göstermiştir. Bulgular, dijital bir topluma daha fazla katılımı artırmak için temel dijital okuryazarlık becerilerinin öğretilmesi bağlamında tartışılmaktadır. Adeoye ve Adeoya,

(2017) Güneybatı Nijerya'daki Federal Üniversitelerin lisans öğrencilerinin dijital okuryazarlık becerilerini araştırmışlardır. Çalışma, öğretim görevlilerinin öğrencileri intihalde bulunmadan web üzerindeki elektronik bilgi kaynaklarını kullanarak akademik araştırma yapmaya teşvik etmesi gerektiği sonucunu ortaya koymuştur. Öçal (2017) araştırmasında Ankara'nın merkez ilçelerinde yer alan ilkokul öğrencilerinin öz yeterlilik algılarını belirlemeyi amaçlamıştır. Öğretmen ve velilerin okuryazarlık seviyelerinin "çok yeterli" olduğu saptanmıştır. Veli ve çocuklarının ise dijital okuryazarlık seviyeleri "orta yeterli" düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bayrakdaroğlu ve Bayrakdaroğlu (2017) çalışmasının amacı, öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerinin yanı sıra finansal okuryazarlığın öğrencilerin internet girişimciliği niyeti üzerindeki etkilerini incelemektir. Araştırma bulgularına göre hem dijital okuryazarlık becerileri hem de finansal okuryazarlığın öğrencilerin internet girişimciliği niyeti üzerindeki anlamlı ve pozitif etkisinin olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte dijital okuryazarlık etkisinin finansal okuryazarlığa oranla bireyler üzerinde daha güçlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Onursoy (2018) üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi amaçlamıştır. Üniversitede eğitim gören gençlerin dijital teknolojilere erişim ve kullanım düzeyinin yüksek olduğu kanıtlanmıştır. Yeşildal (2018) çalışmasında yetişkin bireylerin dijital okuryazarlık ve sağlık okuryazarlığını bazı değişkenlere göre incelemeyi amaçlamıştır. Ulaşılan sonuçlara göre bireylerin sağlık okuryazarlığının cinsiyet, yaş, gelir durumu ve öğrenim durumuna; dijital okuryazarlığın ise cinsiyet, yaş, medeni durum, gelir durumu, öğrenim durumu, yaşanılan bölge durumuna göre değişiklik gösterdiği sonucuna varılmıştır. Dijital okuryazarlık ve sağlık okuryazarlığı arasında pozitif ve zayıf yönde bir ilişkinin bulunduğu gözlenmiştir. Duran ve Özen (2018) ilkokul ve ortaokul düzeyinde Türkçe ders ve eğitim programlarında dijital okuryazarlık becerilerini geliştirmeye yönelik içeriklerin hangi durumda olduğunu araştırmayı amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda eğitim ve ders kitaplarının içeriğinde dijital okuryazarlığa ait bilgilere yer verildiği belirlenmiştir.

Rafi vd., (2019) çalışmasında öğrencilerin veri tabanı kaynaklarını kullanma ve çevrimiçi bilgi arama konusundaki teknolojik yeterliliklerini anlamayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda çalışma, dijital okuryazarlık eğitimi ile ilgili eğitim içeriklerini ve atanmış öğretmenleri değerlendirmek için öğrencilerin yeni teknolojik trendler üzerindeki akademik etkileşimlerine odaklanmaktadır. Araştırmanın bulgularına göre üniversite öğrencilerine BİT konusunda eğitim verilmemektedir ve yeni adaylar için dijital

okuryazarlık eğitmenleri bulunmamaktadır. Kütüphanelerdeki yeni eğitimsel ve teknolojik gelişmeler konusunda öğrenciler ve kütüphane yönetimi arasında olumsuz bir akademik etkileşim olduğunu göstermiştir. Üniversite düzeyinde dijital maruz kalan öğrenciler teknik eksikliklerini önemli ölçüde geliştirememektedir. Öğrenciler dijital okuryazarlık becerisinin yetersizliğini akademik hedeflere ulaşmada potansiyel bir engel olarak görmektedirler. Islami (2019), girişimci davranışlar ve girişimci niyetler üzerindeki dijital okuryazarlık (bilgisayar okuryazarlığı ve internet okuryazarlığı) arasındaki nedensel ilişkiyi ampirik olarak incelemeyi amaçlamıştır. Sonuçlara dayalı olarak, Jember'deki ekonomik eğitim çalışma programlarındaki öğrencilerin dijital okuryazarlığının, girişimcilik niyetini, özellikle girişimcilik davranışlarını etkilemek için hala sınırlı olduğu bulunmuştur. Bununla birlikte, girişimcilik niyetinin, girişimci davranışlara yönelik dijital okuryazarlığa aracılık ettiği kanıtlanmıştır. Rahmi ve Cerya (2019), girişimcilik dersi alan öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerinin düzeyini analiz ederek sonuçları ortaya koymayı amaçlamıştır. Analizler; girişimcilik dersindeki öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerinin yeterli düzeyde olduğunu ancak gösterge içerik oluşturmanın hala düşük düzeyde olduğunu göstermiştir. Ursej (2019) dijital okuryazarlığın önemi ile ilkökul çocukları arasında dijital okuryazarlığın geliştirilmesinde okul ve öğretmenlerin rolü üzerine odaklanmaktadır. BİT kullanımıyla öğretim, büyük ölçüde öğretmenlerin motivasyonuna ve ileri eğitime bağlı olmakta ve ilkokullarda dijital okuryazarlığın artırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmanın sonuçları, eğitim politika yapıcılara okul müfredatında dijital okuryazarlığa farklı bir yön vermeyi düşünmeleri gerektiğini göstermektedir. Rakimahwati ve Ardi (2019) çalışmalarının amacı Endonezya, Padang'daki anaokulunda interaktif oyunun dijital okuryazarlık yeteneğine etkisini belirlemektir. Deneysel verilerin analizi, deneysel sınıftaki çocukların etkileşimli oyunlar kullanarak dijital okuryazarlık becerilerinin etkileşimli olmayan oyunlara göre daha yüksek sonuçlar verdiğini göstermektedir. Analizler sonucunda etkileşimli oyunların, anaokulunda dijital okuryazarlık yeteneğini etkilediği sonucuna varmıştır. Dönmez (2019) çalışmasında lise öğrencilerine yönelik bilgi güvenliği farkındalığı oluşturarak onlar arasında dijital okuryazarlık ilişkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar dijital okuryazarlık becerileri ile bilgi güvenliği farkındalığı arasında anlamlı ve doğrusal bir ilişkinin bulunduğunu ortaya koymuştur. Öte yandan öğrencilerin bilgi güvenliği farkındalığının iyi bir düzeyde olduğu belirlenmiştir. Zulkarnain vd., (2020) Endonezya'da dijital

okuryazarlık üzerine yapılan araştırmaların sınırlı sayıda olduğunu belirtmişlerdir. Bu noktadan yola çıkararak çalışmalarında Covid-19 döneminde e-öğrenme yoluyla öğrencilerin dijital matematik okuryazarlığını haritalamayı amaçlamışlardır. Bu çalışmadan elde edilen bulgular, günümüzde halk tarafından, özellikle öğrenciler tarafından sıklıkla bir bilgi kaynağı olarak kullanılan medya başta olmak üzere, medya kullanımında bilgi, anlayış ve beceriler üzerinde olumlu etkisi olan dijital okuryazarlık becerilerinin önemine işaret etmektedir. Araştırma sonuçlarına göre e-öğrenme kullanarak öğrencilerin matematik dijital okuryazarlıklarında bir artış olduğu sonucuna varılmıştır. Pala ve Başıbüyük (2020) alışmasında ortaokulda öğrenim gören 5. sınıf ğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin farklı değişkenler açısından ele almıştır. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerinin yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Dijital okuryazarlık düzeylerinin; yerleşim yeri, kardeş sayısı, anne ve baba mesleği vb. faktörlere göre değişim gösterdiği ancak öğrencilerin dijital okuryazarlık seviyelerinin cinsiyet faktörüne göre anlamlı düzeyde değişmediği gözlemlenmiştir.

Okumuş ve Atilgan (2021) alışmalarında dijital okuryazarlık becerilerinin yanı sıra bu beceriler ile mahremiyet kaygıları arasında bir ilişkinin olup olmadığını belirlemiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin dijital okuryazarlık ve dijital mahremiyetlerine ilişkin algularının ortalamanın oldukça üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Gldağ (2021) alışmasında niversite ğrencilerinin dijital okuryazarlık seviyelerini ve dijital veri güvenliği farkındalığı arasındaki ilişkileri araştırmayı hedeflemiştir. Sonuçlar, niversite ğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin orta ama dijital veri güvenliği farkındalıklarının yüksek düzeyde olduğunu göstermiştir. Cinsiyet değişkenine göre erkek öğrenciler kız öğrencilere kıyasla hem dijital okuryazarlık hem de veri güvenliği farkındalığı konusunda yüksek düzeydedir. ğrenim durumuna göre bir farkın olmadığı ortaya çıkmış ancak kişisel bilgisayara sahip olan bireylerin dijital okuryazarlık ve veri güvenliği farkındalık düzeyleri, bilgisayara sahip olmayanlara göre daha yüksektir. Sosyal medyayı kullanan öğrencilerin dijital okuryazarlık ve veri güvenliği farkındalık düzeyleri arasında bir farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bayrakcı ve Narmanlıoğlu (2021) alışmalarının amacı, Türkiye’deki lisans ve mezun öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerini ölçmektir. Araştırma sonuçlarına göre dijital okuryazarlıkları; erkek öğrencilerin kadın öğrencilerden, lisans mezunlarının lisans öğrencilerine oranla yüksek düzeyde olduğu

bulunmuştur. Aynı zamanda 25-32 yaş aralığında öğrencilerin; diğer öğrencilerden, dijital teknoloji araçları kullananlardan, teknolojik gelişmeler hakkında sürekli bilgi edinenlerin de dijital okuryazarlığı yüksektir. Dominguez vd., (2021) üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin, bilgi ve iletişim teknolojisinin kullanımı ile turizm alanında yapılan çalışmaların analizini yapmayı amaçlamıştır. Araştırma sonucunda dijital okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu ve turizm alanında uzmanlaşma eksikliğinin olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma aynı zamanda geleceğin profesyonelleri için, özellikle BİT'in kilit bir unsur olduğu turizm gibi sektörlerde, başarılı bir şekilde yüzleşmeleri için gerekli araçların kullanımındaki zorlukları ortaya çıkarmıştır. Ahmet (2021) cinsiyet, sınıf, bölüm, bilgisayar varlığı, ev interneti varlığı, mezun olunan lise türü, anne ve baba eğitim durumu değişkenler açısından meslek yüksekokul öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesini amaçlamıştır. Meslek yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin dijital okuryazarlık seviyelerinin iyi bir düzeyde olduğu kanıtlanmış ve cinsiyet, sınıf, program türü ve mezun olunan lise türü faktörleri açısından bir farkın olmadığı belirlenmiştir. İnterneti ve bilgisayarı olan öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu ve anne, baba eğitiminin öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerini etkilemede önemli bir role sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Eyi, Demiralay ve Öngün (2022) çalışmasının amacı, hemşirelik öğrencileri için geliştirilen hemşirelik bakım planında mobil ve web uygulamasının benimsenmesinde bireysel yenilikçilik ve dijital okuryazarlığın etkisini belirlemektir. Sonuçlara göre, öğrencilerin bireysel yenilikçilik düzeyi dijital okuryazarlık düzeylerini önemli ölçüde artırmaktadır.

İlgili literatürde farklı değişkenler kapsamında dijital okuryazarlığı inceleyen çalışmalara da rastlanmıştır. Bu çalışmaların birinde Eshet-Alkalai (2004), araştırmasında farklı grupların dijital okuryazarlık becerilerini performansa göre karşılaştırmıştır. Sonuçlar, genç katılımcıların foto-görsel ve çoklu okuryazarlık görevlerinde yaşlılardan daha iyi performans gösterdiğini ancak yaşlı katılımcıların çoğaltma (yeniden oluşturma) okuryazarlığı ve bilgi okuryazarlığı görevlerinde daha okuryazar olduklarını açıkça göstermektedir. Araştırma sonuçları, kullanıcıların dijital ortamlarda performans gösterirken kullandıkları bilişsel becerilere ışık tutmakta, eğitimcilere ve yazılım geliştiricilere daha iyi kullanıcı merkezli dijital ortamlar tasarlamak için yardımcı yönergeler sağlamaktadır. Özbay ve Özdemir, (2014) araştırmalarında dijital okuryazarlık becerileri ile ilgili tanımları oluşturarak ve bunları Türkçe öğretim

programlarına dahil ederek uygun bir şekilde kullanımını amaçlamıştır. Bu doğrultuda dijital araçların sağladığı kolaylıklar ve teknolojileri kullanan bireylerin önyargıları araştırma konusunu oluşturmuştur. Sonuca göre dijital okumaya yönelik beceriler ön kazanım şeklinde yer alırken çevrimiçi ortamlarda yazma becerilerinin sekiz kazanım şeklinde belirlenmiştir. Tsai vd., (2017) çalışmalarında yaşlıların tablet bilgisayar kullanmayı nasıl öğrendiklerini belirlemişlerdir. Bu çalışma, aynı zamanda yaşlıların belirli bir teknolojiyi, tablet bilgisayarları kullanmayı nasıl öğrendiğine ve bu süreçte sosyal desteğin oynadığı role odaklanmaktadır. Bulgular, yaşlıların tablet kullanmaya başlamalarında sosyal desteğin önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Tekeli (2018) dijital hikaye anlatımı atölyesi aracılığıyla yaşlıların dijital okuryazarlık deneyimlerini araştırmayı amaçlamıştır. Aynı zamanda bu araştırmada yaşlıların dijital okuryazarlık deneyimleri ile dijital hikaye anlatımı atölyesi ile ilgili yaşantılarının da incelenmesi planlanmıştır. Dijital hikaye anlatımında teknoloji hakkında olumsuz düşüncede olan yaşlıların görüşlerinin olumlu yönde değiştiği görülmüştür. Yaşlıların dijital teknolojiler ile ilişkileri araştırılmış bu teknolojileri uygulamak için yaşlıların bu konuda istekli olduğu sonucuna varılmıştır. Patmanthara ve Nur Hidayat (2018) çalışmalarında, geleneksel modelleri uygulayan kontrol sınıfları ile harmanlanmış öğrenme modelini uygulayan deneysel sınıflar arasında dijital okuryazarlık açısından anlamlı bir fark olup olmadığını keşfetmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmanın sonuçları, kontrol sınıfları ile deneysel sınıf arasında dijital okuryazarlık becerilerinde önemli farklılıklar olduğunu göstermektedir ve harmanlanmış modellerin uygulanmasının öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerini geliştirebileceği anlamına gelmektedir. Mocanu (2018) Romanya'daki genç yetişkinler arasındaki dijital davranışı ve dijital okuryazarlığı analiz etmiştir. Katılımcıların dijital becerileri konusunda olumlu bir tutumu vardır ve yeni özellikleri öğrenmeye açık ve istekli oldukları görülmüştür. Dikkat çeken ilginç bir konu da çocukların teknolojiyi kullanırken uygunsuz bilgilere maruz kalması ve konuyla ilgili dile getirdikleri endişeleridir. . Baro vd., (2019) Afrika'daki üniversite kütüphanelerinde çalışan kütüphaneci ve bilgi profesyonellerinin sahip olduğu dijital okuryazarlık becerilerini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Çalışma, Afrika'daki üniversite kütüphanelerinde çalışan kütüphanecilerin, veritabanı arama becerilerini, çevrimiçi platformlara belge yükleme, farklı sosyal medya kullanma becerilerini, e-posta gönderme ve alma becerilerini, dijital kütüphane geliştirme becerilerini, yeni teknolojileri kütüphaneye uygulama becerilerini değerlendirmektedir. Kütüphanecilerin dijital

hizmetleri oluşturabilme, farklı dosya formatları oluşturabilme ve açık kaynaklı yazılımları kullanabilme yeteneğinin çok yüksek olduğu belirlenmiştir. Genel olarak, kütüphaneciler sahip oldukları dijital okuryazarlık becerilerinin orta düzeyde olduğu, Nijerya ve Güney Afrika'daki kütüphaneciler arasında sahip olunan dijital okuryazarlık becerileri açısından farklılıkların ortaya çıktığı sonucuna varılmıştır.

Alanyazında dijital okuryazarlık ve bireysel yenilikçiliği birlikte elen alan çalışmalara da rastlanmaktadır. Bu çalışmalardan birinde Güngör ve Kurtipek (2020)'in çalışmasında spor bilimleri fakültesindeki öğrencilerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin dijital okuryazarlık üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, öğrencilerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin dijital okuryazarlık becerilerini %37 oranında açıkladığını göstermektedir. Bu nedenle bireysel yenilikçiliğin dijital okuryazarlığı önemli düzeyde etkilediği söylenebilir. Hamid ve Sudiana (2022) çalışmasında ise , Telkom üniversitesi lisansüstü öğrencilerinin dijital okuryazarlık, dijital yeteneğin bireysel yenilikçilik üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Sonuçlar, dijital okuryazarlığın ve dijital yeteneğin bireysel yenilikçilik üzerinde anlamlı bir pozitif etkisinin olduğunu ortaya koymuştur.

Literatürde dijital okuryazarlığın turizm kapsamında inceleyen çalışmaların sınırlı olduğu görülmüştür. Bu kapsamda Mokoena (2019), çalışmasında küresel olarak e-becerilerin arka planını ve etkisini anlamayı, turizmin nasıl işlediğini yorumlamayı ve turizm endüstrisindeki e-becerilerle ilgili yaygın literatürü araştırmayı amaçlamıştır. Tur operasyonları, konaklama ve turist taşımacılığı endüstrileri gibi turizm endüstrisinin diğer alt sektörlerinde dijital becerilerin varlığını vurgulayan yeterli kanıt olmadığı sonucuna varılmıştır.

## 2.2. GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ

Bu bölümde girişimcilik eğitiminin tanımı, özellikleri, amacı, önemi, Dünyada ve Türkiye’de girişimcilik eğitimi ve alanyazındaki ilgili çalışmalar ayrıntılı şekilde açıklanmıştır.

### 2.2.1. Girişimcilik Eğitiminin Tanımı ve Özellikleri

Girişimcilik eğitimi, bir ülkenin ekonomik kalkınmasını sağlayan önemli konulardan biridir ve bireylerin, girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirmeleri için gereken beceri, davranış ve tutumların geliştirilmesi olarak açıklanır (Gangi, 2017). Farklı kaynaklarda girişimcilik eğitimi, bireylerin yeni bir iş kurmaları için gereken kaynakları bir araya getirmelerinde gerekli olan özgüven, fırsatları yakalayabilmek ve risk almak gibi özelliklerin sağlanma süreci olarak ele alınmaktadır (Kourilsky, 1995; McIntyre ve Roche, 1999: s.33). Hessel vd., (2010) girişimcilik eğitimi; “girişimcilikte farkındalık oluşturarak işlerin yaratılması ve küçük işletmelerin geliştirilmesini teşvik eden, böylece sosyo-ekonomik kalkınmaya katkı sağlayan ve girişimcilik eğitimi ile ilgilenen herkesi bilgilendiren öğretilerin bir bütünü” şeklinde tanımlamıştır.

Jones ve English (2004)’e göre girişimcilik eğitimi; bireylerin sahip olması gereken yeni düşünceleri, bilgi teknolojilerini, kendine güven ve becerilerinin yanı sıra ticari fırsatları da görebilme yeteneğini bireylere eğitim yoluyla kazandıran bir süreçtir. Karimi vd., (2010) girişimcilik eğitimi; özellikle gençler açısından sorumluluk ve risk almaya, işi yönetmeye ve gerçek hayattaki öğrenme deneyimlerine dayandırmaktadır. Enu’e (2012) göre girişimcilik eğitimi, üniversite öğrencilerine fırsatlara nasıl erişecekleri ve bunları nasıl dönüştürecekleri konusunda yetenek ve vizyon kazandıran her türlü deneyimden oluşan bir süreci kapsamaktadır. Emeraton (2008) ise girişimcilik eğitiminin, işletmelerin faaliyetlerinde ve yönetim süreci boyunca iş hayatına atılacak bireylerin çevrelerindeki değişimlere ayak uydurabilmek için gerekli olan tutum ve becerileri ile ilgili olduğunu belirtmektedir. Agü (2006) girişimcilik eğitimi; alıcıların yönelimlerini ve tutumlarını değiştirme sürecinde bireylerin yeni bir iş kurmaları ve yönetmelerini sağlayabilecek bilgi ve becerileri için tasarlanmış bir eğitim türü olarak ele almıştır. Raposo ve Paço (2011) ise girişimcilik eğitimi bir bireyin fırsatları takip etme yeteneğine sahip olması ve gereken kaynakları bularak işletme kurmasındaki yaratıcı, eleştirel düşünme yeteneğini içerdiğini ifade etmiştir.

Literatürde girişimcilik eğitimi konusunda yapılmış tanımlar incelendiğinde, girişimcilik eğitiminde çoğunlukla yetenek ve beceriler konusunda ortak bir nokta üzerinde durulduğu gözlenmiştir. Ayrıca girişimcilik eğitimiyle sadece bireylerin yetenek ve becerileri, tutum ve potansiyelleri değil, aynı zamanda risk ve sorumluluk almaları, yaratıcı, yenilikçi bakış tarzına sahip olma gibi kişisel özelliklerinin de geliştirilmesi mümkündür.

Girişimcilik kavramının, genel olarak doğuştan gelen bazı yetenekleri içermesinin yanı sıra kişilere kazandırılan eğitim ve öğrenme sonucunda bireylerde oluşan davranış değişikliğinin de önemli olduğu pek çok araştırmacı tarafından belirtilmektedir (Tağraf ve Halis, 2008). Eğitim kurumlarında verilen girişimcilik eğitimleri, öğrencilere sadece girişimcilik niyetlerini kazandırmakla kalmamakta, aynı zamanda gelecek işlerinde yüksek seviyede girişimci olmalarında gereken bilgi ve davranış normlarının kazandırılması konusunda da yardım etmektedir (Linan vd., 2018). Girişimcilik eğitimleri, öğrencilerde “kendini tanıma duygusu”, girişimcilik ve girişimci tanımlarda çoğunlukla kullanılan “cesaret”, “kararlılık”, “zorluklardan yılmama” gibi davranışları etkileyen özellikleri de geliştirmektedir (Tağraf ve Halis, 2008). Bu kapsamda girişimcilik eğitimi yoluyla, bireylerin “karar alması”, “başarma isteği”, “hedef ve fırsatlara odaklanma”, “problemleri çözümede ısrarcılık” ve “iç kontrol odaklılık” gibi girişimcilere özgü bazı özelliklerin de girişimci adaylarına kazandırılması söz konusudur (Arıkan, 2002). Bu nedenle genel anlamda eğitim, sadece kişilere yetenek ve bilgi dönüşümünün öğretilmesine odaklanırken, girişimcilik eğitimi bireylerin değişen güdü ve tutumları için model fonksiyonu rolüne odaklanmaktadır. Girişimcilik eğitimi bireyleri bir iş kurmalarına teşvik etmenin yanı sıra daha geniş bir pazar potansiyeline sahip olmalarına da fayda sağlar (Raposo ve Paço, 2011). Girişimcilik eğitimi, bireylerin girişimcilikte geleceğe yönelik düşüncelerini ve iş kurma eğilimlerini olumlu ve pozitif yönde etkilemektedir. Girişimcilik Eğitim Birliği (2008) tarafından sunulan bir rapora göre insanlara, yeni bir işe başladıkları zaman sadece iş yerlerini nasıl işletmeleri konusunun öğretilmesi değil, aynı zamanda bireylerde yaratıcı düşünmenin teşvik edilmesi, özsaygı ve yetkilendirme duygularının da geliştirilmesi ve güçlendirilmesinin sağlanması önemlidir. Bu doğrultuda girişimcilik alanında verilen eğitimlerle bireyler, bir işletmeyi nasıl kurmalarından daha fazla ve geniş kapsamda bilgi kazanırlar.

Girişimcilik eğitimi bireylere, kurdukları veya kuracakları işletmelerde faydalanacakları bilgi ve tecrübeleri kazandırmakla birlikte istihdamın sağlanmasında

işsizliğe karşı alternatif çözüm yolları da oluşturmaktadır. Ayrıca, girişimcilik eğitimi yoluyla öğrencilere kazandırılan bilgiler belirli inanç, değer ve tutumların da geliştirilmesine yön vermektedir (Raposo ve Paço, 2011). Girişimcilik eğitimi aynı zamanda yaratıcılık, yenilikçilik ve risk almanın yanı sıra bireylerin hedeflerine ulaşmaları için projeleri planlama ve yönetme becerilerini de kazandırmaktadır (Bozkurt ve Alparslan, 2013). Buna göre girişimcilik eğitimi, bilgi, tutum, beceri ve yetkinliklerin profesyonel uygulama sürecini kapsamaktadır. Anlatılanlardan anlaşılacağı gibi girişimcilik eğitimleri ile öğrencilere nasıl bağımsız bir şekilde işletme sahibi olunacağı konusunda bilgi vermekten daha fazlası öğretilmektedir. Girişimcilik eğitimi, bağımsız düşünmek, yaratıcı olmak, risk ve sorumluluk almak, çeşitliliğe değer vermek gibi girişimcilere özgü özellik ve davranışların kazandırılmasına etki eden öğrenme ortamı yaratmak ve beslemekle ilgilidir (Uygun ve Güner, 2016).

Girişimcilik eğitimi temel olarak girişimcilik kültürünün oluşturulmasına ve potansiyel girişimci adaylarının fırsatları görebilmeleri ve takip etmelerine odaklanır. Girişimcilik, gençlerin üstlendikleri her şeyde yaratıcı olmalarına ve kendilerine güvenmelerine yardımcı olur (Gautam, Singh ve Kumar, 2015). Girişimcilik eğitiminin temel özellikleri incelendiğinde şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Girişimcilik eğitimi;

- Yeniliğin bir işlevidir (Cantillon, 1931 ve Kirby, 2004).
- Liderlik becerilerinin geliştirilmesidir (Kuratko ve Harnsby, 1996).
- Örgütsel bir inşa işidir (Vesper ve Gartner, 1997).
- Yüksek başarı elde etmede anahtar bir rol oynamaktadır (Vesper ve Gartner, 1997).
- Bir girişimin oluşturulmasını ve işletilmesini içerir (Zahra vd., 1999).
- Fırsatlardan yararlanarak müşteriler için değer yaratma sürecidir (McGrath, MacMillan ve Scheinberg, 1992).
- Zenginlik, bilgi ve istihdamda büyümeye yönelik güçlü ve olumlu bir yönelimdir (Jack ve Anderson, 1999).
- Tutum değişikliği, risk alma yetenekleri ve fikri eyleme dönüştürme ile ilgilidir (Gundry ve Kickul, 2002).

Bireylere kazandırılan girişimcilik eğitimi ve girişimcilere özgü özellikler arasındaki ilişkileri araştıran çalışmalarda girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik özelliklerini anlamlı ve olumlu yönde etkilediği ve girişimciliğin eğitim

yoluyla geliştirildiği ifade edilmiştir (Gürol ve Atsan, 2006; Tağraf ve Halis, 2008; Alcaraz-Rodriguez vd., 2014; Mustapha ve Selvaraju, 2015; Özdemir vd., 2018; Mikic vd., 2018; Sa ve Holt, 2019; Nowinski vd., 2019; Piecuch vd., 2019).

Girişimcilik birçok sektörün gelişimine etki eden önemli faktörlerden biridir ve endüstrilerin ekonomik olarak gelişiminde önemli rol oynamaktadır. Bu sektörlerden biri de turizmdir. Turizm sektörünün hizmet ağırlıklı insan emeğine dayalı sektör olmasından dolayı, özellikle yenilikçilik açısından girişimci bireylere her geçen gün daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır (Blichfeldt, 2009). Girişimci adaylarına girişimcilik becerilerinin kazandırılmasında en önemli faktörlerden biri olarak kabul edilen girişimcilik eğitimi ise girişimcilik için gereken özelliklerin kazandırılmasını zaman içerisinde sağlamaktadır (Korkmaz, 2012). Girişimcilerin bireysel değerlerinin oluşturulmasında aile ve toplumsal faktörlerinin etkisi büyük olsa da, farklı eğitim düzeylerinde verilen yenilikçilik ve girişimcilik konulu program ve eğitimler, hem kişilerin bireysel değerlerinin gelişiminde hem de turizm sektöründe katma değer oluşturacak girişimci bireylerin yetiştirilmesinde önemli rol oynamaktadır (Işık ve Aydın, 2017).

Girişimcilik potansiyeline sahip olan bir bireyin yetiştirilmesinde eğitim sisteminin niteliği de oldukça önem arz etmektedir. Eğitim her alanda önem taşıdığı gibi, girişimcilik alanında da önemli bir kilit rol oynamaktadır (Dilsiz ve Kölük, 2008, s.9). Eğitim bağlamında girişimcilik, sadece öğrencileri iş kurmaya teşvik etmeye değil, aynı zamanda öğrencileri daha yaratıcı, fırsat odaklı, proaktif ve yenilikçi hale getirmeye de odaklanmaktadır. Özellikle üniversite öğrencilerinin girişimci ve atılgan olması, yenilikçi bir toplum açısından çok önemlidir. Karadeniz (2010), girişimciliğin geliştirilmesi yönünde önemli unsurlardan birinin de bireylere okul yıllarından itibaren girişimcilik eğitimlerinin verilmesi olduğunu vurgulamaktadır. Girişimcilik eğitimi, öğrencilerin başkaları için değer yaratma konusundaki yeteneklerini ve isteklerini geliştirmeyi amaçlamaktadır (Aldianto, Anggadwita ve Umbara, 2018).

Üniversitelerin verdiği girişimcilik eğitimleriyle; öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini artırmayı, girişimciliğe olan merakı ön plana çıkarmayı, girişimcilik alanının yaygınlaştırılmasını sağlamayı ve başarılı girişimci adayların sayısını artırmayı amaçlaması, girişimci mezunlar yetiştirmesi açısından büyük önem taşımaktadır (Bayraktaroğlu, 2005). Bu kapsamda üniversiteler, öğrencilerin girişimcilik konularında olumlu yönde bakış açılarını sağlamak, yeteneklerini ve kendine güveni geliştirmek,

yüksek kalitede ve hızlı bir şekilde işletmelerin sayısını artırmak maksadıyla ya da en azından bu yönde eğilimlere olumlu katkı sağlamak amacıyla girişimcilik yönünde dersleri artırıp etkinleştirmektedir (Henderson ve Robertson, 2000; Galloway ve Brown, 2002). Bu şekilde girişimci üniversitelerin girişimcilik alanına başarılı bireyleri yetiştirme olanağı da artabilir. Görüldüğü gibi üniversitelerde verilen eğitimler, öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini arttırmada ve geliştirmede önemli bir rol oynamaktadır (Lacap vd., 2018; Akhter vd., 2020). Ayrıca girişimcilik eğitiminin bireylerin bireysel yenilikçilik davranışlarını da şekillendirdiği belirtilmektedir (Cevher, 2016). Girişimcilik eğitim seviyesine sahip olan bireylerin, alanlarında tecrübe edinmelerine, yenilikçi düşünme becerilerini kullanabilmelerine bireysel yenilikçilik düzeyi önemli bir katkı sağlamaktadır (Güngör ve Kurtipek, 2020). Bu kapsamda girişimcilik eğitimi, bireysel yenilikçilik ve dijital girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkilerden yola çıkarak aşağıdaki araştırmaya soruları oluşturulmuştur.

**AS<sub>3</sub>:** Girişimcilik eğitiminin bireysel yenilikçiliğe etkisi var mıdır?

**AS<sub>4</sub>:** Girişimcilik eğitiminin dijital girişimcilik eğilimine etkisi var mıdır?

**AS<sub>5</sub>:** Girişimcilik eğitiminin dijital girişimcilik eğilimine etkisinde bireysel yenilikçiliğin aracılık rolü var mıdır?

### **2.2.2. Girişimcilik Eğitiminin Amacı ve Önemi**

Alanyazında girişimcilik eğitiminin; bireylerin girişimlerinin desteklenmesi, teşvik edilmesi ve gelişiminde çok önemli rol üstlendiği belirtilmektedir. Rasmussen ve Sorheim (2006) girişimcilik eğitiminin amacını; girişimci bireylerin ortaya çıkarılması şeklinde belirtmiştir. Bu bağlamda dünyadaki üniversitelerde veya eğitim kurumlarında girişimcilik eğitimi ile ilgili çalışmaların yapıldığı dikkat çekmektedir. Eğitim-öğretim sürecinin bütün aşamalarında sürekli olarak gelişen ve girişimcilik konusunda ilgili kursların, akademisyenlerin ve girişimcilik eğitim programları sunan kurumların oranında hızlı bir artışın yaşandığı söylenebilir. Girişimciliğin öğretilmesinde girişimcilik kültürünün oluşturulması ve etkili bir şekilde yaygınlaştırılmasında girişimcilik eğitim programlarının rolü her geçen gün artmaktadır. Bu kapsamda girişimcilik eğitiminde ve girişimcilik olgusunun yaygınlaştırılmasında üniversiteler, bütün dünyadaki evrensel olan bilgileri toparlayıp derlemeleri açısından önemli rol oynamaktadır (Güreşçi, 2014). Ayrıca üniversiteler, öğrencilere girişimcilik konusunda bilgileri öğretmek ülkelerin

ekonomik büyümesine katkı sağlamasında sorumluluk alma gibi özellikleri kazandırmasından dolayı ekonomik kalkınmada önemli bir görev üstlenmiştir. Bu kapsamda akademisyenlerin de girişimcilik çalışmalarına odaklandığı görülmektedir (Mutlu, 2014). Hem nitelik hem de nicelik açısından gelişen girişimcilik eğitimlerinin artmasında, yükseköğretimde hizmet veren kurumlar oldukça önemli görevler üstlenmektedir. Üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimlerinin sonucu olarak ekonomide mikro ve makro boyutlarda değişimlerin yaşandığı vurgulanmaktadır (Bulut ve Aslan, 2014). Bu kapsamda girişimcilik eğitiminde amaç, bireylerin girişimcilik potansiyelinde eğitim yoluyla girişimcilik bilgilerini oluşturmakla bir takım faktörlerin ortaya çıkmasına fayda sağlamaktır. Aynı zamanda girişimcilere özgü olan bazı özellikleri taşıyan bireylerin yanlış girişimler yapmamaları için önlemler alınmasına, bulunan kaynakların daha verimli bir şekilde kullanılmasına yardım etmektir (Balaban ve Özdemir, 2008). Bu amaç doğrultusunda bireylerin teorik bilgi araştırmalarından ziyade, bireylerin işlerinde iyi bir girişimci olarak yetiştirilmesine de özen gösterilmektedir.

Öğrenim sürecinde bireylerin girişimcilik eğitimini uygulayabilmelerinde iş ortamları da önem arz etmektedir. Bu bağlamda geleceğe yönelik gerçek bir girişimci adayının yetiştirilmesinde iş ortamı için uygun yerlerin seçilmesi de son derece önemlidir (Rasmussen ve Sorheim, 2006). Girişimcilik eğitimlerinin verilmesinde asıl amaç, bireylerin bağımsız şekilde kendi işlerini kurmak ve işletmelerini sağlamaktır (Efeoğlu vd., 2016). Girişimci bireylerin yeni bir girişimi oluşturmalarının ilk aşamasından bireylerin olgunlaşmasına kadar geçen süreye girişimcilik eğitimi rehberlik etmektedir (Ajike vd., 2015). Ulusal ve uluslararası literatürde yapılan araştırmalar incelendiğinde girişimcilik eğitiminin amacı üzerine çok sayıda çalışmanın yapıldığı görülmüştür. Bu kapsamda yapılan araştırmalar incelendiğinde girişimcilik eğitimlerinin amaçlarının ana konusu aşağıdaki gibidir:

- Girişimcilik konusunda gereken bilgilerin sunulması,
- Girişimcilere farklı bakış açılarının kazandırılmasında yeni tekniklerin geliştirilmesinin sağlanması,
- İlişkili pazar fırsatlarının bulunarak değerlendirilmesi ve yeni iş alanlarının yaratılmasının sağlanması,
- Bireylere girişimcilik becerilerinin kazandırılması ve bireylerin girişimciliğe teşvik edilmesi,
- Girişimciliğe ilişkin konularda destek sağlanması ve empatinin geliştirilmesi,

- Bireylerin değişimine yön verecek tutum ve davranışların geliştirilmesi şeklinde belirtilmiştir (Raposo ve Paço, 2011).

Girişimcilikte verilen eğitimlerin bireylere kazandırdığı birçok avantaj bulunmaktadır. Verilen eğitimlerin toplumların bütün kesimlerine uygun olması çok büyük bir avantaj sağlamaktadır. Yükseköğretim kurumlarında verilen girişimcilik eğitimleri aracılığıyla bireyler bu eğitimlere uygun şekilde katılım sağlamaktadırlar. En iyi öğrenme yöntemi olan bir şeylerin yapılarak öğretilmesi bilim adamlarının kabul ettiği bir gerçektir. Girişimcilik eğitiminde de bireyler aldıkları eğitimleri işlerine uygulayarak kavramaktadırlar. Girişimcilik eğitimi alan bireyler uygulama konusunda eksik kalmadıkları için daha avantajlıdırlar (Özdevecioğlu, 2013). Girişimcilik eğitimleri sayesinde bireyler, ortaya çıkan fırsatları görebilirler, farklı görüşlere sahip olabilirler ve kaynakları etkili bir şekilde kullanabilirler (Uygun vd., 2018). Ayrıca bireylerin iş ortamlarında bulunan seri değişimlere adapte olmasını kolaylaştırarak yapılan işlerde etkili sonuçlara ulaşmalarını sağlayabilir. Bu eğitimler sonucunda girişimci veya girişimci adayları başarılar elde edebilirler (Yildiz, 2018). Girişimcilik alanında uygulanacak programlar, öğrencilerin girişimci yeteneklerinin ve değerlerinin ortaya çıkmasını sağlayabilir. Bu eğitim sayesinde bireyler, küçük işletmelerin yönetimi konusunda gereken bilgi ve becerilere sahip olurlar. Ayrıca verilen bu eğitim, girişimci adayların bireysel ve sosyal gelişmelerini de olumlu yönde etkilemektedir (Tuncer ve Doğan, 2018).

Verilen girişimcilik eğitimlerinin birçok avantajının olduğu gibi dezavantajların da olması söz konusudur. Girişimcilik eğitimlerinin bireylere uygulanması aşamasında bazı sorunlarla karşılaşılması mümkündür. İlk olarak girişimcilik eğitimlerinde uygulama sürecinin bireylere kazandırılması için kısıtlı olduğu vurgulanmaktadır (Özdevecioğlu, 2013). Girişimcilik eğitimi verilirken girişimci adaylarının farklı eğitim düzeylerine sahip olduğunun ve konuları algılamaları sürecinde farklı biçimlerde yorumlayacakları göz önünde bulundurulmalıdır. Çünkü bu gibi farklar eğitimin verimliliğini etkileyebilir. Öğretilen dersler sırasında konuların yeterli derecede tekrarının yapılması için zamanın olmaması ve eğitimin dar bir süre içinde verilerek bitirme zorunluluğu bulunması girişimcilik eğitimini olumsuz yönde etkilemektedir. Girişimcilik eğitimleri sürecinde verilen tüm kazanımların bir tek eğitimle kısıtlı olması sunulan eğitim programları için dezavantaja neden olmaktadır. Girişimcilik konularının bireylerin alanlarına göre entegre

edilmesi ve uzmanlar tarafından işlenilmesi bu dezavantajların avantaja dönüşümünü sağlayabilir (Özdevecioğlu, 2013).

### **2.2.3. Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi**

Girişimciliğe yönelik verilen eğitimlerin önemini göz önünde bulunduran gelişmiş ülkelerin işsizlik sorununu çözmek için aradıkları yollardan biri, eğitim ve işgücü arasındaki koordinasyonu sağlayarak girişimcilik oranının artırılmasını sağlamaktır. Bu bağlamda girişimcilerin artması ve daha başarılı olmaları için eğitim programlarını hayata geçirmek anahtar rol oynamaktadır. Dünyada girişimcilik eğitimini uygulayan ilk devletlerden biri ABD’dir. İlk kez 1947 yılında girişimci olarak tanınan Myles Mace, ABD’de Harvard İşletme Okul’unda ilk defa “girişimcilik” eğitiminden bahsetmesinden günümüz dünyasına kadar geçen sürede birçok eğitim düzeyinde “küçük işletme yönetimi” ve “girişimcilik” derslerinin sayısı son on yılda oldukça hızlı bir şekilde artmıştır (Linan, 2004). Guzman ve Linan (2005) 1970’li yıllarda Fransa ve Birleşik Krallık’ta bazı eğitim kurumlarında girişimciliğe özgü eğitimlerin verildiğini belirtmişlerdir. 2000’de dünyanın farklı ülkelerinde yaklaşık 2000’e yakın üniversitede girişimcilik eğitimi ve ilgili dersler okutulmakla birlikte, girişimcilik eğitimi konusunda bilimsel hakemli dergilerin yayımlandığı gözlemlenmiştir (Finkle vd., 2006). Birçok eğitim düzeyinde verilen girişimcilik eğitimleri ile ilk önce girişimciliğin desteklenmesi ve girişimcilerin başarılı olmasını sağlamak amacıyla bireylerde girişimcilik davranışları, tutum ve becerilerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. İlk ve orta dereceli okullarda lisans, lisansüstü üniversite ve sertifika programlarına kadar pek çok eğitim düzeyinde girişimcilik eğitimi ile ilgili dersler okutulmaktadır.

Girişimcilik yolunda verilen bu eğitimlerin önemi ve gerekliliği kolej ve üniversitelerde girişimcilik programlarına ilgiyi arttırmıştır (Kuratko, 2005). ABD, diğer ülkelere oranla işletme okulları, üniversite ve kolejlerde daha fazla girişimciliği teşvik etme eğilimindedir. İbicioğlu vd., (2008) da çalışmalarında ABD’de bulunan vakıf ve devlet üniversitelerinin, akademik girişimcilik eğitiminde öncülerden biri olarak yer aldığını belirtmişlerdir. Literatür incelemesi sonucunda, girişimcilik eğitiminin Amerika’da üniversite ve kolej düzeyinde büyüdüğü ve akademik girişimcilik alanı olarak kabul edildiği görülmüştür (Kuratko, 2003). 21. yüzyılın başında ABD’de 50 devlet ve vakıf üniversitesinde girişimcilik eğitim programları sunuluyordu (Koch, 2003). Avrupa’da ise girişimcilik eğitiminin gelişimine bakıldığında ABD’ye kıyasla çok

daha yavaş geliştiği gözlenmiştir (Guzman ve Linan, 2005). Avrupa’da refah sistemine göre insanlar daha az risk aldıkları için bu tutum, geleneksel bir şekilde öğrencileri de etkilemektedir. Çünkü öğrencilerin girişimci olmak ve girişimciye özgü özellikleri taşıma isteği yerine geleceğe yönelik iş planlarını güvence altına almalarını sağlamaya odaklandığından üniversiteler de bu yönde etkilenmektedir. Ancak son on yıl içinde dünyanın küreselleşmesi ve teknolojinin sürekli gelişerek değişimi gibi konular girişimciliği teşvik etmektedir. Bu kapsamda Avrupa’daki üniversiteler, kolejler ve eğitim kurumları, öğrencileri daha dinamik, sürekli değişim gösteren girişimci ortamlarına hazırlamaktadır (Wilson, 2008).

Avrupa Komisyonunun (2008) yaptığı bir araştırma sonucunda, Avrupa’da yüksek eğitim gören yaklaşık 11 milyon öğrencinin girişimcilik eğitimine erişimlerinin olmadığı tahmin edilmektedir. Ayrıca öğrencilerin girişimcilik tutumlarını harekete geçirmelerinde müfredat dışı faaliyetlerde bulunma ve aktivitelere katılma fırsatları yoktur. 21. yüzyılda özellikle Doğu Avrupa ve Asya ülkeleri esas olmak şartıyla bazı ülkelerde girişimcilik eğitimi ders programlarının artması dikkat çekicidir. Ancak Afrika ve Latin Amerika gibi ülkelerde girişimcilik eğitimi Avrupa’daki gibi tanınmamıştır. Girişimcilik eğitimi önemseyen gelişmiş ülkelerde ise lisans ve yüksek lisans eğitiminde girişimcilik konusu müfredatlarda düşük seviyededir (Niyonkuru, 2005).

Türkiye’de girişimcilik ve girişimcilik eğitimi “Türkiye Hayat Boyu Öğrenme Stratejisi Belgesi” ve “Eylem Planı” ve “Milli Eğitim Bakanlığı Stratejik Planı” çerçevesinde ilk ve orta öğretim okullarının stratejik planlarına eklenmiştir. Farklı eğitim düzeylerinde daha önceden girişimcilik konusu disiplin olarak kabul edilerek temel kazanımları öğrencilere diğer dersler vasıtasıyla ilişkilendirerek öğretilirken, bugün artık çoğu eğitim kurumlarında girişimcilik, seçmeli bir ders olarak müfredatlara eklenmiştir. Bu kapsamda öğretmen ve öğretmen adaylarına yönelik eğitimcinin eğitimi şeklinde girişimcilik ve yenilikçilik üzerine eğitimlerin düzenlenmesi de dikkat çekmektedir (Girişimcilik Stratejisi ve Eylem, 2015).

Girişimcilik eğitiminin Türkiye’de çok fazla yaygın olduğu söylenese de ortaöğretim ve yükseköğretimde verilmeye başlanmış ve ders müfredatlarına dahil edilmiştir. Türkiye’de girişimcilik, 2004 yılında mesleki eğitim ve nitelikli iş gücünü artırmak ve geliştirmek amacıyla, Avrupa Birliği’nde açılmış, her yaştan ve mesleki bireylerin yetiştirildiği Sokrates ve Leonardo Da Vinci programlarında yer almıştır. Girişimcilik eğitimi Türkiye’de birçok lise ve üniversitede seçmeli ders olarak

verilmektedir. Aynı zamanda bazı eğitim kurum ve kuruluşlarında da ücretli olarak girişimcilik eğitimleri düzenlenmektedir. Halk Eğitim Merkezlerinde açılan girişimcilik eğitimleri (Küçüktekin, 2006) ve Anadolu Üniversitesi'nde açılan sertifika programları bunlardan bazılarıdır.

Türkiye'de girişimcilik eğitimi sunan programların, ülke çapında ekonomiye, toplumsal gelişime ve kültüre katkı sağlayacağı tahmin edilmektedir. Gelişmiş ülkelerde girişimcilik eğitimi veren kurum veya kuruluşların sayısında hızla artış gözlemlenirken, Türkiye'de bu sürecin hayata geçirilmesi fazla zaman almıştır (Ölçetin, 2006). Küresel Girişimcilik Endeksi'nin (GEM) 2008 yılında 38 ülkede yaptığı araştırmada; Kolombiya, Şili, Finlandiya gibi ülkelerin üniversitelerinde uyguladıkları girişimcilik eğitimi %40 iken, Türkiye'de bu oranın %6 üzerinde olduğu belirtilmiştir (GEM, 2008, s.21). 2016 yılında ise bu oranın %16'nın üzerine yükseldiği gözlenmiş ama yine de yetersiz olduğu belirtilmiştir. Günümüzde Amerika ve Avrupa okullarında planlanan girişimcilik eğitim programları, Türkiye'de daha çok üniversitelerde verilmektedir (Yelkikalan vd., 2010). Bu nedenle girişimcilik eğitiminin, eğitim sürecinin her aşamasında öğretilmesi için Milli Eğitim Bakanlığı ile birlikte diğer bakanlıklar ve Yüksek Öğretim Kurumu, Türkiye İş Kurumu, KOSGEB gibi çeşitli kuruluşlar işbirliği içinde çalışmalar yapmaktadırlar (Ağca, 2007).

Türkiye Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığı ile Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı Öğretim Programlarında oluşturulan kazanımlar, özellikle üniversite öğrencilerinin girişimciliğe yönelik özelliklerinin gelişiminde etkili olacağı tahmin edilerek ön planda tutulmaktadır. Eğitim programları, öğrencilerin risk alma, sorumluluk alma ve karar oluşturma gibi özelliklerinin gelişmesinde ve farklı kazanımların elde edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Derslerin dışında yapılan aktivitelerin de öğrencilerde girişimcilik özelliklerinin kazandırılmasında etkili unsurlar olduğu gözlemlenmektedir.

2005 yılında ders programları ile birlikte yaşam becerileriyle ilişkili olduğu düşünülen *ara disiplin* kavramı (tek bir dersle öğretilmesi mümkün olmayan konuların ve farklı biçimde derslere serpiştirilmesi) eğitim öğretim programlarına eklenmiştir. Yeni öğretim programlarına dahil edilen bu kavram arasında girişimcilik kavramı da yer almaktadır. Girişimcilikle öğrencilerde farkındalık oluşturmaları, risk ve sorumluluk almaları, yenilikçi ve yaratıcı olmaları, duyarlılık geliştirme gibi özelliklerin kazandırılması amaçlanmıştır (Eraslan, 2011). Gelişmiş ülkelerde yüksek düzeyde

sunulan bir eğilim halini alan girişimci kültürünün oluşturulması stratejileri Türk Milli Eğitim Sisteminde de benimsenmiştir.

Öğrencilere okul öncesi eğitimlerinde; iş birliklerinin ve paylaşımlarının geliştirilmesi; ilköğretim kademesinde ise özgüven ve çalışma motivasyonlarının oluşturulması gibi girişimci özelliklerin desteklenmesine yön veren konularda eğitimler verilmektedir. Bu kapsamda öğrencilerde girişimci özelliklerin geliştirilmesi ile girişimci toplumların oluşturulması hedeflenmektedir. Eğitim kurumlarında verilen girişimcilik ders programlarında, iş planı kapsamında projelerin geliştirilmesi ve başarılı bir şekilde dersleri yürüten öğrencilerin girişimci kişilerle tanıştırılması ilk sıralarda yer alırken; örnek olayların incelenmesi, konferans ve okumalar ise ikinci sırada gelmektedir (Bakır, 2020).

Türkiye’de özellikle mesleki alanlarda gözlemlenen girişimcilik eğitimi zaman geçtikçe eğitimin her alanında önem taşımaya başlamıştır (Küçük, 2013). Ancak ilk ve ortaokullarda, liselerde girişimcilik eğitimi ayrı bir ders olarak müfredatlara dahil edilmemiştir. Bu eğitim ve öğretim programlarını sunan eğitim kurumları, öğrencilerin günlük yaşamlarında girişimci faaliyetlerde bulunabilmesi ve girişimcilik özelliklerini geliştirebilmesi için müfredatlara eklenmesi yolunda çaba sarfedilmektedir. Bu noktada öğrencilere yaşamsal becerileri kazandıran ilkokulda öğretilen “hayat bilgisi” dersleri Türkiye’de girişimcilik eğitimi yönünde bir girişim olarak önemsenmektedir (Eraslan, 2011).

Türkiye’de girişimciliği destekleyen kurumlardan biri de “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme İdaresi Başkanlığı”dır (KOSGEB). Bu kurumda danışmanlık hizmetleri ile beraber girişimci adaylarına yol gösterme ve girişimler konusunda yardım amacıyla eğitimler verilmektedir. KOSGEB aynı zamanda pek çok kurumla ortak bir şekilde uygulamaya yönelik girişimcilik eğitimleri sunmaktadır (http-1). Ayrıca KOSGEB, uygulamalı girişimcilik eğitimleri de vermektedir. Bu kurum, kendi işini kurmayı amaçlayan girişimcilere, başarıya ulaşma ve iş planına uygun olarak işletmelerinde başarı düzeyini arttırmayı amaçlamaktadır. Uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin düzenlenmesi KOSGEB tarafından gerçekleştirilmekle birlikte uluslararası ve ulusal projelerin yürütülmesi de mümkündür. Bu kapsamda KOSGEB ile ortak iş yapan eğitim kurumlarında düzenlenen eğitimler genellikle üniversitelerde örgün eğitim kapsamında öğretilen girişimcilik dersleri olarak görülmektedir (Bakır, 2020).

Yaygın eğitim ve örgün eğitim kurumları tarafından girişimcilik eğitimleri verilmeye başlanmıştır. Yukarıda bahsedildiği gibi ilk olarak üniversite düzeyinde verilen girişimcilik eğitimi, günümüz dünyasında pek çok kurum tarafından ortaöğretim ve ortaokul düzeyinde de öğretilmeye başlanılmıştır. Bu kapsamda girişimcilik eğitimlerinin farklı alanlarda ve sektörlerde verilmeye başlanması dikkat çekicidir. Hizmet sektöründe ana unsur olarak belirlenen sektörlerden biri olan ve bacasız sanayi olarak bilinen turizm alanı da ekonomide önemli bir yer tutmaktadır. Bu noktada turizmde yer alan girişimciler ve girişimcilik özelliklerini taşıyan işletmeler, turizm endüstrisinde nitelikli olarak büyümeyi teşvik eden önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir. Turizm destinasyonunun gelişmesinde girişimci adayların rolü oldukça önem arz etmektedir. Bu kapsamda geleceğe uygun olarak turizmde girişimci adayların yetişmesi, ekonomiye pozitif yönde katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda turizm eğitimi alan öğrencilere girişimcilik eğitiminin verilmesi önemlidir. Bu noktadan hareketle turizm sektörü, bir ülkenin ekonomi açısından büyümesinde anahtar rol oynayan sektör olarak görülüyorsa, o ülkelerde turizmde girişimciliğin desteklenmesi gerekmektedir. Bu nedenle dünyada turizm eğitimi kapsamında mesleki ve girişimcilik eğitimlerine önem verilmektedir (Demirkol ve Pelit, 2002).

Araştırmanın örneklemini oluşturan Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sisteminde yer alan turizm bölümü (Aşçılık, Turizm İşletmeciliği, Kültürel Miras ve Turizm, Turizm ve Otel İşletmeciliği ve Turizm ve Seyahat Hizmetleri) öğrencilerine verilen girişimcilik eğitimi ile ilgili içerikler incelendiğinde, programlarda girişimcilik dersleriyle birlikte öğrencilerin girişimcilik yeteneklerinin gelişmesine ilişkin program çıktılarının da tanımlandığı görülmektedir. Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini artıracak doğrudan girişimcilik ile ilgili olan dersler: “Girişimcilik ve iş kurma”, “Turizmde girişimcilik ve inovasyon”dur. Ayrıca öğrencilere girişimcilik ve iş kurma yeteneklerinin kazandırılmasında etkili olabilecek dersler arasında; ekonomi, yönetim ve organizasyon, pazarlama, hizmet tasarımı, muhasebe, finansman, insan kaynakları, sosyal sorumluluk ve etik, iletişim ve turizm mevzuatı gibi dersler de bulunmaktadır (http-2).

#### **2.2.4. Girişimcilik Eğitimi İle İlgili Araştırmalar**

Alanyazında girişimcilik eğitimi ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, araştırmaların genellikle girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimine etkileri üzerine yoğunlaştığı gözlenmektedir. Bu kapsamda Bayram (2014) çalışmasında bireylerin

aldıkları girişimcilik eğitimlerinin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre girişimci adayların algıladıkları girişimcilik eğitimlerine yönelik tutumlarının yüksek olduğu, ancak bireylerin genel girişimcilik eğilimlerine etkisinin ise orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Son olarak eğitimin tek faktör olarak girişimcilik eğilimini açığa çıkarmada yeterli olmadığı görülmüştür. Benzer bir çalışmada Tanrıverdi vd., (2016) girişimcilik kurslarında bireylere verilen girişimcilik eğitimlerinin onların girişimcilik eğilimlerine etkisini araştırmıştır. Araştırma sonucunda eğitim alan girişimci adayların girişimcilik eğilimlerine tutumlarının yüksek düzeyde olduğu ve genel girişimcilik eğilimlerinin orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Balaban ve Özdemir'in (2008) çalışmalarında girişimcilik eğitimi ve girişimcilik özellikleri üzerinde durulmuş ve işletme öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerine etki eden faktörler incelenmiştir. Bayram (2014) çalışmasında olduğu gibi araştırma bulguları, girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğiliminin ortaya çıkmasında tek başına yeterli olmadığı sonucunu ortaya koymuştur. Kerse vd., (2017) çalışmalarında girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetine etkisini araştırarak bu etkide öz-yeterliğin aracı rolünü araştırmıştır. Ulaşılan sonuçlara göre, girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetine etkisinde öz-yeterliğin tam aracı rol üstlendiği belirlenmiştir. Küttim vd., (2014) tarafından yapılan çalışmada, üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimlerinin öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. İncelenen sonuçlardan girişimcilik eğitime katılım sağlayan öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde olumlu bir etkisi olduğu görülmüştür. Seçgin (2020) çalışmasında üniversite öğrencilerinin aldıkları girişimcilik eğitimlerinin girişimcilik eğilimlerine etkisini araştırmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin aldıkları girişimcilik eğitimi sonrası girişimcilik eğilimlerinin, eğitim öncesi girişimcilik eğilimlerine göre anlamlı düzeyde yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Araştırmada ayrıca demografik faktörlerin öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkileri incelenmiş ve sadece cinsiyet ve fakülte değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Nowinski vd., (2019) girişimcilik eğitiminin Visegrad ülkelerindeki (Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya ve Slovakya) üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetlerine katkıda bulunup bulunmadığını araştırmıştır. Sonuçlara göre eğitim ve girişimci öz yeterliliğin dört ulustaki girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisine ilişkin birkaç farklılık gösterdiği kanıtlanmıştır. Bulgulara dayalı olarak girişimcilik eğitiminin doğrudan etkisi, yalnızca Polonya'da lise düzeyinde belirlenmiştir. Ek olarak girişimcilik eğitiminin üniversite öğrencilerinin girişimcilik

eğilimi üzerinde dolaylı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Jena (2020) yaptığı çalışmada Hindistan’da üniversite ve kolejlerde okuyan öğrencilerin girişimcilik eğitimine yönelik tutumlarının bilişsel, duyuşsal ve davranışsal bileşenlerini incelemiş ve girişimcilik eğitimine yönelik tutumlarının girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini ölçmüştür. Araştırmanın sonucu girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik niyeti üzerinde pozitif etkisi olduğunu göstermiştir.

Bazı araştırmalarda yaş, bölüm, meslek, cinsiyet, iş deneyimi gibi farklı değişkenler açısından girişimcilik eğilimlerinin incelendiği gözlenmektedir. Bu kapsamda Büyükyılmaz vd., (2015) çalışmalarında girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin, farklı bölümlere ve bazı değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, girişimcilik eğiliminin cinsiyet ve eğitim alınan akademik programlara göre farklılıklarının bulunduğu tespit edilmiş ancak girişimcilik eğiliminde yaş, çalışan, sektör ve iş deneyimine göre farkın olmadığı sonucuna varılmıştır.

Birçok araştırmacı girişimcilik eğitime odaklanmış olsa da, girişimcilik eğitim programlarının kesin etkileri ve genel etkinliği hakkında çok az araştırma yapıldığı gözlenmiştir. Bu kapsamda Karali (2013) planlı davranış teorisinden yararlanarak girişimcilik eğitim programlarının Hollanda’da yüksek öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini araştırmıştır. Araştırmadan ulaşılan sonuçlara göre, girişimcilik eğitim programlarına katılanların, katılmayanlara kıyasla kendi işlerini kurma niyetlerinin (eğitimlerini tamamladıktan hemen sonra veya beş yıl sonra) daha olası olduğunu göstermektedir. Ayrıca, girişimciliğe yönelik olan “tutum”, “öznel norm” ve “algılanan davranışsal kontrol” girişimcilik niyetini belirlemede aracı rol oynamaktadır. Bu yönüyle bulgular hem Planlanmış Davranış Teorisine hem de girişimcilik eğitimi alanına katkı sağlamaktadır.

Alanyazın incelendiğinde girişimcilik eğitimi ile beşeri sermaye, girişimci davranış, girişimcilik zihniyeti, öz yeterlik, yaratıcılık, risk yönetimi, özgüven arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalara da rastlanmaktadır. Bu kapsamda Volery vd., (2013) çalışmalarında yarı deneysel bir tasarım kullanarak girişimcilik eğitiminin üst ve orta düzeyde beşeri sermaye üzerindeki etkisini incelemiştir. Sonuçlara göre, girişimcilik eğitiminin insan sermayesi varlıkları üzerinde sınırlı da olsa olumlu bir etkisi olduğu gözlenmiştir. Alcaraz-Rodriguez vd., (2014) öğrencilerin girişimcilik eğitimleri ile 10 girişimcilik özellikleri (yaratıcılık, inisiyatif, özgüven, çalışma enerjisi, azim, liderlik,

risk alma, başarıma ihtiyacı, hoşgörü, problem yönetimi becerileri) arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmanın sonuçları, yaratıcılık, risk yönetimi, özgüven ve problem yönetimi becerilerinin girişimcilik eğitim programından en olumlu şekilde etkilendiğini göstermektedir. Rauch ve Helsinki (2015) ise girişimcilik eğitiminin girişimci davranış üzerinde etkisinin olup olmadığını araştırmıştır. Araştırma bulguları girişimcilik eğitiminin girişimci davranış üzerindeki olumlu etkisini ortaya koymuştur. Ayrıca girişimcilik derslerine katılan öğrencilerin tutumlarında ve algılanan davranış kontrolünde bir artış görülmektedir. Cui vd., (2019) çalışmalarında aracı bir model kullanarak girişimcilik eğitiminin girişimci zihniyeti üzerindeki etkisini incelemiştir. İnceleme sonucunda girişimcilik eğitiminin, öğrencilerin girişimcilik zihniyetini oluşturmada önemli ölçüde rolünün olduğu belirlenmiştir. Muliadi vd., (2021) çalışmalarında girişimcilik eğitiminin ve öznel normların biyoloji öğrencilerinin girişimcilik alanında öz yeterliklerine etkisini incelemiştir. Araştırmanın sonucuna göre girişimcilik eğitimi ve öznel normlar biyoloji öğrencilerinin öz-yeterliliğini etkilemektedir.

Literatürde girişimcilik özellikleri ve girişimcilik eğitimi arasındaki ilişkileri değerlendiren çalışmalarda girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik özellikleri üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu ve girişimcilikte öğrencilerin başarıya ulaşmalarında eğitimin anahtar rol oynadığı belirlenmiştir. Kashif Yaqub vd., (2015) çalışmalarında girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimci olmaya yönelik tutumları üzerindeki etkisini incelemeyi ve değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda girişimciliğe yönelik tutum ile girişimcilik eğitimi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Gürol ve Atsan (2006) üniversite öğrencilerinin girişimcilik profilini keşfederek ve onları girişimciliğe yatkın olmayan öğrencilerle karşılaştırarak girişimcilik yönelimlerine ait değerlendirme yapmıştır. Sonuçlar, girişimcilik özellikleri olan belirsizliğe tolerans ve özgüven dışında, girişimciliğe yatkın öğrencilerle girişimciliğe yatkın olmayan öğrencilere göre tüm girişimcilik özelliklerinin daha yüksek olduğunu göstermiştir. Diğer bir ifadeyle bu öğrencilerin daha yüksek risk alma eğilimine, içsel kontrol odağına, daha yüksek başarı ihtiyacına ve daha yüksek yenilikçiliğe sahip oldukları bulunmuştur. Tağraf ve Halis (2008) çalışmalarında üniversitelerde girişimcilik dersi almış öğrenciler ile girişimcilik dersine katılmayan öğrenciler arasındaki farklılığı değerlendirmeyi ve öğrencilerde girişimcilik eğitiminin oluşturduğu davranış değişikliğini ölçmeyi amaçlamışlardır. Sonuçlara göre girişimcilik eğitimlerine katılım

sağlayan öğrenciler ile katılım sağlayamayan öğrencilerde girişimciliğin öz yetkinliği bakımından anlamlı bir farkın olmadığı sonucuna varılmıştır. Mustapha ve Selvaraju (2015) ise Malezya üniversitelerindeki lisans öğrencileri arasında girişimcilik eğilimi ile ilişkili faktörleri araştırmıştır. Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerinde kişisel özellikleri ile aile ve akran ve girişimcilik eğitiminin etkileri incelenmiştir. Ulaşılan sonuçlardan katılımcıların girişimciliğe yönelik olumlu bir eğilime sahip olduğu ve kişisel özelliklerin, aile etkisinin, girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimci olma niyetleri üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu gözlenmiştir. Ayrıca öğrencilerin gelecekteki kariyer yolları olarak girişimciliği seçmelerinde cinsiyet faktörünün önemli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Girişimcilik eğitimi konusunda ilgili alanyazın tarandığında, turizm ve girişimcilik eğitimlerini birlikte ele alan çalışmaların özellikle eğitim alanında sınırlı sayıda olduğu gözlenmiştir. Bu kapsamda Yumuk (2013) araştırmasında Trakya Üniversitesi'nde öğrenim gören turizm bölümü öğrencilerinin mezun olduktan sonraki mesleki tercihlerinin ortaya konulmasında rol oynayan faktörler ile girişimcilik eğilimlerine etki eden eğitim faktörlerinin açıklanmasını amaçlamıştır. Sonuçlar, girişimcilik dersi alanların almayanlara kıyasla girişimcilik eğilimi açısından bir farkın bulunmadığı sonucunu orta koymuştur. Ayrıca, girişimcilik eğitiminin, girişimcilik eğilimine kısmen etkisi olduğu belirlenmiştir. Owusu-Mintah (2014) araştırmasında turizm mezunlarının aldıkları girişimcilik eğitiminin kendilerine ne ölçüde fayda sağladığını ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Araştırma bulguları turizm mezunlarının %3'ünden azının kendi işlerini yürüttüğünü, mezunlarda girişimcilik ruhunun olmaması, girişimcilik eğitiminin turizm ve otelcilik sektörüyle alakasız olması sonucunu ortaya koymuştur. Tuncer ve Doğan (2018) çalışmalarında, turizmde eğitim gören öğrencilerin aldıkları girişimcilik eğitimlerini öncesi ve sonrasına göre değerlendirerek girişimcilik eğilimlerine yönelik etkilerini belirlemiştir. Öğrencilerin aldıkları girişimcilik eğitimlerinin girişimcilik eğilimlerine etkisi olduğu görülmüştür. Araştırmada ayrıca girişimcilik eğitiminin turizm öğrencilerini farklı açılardan etkilediği görülmüş ve öğrencilere girişimcilik konusunda beceriler ve bilgiler kazandırdığı tespit edilmiştir. Genel olarak girişimcilik eğitiminin kişilerin girişimcilik algılarını da olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Sahinidis vd., (2019) çalışmalarında girişimcilik eğitiminin turizm bölümü öğrencilerinin iş kurma eğilimi üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Elde edilen sonuçlara göre

girişimcilik eğitiminin, turizm ğrencilerinin tutum, algılanan davranış ve girişimci niyetleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu ancak sosyal normlara göre bir farklılaşmanın bulunmadığı belirlenmiştir. Deininger (2020) yüksek lisans tezinde Finlandiya'daki yükseköğretim kurumlarının turizm eğitim programlarına girişimcilik kurslarının veya modüllerinin entegre edilmesinin etkinliğini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Sonuçlar, girişimci tutum ve algılanan davranışsal kontrolün Finlandiya'daki turizm ğrencilerinin girişimci niyetlerini kısmen açıklayabildiğini göstermektedir. Ayrıca znel norm faktörü öğrencilerin girişimcilik davranışlarına katkı sağlamamaktadır.

## 2.3. BİREYSEL YENİLİKÇİLİK

Araştırmanın bu kısmında bireysel yenilikçilik kavramının tanımı, bireysel yenilikçiliği etkileyen faktörler, bireysel yenilikçiliğe ilişkin teoriler ve son olarak literatürdeki ilgili çalışmalar açıklanmıştır.

### 2.3.1. Bireysel Yenilikçiliğin Tanımı

Literatürde “kişisel yenilikçilik”, “kişisel eğilimli yenilikçilik” gibi farklı kavramlarla da ele alınan bireysel yenilikçilik, “bireylerin yeni ürün, hizmet, süreç, yöntem, görev ve teknolojilerden yararlanarak yeniliklerde bulunma isteğini” ifade eder (Batra ve Vohra, 2016). Bu kapsamda Rogers (1995) bireysel yenilikçiliği, bireyin yenilikçi bir teknolojiyi benimseme isteği şeklinde ifade eder ve aynı zamanda bireylerin yenilikçi ürünler veya hizmetler gibi yeni şeyleri denemeye istekli olmasıyla açıklar. Yuan ve Woodman (2010) bireysel yenilikçiliği “bireyin bir yeniliği geliştirme sürecini tamamladıktan sonraki aşamada benimsemesi ve uygulaması” şeklinde tanımlamıştır. Uzkurt’a (2008) göre bireysel yenilikçilik, “sorunun tanımlanması, gerekli bilgilerin depolanması, yeni fikirlerin geliştirilmesi ve sonuçların değerlendirilmesidir.” Rogers ve Shoemaker (1971) göre ise bireysel yenilikçilik, “bireyin yeniliği benimseme sürecinde sosyal sistemin diğer üyelerine göre erken yaşta olduğu düzeydir.”

Literatürdeki tanımlamalardan da anlaşıldığı üzere bireysel yenilikçilik, yenilikçilik ve yenilik ile ilişkilidir. Yenilikçi olmak için yaratıcı olmak ve yeni olasılıklar ve fikirler üretmek yeterli değildir, uygulama yenilik sürecindeki en önemli faktörlerden biridir. Bu bağlamda Oke, Munshi ve Walumbwa (2009)’a göre yenilikçilik, “tamamen yeni bir şeyin keşfi veya halihazırda var olan bir şeyi geliştirme çabasıdır.” Dil vd., (2012) yenilikçiliği, “bilgi ve iletişim teknolojilerinde sosyal ve ekonomik fayda oluşturması ve bireyler için farklılaşma ve buluş özelliği” şeklinde ele almıştır. Braak (2001) yenilikçiliği, bireyin yeni bir şeye bireysel aşinalık veya bir alana özgü yeniliğe bireysel olarak gösterdiği tepkidir. Yeniliği bireysel açıdan ele alan Rogers (1995)’a göre ise yenilik, “bir bireyin diğer bireylere göre önceden algıladıkları yeniliklere ayak uydurabilme derecesidir.” Hurt vd., (1977) yenilikçiliği “deneyime açıklık ve isteklilik” şeklinde incelemiş ve yeniliğin algısal bir nitelikli davranışa bağlı olduğunu belirtmiştir. Rogers (2002)’a göre yenilikçilik, “birey tarafından yeni olarak algılanan herhangi bir nesne, fikir veya uygulamadır.” Bu açıklamalardan hareketle, “yenilik” kavramı, sonuç

olarak ifade edildiğinde yenilik, süreç olarak ifade edildiği zaman ise “yenilikçilik” ile eşdeğer anlamda kullanılmaktadır (Sungur, Koç ve Dulupçu, 2014).

İlgili literatür incelendiğinde araştırmalarda bireysel yenilikçiliği hem kişisel hem de davranışsal açıdan ele alan çalışmalar olduğu görülmektedir. Bu kapsamda farklı bilim dallarında yapılan çalışmalarda bireysel yenilikçiliği oluşturan faktörlerin de farklı olduğu dikkat çekicidir (Kılıçer, Bardakçı ve Arpacı, 2018). Bazı araştırmacıların davranışsal bir ölçme aracı gibi kabul ettikleri bireysel yenilikçilik, diğer yazarlara göre ise sosyal, psikolojik boyutları oluşturan kişisel özellik olarak ele alınmaktadır (Oktuğ ve Özden, 2013). Bu kapsamda Goldsmith ve Foxall (2003) bireylerin yeniliği algılamakta karşılaştıkları davranış ve tutumları üç yaklaşım altında ele almıştır. Bu yaklaşımlar davranışsal (behavioral), genel kişilik özelliği (global personality trait) ve alana özel kişilik özelliği (domain-specific personality trait) şeklindedir. Bu yaklaşımların her biri, yenilikçiliği araştıran yazarlar tarafından nasıl algılama gösterdiği ve değerlendirildiğine yönelik ön yargıları kapsamaktadır (Goldsmith ve Foxall, 2003). Davranışsal yaklaşım; bireylerin sahip oldukları yenilikçilik düzeyleri, yenilikle karşılaştıktan sonra ne kadar erken adapte olduklarına bağlıdır. Bu kapsamda tüketicilerin, yeni bir ürün veya hizmeti benimseyip benimsemedikleri yenilikçilik ile ilişkilendirilir. Genel kişilik özelliğini yenilikçiliğin genel özellik düzeyinde kavramsallaştırmak, pazarlama açısından büyük ölçüde alana özgü olduğundan, genel tüketici yenilikçiliği ölçüleri bu sistemin davranış üzerindeki etkilerini belirleyecektir. Araştırmacıların, yeni ürünleri erken benimseyenlerin sergiledikleri yenilikçilik davranışları ile genel kişilik özellikleri ve türleri arasındaki ilişkiye dayanarak bu yaklaşımları kullandıkları saptanmıştır (Kaya, 2017).

Görüldüğü gibi davranışçı yaklaşımla yeniliğin benimsenmesi arasında çok yakın bir ilişki vardır. Bu çalışmalardan birini Rogers (2003) gerçekleştirmiştir. Rogers (2003) bireysel yenilikçilik konusunda yapmış olduğu çalışmasında yeniliğin “bir ürün, hizmet veya fikrin birey tarafından algılanması” şeklinde tanımlamıştır. Yeniliklerin Yayılma Teorisinde bireylerin özelliklerinin beş grupta incelendiği gözlenmiştir. Bu gruplar, “yenilikçiler”, “erken benimseyenler”, “erken çoğunluk”, “geç çoğunluk” ve “gelenekçiler” (gecikenler) olarak adlandırılmaktadır (Rogers, 2003). İlk grup olan yenilikçileri; yeniliği toplum ve sosyal sistemin üyelerine göre daha erken benimseyen bireyler olarak tanımlamıştır. Yenilikçilerin genel olarak risk alması, bilgi ve iletişim teknolojilerinden bilgiyi alma yeteneği, düşünce tarzlarının diğer bireylere göre daha

yüksek olmasıdır (Dobre vd., 2009). Erken benimseyenler; yeniliğin erken benimsenmesi ile ilgilenir. Bu grupta yer alan bireyler yeniliği diğerlerine kıyasla daha erken benimserler. Üçüncü grup erken çoğunluk; sosyal sistemin diğer üyelerine göre yeni fikirlerin üretilmesi ve yeniliğin kabul edilmesine daha erken uyum sağlarlar. Dördüncü grup geç çoğunluk ise kuşkucu olarak tanınırlar ve sosyal sistemde yer alan üyelerin kabul ettiği yeniliği kabul etmeden önce bu gruptaki üyeler yeniliği kabul etmemektedirler (Rogers, 2003). Son olarak gelenekçiler grubu ise; yeniliklerin sosyal sisteminde yer alan diğer üyelerle kıyaslandığında yeniliğin en son benimseyenleridir. Bu özelliğe sahip olan bireylerin liderlik rollerine sahip olmadıkları belirtilmiştir.

Bireysel yenilikçiliği davranışsal olarak ele alan çalışmalardan birinde Hurt vd., (1977) yenilikçiliği “deneyime açıklık ve isteklilik” şeklinde incelemiş ve yeniliğin algısal nitelikli davranışa bağlı olduğunu belirtmiştir. Burada bireysel yenilikçilik, bireyin yeniliklere karşı deneyimli ve istekli olması, ilgi duyarak yenilikleri benimsemesi ve son olarak bütün bunları uygulayabilmesi olarak ele alınmıştır (Hurt vd., 1977).

Literatürde pek çok yazarın bireysel yenilikçiliği tanımlarken bireylerin kişilik özelliklerine vurgu yaptıkları görülür. Bu kapsamda Goldsmith ve Foxall (2003) bireysel yenilikçiliği; kişilik özellikleri açısından ele almış; bireyin yeni şeyler deneme, risk alma ve deneyime açık olma istekliliği ile ilişkili olduğunu belirtmiştir. Barton ve Deschamps (1988)’a göre bireysel yenilikçiler; risk almaya ve yeni şeyler denemeye isteklidir ve yeterli düzeyde belirsizliğe ayak uydurabilirler. Midgley (1977) bireysel yenilikçiliği, bireyin yeni fikirlere açık olması ve yenilik kararları almada bağımsız olmasıyla ilişkilendirmiştir. Kılıçer ve Odabaşı (2010) bireysel yenilikçiliği, bireylerin risk alma becerisi, deneyime açıklığı ve yaratıcılık derecesi gibi özellikleri kapsamında incelemiştir.

Uzkurt vd., (2013) bireysel yenilikçiliğin ön koşulu gibi bireylerin özelliklerini; yeterli düzeyde eğitime ve yaratıcı düşünme yeteneğine sahip olma, ilgili alanlarda deneyimli olma, ortaya çıkan sorunları çözmeye, benimseme şeklinde sınıflandırmıştır. Bu özelliklerin bireylerde bulunmasının bireysel yenilikçilik açısından önem taşıdığına vurgu yapmıştır. Shavinina ve Seeratan (2003) ise bireysel yenilikçiliğin bir birey düzeyindeki yenilikçiliği ifade ettiğini belirtmiştir. İnsan zihninde neden yenilikçi fikirlerin ortaya çıktığını araştırarak bireylerin kişisel özelliklerini “yaratıcılık”, “yetenek” ve “olağanüstü zekâ” şeklinde belirlemiştir. Palazzo (2005) bireysel yenilikçiliği; kültürel açıdan ele alarak yenilikçilik kavramlarını, bireyselleşmiş ve

küreselleşmiş toplumlar üzerinde “öğrenme”, “yaratıcılık”, “yenilik” ve “üretkenlik” yetenekleri olarak incelemiştir. Handa ve Gupta (2009) bireysel yenilikçiliği iki kategoride: genel yenilikçilik ve alana özgü yenilikçilik olarak incelemiştir. Bu araştırmacıların görüşlerine göre bireyin genel olarak yenilikçi olabileceği düşünüldüğünde onun merak duyduğu ilgi alanına da özel yenilikçi bakış açısı getirecektir. Korucu ve Olpak (2015) bireyin özelliklerini Rogers’in (1995) sınıflandırmasına göre beş farklı grupta ele almıştır. Bu kapsamda bireylerin yeni fikirleri denemesi ve risk almasındaki isteklilik, değişime direnç, fikir önderliği ve deneyime açıklık gibi bireylerin özelliklerinden bahsedilmektedir. Kılıçer ve Odabaşı’nın (2010) ise yenilikçiliği “risk alabilmek, yeni deneyimlere açık olmak, yaratıcı olmak, fikir önderliği” gibi kavramlarla açıklayarak daha kapsamlı bir şekilde ele aldığı gözlenmiştir.

Son zamanlarda yapılan araştırmalarda bireysel yenilikçiliğin bilgi ve iletişim teknolojileri bağlamında incelendiği dikkat çekmektedir. Bu kapsamda bireysel yenilikçiliği yüksek olan öğrencilerin, teknolojik yeniliklere yönelik olumlu bir algıya sahip olma olasılıklarının daha yüksek olduğu belirtilir (Agarwal ve Prasad, 1998; Martin ve Herrero, 2012) ve aynı zamanda yeni teknoloji kullanımıyla ilgili olumsuz yönlerinin üstesinden gelme yeteneğine sahiptirler (Agarwal ve Prasad, 1998). Hurt vd., (1977) da yenilikçiliği “deneyime açıklık ve isteklilik” şeklinde incelemiş ve bireyin yeniliklere karşı deneyimli ve istekli olması, ilgi duyarak yenilikleri benimsemesi ve son olarak bütün bunları uygulayabilmesi olarak ele alınmıştır. Bu yönüyle bireysel yenilikçiliğin tüketiciler açısından yeni teknolojileri denemeye isteklilikle karakterize edildiği sonucuna ulaşılabilir. Ancak bireysel yenilikçilik sadece talep yönüyle değil arzı yaratma yönüyle değerlendirilmelidir. Nitekim yenilikçi girişimcilik, yeni pazarları ve örgütsel veya teknolojik fırsatları tanımlamayı ve bunları yeni veya mevcut kaynaklarla yaratıcı ve özgün bir şekilde birleştirmeyi gerektirir (Hayton ve Kelley, 2006). Bu nedenle bireysel yenilikçiliğin yeni bir dijital girişimin yaratılmasında da katalizör görevi üstleneceği ve bu kapsamda öncelikle bireylerin dijital açıdan girişimcilik eğilimini tetikleyeceği düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle araştırmada şu soruya yanıt aranmıştır.

**AS6:** Bireysel yenilikçiliğin dijital girişimcilik eğilimine etkisi var mıdır?

Ayrıca dijital okuryazarlık becerileriyle birlikte bireylerin yenilikçi özellikleri ile girişimcilik eğilimleri arasında da güçlü bir bağ olduğu belirtilmektedir (Çetin ve Taşdemir, 2017, s.76). Bu kapsamda dijital okuryazarlığın dijital girişimcilik eğilimine etkisinde bireysel yenilikçiliğin aracılık rolünün de olacağı düşünülmektedir. Diğer bir ifadeyle bireylerin dijital okuryazarlık becerileriyle dijital girişimleri uygulamaya koyma eğilimlerinde, dijital yenilikleri denemeye hevesliliğin yani bireysel yenilikçiliğin olumlu bir etkisinin olacağı düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle ise diğer bir araştırma sorusu şu şekilde belirlenmiştir:

**AS7:** Dijital okuryazarlığın dijital girişimcilik eğilimine etkisinde bireysel yenilikçiliğin aracılık rolü var mıdır?

Bireysel yenilikçilik modelinin mesleki açıdan, özellikle öğrencilerin bireysel yenilikleri konusunda, yeni bir fikir üretmek çevrimiçi ortamlarda girişimler yapabileceği düşünüldüğünde, bu araştırmada bireysel yenilikçilik davranışsal yaklaşım temelinde ele alınmıştır.

### **2.3.2. Bireysel Yenilikçiliği Etkileyen Faktörler**

Yenilikçilikte bireylerin davranışları, genellikle kendilerine bağlı bir durum olmadığı için buldukları ortamlarda iletişim kurma şekillerine ve karşılaştıkları durumlara göre kişiden kişiye farklılaşmaktadır (Chang vd., 2013). Literatürde “kişisel”, “mesleki” ve “organizasyonel” faktörlerin, bireylerin yeni fikirler ve yenilik yaratmalarını gerçekleştirmede etkili unsurlar olarak tanımlandığı gözlenmektedir. Aşağıdaki başlıklarda bu faktörlere yer verilmiştir.

#### ***Kişisel faktörler***

Bireysel yenilikçilikte bireylerin yeni fikirleri üretmek uygulamaları ve yeniliği benimsemeleri bireylerin kişisel özellikleriyle ilişkilendirilmektedir. Bireylerin doğuştan gelen becerileri ve bireysel yenilikçilik faktörleri arasında bazı özelliklerin öz liderlik, içsel motivasyon, merak duyma, bilişsel düzey, risk almaya isteklilik ve engeller ile mücadele gibi kişisel faktörlerin yer aldığı görülmektedir (Birdi vd., 2016). Bireylerin kişisel unsurları; karşılaştıkları sorunları çözebilme, iletişime geçme ve yaratıcı ve yenilikçi becerilerini olumlu yönde etkilemektedir (Gomes, Curral ve Caetano, 2015).

Bireylerin kişisel faktörleri arasında yer alan özelliklerden biri olan “öz liderlik”, bireylerin buldukları ortamlarda hem kendilerini hem de diğerlerini yönetmelerinde ve yenilikçiliği oluşturmada önemli özelliklerden biri olarak görülmektedir (Taştan, 2013). Manz (1992)’e göre öz liderlik, “bireylerin yenilikçiliğinde istenen davranış ve sonuçlara ulaşmak için kendilerini motive ettiği ve yönlendirdiği etkiyle ilgili bir süreçtir.” Öz liderlik yeteneğine sahip olan bireyler, yenilikçilik sürecinin tüm aşamalarında zorlukların üstesinden gelebilir ve yenilikçilik sürecini tamamlamada bireyin özverili olmasını sağlar (Pratoom ve Savatsomboon, 2012). Aynı zamanda öz liderlik düzeyi yüksek olan bireyler, yenilikçilikte yüksek derecede performanslı organizasyonlar oluşturmakla örgütsel ortamları yenilikçilik aşamalarına hazırlanmasına katkıda bulunmaktadır (Curral ve Marques- Quinteiro, 2009). Bireysel yenilikçilikte içsel motivasyon, bireylerin yaratıcılığı ve yenilikçiliği için temel faktör olarak kabul edilmiştir (Woodman vd., 1993). İşletmelerde içsel olarak motive olmuş bireyler, motivasyonlarını daha sonra yenilikçilik ve yaratıcılık gerektiren daha iyi bir performans sergilemek için yüksek düzeyde çaba eğilimi göstermektedirler (Amabile, 1996). Bu kapsamda bireylerin içsel motivasyonları psikolojik özelliklerini güçlü ve olumlu yönde etkilemekle öz yeterlilik seviyelerini belirlemede ve kendi hayatlarını yönetmelerine katkı sağlamaktadır (Thomas ve Velthouse, 1990). Diğer bir içsel motivasyon kaynağı olan merak etme, yani “bilme arzusu” içsel motivasyonun özüdür (Schiefele vd., 1992), çünkü bireylerin çabalarını keşfetmeleri ve yenilik benimseme sürecinde yeniliğin ipuçlarını öğrenmede ve yenilik yapmalarında etkili faktör olarak ifade edilmektedir (Kashdan vd., 2004). Bu bağlamda yenilikçilik yapmaya merak duyan kişiler, yeni bilgi ve becerileri anlama ve edinme konusunda içsel olarak merak duydukları için yeni fikir ve problemlere çözüm yolları arayabilmeleri, bireylerin yenilikçilik süreçlerini etkilemektedir. Bireylerin ilgili konularda bilişsel stilleri, bilgi ve iletişim teknolojilerini aramada ve yeteneklerini ortaya koymada farklılıklarını ortaya çıkarmaktadır (Batra ve Vohra, 2016). Bu bilişsel farklılaşma kişilerin yaşamındaki erken dönemlerde geliştiği için bireylerde farklılıkların oluşmasına sebep olup, karşılaştıkları sorunları çözümüleme ve uygulama süreçlerini kapsamaktadır (Carnabuci ve Diószegi, 2015). Bu nedenle bireylerin bilişsel düzeyleri, kişilerin sorunlarına çözüm yolları aramalarına ve yenilikçilikte yeni fikirlerin üretim sürecindeki bilgiyi bulduktan sonra kullanma biçimlerini yansıtır (Martinsen ve Furnham, 2015). Bilişsel düzey, problemleri belirlemede, sorunları algılamada ve karar verme sürecindeki etkileri açısından bireylerin

yenilikçiliklerini etkilemektedir (Chakraborty, Hu ve Cui, 2008). Bireysel yenilikçilikte bireylerin risk almaya istekli olmaları, belirli bir hedefe ulaşmalarının sağlanmasında önemli özelliklerden biri olarak belirtilmiştir (Biçer, 2017). Bilişsel teoride birey tarafından algılanan risk davranışları, etkili unsurlardan biri olarak bilinmektedir ve bireylerin fırsatları görebilmesi ve farkı hissetmesi girişimci kişi açısından risk algısını oldukça önemli kılan koşullardan biridir (Tomak, 2011). Yenilikçi ve girişimci özelliğe sahip olan bireylerin risk almaya istekli olması, çalışanları yöneticilerden farklı kılan özellik olarak ifade edilmektedir (Kılıçer ve Odabaşı, 2010). Bireylerin sosyal değerleri, kurumsal öğeleri ve kişilik özellikleri ile ilgili ortaya çıkan sorunlar yeniliklerin kabul edilmesinde önemli rol oynamakla birlikte yeniliği etkileyen olumsuz yönlerden de bahsedilmektedir (Kılıçer ve Odabaşı, 2013). Yenilikçiliği olumsuz yönde etkileyen unsurlar olan; başarısızlık korkusu, risk alma korkusu, şüpheli yaklaşım vb. bireysel yenilikçiliği kabul etmede engeller arasında görülmektedir (Entsminger, 1995; Andrews, 2007).

### ***Mesleki faktörler***

Bireysel yenilikçilikte kişilerin yenilikçi davranışlarını etkileyen diğer bir faktör mesleki faktörlerdir. Mesleğin önemi ve değerleri ile ilişkin konuların bireyler tarafından algılanması bireysel yenilikçiliğe etki eden unsur olarak belirtilmektedir. Bireylerin algıladıkları hedefler ve kişisel değerler meslekleri ile uyumluysa yaptıkları işlerinde daha başarılı olmak için yenilikçi fikirler üretmeye çaba harcamaktadırlar (Singh ve Sarkar, 2012). Kişilerin çalıştıkları ortamlarda yeterli kaynağa sahip olması onların yenilikçilik düzeylerinin gelişmesine sebep olur (Taylor ve Greve, 2006). İhtiyaç duydukları maddi kaynaklara erişebilmeleri ve yeni fikirlerini gerçekleştirebilmelerinde bireyler, yaratıcılık ve yenilikçiliklerini artırmış olurlar (Lindskog, Hemphälä ve Eriksson, 2017). Bireylerin içsel motivasyonları kişisel faktörlerde yer alırken, dışsal motivasyon kaynağı ise daha çok bireylerin görev dışındaki ödüllendirme faktörleri olan motivasyon kaynağı olmakla içsel motivasyon gibi bireylerin yenilikçilik davranışlarını etkilemektedir (Hammond vd., 2011). Bireyin gerek duyduğu bu ihtiyacı gerçekleştirdiğinde kendini iyimser bir insan ve daha az yorgun hissettirerek iş tatminine neden olmaktadır. Bireylerde bulunan iş tatmini dışsal motivasyon kaynağı içinde yer aldığından kişilerin yenilikçilik davranışlarını sergilemede etkili bir faktör olarak görülmektedir (Niu, 2014).

Bireylerin çalışma koşulları ve iş ortamında buldukları zaman yaşadıkları stres, kişilerin bireysel yenilikçiliğini etkileyen en önemli faktör olarak belirtilmiştir (Clercq, Dimov ve Belausteguigoitia, 2016). İşletmelerde çalışan bireylerin stres yaşamaları ve olumsuz koşullar ile karşılaşmaları onların bireysel yenilikçilik düzeylerini ortaya çıkarmada engeldir (Bani-Melhem, Zeffane ve Albaity, 2018). İşlerini yoğun olarak yürüten bireylerin aşırı işlerine odaklanmaları, yaptıkları işi doğru bir şekilde yürütmelerini ve yenilikçi düşüncelerini engelleyebilir. Bu durum aynı zamanda hem fiziksel hem de zihinsel açıdan onları yorgun duruma düşürmektedir (Yoon, 2001). Kişilerin bireysel yenilikçiliğine etki eden bir diğer unsur ise iş sözleşmeleridir (Spiegelaere vd., 2015). Bu sözleşmelerin; ücret, maddi destek, maddi güvence ve iş güvenliği gibi konuları kapsamaması, bireylerin işlerinde iyi bir organizasyona ait olmalarını sağlamakta ve yenilikçilik davranışlarını etkilemektedir (Chang vd., 2013).

### ***Organizasyonel faktörler***

Organizasyonel faktörler ve örgütler içinde yer alan sosyal ilişkiler, çalışanları hizmete yönlendirmede ve bireysel yenilikçilik davranışlarını etkilemekte önemli faktördür (Bhatnagar, 2012). Bireylerin doğuştan gelen veya uzun bir sürede kendilerini geliştirdikleri bireysel özelliklerinin, kişilerin yenilikçilik davranışlarını etkilemede önemli rolü olsa da, bireysel yenilikçiliğin etkilemesindeki en önemli koşullar “yönetimsel etkiler, organizasyonel ortamlar ve denetim uygulamaları” olarak belirtilmektedir (Roberts, 2007). Bireysel yenilikçilikte, yeniliklerin benimsenmesi organizasyon ve bireylerin arasındaki etkileşime bağlı olmasından dolayı örgütler içinde yenilikçilik uygulamaları da kişilerin kendi iradeleri ve organizasyonel faktörlere bağlıdır (Zhou, 2008). Bazen bir organizasyon, yeni fikirleri kabul edip uygulamak ve benimsemek yerine bu durumu olumsuz yönde karşılayabilir (Frambach vd., 1998). Bu kapsamda bu durumun altında bireylerin yenilikçilik süreçlerinde risk alma gerekliliği, yenilikçilikte belirsizliklerin oluşması ve organizasyonel yenilikçiliğe karşı bireylerin çekimser davranış sergilemesi, bireylerin yenilikçiliklerini engellemektedir (Shane vd., 1995). Bütün bunların sonucu olarak olumsuz organizasyonel faktörler; işletmelerdeki kültürel değişime karşı olumsuz yaklaşımları, çalışanlara karşı sıkı yönetim uygulanması ve fazla kuralların olması, bireylerin işlerinde verimli olmalarına engeldir (Timuroğlu, 2015). Bunların tam aksi düşünüldüğünde bireysel yenilikçiliği destekleyen bir örgüt

yapısı, işletmelerin kültür, organizasyon ve yaratıcılık yeteneklerinin öne çıkmasını sağlamakta ve bireylerin yenilikçi davranış performanslarını güçlendirmesine yardım etmektedir (Miron, Erez ve Naveh, 2004). Bütün bahsedilenlere ek olarak işletmelerin büyüklüğü ve bireysel yenilikçilik için halihazırda var olan kaynaklar, kişilerde verimliliği ve yenilikçi davranışları etkilemektedir (Romero ve Martinez-Roman, 2012). Kişilerin yenilikçiliklerini artırmalarında organizasyonel desteğin rolü özellikle vurgulanmalıdır. Çünkü organizasyonel destek; bireylerde ve örgütlerde karşılıklı bir şekilde etkileşimlerin kurulmasında bireylerin yenilikçilik düzeylerini artırmaktadır. Sürdürülebilir anlamda ise işletmelere yenilik kaynağının ulaşmasını sağlamaktadır (Işık ve Hajiyeva, 2018). Bu kapsamda yönetimlerin; kişileri desteklemesi, başarılı olduklarında onları ödüllendirilmesi, iş ile ilgili fikirlerinin sorulması bireylerin bireysel yenilikçiliklerini de olumlu yönde etkileyecektir (Antoncic ve Hisrich, 2001). Bireysel yenilikçiliğin ortaya çıkmasında yeniliklerin bireyler tarafından kabullenilmesi, bu yeniliklerin uygulamaya konulması, işlerinde yönetim desteğinin sağlanması gerekmektedir (Hornsby vd., 2002). Bu kapsamda bireyler, yeni fikirler oluştururken ve gerçekleştirirken hem yönetim desteği hem de organizasyonda üye olanların desteğine ihtiyaç duyar. Bütün bu anlatılanlardan hareketle yenilikçiliğin sadece bireysel davranışlara bağlı olarak gelişmediği söylenebilir.

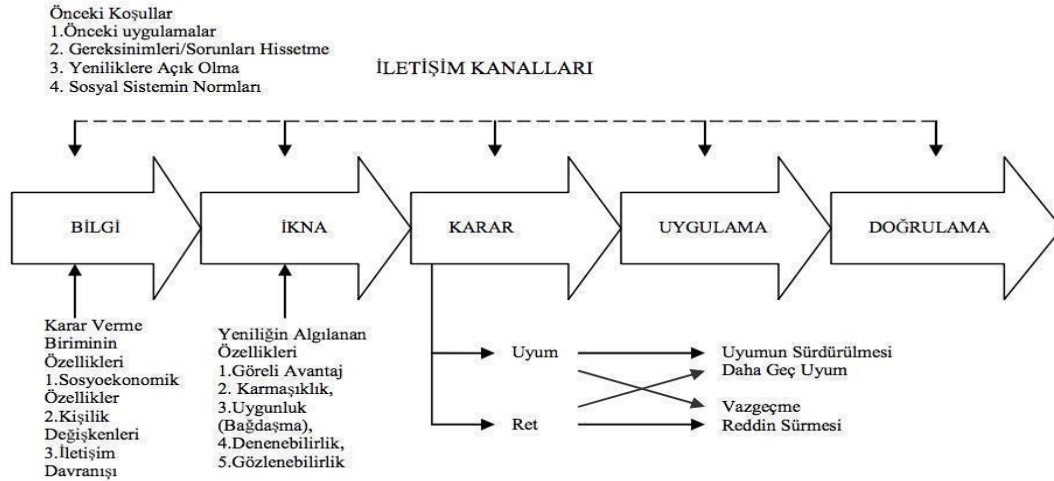
Görüldüğü gibi bireysel yenilikçiliği etkileyen pek çok faktör mevcuttur. Bu faktörlerin bireylerin yenilikleri algılamalarında ve yenilikçi davranışlarını etkilemede önemli rol oynayacağı düşünülmektedir. Yenilikçi ve yaratıcı düşüncelerin geliştirilmesinde bu faktörler, hem iş hayatına atılan/atılacak gençlerin hem de üniversite öğrencilerinin kendilerini geliştirmeleri açısından da önem taşımaktadır. Girişimcilikte yenilik olgusu, toplumlar ve bireyler üzerinde değer yaratma, bireylerin yenilikleri algılamaları ve risk alma becerilerinin oluşumundaki bir inovasyon süreci olarak tanımlandığından kişisel faktörlerin rolü son derece önemlidir. Üniversite öğrencileri üzerine odaklanan bu araştırmada öğrencilerin bireysel yenilikçilikleri üzerinde durulmaktadır. Bu kapsamda yukarıda bahsedilen faktörlerin dışında girişimcilik eğitiminin ve dijital okuryazarlık becerilerinin de özellikle günümüzün dijital çağında öğrenim gören öğrencilerin, bireysel yenilikçiliğini etkileyebilecek önemli faktörler arasında yer alacağı düşünülmektedir.

### 2.3.3. Bireysel Yenilikçiliğe İlişkin Teoriler

Yeni bilgi teknolojilerinin hedef kullanıcıları tarafından kabulü, bilgi sistemleri araştırmacıları ve uygulayıcıları için önemli bir konu olarak varlığını sürdürmektedir. Bu kapsamda bireyler arasında benimsenen yeniliklerin teknoloji kapsamında incelenmesi ile birlikte hem davranışsal açıdan hem de toplumsal sürecin anlaşılmasını kolaylaştırmak için literatürde çeşitli modeller geliştirilmiştir. Bu araştırmada bireysel yenilikçiliği yüksek olan bireylerin yeni teknolojileri denemeye istekli ve hevesli olmaları düşüncesinden hareket eden Agarwal ve Prasad (1998) tarafından geliştirilmiş model temel alınmış ve diğer teorilerle birlikte aşağıda kapsamlı bir şekilde açıklanmıştır.

#### Yeniliklerin Yayılma Teorisi

1962’de tanıtılan “Yeniliklerin Yayılma Teorisi” (Diffusion of Innovativeness Theory) Rogers (1995) tarafından kapsamlı bir şekilde incelenmiş ve Şekil 2.3.3.1.’de görselleştirilmiştir. Rogers (1962)’a göre yeniliklerin yayılma teorisi, “bireylerin sosyal sistemde yeniliği hangi düzeyde benimsediği ve uygulamaya koyduğu hızdır.” Değişim teorileri açısından, yeniliklerin yayılma teorisinde bireyler tarafından yeniliklerin benimsenmesinde değişiklikleri inceleyen bir modeldir.



Şekil 2.3.3.1. Yeniliklerin Yayılması Modeli, Diffusion of Innovativeness Theory-DİT (Rogers, 1995)

Yeniliklerin yayılmasında değişen insanlar değil, yeniliklerin kendisidir (Les Robinson, 2009). Yenilik ise bir yeniliğin sosyal sistemin üyeleri arasında zaman içinde benimsenmesi aracılığıyla iletilmesi sürecidir (Rogers, 2003). Fichman (2000),

yeniliklerin yayılımını “yeni fikirlerin ve uygulamaların teknoloji alanında hızlı bir şekilde yayıldığı süreç” olarak tanımlamıştır. Yeniliklerin yayılması kavramı genellikle fikirlerin bir toplumdan diğerine veya bir toplum içindeki bir odak veya kurumdan o toplumun diğer bölümlerine yayılmasını ifade eder (Rogers, 1962). Rogers (1995) “Yeniliklerin Yayılması Modeli”ni açıklarken bireyler tarafından yeniliklerin eşit aralıklı benimsenmediğinden bahsetmiştir. Bireylerin benimseme açısına göre yenilikleri algılama özelliğinin önemli olduğunu vurgulamıştır. Şekil 2.3.3.1’den görüldüğü gibi Rogers (1995) bireylerin algıladıkları yenilikçilik özelliklerini görece yarar (relative advantage), uyumluluk (compatibility), karmaşıklık (complexity), denenebilirlik (trialability) ve gözlenebilirlik (observability) olmak üzere beş grupta sınıflandırmıştır. Rogers (2003) modelde yer alan *görece yararı* “bir yeniliğin yerini aldığı fikirden daha iyi olarak algılanma derecesi” şeklinde tanımlamıştır. Görece yarar; yeniliklerin bireyler tarafından yayılımında toplumlar için algılanan yararın sağlanmasıdır. Görece yararın unsurları olarak belirlenen yenilik maliyeti ve sosyal statü motivasyonundaki yönler yenilikçilikte olumlu yön olarak ifade edilmektedir. Önemli koşul, bireyin nesnel olarak algıladığı yarar değil, yenilikten algılanan yarardır. Yeniliğin yayılması araştırmalarında, bazı çalışmalarda kavramsal olarak farklı olmalarına rağmen, görece yarar ve uyumluluk benzer olarak görülmüştür. Rogers (2003) *uyumluluk* özelliğini, “bireyin yenilikçilikte geçmiş deneyimleri, yenilik hakkındaki mevcut değerleri ve yeniliği benimseyenlerin ihtiyaç duydukları algılar” şeklinde tanımlamıştır. Uyumluluk, aynı zamanda bireylerin sahip oldukları deneyimlerin yenilikler açısından eşleşmesidir. Bireylerin uyum sağlama derecesinin yüksek olması, yeniliklerin hızlı bir şekilde benimsemesi anlamını ifade eder (Sherry, 1997; McKenzie, 2001). Yenilikler, bireyin ihtiyacına uyum sağlıyorsa bu yenilik sonucunda bireyin hayatındaki olumsuz yönler ortadan kalkacak ve yeniliği daha hızlı benimseyecektir. Bu nedenle, yeniliği adlandırmak bile uyumluluğun önemli bir parçasıdır. Rogers (2003), *karmaşıklık* “bir yeniliğin anlaşılması ve kullanılması nispeten zor olarak algılanma derecesi” olarak tanımlamıştır. Toplum tarafından algılanan yenilikler bazıları tarafından daha kolay anlaşılırken, diğer bireyler bu yenilikleri daha zor algılamaktadır. Bu nedenle, yenilikçilikte aşırı karmaşıklık, bireylerin yeniliği benimseme sürecinde karşılaştıkları en büyük engel olarak görülebilir. Rogers’a (2003) göre *denenebilirlik*, “bir yeniliğin sınırlı bir temelde deneme derecesidir.” Ayrıca, yeniliklerin benimsenmesi sürecinde bireylerin denenebilirlik özelliği ile pozitif yönde ilişkide olduğu saptanmıştır. Yeniliğin bireyler tarafından çoklu denenebilir olması

yeniliğin benimsenme sürecindeki hızını arttırır. Bu nedenle, yeniliklerin uygulaması aşamasında yenilik-karar sürecinin tartışılması ve yeniliğin denenmesi yeniden icadın yaratılmasında önem taşımaktadır. Yeniliklerin yayılımındaki yeniden icat, yeniliğin daha hızlı benimsenmesini sağlayabilir. Bir yeniliğin benimsenmesi için bir diğer önemli faktör, özellikle sonraki benimseyenler için yararlı olan dolaylı denemedir. Bununla birlikte, Rogers, daha önceki benimseyenlerin, yeniliklerin denenebilirlik özelliğini sonraki benimseyenlere göre daha önemli gördüklerini belirtmiştir. Yeniliklerin yayılması modelindeki son özellik gözlemlenebilirliktir. Rogers (2003), *gözlemlenebilirliği* “diğer bireyler tarafından yeniliğin gözlemlenmesi” olarak tanımlar. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde sunulan yeniliklerin kullanıcılar tarafından benimsenme ve yayılma sürecinde “rol modelleme” veya akran gözleminin önemli olduğu Parisot (1997) tarafından belirlenmiştir. Bireylerin yenilikleri algılamasının sonuçları kimilerine göre kolayca gözlenebilir ve paylaşılabilirken, diğer insanlara göre bunları yapma daha zordur.

Rogers (1995) yenilik yayılımını “sosyal sistemde üye olanların yeniliği algılamada belirli zaman içinde belirli kanallar aracılığıyla benimsediği süreç” olarak tanımlamıştır. Bu tanımda ifade edildiği gibi, yenileşme, iletişim kanalları, zaman ve sosyal sistem, yeniliklerin yayılmasının dört temel bileşeni olarak Şekil 2.3.3.1’de ortaya konulmuştur. İlk temel bileşen *yenilik*; “bir birey veya diğer benimseme birimi tarafından yeni olarak algılanan bir fikir, uygulama veya nesnedir.” (Rogers, 1983). Bir yeniliğin önceden icat edilmesine rağmen bir birey bu yeniliği yeni olarak kabul ederse o zaman bu yenilik yeni olarak algılanacaktır. Yeniliklerin yayılmasında ikinci evre *iletişim kanalları*’dır. Rogers’a (2003) göre iletişim, “kullanıcıların karşılıklı bir amaca ulaşımında, bireylerin iletişim kurmaları için oluşturdukları ve paylaştıkları bir süreç” olarak belirlemiştir. İletişim kanalları yeniliklerin bireyler arasında daha hızlı yayılmasını ve bilgilerin kullanıcılara iletilmesini sağlayan bir araçtır. Üçüncüsü, *zaman*; yeniliklerin yayılım sürecinin zaman yönü, Rogers’a (2003) göre, çoğu davranışsal araştırmada göz ardı edilmektedir. Yayılma araştırmasına zaman boyutunu dahil etmenin güçlü yönlerinden birini gösterdiğini belirlemiştir (Rogers, 2003). Yenilik yayılma süreci, benimseyen kategorizasyonu ve benimsenme oranı bir zaman boyutunu içerir. Yeniliğin bir topluma yayılma ve farklı kullanıcılar tarafından benimsenme hızını ortaya koyar. Son olarak sosyal sistemi Rogers (2003), “bireylerin ortak amacına uygun olarak sorunlarında çözüm yollarını arayan diğer ilişkili birimler ile iletişim oluşturma” şeklinde tanımlamıştır.

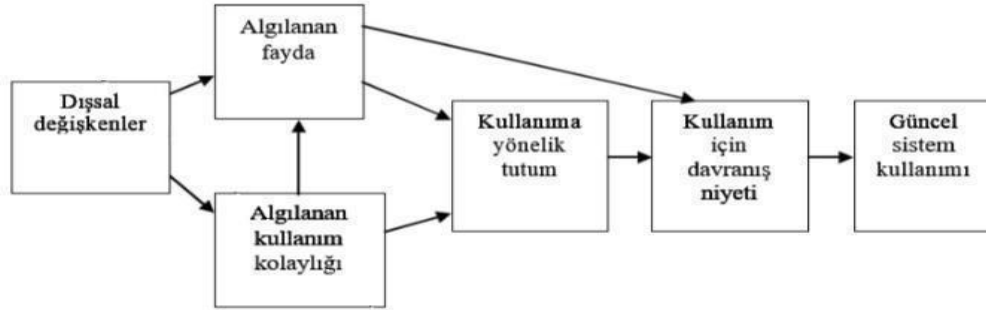
Yeniliklerin yayılması sosyal sistemde gerçekleştiği için sosyal sistemin sosyal yapısından etkilenir. Sosyal sistemin üyeleri yeniliklerin yayılımındaki yeniliği algıladığı ve ilgili bilgileri paylaştığında yeniliklerin kabul edilmesi gerçekleşir.

Yeniliklerin Yayılması Teorisi'nde yer alan bir sonraki aşama “yenilik karar” sürecidir. Rogers (2003)'e göre yenilik karar süreci “bireylerin yenilikleri benimseme aşamasında yeniliğin avantaj ve dezavantajlarını azaltmada motive olduğu ve bilgiyi arama ve karar verme süreci” şeklinde ifade etmiştir. Bu kapsamda yenilik karar sürecinin beş aşamadan oluştuğu söylenebilir: “Bilgi, ikna, karar, uygulama ve doğrulama (onay).” Modelde belirtilen bu beş evrenin Şekil 2.3.3.1'de yer aldığını görmek mümkündür. Şekil 2.3.3.1'den görüldüğü gibi yenilik karar sürecinde ilk aşama *bilgi* evresidir. Bilgi evresinde birey “yeniliklerin ne anlam taşıdığını ve hangi yönde kullanıldığını anlatmaya” çalışmaktadır (Rogers, 2003). Bu aşamada bireyler, onlara sunulan kitle iletişim araçlarını kullanarak yenilik hakkında kendi fikirlerini geliştirmeye çalışmaktadırlar. *İkna* evresinde bireyler yeniliği benimsedikten sonra tutumlarını belirtmektedirler. Yenilik karar sürecinde ikna evresinin bilgi aşamasını takip etmesi söz konusudur. *Karar* aşamasında bireyler algıladıkları yenilikler hakkında daha fazla fikir sahibi olarak yeniliği benimsemeyi veya reddetmeyi seçer. Yeniliğin benimsendikten sonra ortaya konan aşaması *uygulamadır*. Yeniliğin benimsenmesindeki olumsuz yönler bu aşamada sorun oluşturabilir. Bireyin yeniliği benimsenmesine yönelik destek ve tutumuna bağlı olarak daha sonra yeniliği benimseme veya devam etmeme *doğrulama (onay)* evresinde gerçekleşir. Doğrulama aşamasında bireysel değerlendirmeler yapılarak sosyal sistemde yer alan diğer bireylerin fikirleri sorgulanmakla yenilikler hakkında son karar verilmektedir.

### ***Teknoloji Kabul Modeli***

1985 yılında Davis tarafından geliştirilen “Teknoloji Kabul Modeli” (Technology Acceptance Model - TAM), Mantıklı Eylem Teorisi'den uyarlanan ve bireylerin bilgi sistemlerini kullanımı ile geliştirilen bir modeldir (Şekil 2.3.3.2). TAM, bireylerin belirli bir davranıştaki performansının, belirli bir görevi gerçekleştirmeye yönelik davranışsal niyetleri tarafından belirlendiğini açıklamaktadır. TAM, bir bireyin veya kuruluşun yeni bir teknolojiyi benimseme olasılığını tahmin etmek için oluşturulmuştur. Bu model, davranışı gerçekleştirme niyeti, davranışa yönelik tutum ve davranışı gerçekleştirmeye yönelik sosyal baskı tarafından belirlendiğini açıklayan “Mantık Eylem Teorisi”ne dayalı

olarak geliştirilmiştir (Sheldon 2016). TAM, değiştirilmesi ve genişletilmesi kolay olduğu için bireylerin bilgi teknolojisini kabul etmede uygun bir model olarak görülmüştür (Venkatesh, 2000; Venkatesh ve Morris, 2000).



Şekil 2.3.3.2. Teknoloji Kabul Modeli, Technology Acceptance Model- TAM (Davis, 1989)

Teknoloji kabul modeli (TAM), katılımcıların teknolojik bilgileri nasıl kullanmaları ve kabul etmelerini ifade eden bir bilgi sistemi modelidir. “Sebepli Davranışlar Teorisi” (Theory of Reasoned Action- TRA) modelinde yer alan “inanç belirleme faktörleri” yerine TAM modelinde “algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan fayda” değişkenlerini geliştirerek model sunmuştur (Davis, 1985, s.24). Dahili değişkenlerin orijinalini Şekil 2.3.3.2’den görmek mümkündür. Bu değişkenler: “algılanan kullanım kolaylığı” (perceived ease of use), “algılanan fayda” (perceived usefulness), “kullanıma yönelik tutum” (attitude toward use) ve “davranışsal kullanım niyetidir.” (behavioural intention to use). Davis’in araştırması, BİT kullanımına yönelik tutumu belirleyen ve etkileyen dış değişkenleri incelemektedir. Davis (1989) algılanan kullanım kolaylığını ve algılanan faydayı bağımsız değişkenler olarak tanımlamıştır. TAM’da *algılanan kullanım kolaylığı*, belirli bir bilgi sisteminin kullanımındaki serbestlik derecesini ifade ederken, *algılanan fayda*, bir bilgi sistemi kullanılarak çalışma verimliliğine olan inancın büyüklüğüdür (Davis, 1986; Shih, 2004). Şekil 2.3.3.2’de algılanan faydanın, algılanan kullanım kolaylığından etkilendiği görülmektedir. TAM, davranışın isteğe, yani gönüllü veya kullanıcının takdirine bağlı olduğu çok önemli varsayımı içerir. TAM, TRA’dan iki yönü ile farklılaşmaktadır. Birincisi, bir BİT’e yönelik tutumu, kullanım niyetini ve fiili kullanımı belirleyen iki dış değişken veya inanç olarak kullanışlılığı ve kullanım kolaylığını belirtir. Bu nedenle, bu davranış modelinde BİT’in kullanımı süreci, TAM’da her davranışa göre uyarlanması anlam taşımaz. İkincisi, TAM, TRA’da oluşturulan öznel normları içermez. Öznel normlar, tutumla

birlikte, TRA’da bir davranışı gerçekleştirme niyetini açıklar. Bu model bilgi sistemlerinin araştırılmasında ve onların benimsenmesinde sıklıkla tercih edilen bir modeldir (Venkatesh, 2000). TAM ilgili alanlardaki çalışmalarda doğrulanmıştır ve bulgular, algılanan fayda ve kullanım kolaylığının, bilgi teknolojisinin kullanıcı kabulünü belirlemede önemli faktörler olduğunu ispat etmiştir (Martin vd., 2012; Ayeş, 2015).

### ***Bilgi Teknolojileri Alanında Bireysel Yenilikçilik Modeli***

Agarwal ve Prasad (1998) bireysel yenilikçilik çalışmasında, teknoloji kabul modellerinde açık olan ilişkileri daha da aydınlatan ve bu yapı için istenen psikometrik özelliklere sahip operasyonel bir ölçü tanımlayan yeni bir model önermektedir. Bu bağlamda bireysel yenilikçiliğin literatürdeki araştırmalara konu olan teknoloji ile ilgili çalışmalar incelendiğinde araştırmaların genellikle teknoloji kabul modeli temel alınarak “Bilgi Teknolojileri Alanında Bireysel Yenilikçilik” (PIIT: Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology) kapsamında açıklandığı gözlenmiştir (Agarwal ve Prasad, 1998; Rosen, 2004; Rosen, 2005; Moore, 2012). Rogers (2003), Agarwal ve Prasad (1998) tarafından yenilik yayılım teorisinden yola çıkarak, bilgi teknolojisi (PIIT) alanında bireysel yenilikçilik olarak adlandırılan bir model geliştirilmiştir (Şekil 2.3.3.3)



Şekil 2.3.3.3. Bilgi Teknolojileri Alanında Bireysel Yenilikçilik, Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology- PIIT (Agarwal ve Prasad, 1998)

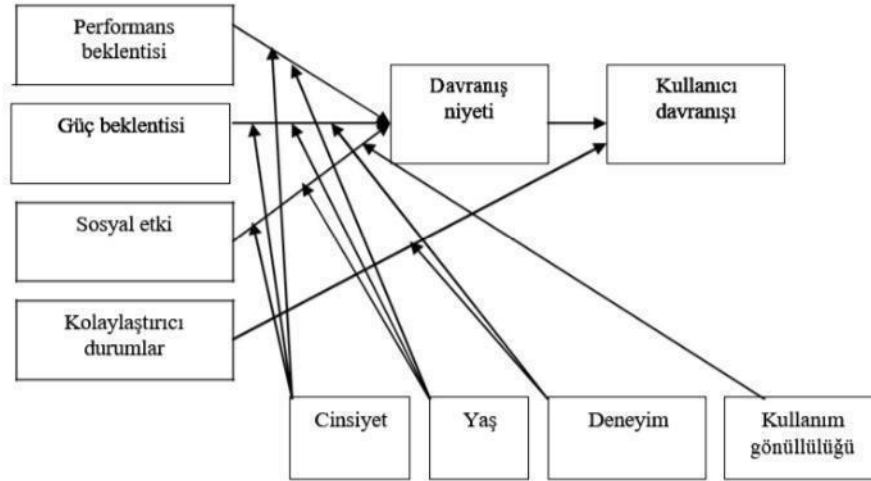
Teknoloji yeniliğini benimseme davranışları üzerindeki bu etkili bireysel özellik değişkenini Bilgi Teknolojisinde Bireysel Yenilikçilik (PIIT) olarak tanımladılar (Agarwal ve Prasad, 1998). İlk zamanlarda moderatör olarak önerilen PIIT’de algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı bu modelde doğrudan belirleyici yön olduğu belirlenmiş ve tekrar kavramsallaştırılmıştır. Şekil 2.3.3.3’den anlaşıldığı gibi model,

bireylerin yenilikçiliğini yüksekten düşüğe bir süreklilik içinde ölçmekle bilgi teknolojisi yeniliklerini diğerlerinden daha erken veya daha sonra benimseme olasılığı olan bireylerin belirlenmesine katkı sağlar. PIIT, “kullanıcıların bilgi ve iletişim teknolojilerini denemeye isteklilik” olarak tanımlanmaktadır (Agarwal vd., 1998). Bilgi teknolojilerini deneme olasılığı daha yüksek olan kişiler belirlenebilir ise bu kişiler kurumsal ortamlarda yeni BT uygulamalarından hareket edebilirler (Agarwal vd., 1998). PIIT modeli, temel olarak bireylerin bilgi teknolojisini benimseme kararlarıyla ilgili risk eğiliminden yararlanmaktadır (Agarwal ve Karahanna, 2000). Risk eğilimi, “bir bireyin mevcut risk alma veya riskten kaçınma eğilimidir” ve bireysel bir özellik olarak kavramsallaştırılmıştır (Sitkin ve Weingart 1995). Yukarıda bahsedildiği gibi, PIIT benzer şekilde bireysel bir özellik olarak kavramsallaştırılmıştır ve bireyin herhangi bir yeni bilgi teknolojisini deneme isteği olarak açıklanmıştır (Agarwal ve Prasad 1998). Yeni bir bilgi teknolojisini deneme isteği, bireyin riskli bir davranışta bulunma isteğini ortaya koyar, çünkü “bir teknolojik yenilik, potansiyel benimseyicilerin zihninde belirsizliğe (beklenen sonuçları hakkında) yol açar” (Rogers 1995) ve bir olayın sonucu belirsizse genellikle riskli olarak kabul edilir (Barki vd., 1993; Mellers ve Chang, 1994; Keil vd., 2000). PIIT modeline göre bireysel yenilikçilik düzeyleri yüksek olan bireylerin yenilikleri benimsemeye diğer bireylere göre daha hızlı şekilde benimsemekle teknolojiye yaşanan değişiklikleri yaymak ve uygulamak için fikir liderleri olarak hareket etmekte yenilikleri kolayca benimsemektedirler. Agarwal ve Prasad (1998), PIIT’in yeni bir BT kullanmaya yönelik davranışsal niyetlerle bir ilişkisi olduğunu belirtmiştir. Örneğin, belirli bir bilgi teknolojisine sahip iki kişi düşünüldüğünde daha yüksek PIIT seviyelerine sahip olan bu iki kişinin, daha düşük PIIT seviyelerine sahip olanlara göre yeni bilgi teknolojisini kullanmak için olumlu niyetler yaratma ihtimalinin daha yüksek olduğu ileri sürülmektedir (Agarwal vd., 1998). Diğer bir ifadeyle açıklamak gerekirse kolay olarak bilinen yenilikleri benimsemek daha kolay anlamına gelmektedir. Çok sayıda araştırmacı, BT’deki bireysel yenilikçiliğin teknolojiye yeniliklerin benimsenmesinde önemli ölçüde etkilerini bulmuştur (Xu ve Gupta, 2009; Zampou, Saprikis ve Vlachopoulou, 2011; Yang vd., 2012; Jackson vd., 2013).

### ***Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanımı Teorisi***

“Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanımı Teorisi” (Unified theory of acceptance and use of technology-UTAUT) Venkatesh vd., (2003) Teknoloji Kabul Modeli (TAM), Davis (1989) ve Yeniliklerin Yayılması Teorisi Rogers (1995) dahil olmak üzere, kullanıcıların teknoloji kabulü ile ilgili sekiz farklı modeldeki değişkenleri karşılaştırmıştır. Moore ve Benbasat (1991) tarafından UTAUT modeline bireysel yenilikçilik değişkenini etkileyerek TAM arasındaki ilişkileri araştıran Agarwal ve Prasad (1998) modelini genişleterek literatüre farklı model sunmuştur (Şekil 2.3.3.4.)

UTAUT’da dört temel değişkenden “performans beklentisi, güç beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı durumlar” ve dört düzenleyici değişkenden “cinsiyet, yaş, deneyim ve kullanım gönüllülüğü” oluşan bu faktörler TAM’da yoktur (Venkatesh vd., 2003, s.447).



**Şekil 2.3.3.4.** Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanımı Teorisi, Unified theory of acceptance and use of technology- UTAUT (Venkatesh vd., 2003)

Şekil 2.3.3.4’den görüldüğü gibi modelde yer alan ilk değişken performans beklentisidir. *Performans beklentisi*, bireyin sistemi kullanmanın bir işte kazanımlar elde etmesine yardımcı olacağına inanma derecesi olarak tanımlanmaktadır (Davis vd., 1992; Shin, 2009). İkincisi, *güç beklentisi*; sistemin kullanımında ilişkili kolaylık algısını ifade eder. Venkatesh vd., (2003) bu değişken Teknoloji Kabul Modeli’nde (TAM) önerildiği gibi algılanan kullanım kolaylığı faktöründen türetildiğini belirlemiştir. Üçüncüsü, *kolaylaştırıcı durumlar*; “katılımcıların sistem kullanmalarını desteklemeleri için bir organizasyonel ve teknik altyapının var olduğudur.” Kolaylaştırıcı durumun altında yatan

yapı, kullanım engellerini kaldırmak için tasarlanmış teknolojik ve/veya organizasyonel çevrenin yönlerini kapsamaktadır (Keong vd., 2012). Dördüncüsü, *sosyal etki*; bir kullanıcının önemli kişilerin teknoloji kullanımının önemli olduğuna inandığını algılama derecesidir (Diaz ve Loraas, 2010). TAM'ın bir uzantısı olan Teknoloji Kabul Modeli 2'de tanımlanan "öznel norm" değişkeni ile benzerdir. TAM'da yer alan algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan fayda değişkenlerine bu modelde yer verilmemiştir. UTAUT modelinde, orijinal TAM çalışmasındaki gibi algılanan fayda ve kullanım kolaylığı yapılarını birleştirmek için performans beklentisi ve güç beklentisi kullanılmıştır. UTAUT modeli, güç beklentisi yapısının, bilgi teknolojisinin kullanıcı tarafından kabulünü belirlemede önemli olabileceğini öne sürse de, kullanım kolaylığı endişeleri, uzun süreli ve sürekli kullanım üzerinde önemsiz hale gelebileceğini belirlemişlerdir (Venkatesh vd., 2003). Bu kapsamda, algılanan kullanım kolaylığı değişkeninin bireyin yeni bilgi teknolojilerini kullanma aşamasında daha belirgin olması beklenebilir ve teknolojiye algılanan fayda üzerinde olumlu etki oluşturacağı varsayılabilir.

#### **2.3.4. Bireysel Yenilikçilik İle İlgili Araştırmalar**

Bireysel yenilikçilik konusunda literatür incelendiği zaman, pek çok araştırmanın öğretmen ve öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik düzeylerinin belirlenmesi ve bireysel yenilikçiliğine etki eden faktörlerin belirlenmesi üzerine odaklandığı dikkat çekmektedir. Bu kapsamda uluslararası literatürde öğretmenlerin bireysel yenilikçiliğini nelerin etkilediği konusu üzerine yapılan ilk araştırmalardan olan McGeown (1980)'ün çalışmasında, öğretmen ve öğretmen adaylarının çalıştıkları eğitim kurumlarında, yenilikçiliğe olan tutumlarının bireysel yenilikçilik düzeylerini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Özgür (2013)'ün yaptığı çalışmada ise öğretmen adaylarının eleştirel düşünme eğilimleri ve bireysel yenilikçilik özellikleri farklı değişkenler açısından incelenmiştir. Bulgulara göre, öğretmen adaylarının eleştirel düşünme eğilimleri ile bireysel yenilikçilik özellikleri arasında pozitif ve orta düzeyde ilişki bulunmuştur. Araştırmanın sonuçlarında, öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik özelliklerine göre "sorgulayıcı" kategorisinde yer alırken, cinsiyet ve eğitim değişkenlerine göre anlamlı bir farkın bulunmadığı belirlenmiştir (Özgür, 2013). Kaya (2017) çalışmasında, biyoloji öğretmenlerinin bireysel yenilikçilik düzeylerini farklı değişkenler açısından incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, biyoloji öğretmenlerinin bireysel yenilikçilik

düzeylerinin çoğunlukla “sorgulayıcı” kategorisinde yer aldığı görülmüştür. Diğer bir sonuç ise öğretmenlerin bireysel yenilikçiliklerinin yüksek derecede “yenilikçi” grubunda yer almasıdır.

Literatürdeki bazı çalışmaların bireysel yenilikçilik ile uyarılma üzerine odaklandığı gözlenmektedir. Kılıçer ve Odabaşı (2010)’nın çalışması Hurt vd., (1977) tarafından geliştirilmiş “Bireysel Yenilikçilik Ölçeği”nin Türkçeye uyarlanmasını hedeflemiştir. Araştırma sonucunda ölçeğin güvenilir ve geçerliliği açısından akademik olarak yenilikçilik ve bireysel yenilikçilik konusunda kullanabilir olduğu görülmüştür. Sarıoğlu ve Altuntaş (2017) çalışmalarında hemşirelikte Bireysel Yenilikçilik Ölçeği’nin Türkçeye uyarlamışlar, geçerlik ve güvenilirliğini belirlemişlerdir. Araştırma sonucunda, hemşireliğe uyarılma yapılan Bireysel Yenilikçilik Ölçeği’nin geçerli ve güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmalarda genel olarak öğrencilerin, öğretmen ve öğretmen adaylarının, çalışanların bireysel yenilikçilik düzeylerinin orta seviyede bulunduğu gözlenmiştir. Bu doğrultuda ilk çalışmalardan biri olarak görülen Scott ve Bruce (1994) çalışması, çalışanların liderlik davranışı, iletişim ve sorunları çözme durumlarının yenilikçilik düzeylerini etkilediğini ortaya koymuştur. Diğer bir çalışmada ise Mahat vd., (2012) öğrencilerin mobil öğrenmeye yönelik öz yeterliklerini, hazır bulunuşluklarını ve bireysel yenilikçilik düzeylerini değerlendirmiştir. Araştırma bulgularına göre, katılımcıların yüksek düzeyde bireysel yenilikçilik ve mobil hazırlıkları olduğu belirlenmiş, mobil öz-yeterlik düzeylerinin orta düzeyde olduğu kanıtlanmıştır. Yılmaz Öztürk ve Summak (2014) çalışmalarında, ilköğretimde görev yapan öğretmenlerin bireysel yenilikçilik düzeylerini ve kategorilerini belirlemeyi hedeflenmiştir. Araştırma sonucuna göre katılımcıların bireysel yenilikçiliklerinin ve kategorilerinin genel olarak orta düzeyde olduğu gözlenmiştir. Uysal (2019) İstanbul şehri Küçükçekmece ilçesinde Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde görev yapan öğretmenlerin eğitim alanında teknolojiyi kullanma tutumları ve bireysel yenilikçilik düzeylerinin belirlenmesini amaçlamıştır. Bu çalışmada öğretmenlerin “sorgulayıcı” kategorisinde yer aldığı ve bireysel yenilikçilik düzeylerinin tam sınırdaki olduğu ne yenilikçi ne de düşük düzeyde yenilikçi olduğu görülmüştür. Bahçeci (2019) çalışmasının temel amacı, özel eğitim alanında görev yapan öğretmenlerin yardımcı teknolojilerin kullanımına yönelik tutumlarını ve bireysel yenilikçilik düzeylerinin belirlenmesidir. Araştırma sonuçlarına göre, özel eğitim alanındaki öğretmenlerin yardımcı teknolojileri kullanma tutumlarının yüksek düzeyde

olduğu belirlenmiş ve öğretmenlerin yardımcı teknolojiyi kullanmaya yönelik tutumları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı ve orta düzeyde ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Literatür incelendiğinde bireysel yenilikçilik ve farklı kavramlar arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalarda özellikle girişimcilik, girişimcilik eğilimi, BİT, yaşam boyu öğrenme ve teknoloji tutumları üzerinde durulduğu gözlemlenmiştir. Bu kapsamda Pihie, Bagheri ve Asimiran (2014) çalışmasında okul müdürlerinin girişimci liderlik uygulamalarını ve öğretmenler tarafından algılanan yenilikçi davranışlarını incelemiştir. Bulgulara göre, müdürlerin girişimci liderlik uygulamalarının sıklığı ile okul yenilikçiliği arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu ortaya çıkmıştır. Özgül (2018) çalışmasında yenilikçilik ve girişimcilik merakı ilişkisinde girişimci öz yeterliliğinin aracı etkisini incelemiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, yenilikçiliğin girişimcilik merakını olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca diğer bir sonuca göre, girişimcilik öz yeterliliğinin ilişki üzerinde kısmi aracı rolünün olduğu görülmüştür.

Erkoç ve Kert (2013), öğretmen adaylarının girişimcilik eğilimleri ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmada katılımcıların sorgulayıcı yenilikçi özelliklerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Diğer sonuca göre, öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilikleri ile girişimcilik eğilimleri arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Gözükara ve Çolakoğlu (2016) Türk üniversite öğrencilerinin yenilikçilik ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide girişimci uyanıklığın aracılık etkisini araştırmışlardır. Araştırmanın sonuçları, yenilikçiliğin girişimcilik niyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ve girişimci uyanıklığının, yenilikçilik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiye tam olarak aracılık ettiğini göstermiştir. Çetin ve Taşdemir (2017) üniversite öğrencilerinin bireysel yenilikçilik, girişimcilik kapasitesi ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkileri incelemiştir. Araştırma sonuçları, bireysel yenilikçiliğin girişimcilik kapasitesi ve girişimcilik eğilimini etkilediğini göstermiştir. Aslan, Yıldız ve Direzinci (2017) çalışmalarında meslek yüksekokulu öğrencilerinin almış oldukları girişimcilik eğitimlerinden elde etmiş oldukları kazanımların öğrencilerin girişimcilik eğilimlerine ve inovasyon yeteneklerine anlamlı bir şekilde etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Sonuçlar, girişimcilik dersinin öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini ve yenilikçilik becerilerini olumlu yönde ve anlamlı bir şekilde etkilediğini göstermiştir. Girişimcilik eğilimlerinin de yenilik yeteneklerini önemli ölçüde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin ve girişimci öğrenme

başarılarının kendi işyerlerini açma arzularından önemli ölçüde farklılaştığı ve öğrencilerin bireysel yenilikçilik yeteneklerinin de kendi işyerlerini açma istekliliklerine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Leblebicioğlu, Baysal ve Khorshid (2018), Türkiye’de hemşirelik akademisyenleri arasında girişimcilik ile yenilikçiliğin bireysel nitelikleri arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla çalışma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre, hemşirelik akademisyenlerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri girişimciliği artırmada bir etkiye sahiptir. Ayrıca bireysel yenilikçilik ile girişimcilik arasında anlamlı ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir. Bodur (2018) araştırmasında hemşirelik öğrencilerinin yenilikçilik ve girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlamıştır. Sonuçlara göre, öğrencilerin yenilik düzeylerinin düşük olduğu ve yeniliklere karşı sorgulanabilir özelliklere sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca öğrencilerin yenilikçilik düzeyleri arttıkça girişimcilik eğilimlerinin olumlu yönde artacağı bulgusuna ulaşılmıştır. Şahin (2018) çalışmasında öğretmen adaylarının tamamlayıcı ölçme araçlarına ilişkin farkındalık düzeylerini belirlemeyi ve bu farkındalık düzeyi kapsamında girişimcilik ve yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişkileri incelemeyi amaçlamıştır. Sonuçlar, öğretmen adaylarının girişimcilik ve yenilikçilik düzeylerinin orta düzeyde ve aralarında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur. Mülhim (2019) Beden Eğitimi ve Spor öğrencilerinin girişimcilik ve bireysel yenilikçilik düzeylerini inceleyerek bu değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, genel olarak öğrencilerin büyük çoğunluğunun düşük düzeyde yenilikçi olduğu ve yüksek girişimcilik düzeyinde olduğu görülmektedir.

Özgür vd., (2015) öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik profilleri açısından teknoloji tutum düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesini amaçlamışlardır. Analizler sonucunda öğretmenlerin teknoloji tutumları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur. Aynı zamanda bölüm ve sınıf faktörlerine göre öğretmenlerin bireysel yenilikçiliği ve teknoloji kullanımına karşı tutumları üzerinde anlamlı bir farkın bulunmadığı da gözlemlenmiştir. Korucu ve Olpak (2015) çalışması, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi bölümünde eğitim görmekte olan öğrencilerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin farklı değişkenlere göre (sınıf düzeyi, cinsiyet, haftalık internet kullanmadaki süre ve internet kullanımında tutum) incelenmesi üzerinedir. Araştırmanın sonuçları, öğrencilerin bireysel yenilikçilik özelliklerinden olan “sorgulayıcı” grubunda olduğu ve öğrencilerin bireysel yenilikçiliğinin sınıf düzeyine

göre anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Cinsiyet, haftalık internet kullanımındaki süre ve interneti kullanmaya yönelik tutumu olan öğrencilerin bireysel yenilikçilik özelliklerine göre anlamlı bir farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Şahin (2016) araştırmasında, öğretmen adaylarının bilişim teknoloji kabul düzeyi ve bireysel yenilikçilikleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yapılan analizler sonucunda öğretmen adaylarının bilişim teknoloji kabul düzeyi ve alt boyutları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Demiralay vd., (2016) ise öğrencilerin bireysel yenilikçilik düzeyleri ile çevrimiçi öğrenme durumundaki hazır bulunuşlukları arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, üniversite öğrencilerinin bireysel yenilikçiliklerinin düşük derecede olduğu ve çevrimiçi öğrenmeye hazır bulunuşları ile anlamlı, pozitif ve orta düzeyde ilişkinin bulunduğu belirlenmiştir. Özen vd., (2020) çalışmalarında ise hemşirelik öğrencilerinin bilgi okuryazarlığı ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, hemşirelik öğrencilerinin bilgi okuryazarlığı ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca öğrencilerin çoğunluğu bireysel yenilikçilik düzeyinin “öncü” kategorisinde yer aldığı ve bilgi okuryazarlığının da “zorlanmıyorum” seviyesine sahip oldukları görülmüştür.

Yılmaz ve Beşkaya (2018), eğitim yöneticilerinin yaşam boyu öğrenmedeki eğilimleri ile bireysel yenilikçilik düzeylerini farklı değişkenler açısından incelemiş ve bireysel yenilikçilik ile yaşam boyu eğilim arasındaki ilişkiyi tespit etmiştir. Analizler sonucunda eğitim yöneticilerinin yaşam boyu öğrenme eğilimleri ile bireysel yenilikçilikleri arasında pozitif yönde bir ilişkinin bulunduğu görülmüştür. Ekşi vd., (2021) okul yöneticilerinin yenilik yönetimi yeterlikleri, öğretmenlerin yaşam boyu öğrenme eğilimleri ve öğretmenlerin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişkileri araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, okul yöneticilerinin algıladıkları yenilik yönetimi yeterlikleri, öğretmenlerin yaşam boyu öğrenme eğilimleri ve öğretmenlerin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Baltacı ve Metin (2021), hemşirelik öğrencilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri ile kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Bulgular, öğrencilerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin “düşük” ve kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumlarının “orta” düzeyde olduğunu göstermiştir. Sonuç olarak hemşirelik öğrencilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri arttıkça kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumlarının da geliştiği gözlenmiştir.

Bireysel yenilikçiliği etkileyen faktörler incelendiğinde bu faktörlerin genel olarak; BİT, yenilikçi davranış ve okullarda müfredat geliştirme üzerine odaklandığı görülmektedir. Bu kapsamda Noh, Hamzah ve Abdullah (2016) çalışmalarında bilgisayar kullanma deneyiminin ve BİT bilgi düzeyinin bireysel yenilikçiliğe etkisini araştırmıştır. Araştırmanın bulgularına göre, kütüphane ve medya öğretmenlerinin çoğunluğunun orta düzeyde bireysel yenilikçilik düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda bilgisayar kullanma deneyimi, eğitim düzeyi ve BİT bilgi düzeyinin kütüphane ve medya öğretmenlerinin bireysel yenilikçiliğini önemli ölçüde etkilediği ve katkıda bulunduğu bulunmuştur. Büyükbeşe vd., (2017) üniversite öğrencilerinin duygusal zekâlarının iletişim becerilerine ve bireysel yenilikçilik düzeylerine etkisini incelemiştir. Sonuçlar, öğrencilerin duygusal zekâlarının iletişim becerisini ve bireysel yenilikçiliklerini olumlu yönde etkilediğini göstermiştir. Ovbiagbonhia vd., (2019) okullardaki müfredatların yenilikçilik yeterliliğini geliştirmeye yönelik olup olmadığını yenilikçilik yeterliliklerine ilişkin algılar açısından değerlendirmiştir. Sonuçta üniversitelerin yenilikçilik yetkinliğinin öğretimi ve değerlendirilmesine daha açık ve yapısal olarak odaklanılması gerektiği ifade edilmiştir. Wnag ve Lin (2021) çalışmasında yükseköğretim kurumlarında çevrimiçi öğrenme sistemlerinin benimsenmesi bağlamında öğrencilerin öğrenme performansına katkıda bulunan faktörlerin belirlenmesini amaçlamıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, temel uyumluluğun (çevresel bir faktör olarak) ve bireysel yenilikçiliğin (kişisel bir faktör olarak), öğrencilerin öğrenme performansı ve çevrimiçi öğrenme sistemlerini kullanma niyetlerinin devam etmesi üzerinde önemli veya dolaylı etkilerinin olduğunu göstermiştir.

Literatürde turizm alanında yapılan bireysel yenilikçilik çalışmalarında, turizm işletmelerindeki çalışanların bireysel yenilikçilik düzeylerinin belirlenmesine yönelik araştırmaların bulunduğu gözlenmiştir. Işık ve Meriç (2015) çalışmasında Van ilinde turizm amaçlı faaliyetini sürdüren 4-5 yıldızlı otel yöneticilerinin yenilik düzeyleri ve kategorilerini araştırmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, Van ilinde hizmet gösteren turizm faaliyetinde bulunan otel yöneticilerinin bireysel yenilikçilik düzeylerinin orta seviyede olduğu görülmüş ve ayrıca bu yöneticilerin çoğunun “sorgulayıcı”, “öncü”, “kuşkucu”, “yenilikçi” ve “geleneğe” grubunda yer aldığı belirlenmiştir. Tugay (2021) araştırmasında İstanbul ilinde turizm amaçlı faaliyet gösteren 5 yıldızlı otellerde çalışanların bireysel yenilikçilik düzeylerini incelemiştir. Araştırmada aynı zamanda çalışanların bireysel yenilikçilik ve hizmet yeniliği

performansı arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda, bireysel yenilikçilik ile hizmet yeniliğinin performans alt boyutları ile çalışanların yenilikçi hizmet davranışı ve hizmet geliştirme arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkinin bulunduğu belirlenmiştir. Wu ve Lai (2021) çalışmasında anakara Çinli film turistlerinin artırılmış gerçeklik uzun metrajlı film karakteriyle ilgili tur uygulamasını kabul etmedeki davranışsal niyetlerini “Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi” modeline dayalı olarak incelemiştir. Araştırmanın sonuçları, performans beklentisi, güç beklentisi, sosyal etki ve bireysel yenilikçiliğin, anakara Çinli film turistlerinin “IfilmAR-tur-APP” uygulamasını kabul etmedeki davranışsal niyetleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu, ancak kolaylaştırıcı durumların turistlerin davranışsal niyetini önemli ölçüde etkilemediğini göstermiştir. Diğer bir sonuç; güç beklentisi, kolaylaştırıcı durumlar ve bireysel yenilikçiliğin bir “IfilmAR-tur-APP” kullanımında performans beklentisini olumlu yönde etkilediğidir.

## 2.4. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK

Araştırmanın bu bölümünde değişim hızının arttığı dönemde önem kazanan dijital girişimcilik kavramının tanımı ve önemi, gelişimi, özellikleri, turizmde dijital girişimcilik, dijital girişimcilik eğilimi ve dijital girişimcilik konusunda yapılmış olan çalışmalar ele alınmıştır.

### 2.4.1. Dijital Girişimciliğin Tanımı ve Önemi

Fransızca “enterprise” sözcüğünden türeyen girişimcilik kavramı, “yeni bir işbirliği sağlamak veya mevcut bir işi geliştirerek yeni bir girişim yaratmak” şeklinde tanımlanmaktadır (GEM, 2016). Girişimcilik alanında ilk kuramlardan birini geliştiren Richard Cantillon (1755) girişimciyi şöyle tanımlamıştır: “Girişimci, belirsiz ortamlarda fırsatları yakalayabilen ve bu fırsatları değerlendirerek hayata geçirmek için risk almayı göze alan kişilerdir.” Modern girişimcilik kavramını tanımlayan Cantillon’nun (1755) tanımında iki unsur vardır: Birinci unsur girişimcilerin belirsiz ortamlarda hareket etmesi, diğer unsur ise girişimcilerin riskleri üstlenmesidir. Değişim hızının arttığı günümüzde, dijital dönüşümün de yaşanmasıyla birlikte artan belirsizlik riski oluşturmakta ve arttırmaktadır. Günümüz dünyasında dijital girişimcilerin aldıkları risk ve kazanılan getiri, geleneksel girişimcilikten farklılık göstermektedir. Bu kapsamda dijital girişimcilik kavramının geleneksel girişimcilikten bazı yönleriyle farklılaştığını söylemek mümkündür.

Dijital girişimcilik, internet ve teknolojinin özellikleri göz önünde bulundurulduğunda farklı ve yeni bir araştırma alanı olarak kabul edilmektedir. Dijital girişimcilikte internet; işletmelerin vizyonuna, iş hedeflerine ve amaçlarına stratejik ve rekabetçi bir şekilde ulaşmak için bir araç olarak kullanılmaktadır. Dijital girişimcilik, bazı dijital mal ve hizmetlerin yanı sıra dijital iş faaliyetleriyle de ilgilidir (Hull vd., 2006). Yeni geliştirilen yazılım ve uygulamalar, sosyal ağlar, internete daha kolay erişim ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler girişimciler için birçok yeni fırsat sunmuştur. Alanyazında Dijital Girişimcilik kavramı “İnternet Girişimciliği”, “Elektronik Girişimcilik”, “E-Girişimcilik”, “Bilgisayar Girişimciliği”, “Web Girişimciliği” şeklinde kullanılmış olsa da bütün bu kavramların içerdiği anlam aynıdır. Dijital Girişimcilik Kollman (2006) tarafından şöyle tanımlanmaktadır: “Net ekonomi içinde veri ağlarını kullanarak, dijital ortamlı platformlar sayesinde yenilikçi düşünen bir kişi tarafından yeni bir iş fikrinin üretilmesi veya ürünlerin değerini oluşturarak tamamen elektronik ortamlarda hizmetler

sunarak yeni bir işletmenin kurulmasıdır.” Bu tanım incelendiğinde oluşturulan bu değer özellikle bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla geliştirildiği düşünülebilir. Dijital girişimcilik; teknolojiye sürekli yaşanan ilerlemeler sayesinde meydana gelen gelişmelerden yararlanarak toplumun birçok kesiminin ulaşabileceği yenilikçi ürün ve hizmetlerin farklı dijital platformlarda satılmasıyla gerçekleştirilen bir girişimcilik türüdür (Ballı, 2020).

Dijital girişimcilik ile ilgili literatürde yer alan farklı tanımlar incelendiğinde, hepsinin temelini bilgi ve iletişim teknolojilerinin oluşturduğunu görmek mümkündür. Dijital girişimcilik fırsatlarının elde edilmesinde, dijital medya ve diğer dijital teknolojilerin rolü kaçınılmazdır. Bu kapsamda Davidson ve Vaast (2010) dijital girişimcilik kavramını “bilgi teknolojilerinin ve dijital medyanın kullanımında bir fırsat arayışı” olarak tanımlamıştır. Yaghoubi vd., (2012)’nin tanımına göre dijital girişimcilik; “dijital mal ve hizmetlerin, dijital ortamda yeni bir iş yeri ve pazarların olduğu girişimciliktir.” Rashidi vd., (2013) ise dijital girişimciliği; web siteleri ve internet gibi yeni dijital araç-gereçlerin bir iş ortamında kullanıldığı girişimcilik faaliyetleri olarak tanımlamıştır. Bogdanowicz (2015)’e göre dijital girişimcilik “yeni teknolojilerin kullanımındaki ürün, süreç ve ekonomik faaliyetlerin gelişimine yön veren bir değer oluşturma etkinliğidir.” Giones ve Brem (2017) dijital girişimciliği geleneksel girişimcilerin sağlamış oldukları hizmetlerin teknoloji ortamında kullanılması olarak ele almıştır. Satalcina ve Steiner (2020) ise dijital girişimciliği; inovasyon sisteminde genel işin içinde, sistemin alt yapısını, sosyal ağ oluşturma ve amaçların mekanizmalar yönünde değişimine sebep olan itici bir güç olarak tanımlamıştır.

Görüldüğü gibi tanımlamalar, yeni bilgi teknolojilerinin ve dijitalleşmenin girişimciliğin üzerinde etkilerinin olduğuna işaret etmektedir. Dijital platformlarda girişimlerin yapılabilmesi, gelişim göstermesi ve sanal ortamlarda ödeme sistemlerinin sürekli değişerek güncellenmesi, girişimcilik faaliyetlerinde önemli gelişmelerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kapsamda dijital teknolojiler girişimcilerin işletmeler kurmalarına yardımcı olmak için dijital girişimcilik platformlarını kullanmaya teşvik etmekte, onları bu faaliyetlere yönlendirmektedir. Dijital girişimcilik sektörlerin çalışma şekillerinde başlangıç süreçlerini her geçen gün kolaylaştırabilir hale getirmektedir. Dijital teknolojilerin değişim göstermeleriyle işletmeler, pazarlara giriş yapabilmesindeki engellerin ortadan kaldırılmasında önem taşımaktadır. Mobil yazılımlar, sosyal ağlar ve platformlar, bilgi ve eğlence amaçlı geliştirilen siteler,

bilgisayar yazılımları, eğitim ve danışmanlık gibi birçok hizmet dijital girişimcilik kapsamında değerlendirilebilir (Vural ve Çavuş, 2017). İşletmelerin yeni fırsatlar bulmasını sağlayan dijital girişimcilik, yenilikçi iş uygulamalarının tanıtılmasında önemli bir paya sahiptir (Jelonek, 2015). Bu nedenle dijital girişimcilik faaliyetlerinin önemli bir şekilde arttığı düşünülmektedir.

Dijital teknolojilerin hızlı gelişimi ve gelişen dijital ekonomi nedeniyle girişimcilik gelişiminde nihai ve çağdaş bir trend olarak görüldüğü için dijital girişimciliğe artan bir ilgi vardır. Bununla birlikte günümüz girişimciliğinde bilgi ve iletişim teknolojileri ortamında öğrenmek, toplumlarda çalışmak ve yaşamak için 21. yüzyılın becerilerine sahip olmak gerektiği belirtilmektedir (Tekin ve Küsbeci, 2021). Dijital girişimciler, hem diğer işletmeler ile hem de tüketiciler ve müşteriler ile etkileşim kurmak amacıyla sanal işlemleri tamamlamak için World Wide Web (WWW) teknolojilerini kullanmaktadır (Pourhossein ve Omran, 2014). Bu nedenle bilgi ve iletişim teknolojileri becerilerine sahip olanlar, artık küresel bir pazarda yeni işlerin başarılı bir şekilde yürütülmesinde önemli rol oynamaktadır (Vorbach vd., 2019). Dijital girişimciler, kurumlarda fiziksel olarak tanınan her şeyin internet ortamında yapılmasına katkı sağlamaktadır. Bu nedenle sürekli yenilenen ve değişen koşullara göre dijital girişimci, yeni nesil tüketici ihtiyaçlarına uygun olarak kendini geliştirmeli ve teknolojik çağın ihtiyaçlarına göre adapte edebilmelidir. Bu kapsamda dijital girişimcilerin, ekonomik kalkınmada, dijital dönüşümün gerçekleşmesinde ve dijital ekonominin gelişmesinde önemli roller üstlenmesi beklenmektedir.

#### **2.4.2. Dijital Girişimciliğin Gelişimi ve Özellikleri**

Dijitalleşme yönünde gelişen ekonominin unsurlarından biri olan dijital değişim ile tüketicilerin, müşterilerin, işletmelerin ve değer zincirlerinin, ekosistem ve sektörlerin farklı biçimde değişime uğradıkları görülmektedir. Bu değişim, stratejik yönüyle iş modellerine, ürün ve hizmetlere, müşterilere ve organizasyonel yapılanmalara, süreçlere, bireylerin karar alma mekanizmalarına ve teknolojik altyapılarına kurdukları işler ile hemen hemen tüm alanlarda kendini göstermektedir (Tusiad, 2016). Özellikle mobil araçlar, bilgisayarlar, akıllı telefonlar, tabletler, sosyal medya, veri analitiği, üç boyutlu baskı gibi ortaya çıkan bilgi ve iletişim teknolojileri (Nambisan, 2017, s.1029), girişimcilik alanında yeni bir dönemin başlamasına neden olmuştur (Nambisan, 2017, s.1047). Bu kapsamda, girişimcilik ve dijital teknolojilerin birlikte oluşumu dijital

girişimciliğin girişimcilikte yeni bir yaklaşım olarak tanınmasına neden olmuştur (Yaghoubi vd., 2012). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ile birlikte çevrimiçi platformlarda dijital girişimcilik uygulamalarına merak artmıştır. Yenilenen bilgi teknolojileri, işlenen bilgilerin farklı bir biçimde kullanımı, bilgi ve iletişim kanallarının farklılaşması ve geleneksel araçların da değişimi, dijital girişimciliği yeni ve farklı bir girişimcilik türü haline getirmiştir (Aracıoğlu vd., 2016).

Çağımızda, yapılan faaliyetlerin neredeyse tümü artık internet üzerinden yönetilmektedir. İnternetin olmadığı zamanlarda yapılmayan işler artık kolayca yapılabilir hale gelmektedir. İşletmeler, her geçen gün internetin gelişmesine ve dijitalleşen dünyaya daha fazla önem vermektedirler. Bu amaç doğrultusunda işletmeler, yeni işbirlikleri ve organizasyonel birimler kurmak eğilimindedirler. Dijital girişimciliğin 21. yüzyılda önemini anlayan işletme sahipleri internet aracılığıyla konumlarda bağımsız çalışmaya, daha esnek çalışma saatlerine ve kendi donanımları ile çalışma şekillerinde değişiklik yapılmasına önem göstermektedirler. Dolayısıyla bu değişimler, işletmeleri olduğu kadar çalışanları da etkilemektedir. Son on yıla bakıldığında, dijital teknolojilerin geleneksel iş yapma stratejileri üzerinde yöntemlerin, süreçlerin, ürünlerin ve hizmetlerin kökten değiştiğini görmek mümkündür. Örneğin, sosyal ağ teknolojilerinde yaşanan değişimler, ağ oluşumunda yeni yaklaşımların ortaya çıkışını beraberinde getirmiş, girişimcilerin daha uzak mesafelerdeki bölgelere daha farklı aktörlerle bağlantı kurmalarına katkı sağlamıştır (Hansen, 2019).

Yeni dijital teknolojilerin ve ortaya çıkan yeniliklerin genel olarak yeni kurulan işletmeler aracılığıyla ticarileştiği bir dönemin içinde bulunmaktayız. Dijitalleşmenin ortaya çıkışı, yeni dijital teknolojilerin yeni yollarla (sosyal, yapay zeka, bulut ve siber çözümler) dijital dönemde iş oluşturmanın geleneksel açıdan değişimini etkilemektedir (Aagaard, 2019). Teknolojide yaşanan bu yeniliklerin ilerlemesiyle beraber işletmelerin rekabet avantajını oluşturmak ve sürdürmek açısından girişimci zihinlere yöneldikleri düşünölmektedir. Geleneksel girişimciler, teknoloji aracılığıyla veya küreselleşmenin büyümesiyle yeni ve mevcut iş modelleri geliştirebilmek, değiştirmek için dijital teknolojilerin sunduğu fırsatları değerlendirebilmekte ve dijital girişimciler haline gelmektedirler.

Günümüzde güçlü dijital platformların iş dünyasında giderek yaygınlaşması ve uygulanabilmesi ile beraber birçok işletmeye avantaj sağladığı görölmektedir. İşletmeler ve toplumun dijital teknolojiler tarafından dönüştürölmesi, girişimcilik alanını da

dijitalleşme yönünde etkilemektedir. Dünyanın dijitalleştiği bir dönemde dijital girişimcilik, girişimcilik pratiği, teori ve eğitim üzerinde bir takım değişikliklere neden olmaktadır. Geleneksel girişimcilik anlayışı, bireylerin fırsatları tanımak ve bu fırsatları ele geçirerek pazarlanabilir mal ve hizmetlere dönüştürmek, risk almak ve değer katmak gibi özelliklerini içermektedir (Yaghoubi vd., 2012). Dijital girişimcilik geleneksel girişimcilikten farklı olsa da genel olarak geleneksel girişimciliğin özelliklerini taşımakta ve dijital ortamların özgünlükleriyle bütünleşmektedir. Dijital girişimciliğin risk, yaratıcılık ve yenilikçilik kavramları ile beraber ilişkilendirildiği de görülmektedir (Horne vd., 2016). Bu kapsamda dijital girişimcilik ve geleneksel girişimcilik arasındaki farklı yönler Tablo 2.4.2.1’de aktarılmaktadır (Hull vd., 2007; Hafezieh vd., 2011; Yaghoubi vd., 2012; Özdemir, 2016).

*Tablo 2.4.2.1. Dijital ve Geleneksel Girişimcilik Arasındaki Farklar (Hull vd., 2007; Hafezieh vd., 2011; Yaghoubi vd., 2012; Özdemir, 2016.)*

	<i>Dijital Girişimcilik</i>	<i>Geleneksel Girişimcilik</i>
<b>Pazara giriş</b>	Kolay	Zor
<b>Üretim ve depolama</b>	Kolay	Zor
<b>Dağıtım</b>	Daha hızlı	Daha yavaş
<b>İşyeri</b>	Dijital işyeri	Fiziksel olarak bir araya gelme
<b>Örgütsel bağlılık</b>	Daha zor	Daha kolay
<b>İletişim şekli</b>	Bilgisayar ve dijital teknolojilerle	Yüz yüze
<b>Organizasyon yapısı</b>	Esnek ve işbirliğine	Hiyerarşik

- **Pazara giriş kolaylığı:** Dijital girişimcilikte pazara giriş yapmak daha kolay hale gelmekte ve az zaman almaktadır. Dijital girişimcilik bireylere en kısa sürede küçük işletme girişimlerini yapmalarında ve ticari web siteleri oluşturmada fırsatlar sunmaktadır.

- **Depolama ve üretim kolaylığı:** Geleneksel girişimciler üretim ve pazarlama konusunda avantajlı konumda yer almamaktadır. Dijital girişimcilikte ise üretim ve depolamada tasarrufların sağlanması mümkündür.

- **Dağıtım kolaylığı:** Geleneksel girişimcilikten farklı olarak dağıtım kolaylığının dijital girişimcilikte daha ucuz ve hızlı şekilde olduğu görülür.

- **Dijital işyeri:** Mal ve hizmetlerin dijitalleşmesi, fiziksel olarak çalışma ekiplerine duyulan ihtiyacın büyük ölçüde azalmasıdır. Dijital girişimcilikte dünyanın

dört tarafından çalışanların internet üzerinden bir araya gelerek ortak işbirliği sağlama gibi imkânları vardır.

- **Dijital bağıllık:** Düzenli olarak belli bir mekanda çalışanlar bir araya gelmediği ve yüz yüze ilişkiler olmadığı ya da sınırlı olduğu için dijital girişimcilikte örgütsel bağıllığın gelişmesi daha zordur.

- **Dijital teknolojilerle iletişim:** Geleneksel girişimcilerden farklı olarak dijital girişimcilerin organizasyon konularında müşteriler ve tedarikçiler gibi kilit rol oynayan paydaşlarla web sitelerinde iletişime geçmeleri daha avantajlıdır.

- **Esnek organizasyon yapısı:** Dijital teknolojilerin devinim oluşturması, işletmelerin hiyerarşik organizasyon yapılarının yıkılarak çok fonksiyonlu ekiplere dönüşmesi, esnek, işbirliği sağlamak için uygun bir biçimde yeni organizasyon yapılarının tasarlanmasına imkan vermektedir.

Ayrıca, geleneksel girişimcilik ile dijital girişimcilik arasında “ihracat potansiyeli” gibi farkların bulunduğu gözlenmiştir. Günümüzde çeşitli pazarlara, farklı ürünlerle, yeni girişimlerin sürdürülebilirlik açısından ihracatların yapılması dijital girişimlerle daha kolay hale gelmiştir (Utikad, 2016).

### 2.4.3. Turizmde Dijital Girişimcilik

Bilgisayarların ve dijitalleşmenin yarattığı evrim, 20. yüzyılın sonlarından itibaren sadece teknik dünyayı değil, hayatın hemen her alanını etkisi altına alan yeni bir sanayi devrimi olarak görülmektedir. İş dünyasında dijitalleşme, iş modelini değiştirmeye, yeni gelir ve değer yaratan fırsatlar sunmaya yardımcı olacak bu tür dijital teknolojilerin kullanılması anlamına gelir. Modern bilgi teknolojilerinde yaşanan hızlı değişimler, tüm sektörleri etkilediği gibi turizm sektörünü de etkilemektedir. Turizm sektörü dijitalleşmenin etkisiyle, iş yapış usul ve süreçlerinin dijitalleştiği, seyahat ve konaklama işlemlerinin tamamen çevrimiçi ortamda gerçekleştirildiği bir sektör konumundadır. Günümüzde turistler dinamik bir davranış sergilemekte ve giderek daha kapsamlı bilgi talep etmektedir. Turist seyahat paketleri hala pazarı karakterize etse de turistin kendi başına bilgi aradığı turizm giderek daha fazla büyümektedir. Müşterinin bilgiyi bulma ve belirli hizmetleri satın alma yeteneği son yıllarda daha da gelişmiştir. Bu kapsamda turizm sektörünün pazarın yeni zorluklarına cevap verebilmesi için dijital teknolojileri benimsemesi ve teknik altyapıyı geliştirilmesi gerektiği belirtilmektedir (Baird ve Parasnis, 2011). İnternet, bugün dijital işlemlerin yapıldığı ve yakın zamana kadar turizm

işletmeleri ve müşterileri arasında işlerin farklı şekilde yürütüldüğü yeni bir ortam olduğu için turizm sektöründeki değer zincirini etkilemektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, turizm sektöründe işletmelerin iş stratejileri ve iş verimliliğinin artırılmasına önemli katkılar sağlamaktadır (Borras vd., 2014). Artık turizm işletmelerinin teknolojik değişimlere ayak uydurabilecek bir şekilde dinamik bir yapıya bürünerek dijital girişimcilik alanında yeni yaklaşımları benimsemesi kaçınılmaz görünmektedir. Ayrıca bireylerin bilgiye dayalı bir bakış açısına sahip olmaları bilginin değişiminde, transferinde ve ediniminde yeni iş yapma yollarını da kolaylaştırmaktadır (Geissinger vd., 2018). Bu kapsamda turizm, dijital girişimciliğin hızla gelişim gösterdiği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır (Doğantan, 2020, s.57).

Günümüz dünyasında artan işsizlik oranı, yaşanan ekonomik kriz ve insanların satın alma gücünde görülen azalmalar gibi sebepler turistlerin fiyat duyarlılıklarını arttırmaktadır. Bu duyarlılıklara mevcut kaynakların sürdürülebilir şekilde kullanımı, çevre duyarlılığı ve turistlerin yerel halka daha çok gelir imkanı sağlayarak iş modellerinin gelişmesi eklendiği zaman turistlerin diğer bireylerle kullandıkları kaynakları paylaşarak kullanma eğilimlerinin arttığı gözlenmektedir. Bu bağlamda turizm pazarına dijital teknolojilerin entegre edilmesi karşımıza “paylaşım ekonomisi” ve “dijital paylaşım” platformlarını çıkartmıştır (Çakır, 2020). Turizm alanında dijital girişimcilik uygulamalarının da genel olarak paylaşım ekonomisi çatısı altında gelişerek yaygınlaştığı belirtilmektedir (Doğantan, 2020). “Paylaşım ekonomisi” terimi ilk kez 2008 yılında kullanılmış ve “mal ve hizmetlere sahip olmadan kaynakların paylaşımı, değişimi ve kiralanmasıyla yapılan ortak ekonomik hareketlilik” anlamına gelmektedir (Lessing, 2008). Paylaşım çatısı olarak ifade edilen şeyler: Mal ve hizmetlerin paylaşımı, dijital teknoloji paylaşımları ile ticari, kültürel ve sosyal projeler kapsamında değerlendirilmektedir (Doğantan, 2020). Paylaşım ekonomisi platformları, turistlerin bilgi ve turizm deneyimlerini paylaşımında en önemli aracı olarak kabul edilmektedir (Privitera ve Abushena, 2019). Turistler, önceden belirledikleri destinasyona giderken “zaman”, “bütçe” ve “tatile çıktıkları kişileri” (aile, arkadaş ve yabancılar) göz önünde bulundururlar (Fesenmaier ve Jeng, 2000). Bu kapsamda turizm faaliyetlerine katılan bireylerin daha düşük maliyetleri göz önünde bulundurup dijital girişimcilerin yaratmış olduğu paylaşım ekonomisi platformlarından yararlanmayı tercih ettikleri görülmektedir (Alegre ve Pou, 2006). Turizm alanında dijital paylaşım platformlarını dört grupta

değerlendirilebilir. Bu platformlara; konaklama, ulaşım, yemek deneyimi ve seyahat deneyimi dijital paylaşım platformları dahildir (Çakır, 2020). Turizm sektörünü ilgilendiren bu elektronik uygulamaların bazılarını araç/koltuk paylaşımı uygulamasında yer alan (*UBER, Lyft, BlaBlaCar, Flightcar, Zipcar*), ev veya oda paylaşımı için (*AirBnb, VRBO, Homeexchange, Couchsurfing ve HomeAway*), yerel olarak yemek paylaşımları için (*BonAppetour, MealSharing, EatWith, Travellingspoon, VizEat*) ve yerel tur rehberliği anlamında tecrübe paylaşımıdır (*Tastemaker-sAfrica, TourByLocals, Tourradar*) (Doğantan, 2020). Bu uygulamalarla birlikte turizm alanında start-up tarzında kurulan platformlar da yer almaktadır. Bu platformlar; *Cultural Trip, Mapify, Stasher, Zeelo ve SMARTDEMA Projesi kapsamında Foça Halk Hikayeleri mobil uygulamaları*'dır. Turizm pazarında önemli değişimler yaratan bu dijital paylaşım platformları paylaşım ekonomisinde yer almaktadır.

Dijital paylaşım platformlarından belki de en çok bilineni turizm pazarında turistler tarafından popüler olarak kullanılan Airbnb'dir. Örneğin, ev veya oda paylaşımı için kullanılan Airbnb, insanların seyahat planlamalarında konaklayacak yer bulmalarına ve mekân sahiplerinden kiralamalarına aracılık eden dijital bir girişimdir. Seyahat eden kişiler ev sahipleri ile iletişim kurarak ödemelerini gönderirken bu platformdan faydalanmaktadırlar. Bu platformlar yüksek oranda ekonomik değere sahiptir. Airbnb verilerine göre, Airbnb'nin dünya genelindeki toplam geliri 2021'de 5,99 milyar ABD dolarıdır. Bu, bir önceki yılın toplamı olan 3,38 milyara göre önemli bir artıştır (Statista, 2022a). Airbnb gibi diğer dijital platformların (*Hotels.com; Travelocity, Tripadvisor vb.*) kullanılması, turistlerin seyahatlerini planlamasını ve rezervasyon yapmasını kolaylaştırır (Hong vd., 2018). Bu nedenle turizm endüstrisinde paylaşım ekonomisinin en çok konaklama sektörünü etkilediği belirtilebilir (Stors ve Kagermeier, 2015). Dünya Bankası (2018), 2013 ve 2025 yılları arasında konaklama paylaşım ekonomisinde yıllık %31'lik bir büyüme oranı öngörmektedir.

Ulaşım paylaşım platformlarında en yaygın tercih edilen platform Uber'dir. 2017 yılında Uber ayda 40 milyondan fazla kişiye ulaşmıştır. Uber, ABD'de taksi pazarından % 77'lik pay almıştır. 2021'de ise yaklaşık 17,5 milyar ABD doları net gelir elde etmiştir. Mobil ulaşım ağı şirketinin tüm dünyada aylık yaklaşık 93 milyon kullanıcısı vardır (Statista, 2022b). Dijital paylaşım platformlarının turizm pazarında önemli olan diğer paylaşım platformu, turistlerin yemek deneyimi platformudur. 2012'de kurulan Eatwith dijital platformu 130'dan fazla ülkede yerel halkla otantik mutfak deneyimleri sunan

dünyanın en büyük yemek paylaşım platformudur. Eşsiz deneyimler arayan insanları, özel evlerde ve seçkin mekanlarda, elle seçilmiş yerel ev sahipleri ile buluşturarak farklı yöresel bölgelerin yiyecek-içeceklerini faaliyetlerine katılım sağlamaktadır. Ayrıca bu tür platformlar, turistlere yerel halkın günlük yaşamlarına bir bakış açısı sunmakta (Maitland, 2010) ve yerel halkla etkileşimi kolaylaştırarak yerel yemek kültürü hakkında bilgi edinmelerini sağlamaktadır (Demir, 2020).

Seyahat deneyimi dijital platformlarından biri de turistik bölgelerin yerel rehberleri tarafından sunulan tur ve aktivitelere katılarak bölgeyi ziyaret eden turistler için kurulmuş ToursByLocals dijital paylaşım platformudur. 2008 yılında kurulan bu dijital platform 182 ülkede 4695 kayıtlı yerel rehberi bulunan platform haline gelmiştir. Ayrıca bu platform, yaklaşık 1,5 milyon tur ve aktivite deneyimini sunmaktadır. ToursByLocals sunduğu turistik ürünlerin genişliği ve çeşitliliği, hizmet sunan yerel rehberlerin sayısı ve faaliyet gösterdiği ülke sayısının fazla olduğu göz önünde bulundurulduğunda dünyanın en büyük dijital paylaşım platformu haline geldiği belirtilebilir (Çakır, 2020).

Bu küresel girişimlerin dışında turizm ve seyahat alanında farklı dijital girişimlere de rastlamak mümkündür. Örneğin 2011 yılında Kris Naudts tarafından Londra'da kurulan Cultural Trip, insanlara dünyanın kültürünü ve yaratıcılığını keşfetmeleri için ilham veren küresel bir teknoloji girişimidir. Cultural Trip'in çerçevesi, yenilikçi teknoloji ve küresel bir yerel içerik oluşturucu ağı üzerine kurulmuştur. Şirket, bir yerin benzersizliğini, insanlarını ve kültürünü gösteren hikayeler anlatır. Kullanıcılar, hikayeleri ve seyahat rehberlerini okumanın yanı sıra, elle seçilmiş bu destinasyonlarda gezi rezervasyonu yapabilmektedirler (<http-3>). *Mapify*, 2017'de Berlin'de David Pflugpeil ve arkadaşları tarafından yaratılmış bir sosyal pazar yeri uygulamasıdır. Mapify, dünyanın dört bir yanındaki yolcuları geçmiş ve devam eden yolculuklar aracılığıyla birbirine bağlamak için tasarlanmış, seyahat deneyimleri için bir sosyal pazar yeridir. Mapify kullanıcıları seyahat deneyimlerini görselleştirebilir, bulabilir ve planlayabilir. Mapify'nin web sitesinde ve uygulamasında kullanıcılar resim yükleyebilir, seyahatlerinin haritasını çıkarabilir, bir yapılacaklar listesi oluşturabilir, geziler planlayabilir ve diğer kullanıcıları takip edebilir. Şirketin toplam geliri 1.3 milyon ABD dolarıdır (<http-4>). *Stasher*, 2015 yılında Anthony Collias, Jacob tarafından Londra'da kurulmuştur. Şirketin toplam net geliri 5.4 milyon ABD dolarıdır. Stasher, kısa süreli ziyaretçileri güvenli bir şekilde bagaj depolamak için yeri olan bir yerel otel ve mağaza

ağına bağlayarak çalışan dünyanın ilk bagaj depolama ağıdır. Stasher, evrimii bir platform olarak çalışır ve kullanıcıların önceden veya gün içinde depolama alanı ayırmasına olanak tanır. Stasher, gezginlere bagajları için uygun fiyatlı ve uygun depolama alanı sağlamak için uluslararası bir otel ve perakendeci ağıyla ortak çalışır (http-5). Zeelo, 2016'da Barney Williams ve Sam Ryan tarafından Londra'da kurulan bir şirkettir ve toplam geliri 5.5 milyon ABD dolarıdır. Zeelo, okula gidip gelmek ve seyahat etmek için akıllı ulaşım hizmetleri geliştiren güvenli bir otobüs paylaşım şirketidir. Zeelo, insanlara arabalarını bir Zeelo otobüsü ile değiştirme seçeneği sunmak için özel araç kullanımının yüksek olduğu alanlarda uygun otobüs güzergahları tasarlamak için veri ve teknolojiyi kullanır. Zeelo, sürücüler ve taşıtlar için en iyi hizmeti sağlamak için yerel otobüs ve tur otobüsü operatörleriyle ortak çalışır. Taşıtlar, mobil uygulama aracılığıyla ulaşım hizmetleri rezervasyonu yapabilir (http-6). Türkiye'de Dokuz Eyll niversitesi ğretim yesi Prof. Dr. Metin Kozak tarafından kurulmuş turizmde yerel diğital girişimcilik platformlarından biri SMARTDEMA projesi kapsamında Foça Halk Hikâyeleri mobil aplikasyonudur. Bu proje, Foça'nın gün yüzüne çıkmamış halk hikyelerini mobil aplikasyona dönüştürerek ulusal ve uluslararası diğital turizme kazandırmayı amaçlamaktadır (http-7).

Bu girişimler aynı zamanda turizm ürün ve hizmetlerinin çeşitliliğini ve kapsamını, ekonomik işlemlerin hızını, turistlerin memnuniyet düzeyini, geri bildirim temposunu vb. etkilemektedir (Dredge vd., 2018). Bu kapsamda turizmde işletmelerinde e-biletleme, destinasyon ve otel tanıtımında internet ve Web sitelerin kullanılması, seyahat acentalarında internet ve Web sayfaları ile satışların yapılması turizm pazarlaması ve turizmde girişimcilik alanında önemli gelişmelerin kaydedilmesine neden olmuştur (Pırnar, 2005). Turizm alanında diğital girişimcilik; küresel anlamda ve farklı ülke çapında gelişmiş olmasına rağmen; *internet bazlı sistemlerin yoğun olarak kullanılması, tüm sektörlerde iş süreçlerinin diğitalleşmesi, diğital pazarlamanın payının giderek artması, turistlerin sosyal medyayı etkin olarak kullanılması* diğital girişimciliğini önemini ve yaygınlaşmasını daha da arttırmıştır (Doğantan, 2020). Dolayısıyla diğital girişimciliğin turizm alanında önemi her geçen gün artan ve yükselen bir alanı temsil ettiği söylenebilir.

#### 2.4.4. Dijital Girişimcilik Eğilimi

Günümüzde bilgi teknolojileri (BT) ve web tabanlı platformlar gibi yeni teknolojilerin kullanımı, girişimcilik programlarındaki etkinliğin itici gücü ve destekleyicisi olabileceği düşünülmektedir (Hejazinia, 2015, s.243). Günlük hayatımızı doğrudan etkileyen İnternet, iş kurma şeklini de önemli ölçüde değiştirmiştir. Bu açıdan bakıldığında, iş ortamı artık gelişmekte ve trend olan bir dijital girişimcilik alternatifi ile karşı karşıyadır. Ayrıca girişimcilik ve internet arasındaki ilişki BT tabanlı girişimcilik (Hejazinia, 2015) ve dijital girişimcilik (Yelkikalkan vd., 2010; Yıldırım ve Başer, 2016; Wang ve Lin, 2016) ; Xiaoyu vd., 2017) gibi çeşitli kavramlarla isimlendirilmiştir (Chen, 2014; Ojala, 2016; Saundarajan vd., 2016). Bu kapsamda internetin her türlü BT ve dijital teknolojiye dokunan kapsamlı bir olgu olması nedeniyle bu çalışmada dijital girişimcilik niyeti konusu ele alınmıştır. Ayrıca, girişimcilik literatürü geleneksel girişimcilik niyetine ilişkin araştırmalarla dolu olmasına rağmen, dijital girişimcilik hakkında çok az şey biliniyor ve dijital girişimcilik davranışı büyük ölçüde keşfedilmemiştir (Chen, 2014, s.3). Bu kapsamda bu araştırmada dijital girişimcilik eğilimi üzerinden hareket edilmiştir. Dijital girişimcilik eğilimi de özünde girişimcilik eğilimi tanımı, teorileri ve yaklaşımlarını barındırmaktadır.

Türk Dil Kurumuna göre eğilim; “bireyin bir şeyi sevmesi, istemek veya yapmaya içten yönelmesi, meyil ve temayül” anlamına gelmektedir (TDK, 2020). Thoyib vd., (2016)’a göre ise eğilim, bireyin bir şeyi yapmaya çalışma isteğinin ne kadar güçlü olduğunun ve belirli bir davranışı gerçekleştirmek için gösterilen çabanın ne kadar istekli olduğunun bir göstergesi olarak tanımlanmaktadır. Bireylerde girişimcilik davranışının ortaya çıkmasına neden olan girişimcilik arzusu, alanyazında “girişimcilik eğilimi”, “girişimcilik yatkınlığı”, “girişimcilik yeteneğı”, “girişimcilik ilgisi” gibi farklı kavramlarla belirtilse de “girişimcilik eğilimi” bireylerin bir davranışı hayata geçirip geçirmeyeceğini belirleyen ve o davranışa yön veren “niyet” şeklinde de ifade edilmektedir. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere niyet davranışa temel oluştırmakta, niyetin bireyin davranışını yönlendirdiğı düşünülmektedir. Bireylerin davranışlarındaki istek ve çabalarını belirlemede niyet etkili olduğu kadar yeni bir iş kurma fikrinin ortaya konmasında da niyet belirleyici olmaktadır. Girişimcilik alanı, bireylerin fırsatları görebilme ve değerlendirebilmeleriyle ilgili süreci kapsadığından, tesadüflerden ziyade bireylerin sergiledikleri bilinçli davranışları ortaya çıkarmaktadır (Ayşe, 2010). Bu eğilim ile bireyler girişimcilik faaliyetlerine adım atmaktadırlar (Çelik vd., 2014).

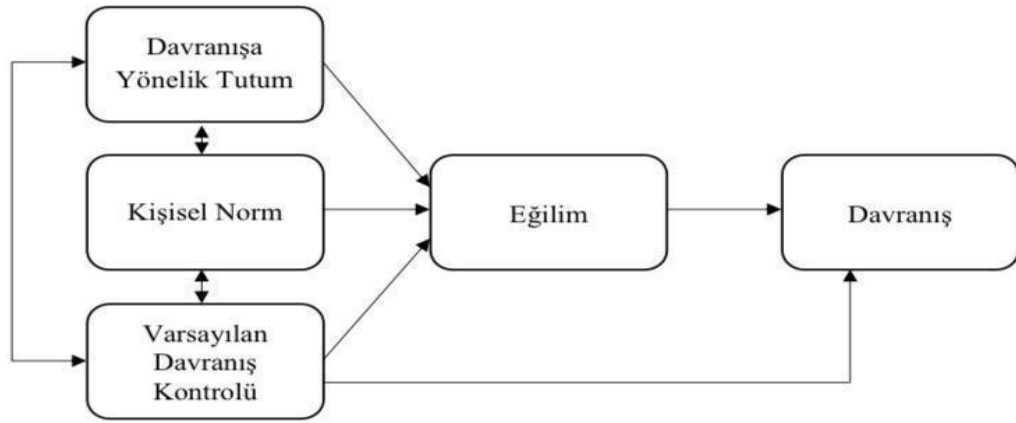
Girişimcilik kavramının kendisi ile girişimcilik eğiliminin aynı anlam taşımadığı belirtilmektedir. Buna göre girişimcilik en temel anlamıyla, yeni girişimlerin kurulmasını ifade ederken, girişimcilik eğilimi, bireylerin girişimciliği nasıl algıladığını, girişimcilik faaliyetlerinde kullanılan yöntem, uygulama ve karar alma durumuyla ilgilidir (Kalfaoğlu, 2017). Bu tanımlardan anlaşıldığı gibi eğilim (niyet), bireylerin yeni bir iş kurma hedef ve davranışını ifade eder (Karaman ve Aydoğmuş, 2020). Bu davranışlar kısıtlı ya da planlı olarak nitelendirilebilir. Girişimciliğe yönelik eğilimler, aynı zamanda kurucuların gelişme aşamasındaki örgütlenme vizyonunu ve kurum kültürünü yansıtmaktadır (Krueger vd., 2000). Girişimci olmak yönünde atılan kararlar gönüllü ve bilinçlidir (Linan ve Chen, 2009). Örgüt içinde eğilim bireylerin karar verme sürecini etkilemekte (Krueger vd., 2000) ve karar verici kişilerin dikkatini hedef davranışlara odaklanmaya yönlendirmektedir (Krueger ve Brazeal, 1994). Girişimci davranışlar için bulunması gereken girişimci niyetler, gelişmekte veya gelişen bazen de uzun bir girişim oluşturma sürecinin ilk adımıdır (Linan ve Chen, 2009). Dolayısıyla niyet ya da eğilim, girişimcilik faaliyetlerini de içermekle planlanan herhangi birey davranışının en iyi belirleyici faktörüdür (Krueger vd., 2000).

Alanyazında sosyal psikoloji, bireylerin davranışları için ispatlanmış ve öngörü değeri sağlam bir dizi davranışsal model ve teori sunmaktadır. Niyet modelleri, çok yönlü ve sağlam, girişimcilikte araştırılan teorilere dayalı, kapsamlı bir şekilde test edilebilir sürecin yaygın kullanılmasına yardım etmektedir. Niyet temelli modeller girişimcilik alanında yapılan araştırmacılar için teori geliştirmekte ve girişimcilik faaliyetlerinde bulunan bireylerin kararlarında hangi faktörlerin katkı sağladığı konusunda anahtar rol oynamaktadır (Krueger vd., 2000).

Girişimcilik eğilimini destekleyen ve bu alanda geliştirilen, literatürde kabul görmüş belli başlı model ve teoriler: “*Planlanmış Davranış Teorisi*” (Ajzen, 1991), “*Girişimsel Tutum Oryantasyonu*” (Robinson vd., 1991), “*Girişimcilik Niyet Modeli*” (Boyd ve Vozikis, 1994) ve “*Davidsson Modeli*” (Davidsson, 1995) olarak sıralanmaktadır.

Ajzen (1991)’nin Planlanmış Davranış Teorisi, insan davranışını belirli bağlamlarda açıklamak için tasarlanan bir model olarak nitelendirilmekte ve aynı zamanda “Gerekçeli (Nedenli) Eylem Teorisi”nin bir uzantısı şeklindedir (Ajzen, 1991). Bireylerin niyetlerine yönelik bu model girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesinde kullanılan en popüler model olarak görülmektedir. Planlanmış Davranış Teorisi (PDT)

sosyal psikolojik bir kuram olmasından dolayı birçok farklı disiplin alanında bireylerin davranışlarını açıklamada yaygın bir model olarak tercih edilmektedir (Cohen ve Hanno, 1993). Ajzen (1991) Planlanmış Davranış Teorisi Modeli eğilimi belirlemeye yönelik üç boyutu açıklamaktadır. Ajzen (1991) bir bireyin davranışı ortaya koymasındaki kararını onun kendi isteğine bağlı olmasıyla ilişkilendirmiştir. Bireylerin davranışlarında bu gereksinim iyi bir şekilde karşılanmasına rağmen bazı bireylerin faaliyetlerinin fırsat ve kaynakların varlığı gibi dış faktörlerden etkilendiği gözlenmiştir (Ajzen, 1991). Modelde bulunan bu faktörlerden; “davranışa yönelik tutum”, “kişisel norm” ve “varsayılan davranış kontrolü” genel olarak bireylerin davranış gösterme üzerindeki gerçek etkilerini kontrol eder. Şekil 2.4.4.1’de modeli görsel olarak görmek mümkündür.



Şekil 2.4.4.1. Planlanmış Davranış Teorisi, The Theory of Planned Behavior- TPB (Ajzen, 1991)

Şekil 2.4.4.1. *davranışa yönelik tutumu*, bireyin davranışını gerçekleştirmedeki olumlu ve olumsuz yönlerini açıklamaktadır (Erten, 2002). Başka bir tanıma göre ise davranışa yönelik tutumun kişisel faktör olduğu ve bireyin bir davranış eyleme geçirmedeki olumlu ve olumsuz değerlendirmeyi ifade eder (Küçük, 2011). Tutumlara yönelik araçlar, bireylerin davranış değişiminde rol oynar. Girişimci adayın işletme kurma eğilimi, girişimcilik hakkındaki tutumuna göre oluşmaktadır. Bireylerin davranışlarına yönelik tutumları; meydan okuma, kendini ispat etme, zengin olma isteği ve kendi güvenine yönelik şeklindedir. Bu nedenle bireyler gelecek hayatlarındaki iş yaşamlarına göre yüksek gelire sahip olmak için girişimci olmaya karar verebilir. Modelde ikinci temel faktör olan *kişisel norm* (algılanan sosyal baskı); bireylerin davranışlarını gerçekleştirmeleri değil, onların algıladıkları sosyal baskı şeklinde ifade edilmektedir (Fishbein ve Ajzen, 1975). Erten (2002)’e göre ise kişisel norm, davranış

yapacak bir kişinin diğere önemli kişiler için (referans kişiler), kurum veya kuruluşlarda kişilerin belirli bir davranış hayata geçirmelerinin ya da hayata geçirme beklentisi içinde buldukları anlama gelmektedir. Kişisel norm faktörü girişimcilikte toplum açısından kabul gören ilgili unsur olarak belirtilmektedir (Teefflen ve Leroy, 2009). Kişisel normlar, potansiyel girişimci adayların ve bireylerin kendilerine ait olan özel değer, yargı, inanç ve düşünceye yönelik özgür irade belirlemede seçim hakkından oluşmaktadır. Aynı zamanda bireylerin içinde yaşadığı toplumun sosyal olarak adetleri, baskı ve kurallarıyla geliştirilen değerlerdir. Girişimcilikte bireylerin kendi yolunu ve yönlerini seçmede kişisel normlar rehberlik rolünü oynar. Modelin üçüncü temel faktörü *varsayılan davranış kontrolü*'dür. Varsayılan (algılanan) davranış kontrolü, davranış sergileyecek bireyin bu davranışı gösterebilmesinin hangi düzeyde kolay veya ne derece zor olacağı inancı düşünülür ve davranışı algılama anlamına gelmektedir (Erten, 2002). Bireylerin algıladıkları davranış kontrolü, onların girişimcilik faaliyetlerinde varsayılan yapılabirlik ve kontrol odaklı bir unsuru içerir (Teefflen ve Leroy, 2009). Algılanan fırsatlar kontrol edildiğinden bireylerin girişimci davranışlarını da etkileyecektir. Kişilerin iç ve dış inançları da davranışları etkilemektedir. Örneğin bir kişinin işe başladıktan sonra finansal kaynak bulmayı önemli bir gereklilik duyması, bu varsayılan davranış kontrolünün unsuru olarak görülmektedir.

Girişimcilik eğilimini açıklayan diğere bir model "*Girişimsel Tutum Oryantasyon Modeli*"dir. Bu model Robinson vd., (1991) tarafından oluşturulan üç boyutlu; *duygusal, bilişsel ve davranışsal* olmak üzere üç tepkiyi açıklayan modeldir. Bu model girişimcilik ve kişilik konusuna dayanarak girişimci ile ilgili iş motivasyonu araştırmalarında yaygın kullanılan dört yapıyı ortaya koymaktadır. Bunlar; *kontrol odağı, özgüven, başarı ihtiyacı ve inovasyondur*. Davidsson (1995) çalışmasıyla önceki geliştirilmiş model ve teorileri inceleyerek *Davidsson Modelini* geliştirmiştir. 35-40 yaş aralığındaki İsveçli vatandaşlara uygulanan bu model kapsamında veriler açıklanmıştır. Davidsson Modelinde, bireylerin tutumu, bireysel dış faktörlerin etkilerini belirlemek için aracı rol üstlenmesini belirlemektedir. Bu modele göre, bireylerin inanç ve niyetleri girişimcilik eğilimini açıklamaktadır. Dışsal faktörlerin ise etkin rol oynadığı ifade edilmektedir (Davidsson, 1995). Literatürde girişimcilik alanında niyet kavramını merkeze taşıyan ilk model, Bird modelinden yararlanarak Boyd ve Vozikis (1994) tarafından geliştirilen "*Girişimcilik Niyeti Modeli*"dir. Bird (1988) çalışmasında girişimcilik niyetini, girişimci kişinin dikkati, eylemi ve tecrübesini iş konseptlerine yönlendirmeye çalışan ve yaratım

aşamasında işletmelere yardım eden zihinsel durum şeklinde açıklamıştır. Boyd ve Vozikis (1994) modeli geliştirmiş ve girişimci niyetlerin bir yandan tutuma ve algılara göre diğer yandan ise özyeterlikle belirlendiğini savunmuştur (Boyd ve Vozikis, 1994).

Girişimcilik yolunda geliştirilen bu modeller, bireylerin eğiliminde hem durumsal-çevresel hem de psikolojik-bireysel faktörlerin rol üstlendiği ve girişimci adayların işletme kurma davranışına “eğilimi” temsil eden zihinsel hal olarak açıklamışlardır. Eğilimlerin, gelecekteki birey davranışlarını tahmin etmeye yardımcı olduğu düşünüldüğünden dolayı bireylerin girişimci faaliyetleri ve girişimciliğe yönelik eğilimlerinin anlaşılması önemlidir. Bu noktadan hareketle bu araştırmada, öğrencilerin gelecekteki dijital girişimci olma davranışına etki edecek eğilimlerinin ortaya konması amaçlanmıştır.

#### **2.4.5. Dijital Girişimcilik Eğilimi İle İlgili Araştırmalar**

Dijitalleşen dünya ile önem kazanan girişimcilik alanında yeni yaklaşımlardan biri olan dijital girişimcilik eğilimi üzerine yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olduğu gözlenmektedir. Alanyazın incelendiğinde özellikle uluslararası literatürde dijital girişimcilik eğilimi üzerine yapılan çalışmaları görmek mümkündür. Ulusal literatürde dijital girişimcilik eğilimi konusunda yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olduğu göz önüne alındığında bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda Dutot ve Horne'nin (2015) çalışmaları, girişimcilik ve dijital ile ilgili literatürdeki boşluğu doldurmayı ve kavramsal bir dijital girişimcilik niyeti modeli sunmayı planlamaktadır. Hem Fransız hem de Birleşik Arap Emirlikleri'nin dijital girişimcileriyle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelere dayanan araştırma sonuçları; çevikliğinin, girişimcilik merakının ve girişimcilik özelliklerinin niyeti etkilediğini göstermektedir. Farani vd., (2017), planlanmış davranış teorisine (PDT) dayanarak, girişimcilik bilgisi ile birlikte motivasyon faktörlerinin rolünü içeren entegre bir girişimci kariyer niyetleri modeli geliştirmiştir. Spesifik olarak, bu çalışma girişimcilik bilgisi ile dijital girişimcilik niyetleri arasında bir ilişkinin varlığını öne sürmekte ve bu ilişkiye motivasyonel faktörlerin aracılık ettiğini ileri sürmektedir. Sonuçlar, iki motivasyonel faktörün (yani, dijital girişimciliğe yönelik tutumlar ve algılanan davranışsal kontrol) dijital girişimcilik niyetleriyle önemli ölçüde ilişkili olduğunu göstermiştir. Ayrıca, girişimcilik bilgisi, bu iki motivasyon faktörü aracılığıyla niyetler üzerinde dolaylı etkilere işaret etmektedir.

Bayrakdaroğlu ve Bayrakdaroğlu (2017) dijital okuryazarlığın ve finansal okuryazarlığın bireyin internet girişimciliği niyeti üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırmanın sonuçları, hem finansal okuryazarlığın hem de dijital okuryazarlığın bireyin internet girişimciliği niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif etkiye sahip olduğunu, buna karşılık dijital okuryazarlığın etkisinin finansal okuryazarlığa göre daha güçlü olduğunu ortaya çıkarmıştır. Lai ve To (2020) girişimcilik eğitimi ve girişimcilik politikasının, bireylerin e-girişimciliğe, öznel normlara ve algılanan davranış kontrolüne yönelik tutumlarının e-iş kurma niyetlerine etkisini araştırmaktadır. Araştırma sonuçları, girişimcilik politikası ve e-girişimcilik eğitiminin bireylerin e-girişimciliğe, öznel normlara ve algılanan davranış kontrolüne yönelik tutumlarının öncülleri olduğunu, öznel normların ve algılanan davranış kontrolünün ise e-girişimci niyetini önemli ölçüde etkilediğini doğrulamaktadır. Bununla birlikte, bireylerin e-girişimciliğe yönelik tutumlarının, e-girişimcilik niyetleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

Uluslararası literatürde öğrenciler üzerinde yapılan ve dijital girişimcilik eğilimine etki eden faktörlerin belirlenmesine yönelik olan bazı çalışmalara rastlanmaktadır. Ulusal literatürde ise öğrencilerin dijital girişimcilik eğilimini etkileyen faktörler ile ilgili çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Bu çalışmalardan birinde Badaruddin vd., (2012) Malezya'daki mezunlar arasında siber girişimcilik işine girme niyetini araştırmaktadır. Sonuçlar, üç değişkenin; girişimciliğe yönelik tutum, BT bilgisi, sosyal geçmişin öğrencilerin siber girişimcilik niyeti ile ilişkili olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır. Batoool vd., (2015) ise Pakistanlı öğrencilerin e-girişimcilik niyetleri için tutumsal faktörlerin belirlenmesini amaçlamıştır. Sonuçlar, kişisel kontrol, özsaygı ve yaratıcılığın öz yeterliliğin aracı rolü ile çevrimiçi serbest meslek niyeti ile anlamlı ve pozitif ilişkiye sahip olduğunu göstermiştir. Araştırmadan elde edilen diğer sonuçlar, başarının çevrimiçi serbest meslek niyeti ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve yaratıcılığın veya yenilikçiliğin etkisinin girişimci öz-yeterlik tarafından aracılık edildiğini göstermektedir. Wang ve Lin (2016) işletme okulu öğrencilerinin İnternet girişimciliğine yönelik niyetlerini etkileyen faktörleri analiz etmek için ampirik bir çalışma yürütmüştür. Sonuçlar uyumluluk, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrolün işletme okulu öğrencilerinin İnternet girişimciliğine yönelik niyetlerini önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Wang vd., (2016) beş büyük kişilik özellikleri, içsel/dışsal siber girişimcilik motivasyonu ve siber girişimcilik niyeti arasındaki ilişkileri araştırmıştır. Sonuçlar, hem içsel hem de dışsal siber girişimcilik motivasyonlarının siber girişimcilik

niyetini pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Ayrıca insaflı olma, deneyime açıklık ve uyumluluk içsel siber girişimcilik motivasyonunu pozitif etkilerken; dışa dönüklük, insaflı olma ve nevrozizm dışsal siber girişimcilik motivasyonunu pozitif yönde etkilemektedir. Qianying vd., (2017), Çin'in Wuhan kentindeki üniversitelerdeki ekonomi öğrencileri arasında İnternet girişimciliği niyetini etkileyen faktörleri araştırmak için inceleme yapmışlardır. Bulgulara göre, kariyer uyumluluğu ve öznel normun istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve İnternet girişimciliği niyeti ile pozitif olarak ilişkili olduğunu göstermiştir. Ayrıca tüm yordayıcıların kız öğrencilerin internet girişimciliği niyeti üzerinde erkek öğrencilere göre daha olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Çağlıyan ve Doğanalp (2020) çalışmalarında Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerinin internet girişimciliği niyetleri üzerindeki etkisi değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Araştırmanın sonunda dijital okuryazarlığın öğrencilerin internet girişimciliği niyetleri üzerinde pozitif yönlü etkisinin olduğu görülmüştür. Younis vd., (2020) çalışmalarında Katar Üniversitesi'ndeki öğrencilerin dijital girişimcilik niyetlerini belirleyen tutumlar, algılanan davranışsal kontrol ve öznel normlarla olan ilişkileriyle kişilik özellikleri ve bağlamsal faktörler arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırma sonuçları öğrencilerin dijital girişimciliğe yönelik tutumlarının, risk alma ve kontrol odağına yönelik eğilimleri ile ilişkili olmadığını göstermektedir. Ayrıca öğrencilerin dijital girişimcilik eğilimleri ile ilgili olmayan sosyal ve kültürel görüşlerin olduğu da tespit edilmiştir. Bununla birlikte, algılanan destek ve algılanan engellerin, Katar Üniversitesi öğrencilerinin algılanan davranışsal kontrolü ile güçlü bir ilişkisi olduğu bulunmuştur. Alzamel vd., (2020) Suudi Arabistan'daki kız öğrencilerin algılanan sosyal desteğin ve planlanmış davranış teorisi bileşenlerinin (girişimciliğe yönelik tutum, öznel normlar ve girişimci öz-yeterlik) e-girişimci niyetine doğrudan etkisini incelemiştir. Araştırmanın sonuçları, algılanan sosyal desteğin e-girişimcilik niyeti üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu ve algılanan sosyal destek ile PDT'nin bileşenleri (girişimci niyete yönelik tutum, öznel normlar ve girişimcilik özyeterliği) arasındaki ilişkiyi ortaya koymuştur.

Mugiono, Prajanti ve Wahyono (2021) çalışmasında dijital okuryazarlık, girişimcilik eğitimi, çevrimiçi işletme öğrenimi ve yaratıcılığın çevrimiçi girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamıştır. Ayrıca bu çalışmada, çevrimiçi iş öğrenimi ve yaratıcılığın aracılık edebileceği dijital okuryazarlık ve girişimcilik

eğitiminin Batang'daki Pazarlama bölümünün öğrencilerinin çevrimiçi girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, dijital okuryazarlık ve çevrimiçi iş öğreniminin öğrencilerin çevrimiçi girişimcilik niyetleri üzerinde olumlu ve önemli bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca girişimcilik eğitiminin yaratıcılık değişkeni üzerinde herhangi etkisi bulunmamıştır. Yaratıcılığın çevrimiçi girişimcilik niyetleri üzerinde olumsuz ve anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir. Araştırmadan elde edilen diğer sonuçlara göre çevrimiçi iş öğrenme değişkenleri ve yaratıcılık, öğrencilerin çevrimiçi girişimcilik niyetlerine yönelik dijital okuryazarlığa aracılık ettiği tespit edilmiştir. Yaratıcılık değişkeninin ise çevrimiçi girişimcilik niyetleri üzerinde girişimcilik eğitime aracılık etmediği tespit edilmiştir. Lim'in (2021) çalışmasının amacı, Malezya'da özel ve devlet üniversitelerindeki İşletme Fakültesi öğrencilerinin dijital girişimciliğe katılma niyetlerini etkileyen faktörleri değerlendirmektir. Sonuçlar, algılanan fayda faktörünün yeni mezunların dijital girişimciliğe yönelik niyetlerini önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymuştur. Algılanan risk faktörünün ise yeni mezunların niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir.

### 3. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde ilk olarak araştırmanın amacı ve yöntemine yer verilmektedir. Daha sonra, araştırmanın modeli ve hipotezleri, evren ve örnekleme, veri toplama aracı ve süreci ile verilerin analizi kısımları aktarılmıştır.

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, turizm eğitiminde dijitalleşme temelinde öğrencileri girişimci davranışa yönlendiren eğilimleri etkileyen faktörlerin irdelenmesi düşüncesiyle ortaya çıkmıştır. Bu düşünceyle açık öğretim turizm öğrencilerinin dijital girişimcilik eğilimlerinin; girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık becerileri ve bireysel yenilikçilikleri kapsamında incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada ayrıca girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık becerileri, bireysel yenilikçilik ve dijital girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkilerin de ortaya koyulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık becerileri, dijital girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiler modellenmiş ayrıca bu ilişkide bireysel yenilikçiliğin aracı rolü üzerinde durulmuştur.

#### 3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada konular arasındaki bağlantıların tespit edilebilmesi için sayısal değerlerden yola çıkarak daha somut bir bilginin elde edilmesi gerektiği fikrine dayanan nicel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Nicel araştırma, toplanan verilerde nesnellik yoluyla anlamlılık yaratmakta ve araştırma içindeki değişkenlerin ilişkisel sorularına yanıt aramaktadır (Leedy ve Ormrod, 2001, s.102). Nicel araştırmalar; kim, ne kadar, ne, nerede, ne zaman, kaç ve nasıl gibi soruları yanıtlamak için belirli istatistiksel teknikleri kullanarak sayısal verilerin kullanımını ve analizini içerir. Aliaga ve Gunderson (2002)'a göre nicel araştırma yöntemleri, bir konunun veya olgunun sayısal formda veri toplayarak ve matematiksel açıdan özellikle istatistiksel yöntemler yardımıyla analiz ederek açıklanmasıdır. Anket, vaka çalışması ve deneysel araştırma nicel araştırma kapsamında en sık kullanılan araştırma stratejileridir (Hakansson, 2013). Bu araştırmada anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket, “çeşitli ilgi alanlarına ilişkin bilgi ve içgörü elde etmek için önceden tanımlanmış bir yanıtlayıcı grubundan veri toplamak için kullanılan araştırma yöntemidir.” (Check ve Schutt, 2012). Nicel araştırmalarda toplanan veriler sayısal tekniklerle analiz edileceği için istatistiksel uygulama gerçekleştirilmiştir.

Çalışılan konunun niteliği açısından araştırmalar üç gruba ayrılmaktadır. Bunlar: keşifsel (exploratory), betimsel (descriptive) veya hipotez içeren /nedensel (explanatory) araştırmalardır. Keşifsel araştırma yaklaşımları, genel olarak daha önce çok sayıda çalışmanın yapılmadığı araştırma alanlarında tercih edilen bir araştırma türüdür. Bu araştırma yaklaşımını benimseyenler, çalışılmamış konularda önceden konu hakkında temel gerçeklikleri araştırarak keşfetmektedir. Bu tür araştırmalarda amaç, çalışmalardaki soruna çözüm yolu aramak değil, çalışmanın sorununu boyutlar şeklinde ortaya koyabilmektir (Böke, 2009, s.13 ve Usta, 2012, s.147). Betimsel araştırma yaklaşımı, araştırmaların ilk ve temel eylemi olarak tanımlanmaktadır ve araştırılan bilginin anlaşılmasında büyük önem taşımaktadır. Betimleyici araştırmalar mevcut durumları, şartları olduğu gibi ortaya koymaya çalışmaktadır. Keşifsel araştırma yaklaşımından farklılaşan betimsel araştırmalarda, çalışmalara konu olan sorun belirsiz değil, nitelikseldir. Ayrıca sorun farklılıklar, yüzdeler ve merkezi dağılımlar şeklinde sunulmaktadır. Bu yaklaşımda araştırma sorununu çözmek için cevap aranmamaktadır (Erdoğan, 2007, s.138). Nedensel (hipotez içeren) araştırma yaklaşımı ise değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemeye yöneliktir. Nedensel araştırma yaklaşımında araştırmacı, alanyazını araştırmakta ve kendi deneyimlerinden yola çıkarak daha önceden ortaya konmuş verileri inceleyerek araştırmalarda değişkenler arası ilişkileri tespit etmek için varsayımları oluşturmaktadır. Bu gibi araştırmalarda genellikle farklı türlerden oluşan olgular arasında karşılaştırmalar yapılması ile nedensel ilişkilerin varlığı belirlenmektedir. Nedensel araştırmalarda temel amaç, araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkilerin varlığının tespit edilmesi, ortaya konulması, açıklanması ve bu ilişkiler aracılığıyla olgunun nasıl yönlendirileceği konusunun belirlenmesidir (Kothari, 2004, s.35-39).

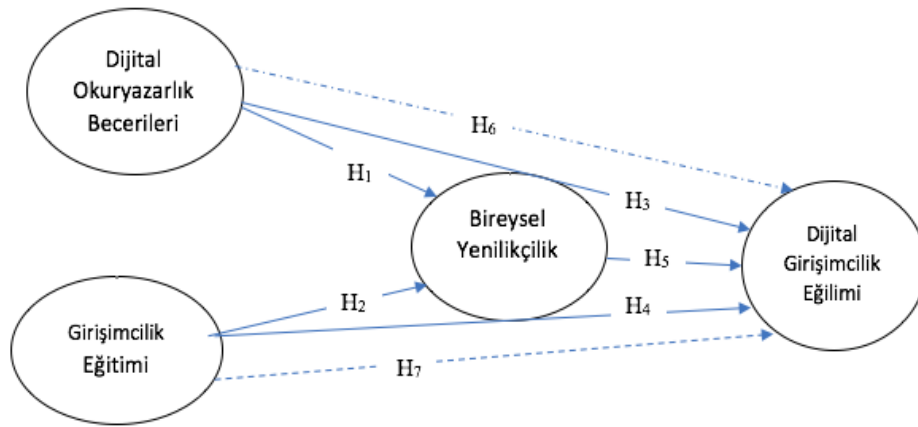
Bu araştırmada nedensel (hipotez içeren) araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Bu kapsamda öncelikle alanyazın taranmış, değişkenler incelenerek girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık, bireysel yenilikçilik ve dijital girişimcilik eğilimi ile ilgili hipotezler geliştirilmiştir. Geliştirilen hipotezler ile değişkenler arasındaki ilişkiyel bağların ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

### **3.3. Araştırma Modeli ve Hipotezleri**

Araştırma, açık öğretim turizm öğrencilerinin dijital girişimcilik eğilimlerini; girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık becerileri ve bireysel yenilikçilikleri kapsamında incelemeyi

amaçlamaktadır. Bu kapsamda girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık becerileri, bireysel yenilikçilik ve dijital girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiler modellenmiş ayrıca bu ilişkide bireysel yenilikçiliğin aracı rolü üzerinde durulmuştur. Araştırmanın modeli Şekil 3.3.1’de görselleştirilmiştir. Bu bilgiler ışığında değerlendirme yapıldığında çalışma üç değişken üzerinden kurulmuştur. Araştırmanın değişkenlerini oluşturan bağımsız, bağımlı ve aracı değişkenler aşağıdaki gibi açıklanmıştır:

- **Bağımsız değişken:** Araştırmaların bağımlı değişkenini oluşturmada değişimi sağladığı düşünülen, bağımlı değişkenleri etkileme ve üzerinde bir etkiye sahip olarak çalışmalara dahil edilen değişken olarak nitelendirilmektedir. Bu kapsamda araştırmanın bağımsız değişkenlerini “girişimcilik eğitimi” ve “dijital okuryazarlık” oluşturmuştur.
- **Bağımlı değişken:** Çalışılan konuda değişimin merak edildiği, inceleme yapıldığı ve yukarıda bahsedilen bağımsız değişkeni etkileyeceği düşünülen sonuç değişkendir. Bu bağlamda bağımsız değişkenlerin etkisi üzerine çalışılan “dijital girişimcilik eğilimi” araştırmanın bağımlı değişkeni olarak tanımlanmıştır.
- **Aracı değişken (mediator):** Aracı değişken, bir nedensel ilişkide bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasında yer alma sürecindeki ilgili nedenselliğin gücünü arttıran değişken olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle tam aracılık süreci, aracı değişkenin neden olduğu tam müdahale olarak tanımlanır (Gegez, 2019, s.294). Burada aracı değişken bağımlı bir değişken olarak alınır ve bağımsız değişkenle olan ilişkisi incelenir. Bu araştırmada “bireysel yenilikçilik” aracı değişken olarak ele alınmıştır.



*Şekil 3.3.1. Araştırmanın Modeli*

Araştırma modelinde kesik olmayan çizgiler araştırma değişkenlerinin doğrudan etkilerini belirtirken kesik çizgiler dolaylı etkilerini göstermektedir (Şekil 3.3.1).

Araştırmada turizm öğrencilerinin dijital okuryazarlık becerileri, girişimcilik eğitimi, bireysel yenilikçilik ve dijital girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak için alanyazında belirlenen araştırma sorularından hareketle aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

**H<sub>1</sub>:** Dijital okuryazarlığın bireysel yenilikçiliğe pozitif etkisi vardır.

**H<sub>2</sub>:** Girişimcilik eğitiminin bireysel yenilikçiliğe pozitif etkisi vardır.

**H<sub>3</sub>:** Dijital okuryazarlığın dijital girişimcilik eğilimine pozitif etkisi vardır.

**H<sub>4</sub>:** Girişimcilik eğitiminin dijital girişimcilik eğilimine pozitif etkisi vardır.

**H<sub>5</sub>:** Bireysel yenilikçiliğin dijital girişimcilik eğilimine pozitif etkisi vardır.

**H<sub>6</sub>:** Dijital okuryazarlığın dijital girişimcilik eğilimine etkisinde bireysel yenilikçiliğin aracılık etkisi vardır.

**H<sub>7</sub>:** Girişimcilik eğitiminin dijital girişimcilik eğilimine etkisinde bireysel yenilikçiliğin aracılık etkisi vardır.

### **3.4. Evren ve Örneklem**

Evren, araştırmanın sorularına yanıt vermek için ihtiyaç duyulan verilerin bireyler veya ögeler tarafından oluşturulan büyük bir grubudur. Örneklem, evren elemanlarının üzerinde incelenen gruptur. Örnekleme ise araştırma evrenini temsil eden ve evrene uygun bir şekilde örnekler seçmeye yönelik süreçtir. Araştırmalarda örneklemenin amacı, evrenin parametrelerini en uygun şekilde temsil etme gücüne sahip ögelerin seçilmesidir (Baltacı, 2018, s.237). Açık öğretim turizm öğrencilerinin dijital girişimcilik eğilimlerini; girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık becerileri ve bireysel yenilikçilikleri kapsamında incelenmesinin amaçlandığı bu araştırmanın evrenini ve örneklemini, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi turizm programlarına kayıtlı ve aktif (kayıt ücretini yatıran halihazırda eğitim gören) olan lisans ve ön lisans öğrencileri oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında örnekleme yöntemi olarak “kolayda örnekleme” yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi, ana kütle içerisinde seçilen örnek kesimin araştırmacının yargılarına uygun olarak belirlendiği tesadüfi olmayan bir yöntemdir. Kolayda örnekleme yöntemiyle toplanan veriler; ana kütle içerisinde kolay, hızlı ve ekonomik bir şekilde toplanır (Zikmund, 1997, s.428; Malhotra, 2004, s.321; Aaker vd.,

2007, s.394). Kolayda örnekleme metoduyla ankete gönüllü olarak katılmak isteyen tüm turizm öğrencileri araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırmada öncelikle bir pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışmaya ilişkin bilgiler ‘pilot uygulama (ön test)’ başlığında ayrıntılı olarak aktarılmaktadır.

Açıköğretim Sisteminde Turizm İşletmeciliği Lisans Programı ile Turizm ve Otel İşletmeciliği, Turizm ve Seyahat Hizmetleri, Kültürel Miras ve Turizm, Aşçılık Ön Lisans Programları bulunmaktadır. Bu programlara kayıtlı aktif öğrenci sayısı ve toplanan anket sayıları Tablo 3.4.1’de aktarılmıştır.

**Tablo 3.4.1.** Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sisteminde Bulunan Turizm Programlarındaki Aktif Öğrenci Sayıları ve Toplanan Anket Sayıları

<i>Bölüm</i>	<i>Aktif Öğrenci Sayısı</i>	<i>Toplanan Anket</i>	<i>Geçerli Anket</i>
<i>Aşçılık</i>	21488	147	136
<i>Turizm İşletmeciliği</i>	8613	123	100
<i>Kültürel Miras ve Turizm</i>	5161	64	57
<i>Turizm ve Otel İşletmeciliği</i>	4403	91	73
<i>Turizm ve Seyahat Hizmetleri</i>	1314	22	16
<b>Toplam</b>	<b>40.979</b>	<b>447</b>	<b>382</b>

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Merkez Bürodan alınan bilgilere göre Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi turizm programlarında okuyan toplam aktif öğrenci sayısı 40.979’dur. Bu sayıya göre örnekleme hatasının ( $\alpha= 0.05$ ) olduğu durumda minimum 380 kişilik örneklem büyüklüğünde veri toplanması gerektiği belirtilmektedir (Ural ve Kılıç, 2018, s.43). Ayrıca araştırmalarda güvenilir analiz sonuçlarına ulaşılması açısından beklenen anket sayısının 300-400 aralığında olması gerektiği vurgulanmaktadır (Sekeran, 1992’den aktaran Altunışık vd., 2012, s.137). Bu araştırmada 447 öğrenci anketleri yanıtlamış ancak kontrol ifadesine verilen cevaplar incelendiğinde 65 anketin özensiz doldurduğu tespit edilmiş ve bu anketler inceleme dışı bırakılarak 382 adet geçerli anket elde edilmiştir. Bu kapsamda örneklem sayısının evreni temsil etme gücüne sahip olduğu ve istatistikler için yeterli sayıda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

### **3.5. Veri Toplama Aracı ve Süreci**

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu oluşturulmuştur. Anket; demografik özellikler, girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık, bireysel yenilikçilik ve dijital girişimcilik eğilimi olmak üzere beş bölüm ve toplam 23 ifadeden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerini belirlemek

amacıyla 4 soru (cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve bölüm) yer almıştır. İkinci bölümde öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerini ölçmek amacıyla Ng (2012) tarafından geliştirilmiş 10 maddeden ve 3 boyuttan (teknik, bilişsel ve sosyal-duygusal) oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Ölçekte yer alan 6 ifade (1, 2, 3, 4, 5, 6) “teknik”, sonraki 2 ifade (7 ve 8) “bilişsel” ve en son yer alan 2 ifade ise (9 ve 10) “sosyal-duygusal” algılara yönelik sorulardır. Anketin üçüncü bölümünde öğrencilerin bireysel yenilikçiliklerinin belirlenmesine yönelik ifadeler, Agarwal ve Prasad (1998) tarafından geliştirilen 4 maddeden oluşan Bireysel Yenilikçilik ölçeğinden alınmıştır. Orijinal ölçeğe bağlı olarak 4. madde “Genel olarak, yeni bilgi ve iletişim teknolojilerini denemekte tereddüt ederim.” ifadesi, ters madde (reverse item) olarak belirlenmiştir.

Dördüncü bölümde turizm öğrencilerinin girişimcilik eğitimlerine ilişkin algılarını ölçmek amacıyla Machali vd., (2021)’nin geliştirdiği 6 maddelik ölçekten yararlanılmıştır. Son bölümde ise öğrencilerin dijital girişimcilik eğilimlerini ölçmek için Wang ve Lin (2016) tarafından geliştirilen 3 maddelik ölçekten yararlanılmıştır. Tablo 3.5.1’de ölçeklerin alındığı kaynaklara yer verilmiştir.

*Tablo 3.5.1. Ölçeklerin madde sayıları ve alındığı kaynaklar*

<i>Ölçekler</i>	<i>Madde Sayısı</i>	<i>Alındığı Kaynaklar</i>
Dijital Okuryazarlık	10	Ng (2012)
Bireysel Yenilikçilik	4	Agarwal ve Prasad (1998)
Girişimcilik Eğitimi	6	Machali vd. (2021)
Dijital Girişimcilik Eğilimi	3	Wang ve Lin (2016)

Ölçek ifadeleri üzerinde içerik olarak herhangi bir değişiklik yapılmamıştır ancak çeviri ve içerik geçerliliği için alanında uzman 5 akademisyenin görüşünden yararlanılarak ifadelere son şekli verilmiştir. Tepki kategorileri “1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4- Katılıyorum ve 5- Kesinlikle katılıyorum” şeklinde 5’li Likert olarak düzenlenmiştir. Daha sonra araştırmanın bir sonraki aşaması olan pilot uygulamaya (ön test) geçilmiştir. Anket formları, turizm öğrencilerine “Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi İstatistik Bilgi Edinme Değerlendirme Birimi” aracılığıyla çevrimiçi olarak 3 Kasım 2021- 17 Ocak 2022 tarihleri arasında uygulanmıştır.

### 3.6. Pilot uygulama (Ön test)

Pilot çalışma, örnekleme daha büyük bir çalışmaya hazırlanmak için veri toplama araçlarını, örnek toplama stratejilerini ve diğer araştırma tekniklerini (ön) test etmek için yapılan bir çalışma olarak tanımlanmaktadır (Hassan, Schattner ve Mazza, 2006). Pilot çalışmanın amacı; yeni geliştirilmiş bir ölçeğin, araştırmanın evren ve örneklemeden daha küçük bir örneklem üzerinde test edilmesi, katılımcıların ifadeleri anlayıp anlamadığını, soru formunun katılımcılar üzerindeki etkisini ve soru formunda yer alan ifadelerin hangisinin gereksiz olduğunu ve olası hataları önceden belirlemektir (Altunışık vd., 2012). Pilot çalışma, araştırmaların en önemli aşamalarından biridir ve soru formunu oluşturan ifadelerin katılımcılar tarafından anlaşılır olduğunu ve ölçeğin güvenilirliğini ortaya koymaktadır (Saruhan ve Özdemirci, 2011, s.140).

Pilot çalışmalarda istatistiksel analizlerin yapılması için örneklem sayısının en az 30 katılımcıdan oluşması gerektiği belirtilmektedir (Altunışık vd., 2001). Bu araştırmanın örneklemini Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi turizm programlarına kayıtlı aktif lisans ve ön lisans öğrencileri oluşturduğu için pilot çalışma çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir ve toplam 40 kişiye uygulanmıştır. Veriler toplandıktan sonra soru formunda yer alan ifadelerin anlaşıldığı görülmüş, herhangi bir eksik veri tespit edilmemiştir. Ancak anket formunda yer alan kontrol ifadesinden hareket ederek 8 anketin özensiz doldurulduğu tespit edilmiş ve bu anketler inceleme dışı bırakılmıştır. Bu nedenle pilot çalışma istatistiklerine 32 veri üzerinden devam edilmiştir.

Pilot çalışmanın sonucunda elde edilen veriler SPSS 28.0.1.1 istatistik paket programına aktararak ölçeklerin güvenilirlik katsayıları (Cronbach Alpha) incelenmiştir. Bu kapsamda araştırmalarda anketin güvenilirliği "0" ile "1" arasında bir değer almaktadır. Ölçeklerin Cronbach Alpha değeri 0,60 ile 0,80 arasında olduğunda güvenirliliğin iyi bir derecede yer aldığı, 0,80 ile 1,00 arasında olduğunda ise güvenirliliğin yüksek olduğu belirtilmektedir (Hair vd., 2010). Ayrıca ölçeklerdeki maddelerin toplam korelasyon değerleri incelenmiştir. Toplam madde korelasyon değerleri test maddelerinden alınan değerler ile yapılan testin toplam değeri arasındaki ilişkiyi açıklar (Büyüköztürk, 2004). Diğer bir ifadeyle toplam madde korelasyon değeri, ölçme aracındaki her bir maddeye yönelik bir şekilde benzer davranışlar örneklediğini göstermektedir. Bu kapsamda ölçeklerdeki maddelerin toplam korelasyon puanlarının yüksek ve pozitif değer taşıması gerekmektedir. Pilot çalışma için anket formunda yer alan her bir ölçeğin maddelerine

yönelik aritmetik ortalama, standart sapma değerleri, madde toplam korelasyonları ve güvenilirlik sonuçlarına ilişkin değerleri Tablo 3.6.1’de belirtilmiştir.

**Tablo 3.6.1.** *Pilot Çalışmada Yer Alan Dijital Okuryazarlık, Bireysel Yenilikçilik, Girişimcilik Eğitimi ve Dijital Girişimcilik Eğilimi Ölçeklerinin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma Değerleri ve Güvenirlik Sonuçları*

<i>Ölçek Maddeleri</i>	<i>Aritmetik Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>Düzeltilmiş madde toplam korelasyonu</i>	<i>Madde silinirse elde edilecek Cronbach’s Alpha katsayısı</i>
<b>Dijital Okuryazarlık Ölçeği</b> Cronbach Alpha Katsayısı: ,825				
1. Yeni teknolojileri kolaylıkla öğrenebilirim.	4,28	0,813	0,535	0,807
2. Karşılaştığım teknik problemleri nasıl çözeceğimi bilirim.	3,81	0,896	0,555	0,804
3. Önemli olduğunu düşündüyüm yeni teknolojilere ayak uydurabilirim.	4,44	0,619	0,657	0,801
4. Birçok farklı teknoloji hakkında bilgim var.	3,94	0,914	0,520	0,808
5. Öğrenmede ve bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak öğrendiklerimi anladığımı gösteren şeyler (örn. sunumlar, dijital hikayeler, wikiler, bloglar) oluşturmak için ihtiyaç duyduğum teknik becerilere sahibim.	3,81	0,931	0,590	0,800
6. İyi derecede bilgi ve iletişim becerilerine sahibim.	3,81	0,859	0,595	0,800
7. İnternette bilgi elde etmeye yönelik araştırma ve değerlendirme becerilerime güvenirim.	4,19	0,693	0,691	0,795
8. İnternet tabanlı etkinlikleri (örn. Siber güvenlik, intihal, arama motorları) bilirim.	3,56	1,076	0,438	0,820
9. Bilgi ve iletişim teknolojileri, proje çalışmalarında ve diğer öğrenme etkinliklerinde arkadaşlarım ile daha iyi iş birliği içinde çalışmamı sağlar.	3,97	0,740	0,427	0,817

[Tablo 3.6.1. (Devam) Pilot Çalışmada Yer Alan Dijital Okuryazarlık, Bireysel Yenilikçilik, Girişimcilik Eğitimi ve Dijital Girişimcilik Eğilimi Ölçeklerinin Arimetik Ortalama, Standart Sapma Değerleri ve Güvenirlik Sonuçları].

10. Üniversitedeki çalışmalarım için arkadaşlarımdan sık sık İnternet aracılığıyla (örn. Skype, Facebook ve Bloglar) yardım alırım.	3,44	1,014	0,276	0,837
<b><i>Bireysel Yenilikçilik Ölçeği</i></b> <i>Cronbach Alpha Katsayısı: ,842</i>	<b><i>Aritmetik Ortalama</i></b>	<b><i>Standart Sapma</i></b>	<b><i>Düzeltilmiş madde toplam korelasyonu</i></b>	<b><i>Madde silinirse elde edilecek Cronbach's Alpha katsayısı</i></b>
1. Bilgi ve iletişim teknolojileri ile ilgili yeni bir şey duysaydım denemenin yollarını arardım.	3,94	0,669	0,539	0,853
2. Arkadaşlarım arasında genellikle yeni bilgi ve iletişim teknolojilerini ilk deneyen ben olurum.	3,34	0,827	0,702	0,788
3. Yeni bilgi ve iletişim teknolojilerini denemeyi severim.	4,00	0,762	0,761	0,764
4. Genel olarak, yeni bilgi ve iletişim teknolojilerini denemekte tereddüt ederim.	4,00	0,916	0,728	0,779
<b><i>Girişimcilik Eğitimi Ölçeği</i></b> <i>Cronbach Alpha Katsayısı: ,875</i>	<b><i>Aritmetik Ortalama</i></b>	<b><i>Standart Sapma</i></b>	<b><i>Düzeltilmiş madde toplam korelasyonu</i></b>	<b><i>Madde silinirse elde edilecek Cronbach's Alpha katsayısı</i></b>
1. Okulumda almış olduğum eğitim, beni girişimci olmak için yaratıcı fikirler geliştirmeye teşvik eder.	3,84	0,954	0,765	0,839
2. Okulum girişimcilik hakkında gerekli bilgiler sağlar.	3,56	0,878	0,908	0,809
3. Okulum girişimcilik becerilerimi ve yeteneklerimi geliştirir.	3,53	0,915	0,908	0,808
4. Okulum öğrencilere girişimciliği ve iş kurmayı öğretir.	3,44	0,759	0,669	0,855
5. Girişimcilik eğitim yoluyla geliştirilebilir.	4,13	0,660	0,334	0,901
6. Girişimcilik eğitiminin beni girişimci olmaya teşvik ettiğini düşünüyorum.	3,84	0,628	0,498	0,880

[Tablo 3.6.1. (Devam) Pilot Çalışmada Yer Alan Dijital Okuryazarlık, Bireysel Yenilikçilik, Girişimcilik Eğitimi ve Dijital Girişimcilik Eğilimi Ölçeklerinin Arimetik Ortalama, Standart Sapma Değerleri ve Güvenirlik Sonuçları].

<i>Dijital Girişimcilik Eğilimi Ölçeği</i> <i>Cronbach Alpha Katsayısı: ,957</i>	<i>Arimetik Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>Düzeltilmiş madde toplam korelasyonu</i>	<i>Madde silinirse elde edilecek Cronbach's Alpha katsayısı</i>
1. Gelecekte internette bir işletme kuracağım.	3,31	1,203	0,914	0,934
2. İnternet ortamında işletme kurmaya niyetim var.	3,34	1,208	0,952	0,906
3. Gelecekte internette bir iş kurmayı planlıyorum.	3,56	1,243	0,865	0,972

Ölçeklerin Cronbach Alpha değerleri incelendiğinde; dijital okuryazarlığın 0,825; bireysel yenilikçiliğin 0,842; girişimcilik eğitiminin 0,875 ve dijital girişimcilik eğiliminin ise 0,957 olduğu görülmektedir. Ölçeklerin toplam genel alpha değeri ise 0,868'dir. Bu sonuçlara göre ölçeklerin güvenilirliğinin iyi derecede olduğu söylenebilir (Hair vd., 2010). Toplam madde korelasyon değerleri incelendiğinde ise 0,25'in altında bulunan değerlere rastlanmamıştır. Madde toplam korelasyon değerlerinin eksi olmaması ve +0,25'den daha yüksek olması gerektiği belirtilmektedir (Alpar, 2010, s.378). Anket formunda yer alan maddelerin, katılımcılar tarafından anlaşıldığı kanıtlanmış, boş bırakılan ifadelerle rastlanmamıştır. Bu bağlamda anket formunu oluşturan ifadeler üzerinde değişiklik yapılmamış ve çalışma sonucunda ölçeklerin güvenilir olduğu saptanmıştır. Daha sonra temel veri toplama sürecine geçilmiştir.

### **3.7. Verilerin Analizi**

Araştırmada anket tekniği ile toplanan veriler SPSS 28.0.1.1 paket programı (Statistical Package for the Social Sciences) ve SmartPLS (Partial Least Squares) 3.3.9 programları kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında ilk önce kodlama işlemi yapılarak veriler analiz için uygun hale getirilmiş, hatalı verilerin girilip girilmediği incelenmiş ve daha sonra SPSS 28.0.1.1 istatistik paket programına dahil edilerek veri girişi yapılmıştır. Bireysel yenilikçilik ölçeğinde yer alan 4. madde kontrol ifadesi (ters

öge) olarak belirtildiği için (Agarwal ve Prasad, 1998) veri girişinde ters ifade (recode into same variables) olarak kodlanmıştır.

Analizlerin ilk aşamasında SPSS 28.0.1.1 paket programı kullanılmış, katılımcıların demografik özelliklerini ortaya koymak için tanımlayıcı istatistiklerden faydalanılmıştır. Verilerin analizi sürecinde istatistiksel olarak bir takım ön koşulların sağlanması gerekmektedir. Bu koşullarından biri de planlanan veri setinde yer alan değerlerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemektir. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediği sürekli ve simetrik bir yapıyla incelenerek hesaplanmaktadır (Kalaycı, 2010, s.55; Baykul ve Güzeller, 2014, s.292). Araştırmada ilgili değişkenlerin çarpıklık değerlerinin -0,124 ile + 0,152, basıklık değerlerinin ise -0,200 ile +3,258 arasında değişiklik gösterdiği belirlenmiştir. Literatürde skewness (çarpıklık) değerleri için -2 ve +2; kurtosis (basıklık) değerleri için ise -7 ve +7'nin kabul edilebilecek değerler olduğu belirtilmektedir (Bollen, 1989; Ryu, 2011). Bu değerlerden hareket edildiğinde araştırmada verilerin normal dağılım gösterdikleri varsayılmıştır.

Modelin güvenilirliği ve geçerliliği SmartPLS programı ile gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analiziyle (DFA) yapılmıştır. Hipotezlerin test edilmesinde En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi (Partial Least Squares Structural-Equation Modelling-PLS-SEM) algoritmasından faydalanılmıştır. Kısmi en küçük kareler (PLS) yöntemi, neden-sonuç ilişkilerini analiz etmek için kullanılabilen varyansa dayalı bir yapısal eşitlik modelleme yöntemidir (YEM). PLS-SEM, teori testleri ve model yapılarının doğrulanması için de yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmada temel analizlerin yapılması için analiz aracı olarak SmartPLS yazılımı kullanılmıştır. PLS-SEM karmaşık modeller ve değişkenler ile ileri sürülen yeni davranış kalıpları arasındaki ilişkileri tespit etmek için geleneksel YEM'den daha uygun bir yöntem olarak önerilmiştir (Hair vd., 2010). PLS- SEM modellerini iki lineer denklem seti oluşturmaktadır: ölçüm modeli (dış model) ve yapısal model (iç model model). Ölçüm modeli, modelin gözlenen değişkenleri ve bunların ölçümleri arasındaki ilişkileri belirlerken, yapısal model araştırmanın yapıları arasındaki ilişkileri belirlemeye odaklanır (Henseler vd., 2016, s.4).

PLS-SEM algoritmasında ölçüm ve yapısal modelin özelliklerinin belirlenmesinde, veri toplanması ve analiz sürecindeki doğru model tahmini yapabilmek ve sonuçların değerlendirilmesinde birtakım şartların sağlanması gerekmektedir. Bu süreçte yapılacak ön koşulların üç aşaması aşağıda belirtildiği gibidir (Hair vd., 2010, s.109):

- Oluşturulmuş modelin özelliklerinin belirlenmesi,

- Ölçüm modelinin değerlendirilmesi,
- Yapısal modelin değerlendirilmesidir.

Temel modelin özelliklerinin belirlenmesi aşaması ölçüm modeli ve yapısal modelin kurgulandığı aşama olarak ifade edilmektedir. Ölçüm modeli çalışmanın örtük değişkenleri ile örtük değişkenin gözlenen değişkenleri arasındaki ilişkilerin belirlenmesinde kullanılmaktadır. Yapısal model ise örtük değişkenlerin arasında olan ilişkileri belirleyerek ortaya konulmasını sağlar. Modelin kurgulanmasındaki bu özellikleri dikkate alarak PLS-SEM kullanımındaki ilk aşama, araştırmanın mantığına dayanarak değişkenleri ve yapıları birbirine bağlayarak bir yol modelinin (path modelling) kurgulanmasını içermektedir (Hair vd., 2017). Modelin özellikleri belirlendikten sonraki aşama ölçüm modelindeki yapısal değerlerin güvenilirliğini ve geçerliliğini değerlendirmektir.

Yansıtıcı ölçüm modeli değerlendirme sürecinde araştırmacılar modelin güvenilirliğini ve geçerliliğini doğrulamalıdır. Yansıtıcı ölçüm modeli, bir yapıyı oluşturan göstergelerin o yapıdan kaynaklandığında ortaya çıkan modeldir. Yansıtıcı ölçüm modelinin değerlendirilmesi aşamasında araştırma değişkenlerinin güvenilirliği, bileşik güvenilirlik, yakınsak geçerliliği (Average Variance Extracted-AVE, ortalama açıklanan varyans), ayırt edici (discriminant) geçerliliğinde (Fornell-Larcker kriteri, çapraz yükler), korelasyonların heterotrait-monotrait oranı (Heterotrait- Monotrait Ration (HTMT) katsayıları kullanılmaktadır (Hair vd., 2012, s.423; Henseler, Ringle ve Sarstedt, 2015). İç tutarlılık değerleri için Cronbach's Alpha katsayılarının 0,70'den büyük olması yapıların güvenilirliği için önemlidir (Hair vd., 2010). Bileşik güvenilirlik katsayılarının 0,70 ve üzerinde bir değer alması yapı güvenilirliği için kabul edilebilir değerdir (Hair vd., 2017, s.127). Yakınsak geçerliliğin test edilmesinde ortalama açıklanan varyans (AVE) değerlerinin ve faktör yüklerinin 0,50'den büyük olması beklenmektedir (Hair vd.,2010). Fornell ve Larcker (1981) kriterine göre ortalama açıklanan varyans (AVE), bir yapının yakaladığı varyans düzeyine karşı ölçüm hatasından kaynaklanan düzeyi ölçer; 0,70'in üzerindeki değerler çok iyi olarak kabul edilirken, 0,50 düzeyi kabul edilebilirdir. Ayırt edici geçerliliğin sağlanmasında ise boyut korelasyonlarının AVE değerlerinin karesinden daha düşük değere sahip olması ve HTMT değerinin 0,90'dan küçük olması beklenmektedir (Fornell ve Larcker, 1981).

PLS-SEM algoritmasındaki son aşama yapısal modelin değerlendirilmesidir. Klasik yapısal eşitlik modellemesinde olduğu gibi standart uyum iyilik değerlerinin

PLS-SEM algoritmasında bulunmaması dikkat çekmektedir. PLS yol katsayılarına ilişkin anlamlılıkları değerlendirmede yeniden örnekleme (bootstrapping) örneklemden 5000 alt örneklem alınmış ve t- değerleri hesaplanmıştır. Değişkenler arasındaki eş doğrusallık probleminin olup olmadığını incelemek için varyans büyütme faktörünün Variance Inflation Factor (VIF) katsayıları kullanılmıştır. Araştırma kapsamında oluşturulan model çerçevesinde hipotezlerin istatistiksel test edilmesi ve araştırmanın sonucuna ulaşılması açısından belirtilen analiz teknikleri gerçekleştirilmiştir.

#### 4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde araştırma verilerinin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular yer almaktadır. İlk olarak katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular aktarılmıştır. Daha sonra araştırmanın ölçüm ve yapısal modeline ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

##### 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular tablo 4.1.1’de yer almaktadır. Örneklemin cinsiyet açısından yakın bir dağılım gösterdiği söylenebilir. Buna göre öğrencilerin %51’i (195 kişi) kadınlardan, %49’u (187 kişi) erkeklerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılım sağlayan öğrencilerin büyük çoğunluğunun %29,1’inin (111 kişi) 25-34 yaş arasında olduğu belirlenmiştir. Katılım sağlayanların %27,5’inin (105 kişi) ise 45 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Öğrencilerin %22,3’ünün (85 kişi) 18-24 yaş arasında olduğu belirlenirken, %21,2’sinin (81 kişi) 35-44 yaş arasında olduğu görülmüştür. En genç öğrencinin 18, en yaşlı öğrencinin ise 67 yaşında olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin yaş ortalaması 35,91 olarak belirlenmiştir.

*Tablo 4.1.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular*

<i>Demografik Özellikler</i>		<i>Sıklık (n)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	195	51
	Erkek	187	49
	<b>Toplam</b>	<b>382</b>	<b>100</b>
<b>Yaş</b>	18-24	85	22,3
	25-34	111	29,1
	35-44	81	21,2
	45 ve üstü	105	27,5
	<b>Toplam</b>	<b>382</b>	<b>100</b>
<b>Bölüm</b>	Aşçılık	136	35,6
	Turizm İşletmeciliği	100	26,2
	Turizm ve Otel İşletmeciliği	73	19,1
	Kültürel Miras ve Turizm	57	14,9
	Turizm ve Seyahat Hizmetler	16	4,2
	<b>Toplam</b>	<b>382</b>	<b>100</b>
<b>Eğitim Durumu</b>	İkinci üniversite kapsamında okuyan	241	63,1
	Dikey geçiş ile gelen	80	20,9
	Yükseköğretim Kurumları Sınavı ile gelen	61	16
	<b>Toplam</b>	<b>382</b>	<b>100</b>

Katılımcıların çoğunun %35,6'lık oran ile (136 kişi) "aşçılık" bölümü öğrencileri olduğu görülmektedir. Katılımcıların %26,2'sini (100 kişi) "turizm işletmeciliği" öğrencileri oluşturmaktadır. Ankete katılanların %19,1'inin (73 kişi) "turizm ve otel işletmeciliği" öğrencilerinin, %14,9'unun ise "kültürel miras ve turizm" bölümü öğrencilerinin oluşturduğu gözlenmiştir. Ankete en az katılım sağlayan bölümün ise %4,2'lik (16 kişi) oranla "turizm ve seyahat hizmetleri" bölümü öğrencileri olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin eğitim durumlarına göre demografik özellikleri incelendiğinde, %63,1'nin (241 kişi) ikinci üniversite kapsamında programı tercih ettiği görülmüştür. Öğrencilerin %20,9'u (80 kişi) dikey geçiş ile programı tercih etmiştir. Öğrencilerin küçük bir bölümü ise %16 (61 kişi) "YKS" (Yükseköğretim Kurumları Sınavı) sınavı ile programa girmeye hak kazanmıştır.

#### **4.2. Ölçüm Modeline İlişkin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri**

Yapısal Eşitlik Modellemesindeki analiz sürecinin ilk aşaması ölçüm modelinin değerlendirilmesidir. Ölçüm modeli, bir yapı ile onun gözlenen göstergeleri (belirgin değişkenler olarak da adlandırılır) arasındaki ilişkileri belirtmektedir (Henseler vd., 2016). Ölçüm modeli, modelin yapı ölçümlerindeki geçerlilik ve güvenilirlik katsayılarını değerlendirerek test edilir (Hair vd., 2010). Ölçüm modelinin değerlendirilmesi aşamasında araştırma değişkenlerinin güvenilirliği, bileşik güvenilirlik, yakınsak geçerliliği (Average Variance Extracted-AVE, ortalama açıklanan varyans), discriminant (ayırt edici) geçerliliğinde (Fornell-Larcker kriteri, çapraz yükler), korelasyonların heterotrait-monotrait oranı (Heterotrait- Monotrait Ration (HTMT) katsayıları kullanılmaktadır (Hair vd., 2012, s.423; Henseler, Ringle ve Sarstedt, 2015).

Araştırmanın analiz kısmında da belirtildiği üzere, iç tutarlılık değerleri için Cronbach's Alpha katsayılarının 0,70'den büyük olması yapıların güvenilirliği için önemli olduğu belirtilmektedir (Hair vd., 2010). Bileşik güvenilirlik katsayılarının 0,70 ve üzerinde değer alması yapı güvenilirliği için kabul edilebilir değerdir (Hair vd., 2017, s.127). Yakınsak geçerliliğin test edilmesinde ortalama açıklanan varyans (AVE) değerlerinin ve faktör yüklerinin 0,50'den büyük olması beklenmektedir (Hair vd., 2010). Fornell ve Larcker (1981) kriterine göre ortalama açıklanan varyans (AVE), bir yapının yakaladığı varyans düzeyine karşı ölçüm hatasından kaynaklanan düzeyi ölçer; 0,70'in üzerindeki değerler çok iyi olarak kabul edilirken, 0,50 düzeyi kabul edilebilirdir. Bu

açıklamalardan hareketle DFA sonuçlarına ilişkin maddelerin faktör yükleri, t ve p değerleri, ortalama, standart sapma değerleri, bileşik güvenilirlik (CR) ve AVE değerleri Tablo 4.2.1’de gösterilmiştir:

**Tablo 4.2.1. Doğrulayıcı Faktör Analizi, Güvenirlik ve Yapı Geçerliliği Sonuçları**

Birinci Düzey Yapı	İfadeler	Faktör yükleri	t- değeri	p değeri	Ortalama	Standart Sapma
<b>Teknik</b> (AVE=0,673 CR=0,925)	Yeni teknolojileri kolaylıkla öğrenebilirim (Tek1).	0,800	30,657	0,000	4,20	0,873
	Karşılaştığım teknik problemleri nasıl çözeceğimi bilirim (Tek2).	0,825	40,900	0,000	3,75	1,015
	Önemli olduğunu düşündüyüm yeni teknolojilere ayak uydurabilirim (Tek3).	0,824	35,795	0,000	4,21	0,830
	Birçok farklı teknoloji hakkında bilgim var. (Tek4).	0,835	41,032	0,000	3,76	0,966
	Öğrenmede ve bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak öğrendiklerimi anladığımı gösteren şeyler (örn. sunumlar, dijital hikayeler, wikiler, bloglar) oluşturmak için ihtiyaç duyduğum teknik becerilere sahibim (Tek5).	0,809	32,873	0,000	3,72	1,070
	İyi derecede bilgi ve iletişim becerilerine sahibim. (Tek6).	0,830	36,156	0,000	3,82	0,981
<b>Bilişsel</b> (AVE=0,766 CR=0,867)	İnternette bilgi elde etmeye yönelik araştırma ve değerlendirme becerilerime güvenirim (Bil7)	0,888	74,085	0,000	4,15	0,863
	İnternet tabanlı etkinlikleri (örn. Siber güvenlik, intihal, arama motorları) bilirim (Bil8).	0,861	51,830	0,000	3,67	1,043
<b>Sosyal Duygusal</b> (AVE=0,703 CR=0,824)	Bilgi ve iletişim teknolojileri, proje çalışmalarında ve diğer öğrenme etkinliklerinde arkadaşlarım ile daha iyi işbirliği içinde çalışmamı sağlar (Sos9).	0,918	84,064	0,000	3,80	0,942
	Üniversitedeki çalışmalarım için arkadaşlarımdan sık sık İnternet aracılığıyla (örn. Skype, Facebook ve Bloglar) yardım alırım (Sos10).	0,751	17,961	0,000	3,21	1,141
<b>Dijital Okuryazarlık</b> (AVE=0,569 CR=0,928)  <b>(İkinci Düzey Yapı)</b>	Teknik	0,975	286,811	0,000	3,91	0,003
	Bilişsel	0,865	47,346	0,000	3,91	0,018
	Sosyal-Duygusal	0,718	20,032	0,000	3,50	0,036

[Tablo 4.2.1. (Devam) Doğrulayıcı Faktör Analizi, Güvenirlik ve Yapı Geçerliliği Sonuçları].

<b>Bireysel Yenilikçilik</b> (AVE=0,565 CR=0,831)	Bilgi ve iletişim teknoloji ile ilgili yeni bir şey duysaydım denemenin yollarını arardım(Byo1).	0,843	42,856	0,000	3,97	0,835
	Arkadaşlarım arasında genellikle yeni bilgi ve iletişim teknolojilerini ilk deneyen ben olurum (Byo2).	0,780	28,492	0,000	3,33	1,028
	Yeni bilgi ve iletişim teknolojilerini denemeyi severim (Byo3).	0,868	48,692	0,000	4,09	0,821
<b>Girişimcilik Eğitimi</b> (AVE=0,656 CR=0,918)	Okulumda almış olduğum eğitim, beni girişimci olmak için yaratıcı fikirler geliştirmeye teşvik eder (Ge1).	0,829	39,952	0,000	3,56	1,043
	Okulum girişimcilik hakkında gerekli bilgiler sağlar (Ge2).	0,874	46,426	0,000	3,48	0,979
	Okulum girişimcilik becerilerimi ve yeteneklerimi geliştirir (Ge3).	0,880	50,182	0,000	3,53	0,952
	Okulum öğrencilere girişimciliği ve iş kurmayı öğretir (Ge4).	0,858	42,771	0,000	3,38	1,047
	Girişimcilik eğitim yoluyla geliştirilebilir (Ge5).	0,561	10,668	0,000	4,01	0,866
	Girişimcilik eğitiminin beni girişimci olmaya teşvik ettiğini düşünüyorum (Ge6).	0,811	30,397	0,000	3,70	0,973
<b>Dijital Girişimcilik Eğilimi</b> (AVE=0,898 CR=0,963)	Gelecekte internette bir işletme kuracağım (Dge1).	0,939	106,348	0,000	3,30	1,137
	İnternet ortamında işletme kurmaya niyetim var (Dge2).	0,957	114,969	0,000	3,35	1,158
	Gelecekte internette bir iş kurmayı planlıyorum (Dge3).	0,947	101,745	0,000	3,39	1,147

Tablo 4.2.1’de bileşik güvenirlilik (CR) değerleri incelendiğinde dijital okuryazarlığın 0,928, bireysel yenilikçiliğin 0,831, girişimcilik eğitiminin 0,918 ve dijital girişimcilik eğiliminin 0,963 değeri aldığı görülmektedir. Yukarıda belirtildiği gibi tüm değerler 0,70’in üzerinde yer almaktadır. Maddelerin faktör yükleri incelendiğinde, bireysel yenilikçilik ölçeğindeki 4. maddenin faktör yükü 0,50’nin (0,433) altında olduğu görülmüş ve bu madde çıkarılmıştır. Ölçekten çıkarıldıktan sonra AVE değeri 0,468’den 0,565’e yükselmiştir. Ayrıca bileşik güvenirlilik değerleri de 0,796’dan 0,831’e kadar yükseldiği gözlenmiştir. Tablo 4.2.1’den görüldüğü gibi ölçeklerdeki diğer maddelerin faktör yük değerleri 0,50’nin üzerinde olduğu görülmüştür.

AVE bulguları incelendiğinde ise dijital okuryazarlığın 0,569, bireysel yenilikçiliğin 0,565, girişimcilik eğitiminin 0,656 ve dijital girişimcilik eğiliminin 0,898

değeri aldığı görülmüştür. AVE değerlerine bakıldığında 0,70'in üzerinde bulunan değer dijital girişimcilik eğilimidir (0,898). Bu kapsamda dijital girişimcilik eğiliminin AVE değeri çok iyi olarak kabul edilmiştir. Diğer değerler ise 0,50 üzerinde olduğu için kabul edilebilirdir.

Dijital okuryazarlık ölçeği iki düzeyde incelenmiştir. Birinci derece yapıda dijital okuryazarlık üç boyutu ile (teknik, bilişsel ve sosyal-duygusal) ele alınmıştır. İkinci derece yapıda ise dijital okuryazarlık alt boyutlarsız incelenmiştir. Tablo 4.2.1'den görüldüğü gibi t değerleri 17,961 ve 286,811 arasında değerler almaktadır. Tüm maddelerin p değerleri ise 0,000 değer aldığı görülmüştür. Ortalama değerleri incelendiğinde 3,21 ve 4,21 arasında değerlerin bulunduğu tespit edilmiştir. Standart sapma değerleri ise 1,158 ile 0,003 arasındadır. Tablo 4.2.1'den anlaşıldığı gibi tüm değişkenlere ait değerler alanyazında belirtilen sınırlar içerisinde yer almaktadır (Hair vd., 2011, s.146, Hair vd., 2014, s.111).

Araştırmada değişkenlerin ayırt edici geçerliliklerini belirlemek için değişkenler arası korelasyon katsayılarının hesaplanmasında kareleri alınmış ve AVE değerleri ile karşılaştırılmıştır. Değişkenlerin ayırt edici geçerliliklerini sağlamak için boyut korelasyonları, AVE değerlerinin karesinden daha düşük olmalı ve HTMT değerinin 0,90'dan küçük bir değer alması beklenmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Ayrıca iç tutarlılığı değerlendirmek için Cronbach's Alpha katsayılarının 0,70'den büyük bir değer alması yapıların güvenilir olduğuna işaret etmektedir. Bileşik güvenilirlik katsayılarının 0,70 ve üzerinde değerlerin yapı güvenirliliği için kabul edilebilir olduğu belirtilmektedir (Hair vd., 2017, s.127). Ölçüm modelinin ayırt edici geçerliliğine ilişkin bulgular Tablo 4.2.2.'de açıklanmıştır.

**Tablo 4.2.2. Ayırt Edici Geçerliğe Ait Sonuçlar**

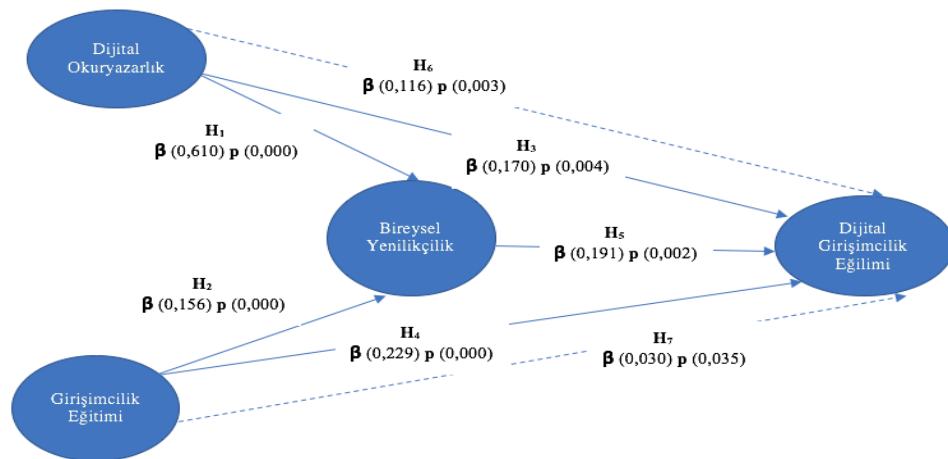
Değişkenler	Korelasyon Yapıları			
	1	2	3	4
<b>1. Dijital Okuryazarlık</b>	<b>0,754</b>	0,365	0,493	0,487
<b>2. Girişimcilik Eğitimi</b>	0,312	<b>0,810</b>	0,378	0,545
<b>3. Bireysel Yenilikçilik</b>	0,334	0,404	<b>0,752</b>	0,209
<b>4. Dijital Girişimcilik Eğilimi</b>	0,361	0,437	0,267	<b>0,948</b>
Cronbach's Alpha	0,912	0,890	0,731	0,943
Yapı Güvenirliliği (CR)	0,928	0,918	0,831	0,963
Ortalama Açıklanan Varyans (AVE)	0,569	0,656	0,565	0,898
Ortalama	3,82	3,61	3,77	3,34
Standart Sapma	0,795	0,743	0,854	0,705

**NOT:** Kalın biçimde yazılmış değerler ortalama açıklanan varsayansın kare köklerini göstermektedir. Kalın biçimde yazılmış değerlerin altındaki değerler değişkenlerin korelasyonunu üstündeki değerler ise HTMT (Heterotrait Monotrait Ratio) değerlerini ifade etmektedir.

Tablo 4.2.2. incelediğinde, değişkenlerin her biri için farkı Cronbach's Alpha değeri görülmektedir. İç ölçek güvenilirliğini gösteren bu değerler 0,731 ile 0,943 arasında yer almıştır. Yapı geçerliliği incelendiğinde ise tüm değişkenlerin değerleri 0,70 üzerinde olduğu ve bu değerlerin 0,831 ile 0,963 arasında olduğu tespit edilmiştir. AVE değerlerinin karesinde boyut korelasyonlarının daha düşük değerler aldığı görülmüş ve değişkenlerin HTMT değerlerinin 0,90 altında yer aldığı belirlenmiştir. Bu kapsamda modelin yapı güvenilirliği ve ayırt edici geçerliliğinin sağlandığı kanıtlanmıştır. Tablo 4.2.2'de değişkenlerin ortalamaları değerlendirildiğinde bu değerlerin 3,34 ile 3,82 arasında olduğu görülebilir. Standart sapma değerleri incelendiğinde ise 0,705 ve 0,854 aralığında olduğu tespit edilmiştir.

### 4.3. Yapısal Model ve Hipotez Testlerine İlişkin Bulgular

Ölçüm modelinin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri tamamlandıktan sonra gözlenen değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklamak için araştırmanın yapısal modelinin test edilmesi ve değerlendirilmesi aşamasına geçilmiştir. Bu kapsamda yapısal eşitlik modellemesinden (YEM), yararlanılmıştır. YEM, doğrudan ve dolaylı olarak gözlemlenen (gizli) değişkenler arasındaki karmaşık ilişkileri modellemek için kullanılan çok değişkenli bir istatistiksel yöntemdir (Hair vd., 2017). Yapısal model, gizli değişkenler (yapılar) arasındaki ilişkileri tanımlamaktadır. Bu çalışmada hipotezlerin test edilmesi amacıyla oluşturulmuş yapısal model Şekil 4.3.1'de gösterilmiştir.



Şekil 4.3.1. Yapısal Eşitlik Modeli

Araştırmalarda yapısal model değerlendirilmesi sistematik bir yaklaşımı gerektirmektedir. Öncelikle çoklu doğrusallık probleminin olup olmadığını belirlemek için varyans büyütme faktörü (VIF) kullanılmaktadır. Varyans büyütme faktörü (VIF), bir dizi çoklu regresyon değişkenindeki çoklu bağlantı miktarının bir ölçüsüdür. Yüksek bir VIF, ilişkili bağımsız değişkenin modeldeki diğer değişkenlerle yüksek oranda aynı çizgide olduğunu gösterir. VIF, çoklu doğrusallık (Multicollinearity) sorununun olup olmadığını belirlemeye yardımcı olan bir araçtır. Çoklu doğrusallık, bir veya daha fazla bağımsız değişken veya girdi arasında doğrusal bir ilişki veya korelasyon olduğunda ortaya çıkar. Çoklu doğrusallık sorununun olmaması için VIF değerleri 5'ten küçük olması gerektiği belirtilmiştir (Hair vd., 2011). Araştırmada değişkenlerin VIF değerleri 1,000 ile 1,112 arasında değişiklik göstermektedir. Bu değerler 5'ten küçük olduğu için değişkenler arasında çoklu doğrusallık sorununun olmadığı tespit edilmiştir. Araştırma modelinde test edilen doğrudan etkiler Tablo 4.3.1'de yer almıştır.

**Tablo 4.3.1.** Araştırma Modelinin Hipotez ve Test Sonuçları (Doğrudan Etki)

Hipotezler	$\beta$	T Değeri	P Değeri	%95 Güven Aralığı		Kabul Red
				Alt Değer	Üst Değer	
H <sub>1</sub> :Dijital Okuryazarlık -> Bireysel Yenilikçilik	0,610	12,297	0,000***	0,505	0,699	<b>Kabul</b>
H <sub>2</sub> :Girişimcilik Eğitimi -> Bireysel Yenilikçilik	0,156	3,514	0,000***	0,069	0,243	<b>Kabul</b>
H <sub>3</sub> :Dijital Okuryazarlık -> Dijital Girişimcilik Eğilimi	0,170	2,888	0,004**	0,052	0,282	<b>Kabul</b>
H <sub>4</sub> :Girişimcilik Eğitimi -> Dijital Girişimcilik Eğilimi	0,229	4,425	0,000***	0,125	0,327	<b>Kabul</b>
H <sub>5</sub> :Bireysel Yenilikçilik -> Dijital Girişimcilik Eğilimi	0,191	3,053	0,002**	0,069	0,315	<b>Kabul</b>

\*\*\* p<0.001, \*\*p<0.01, \*p<0,05, = anlamlı değil (p>0,05).

Tablo 4.3.1'de araştırma modelindeki değişkenlerin doğrudan etkilerine ilişkin hipotezlere yer verilmiştir. H<sub>1</sub> dijital okuryazarlığın bireysel yenilikçilik üzerindeki etkisi incelenmiş ve dijital okuryazarlığın bireysel yenilikçilik ( $\beta=0,610$ ;  $p=0,000$ ) üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisinin olduğu bulunmuştur. Bu nedenle **H<sub>1</sub> hipotezinin** kabul edildiği tespit edilmiştir. H<sub>2</sub> hipoteziyle girişimcilik eğitiminin bireysel yenilikçilik üzerindeki etkisi incelenmiş ve girişimcilik eğitiminin bireysel yenilikçilik ( $\beta=0,156$ ;  $p=0,000$ ) üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisinin bulunduğu saptanmıştır. Bu kapsamda **H<sub>2</sub> hipotezi** desteklenmiştir.

Daha sonra dijital okuryazarlığın dijital girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi incelenmiştir (H<sub>3</sub>). Dijital okuryazarlığın dijital girişimcilik eğilimi üzerinde ( $\beta= 0,170$ ;  $p=0,004$ ) pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir. Böylelikle **H<sub>3</sub> hipotezi** kabul edilmiştir. Araştırmanın H<sub>4</sub> hipoteziyle girişimcilik eğitiminin dijital girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi incelenmiş ve girişimcilik eğitiminin dijital girişimcilik eğilimi ( $\beta= 0,229$ ;  $p=0,000$ ) üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla **H<sub>4</sub> hipotezi** desteklenmiştir.

H<sub>5</sub> hipoteziyle bireysel yenilikçiliğin dijital girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi incelenmiş ve bireysel yenilikçiliğin dijital girişimcilik eğilimi ( $\beta=0,191$ ;  $p=0,002$ ) üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda **H<sub>5</sub> hipotezi** de kabul edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre doğrudan etki olarak oluşturan hipotezlerin hepsi kabul edilmiştir.

Doğrudan etkiler incelendikten sonra araştırma modelinde aracı değişken olarak oluşturulan bireysel yenilikçiliğin aracı rolü değerlendirilmiştir. Bu kapsamda araştırma modelinde aracı etkiyi ölçen hipotez ve test sonuçlarına Tablo 4.3.2’de yer verilmiştir.

**Tablo 4.3.2. Araştırma Modelinin Hipotez ve Test Sonuçları (Dolaylı Etki)**

Hipotezler	B	T Değeri	P Değeri	%95 Güven Aralığı		Kabul Red	Aracılık Durumu
				Alt	Üst		
H <sub>6</sub> : Dijital Okuryazarlık -> Bireysel Yenilikçilik -> Dijital Girişimcilik Eğilimi	0,116	2,977	0,003**	0,043	0,197	Kabul	Kısmi Aracılık Etkisi
H <sub>7</sub> : Girişimcilik Eğitimi -> Bireysel Yenilikçilik -> Dijital Girişimcilik Eğilimi	0,030	2,115	0,035*	0,008	0,062	Kabul	Kısmi Aracılık Etkisi

\*\*\*  $p<0.001$ , \*\* $p<0.01$ , \* $p<0,05$ , = anlamlı değil ( $p>0,05$ ).

Araştırmada modelin değişkenlerinin aracı etkilerine ilişkin hipotez test sonuçlarına Tablo 4.3.2’de yer verilmiştir. H<sub>6</sub> hipoteziyle dijital okuryazarlığın dijital girişimcilik eğilimine etkisinde bireysel yenilikçiliğin ( $\beta= 0,116$ ,  $t:2,977$   $p=0,003$  GA: 0,043 ile 0,197) aracılık etkisi incelenmiş ve kısmi aracılık etkisine ulaşılmıştır. Böylelikle **H<sub>6</sub> hipotezinin** desteklendiği saptanmıştır. H<sub>7</sub> hipoteziyle girişimcilik eğitiminin dijital girişimcilik eğilimine etkisinde bireysel yenilikçiliğin ( $\beta= 0,030$ ,  $t:2,115$   $p=0,035$  GA: 0,008 ile 0,062) aracılık etkisi incelenmiş ve kısmi aracılık etkisi tespit edilmiştir. Dolayısıyla **H<sub>7</sub> hipotezi** kabul edilmiştir.

Analiz sonucunda bireysel yenilikçiliğın dijital okuryazarlığı ve girişimcilik eğitimini artırarak dijital girişimcilik eğilimine olumlu yönde etki gösterdiği saptanmıştır.

## 5. SONUÇ

Araştırmanın bu bölümünde bulguların literatürde yer alan benzer çalışmalarla tartışılması yapılmış ve daha sonra sonuç ve öneriler kısmına yer verilmiştir.

### 5.1. Tartışma

Bu araştırmada turizm öğrencilerinin dijital girişimcilik eğilimlerinin; üniversitede almış olduğu girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık becerileri ve bireysel yenilikçilikleri kapsamında incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada aynı zamanda bu değişkenler arasındaki ilişkilerin de belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın amacına uygun bir şekilde kurgulanan model test edilmiştir. Bu kapsamda öncelikle araştırmada değişkenlerin ortalama değerleri, alanyazında bulunan diğer çalışmalarla karşılaştırılmış ve bulguların tartışması gerçekleştirilmiştir. Ayrıca araştırmanın hipotez testleri sonuçları, benzer çalışmaların bulguları ile tartışılmıştır. Literatürde, ilgili değişkenleri turizm öğrencileri kapsamında ele alan çalışmaların sınırlı sayıda olduğu gibi açık ve uzaktan eğitim öğrencileri kapsamında ele alan araştırmaların da sınırlı sayıda olduğu gözlenmiştir. Bu nedenle tartışmada örgün alanda eğitim alan üniversite öğrencileri üzerine yapılan benzer çalışma bulgularına ağırlık verilmiştir.

Araştırmada Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sisteminde okuyan turizm öğrencilerinin dijital okuryazarlık becerilerinin orta düzeyde (3,82) olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya paralel olarak literatürde öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerinin orta düzeyde olduğu çalışmalar mevcuttur. Brown vd., (2020), Bayrakcı ve Narmanlıoğlu (2021), Dominguez vd., (2021), Okumuş ve Atilgan (2021) ve Ahmet (2021) çalışmalarında öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerinin orta düzeyde olduğunu tespit etmişlerdir. Literatürde, farklı olarak, öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerinin düşük düzeyde olduğunu belirleyen araştırma bulgularına da rastlanmaktadır (Nelson, Courier ve Josephi 2011, Dashtestani ve Hojatpanah, 2020, Perdana vd., 2019). Açık ve uzaktan öğrenenlerin dijital okuryazarlık düzeyleri incelendiğinde ise dijital okuryazarlık düzeylerinin orta düzey üzerinde olduğu görülmektedir (Karagül, Seker ve Aykut, 2021; Rini vd., 2022 ve Istifci ve Göksel, 2022).

Araştırmada Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemindeki turizm öğrencilerinin girişimcilik eğitimlerinin orta düzeyde (3,61) olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın bu sonucu, literatürde son yıllarda yapılan çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Erçelik ve Gümüş, 2021; Iskan ve Karacaoğlu, 2021; Song, Thominathan ve Khalid, 2021). Bazı

çalışmalarda öğrencilerin girişimcilik eğitim düzeylerinin yüksek (Cui vd., 2019; Seçkin 2020) ve düşük (Tağraf ve Halis, 2008; Mugino vd., 2021; Gökçen ve Alper, 2022) olduğuna ilişkin bulgulara da rastlanmaktadır. Araştırma bulgusunun, uzaktan öğrenenlerin girişimcilik eğitim algısı üzerine yapılan bir çalışma bulgusu ile benzerlik gösterdiği görülmüştür. Hattab, (2021) öğrencilerin girişimcilik becerilerinin gelişiminde aldıkları çevrimiçi eğitimin etkisini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, çevrimiçi girişimcilik eğitimi öğrenciler üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ayrıca öğrencilerin çevrimiçi girişimcilik eğitim düzeylerinin orta düzeyde olduğu görülmüştür.

Turizm öğrencilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri incelendiğinde dijital okuryazarlık ve girişimcilik eğitiminde olduğu gibi yine sonuçların orta düzeyde (3,77) olduğu görülmektedir. Literatürde öğrencilerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin orta düzeyde olduğu çalışmalar yer almaktadır (Işık ve Meriç 2015; Noh, Hamzah ve Abdullah, 2016; Demiralay vd., 2016; Mülhim, 2019; Baltacı ve Metin, 2021). Literatürde turizm fakültesi öğrencilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri ve cinsiyetleri arasında anlamlı bir farkın bulunmadığına ilişkin bulgular da yer almaktadır (Işık ve Türkmendağ, 2016 ve Keleş, Çınar ve Akmeşe, 2020). Ayrıca bu çalışmalarda erkek ve kadın öğrencilerin bireysel yenilikçilik algılarının yüksek olduğu belirlenmiştir. Açık ve uzaktan eğitim literatüründe, çevrimiçi öğrenenlerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin araştırma bulgusuna benzer olduğu çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmaların birinde Bervell, Umar ve Kamilin, (2020) çevrimiçi ortamda çeşitli etkileşim biçimlerinin öğrencilerin çevrimiçi öğrenme memnuniyetini incelemiştir. Sonuçlar, öğrenci-materyal etkileşimini belirleyen temel faktörün bireysel yenilikçilik olduğunu ve öğrencilerin orta düzeyde bireysel yenilikçilik düzeyine sahip olduğunu ortaya koymuştur. Gupta, (2021) çalışmasında öğrencilerin kişilik özellikleriyle dışa dönüklük, vicdanlılık, uyumluluk, deneyime açıklık ve bireysel yenilikçiliğin öğrencilerin kitlesel açık çevrimiçi kurslar (Massive Open Online Courses) üzerindeki etkisini incelemiş ve öğrencilerin bireysel yenilikçiliğinin orta düzey olduğunu belirlemiştir. Örucü, Pınar ve Hasırcı, (2022) Covid-19 pandemi sürecinde öğrencilerin çevrimiçi eğitimleriyle yenilikçi davranış ilişkisinde örgütsel adaletin aracı rolünü incelemiştir. Araştırmada üniversite öğrencilerinin bireysel yenilikçiliklerinin yine orta düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Son olarak turizm programlarına kayıtlı olan öğrencilerin dijital girişimcilik eğilimlerinin orta düzeyde (3,34) olduğu belirlenmiştir. İlgili alanyazın tarandığında

öğrencilerin dijital girişimcilik eğilimlerinin orta düzeyde belirlendiği çalışma bulgularına rastlanmaktadır (Wang ve Lin, 2016; Bayrakdaroğlu ve Bayrakdaroğlu, 2017; Younis, Katsioloudes ve Al Bakri, 2020). Aynı zamanda literatürde, öğrencilerin dijital girişimcilik eğilim düzeylerinin yüksek olduğu bulgular da yer almaktadır (Chen, 2014; Çağlıyan ve Doğanalp, 2020). Uzaktan öğrenenlerin dijital girişimcilik eğilim düzeylerinin belirlenmesine yönelik çalışmalara rastlanmadığı için geleneksel girişimcilik eğilimi çalışmaları incelenmiştir. Bu kapsamda Chea, (2017) açık ve uzaktan öğrenenler arasında girişimcilik niyetini etkileyen faktörleri incelemiş ve tutum, algılanan davranışsal kontrolün öğrenciler üzerinde önemli etkileri olduğu sonucuna ulaşmıştır. Öğrencilerin girişimcilik eğilim düzeyleri incelendiğinde ise orta düzey olduğu belirlenmiştir. Kağnicioğlu vd., (2021) araştırmasında, Anadolu Üniversitesi açıköğretim lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeyi ve kişilik özelliklerini (güvenilir, bir işi layıkıyla yapan, yaratıcı, yüksek hayal gücüne sahip, dışa dönük ve sosyal, rahat ve stresle başa çıkabilen) inceleyerek girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışma sonucunda öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin kişilik özellikleriyle (güvenilir, bir işi layıkıyla yapacak biri, yaratıcı, yüksek hayal gücüne sahip, dışa dönük ve sosyal biri ve rahat ve stresle başa çıkabilen) girişimcilik niyetleri arasında olumlu ilişkiler bulunmuştur. Macias, Fernandez ve Vieites, (2021) sosyal sermayenin İspanyol üniversite ortamlarında (çevrimiçi ve yüz yüze) öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde farklı etkilerinin olup olmadığını incelemiştir. Bu çalışmada öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Literatürde bulunan çalışmalardan hareketle, araştırma bulgularının çalışmalara göre farklılaştığı ve literatürde bu çalışmanın sonuçlarına benzer sonuçların da yer aldığı görülmektedir.

Bu çalışmada test edilen modelin sonuçlarına göre turizm öğrencilerinin dijital okuryazarlık becerilerinin, bireysel yenilikçilik ve dijital girişimcilik eğilimlerini arttıran bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda öğrencilerin girişimcilik eğitimlerinin bireysel yenilikçilik ve dijital girişimcilik eğilimlerini de olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca turizm öğrencilerinin bireysel yenilikçiliklerinin dijital girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu görülmüştür.

Literatürde dijital okuryazarlık ve bireysel yenilikçilik ilişkilerini birlikte ele alan çalışmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Bu çalışmaların birinde Güngör ve Kurtipek (2020), öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerini açıklamada bireysel yenilikçiliğin önemli bir özellik olduğunu belirlemiştir. Eyi, Demiralay ve Öngün (2022) çalışmasının sonuçlarına göre, öğrencilerin bireysel yenilikçilik düzeyi, dijital okuryazarlık becerilerini önemli ölçüde artırmaktadır. Görüldüğü gibi bu çalışmalar okuryazarlığın yenilikçilik üzerindeki değil, yenilikçiliğin okuryazarlık üzerindeki etkisini test etmektedir. Sonuçlar yine olumlu ve pozitif bir etkiye işaret etmektedir. Literatürde dijital okuryazarlık becerilerinin bireysel yenilikçilik üzerinde etkisini araştıran çalışmaların daha az sayıda olduğu söylenebilir. Ulaşılan bir çalışmada dijital okuryazarlığın bireysel yenilikçilik üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu tespit edilmiş ve bulguların bu araştırma bulgularıyla benzerlik gösterdiği görülmüştür (Hamid ve Sudiana, 2022).

Araştırmanın diğer bir bulgusu, dijital okuryazarlık becerilerinin dijital girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğudur. İlgili literatür incelendiğinde bu sonuca benzer çalışmaların mevcut olduğu görülmüştür. Bayrakdaroğlu ve Bayrakdaroğlu (2017) çalışmasında öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerinin internet girişimcilik niyetini artırdığı sonucuna ulaşmıştır. Mugiono, Prajanti ve Wahyono (2020) çalışması da dijital okuryazarlığın internet girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Hasanah ve Setiaji (2019)'nin çalışması da dijital okuryazarlığın dijital girişimcilik niyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. İslami (2019) ise öğrencilerin girişimcilik niyeti ile dijital okuryazarlık arasında pozitif bir ilişki olduğunu, girişimcilik niyetinin öğrencilerin girişimcilik davranışlarına yönelik dijital okuryazarlığa aracılık ettiği bulgusuna ulaşmıştır. Bu kapsamda literatürdeki sonuçların, çalışmanın sonuçlarını desteklediği görülmektedir.

Araştırmada turizm öğrencilerinin almış olduğu girişimcilik eğitiminin bireysel yenilikçiliklerini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Literatürde araştırmanın sonuçlarıyla benzer sonuçların olduğu görülmüştür. Cruz vd., (2009) çalışmasında girişimcilik ile ilgili derslerin bireylerin yenilikçi davranışları üzerinde doğrudan etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aslan, Yıldız ve Derezinci (2017), girişimcilik dersinin öğrencilerin yenilikçilik becerilerini olumlu bir şekilde etkilediğini ortaya koymuştur. Wei, Liu ve Sha (2019)'nin çalışmasının sonuçlarına göre, öğrencilerin girişimcilik eğitimi alguları ile yenilikçilik alguları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki

vardır. Karahan ve Gedik (2021) çalışma bulgularına göre öğrencilerin yenilikçilikle ilgili konularda eğitim faaliyetlerine katılmaları, bireysel yenilikçilik düzeyini olumlu ve pozitif yönde etkilemektedir.

Araştırmadaki bir diğer bulgu, öğrencilerin girişimcilik eğitimlerinin dijital girişimcilik eğilimlerini olumlu yönde etkilemesidir. Literatür incelendiğinde girişimcilik eğitimi ve dijital girişimcilik eğilimi ilişkisini araştıran çalışmaların kısıtlı olduğu görülür. Hem ulusal hem de uluslararası literatürde çalışmalar daha çok öğrencilerin geleneksel girişimcilik eğilimleri üzerine odaklanmıştır. Mugiono, Prajanti ve Wahyono (2021) çalışmasında çevrimiçi iş öğrenimi ve yaratıcılığın aracılık edebileceği dijital okuryazarlık ve girişimcilik eğitiminin Batang'daki Pazarlama bölümü öğrencilerinin çevrimiçi girişimcilik niyetleri üzerinde etkisi incelenmiştir. Araştırmanın sonuca göre girişimcilik eğitiminin yaratıcılık değişkeni üzerinde etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Girişimcilik eğitiminin çevrimiçi girişimcilik niyetleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Yaratıcılık değişkeninin ise öğrencilerin çevrimiçi girişimcilik niyetleri üzerinde girişimcilik eğitime aracılık etmediği görülmüştür. Ancak alanyazında öğrencilerin almış olduğu girişimcilik eğitiminin geleneksel girişimcilik eğilimlerine etkisini inceleyen çok sayıda araştırma mevcuttur. Bu çalışmaların çoğunda girişimcilik eğitiminin, girişimcilik eğilimini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Küttim vd., 2014; Lorz vd., 2013; Uygun ve Güner, 2016; Yüzüak, 2010; Wardana vd., 2020). Anwar, Thoudam ve Saleem (2022) çalışması girişimcilik eğitiminin, fırsatların tanınmasında sadece girişimcilik niyetini doğrudan etkilemediğini, aynı zamanda öz-yeterliğin aracılık etkisi yoluyla dolaylı olarak da etkilediğini ortaya koymuştur. Bu sonuçlar girişimcilik eğitimi ile dijital girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi inceleyen daha fazla çalışmanın yapılması gerektiğine işaret etmektedir.

Araştırmanın diğer bulgusu ise öğrencilerin bireysel yenilikçiliklerinin dijital girişimcilik eğilimlerini arttırdığı bulgusudur. Literatür incelendiğinde bireysel yenilikçilik ve dijital girişimcilik eğilimlerini birlikte ele alan çalışmalara rastlanmamıştır. İlgili alanyazında bireysel yenilikçilik ve geleneksel girişimcilik eğilimleri üzerine odaklanılmıştır. Bu kapsamda Çetin ve Taşdemir (2017) üniversite öğrencilerinin bireysel yenilikçilik, girişimcilik kapasitesi ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkileri incelemiş ve bireysel yenilikçiliğin girişimcilik kapasitesi ve girişimcilik eğilimi üzerinde olumlu yönde etkilesinin olduğunu tespit etmiştir. Gözükara ve Çolakoğlu (2016), bireysel yenilikçiliğin, girişimcilik niyeti üzerinde olumlu bir etkiye

sahip olduğunu ve girişimci uyanıklığının, yenilikçilik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiye tam olarak aracılık ettiğini bulmuştur. Leblebicioğlu, Baysal ve Khorshid (2018)'in çalışmasındaki sonuçlar, hemşirelik akademisyenlerinin bireysel yenilikçiliklerinin girişimcilik eğilimlerini arttıran bir etkisinin olduğuna işaret etmektedir. Bodur (2018) çalışmasının sonuçları da öğrencilerin yenilikçilik düzeyleri arttıkça girişimcilik eğilimlerinin olumlu yönde artacağı yönündedir.

Araştırmada aracılık etkilerine ilişkin bulgular incelendiğinde girişimcilik eğitiminin dijital girişimcilik eğilimine etkisinde bireysel yenilikçiliğin aracılık etkisinin olduğu belirlenmiştir. Literatürde girişimcilik eğitimi ve dijital girişimcilik eğilimi ilişkisinde aracılık etkisine bakılan farklı değişkenlerin olduğu görülmektedir. Bu çalışmaların birinde Mugiono, Prajanti ve Wahyono (2021) çalışmasında çevrimiçi iş öğrenimi ve yaratıcılığın aracılık edebileceği dijital okuryazarlık ve girişimcilik eğitiminin Batang'daki Pazarlama bölümü öğrencilerinin çevrimiçi girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisini incelenmiştir. Araştırmanın sonuca göre girişimcilik eğitiminin yaratıcılık değişkeni üzerinde etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Yaratıcılık değişkeninin ise öğrencilerin çevrimiçi girişimcilik niyetleri üzerinde girişimcilik eğitime aracılık etmediği görülmüştür. Abubakar ve Yazeed (2018) çalışmasında bu araştırmadan farklı olarak geleneksel girişimcilik niyetine odaklanmıştır ve bu ilişkide yenilikçiliğin düzenleyici rolünü araştırmıştır. Çalışma sonucunda, öğrencilerin girişimcilik eğitimi ile girişimcilik niyetleri arasındaki ilişkide yenilikçiliğin düzenleyici rolünün olduğu belirlenmiştir.

Bu araştırmada dijital okuryazarlığın dijital girişimcilik eğilimine etkisinde bireysel yenilikçiliğin aracılık etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ancak literatürde dijital okuryazarlığın dijital girişimcilik eğilimine etkisinde yenilikçiliğin aracılığının araştırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Diğer bir ifadeyle bu ilişkileri test eden herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak literatürde bu ilişkide yenilikçiliğin yerine, yaratıcılık değişkeninin aracılık ettiği bir çalışmaya ulaşılmıştır. Bu kapsamda yaratıcılığın öğrencilerin çevrimiçi girişimcilik niyetleri üzerinde girişimcilik eğitime aracılık etmediği sonucuna ulaşılmıştır (Mugiono, Prajanti ve Wahyono, 2021).

## 5.2. Sonuç ve öneriler

Dijital teknolojiler, dijital platformlar ve dijital iş modelleri; insanların yaşam şekillerini, iş hayatlarını, seyahat etme biçimlerini değiştirdiği gibi turizm sektörünü ve turizm işletmelerini de dönüştürmektedir. Bununla birlikte dijital teknolojilerin sürekli güncellendiği ve değişim gösterdiği günümüzde yenilikçiliğin ve dijitalleşmenin önemi, sanal platformların yaygınlaşması ve iş modellerinde yaşanan dönüşümler, turizm sektöründe dijital girişimciliğin önemini her geçen gün daha da arttırmaktadır. Turizmde bu dönüşüme ayak uyduracak hatta bu süreçte katalizör görevi üstlenecek dijital girişimcilerin yetişmesi, yeni iş alanlarının yaratılması ve ekonomik kalkınmanın sağlanması açısından son derece önemlidir. Bu süreçte ise girişimci adaylarının yetiştirilmesi açısından üniversitelere önemli görevler düşmektedir. Bu kapsamda üniversitelerin, öğrencilere dijital yetenekleri ve yenilikçi bakış açısını kazandırmanın yanı sıra onları girişimci faaliyetlere yönlendirecek eğilimleri de tetiklemesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu noktada öğrencilerin dijital girişimcilik eğilimlerini olumlu yönde etkileyecek diğer bir ifadeyle artırabilecek faktörlerin neler olduğu sorusu akla gelmektedir. Literatür, öğrencilerin dijital girişimcilik eğilimlerinde; girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık becerileri ve bireysel yenilikçiliğin önemli faktörler olduğuna işaret etmektedir. Bu kapsamda araştırmada açık öğretim turizm öğrencilerinin dijital girişimcilik eğilimlerinin; üniversitede almış olduğu girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık becerileri ve bireysel yenilikçilikleri kapsamında incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada ayrıca girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık becerileri, bireysel yenilikçilik ve dijital girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkilerin de ortaya koyulması amaçlanmıştır.

Araştırma kapsamında öncelikle betimsel sonuçlar ele alındığında; öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerinin, girişimcilik eğitiminin ve bireysel yenilikçiliklerinin ve dijital girişimcilik eğilimlerinin orta düzey olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerinin ve bireysel yenilikçiliklerinin orta düzeyde çıkmasının nedeninin, örneklem grubunun açık öğretim öğrencilerinden oluşmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Çünkü açık öğretim öğrencileri e-öğrenme ortamlarını sıklıkla kullanmakta; ders içeriklerine bilgisayar, tablet veya akıllı telefonlar aracılığıyla ulaşmaktadırlar. Hatta pandemi döneminde, ara ve dönem sonu sınavlarına çevrimiçi olarak katılım göstermişlerdir. Anadolu Üniversitesi'nin e-öğrenme dönüşümü

kapsamında tasarladığı interaktif e-kitap hizmetleri, e-alıştırmalar, ders anlatım videoları vb. e-öğrenme malzemelerinin bir gereklilik yaratarak açık öğretim öğrencilerini yeni nesil bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanmaya ve denemeye teşvik ettiği düşünülmektedir. Dolayısıyla öğrencilerin bireysel olarak yenilikçi olmalarında da dijital kaynaklara erişimi ve kullanımı etkili olabilir.

Öğrencilerin üniversitede aldıkları girişimcilik eğitimi algılarının orta düzey olmasının sebebi, girişimcilik eğitimi yönünde verilen ders içeriklerinin etkili ve verimli olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Nitekim bu programların çıktılarında, öğrencilerin girişimcilik ve yenilikçilik becerisine sahip olabilmeleri amaçlanmıştır (http-2). Bunun yanı sıra Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi sıklıkla ders içeriklerini güncellemekte ya da yeni çağın gereksinimleri doğrultusunda yeni dersleri programlarına dahil etmektedir. Bu ilerlemeler kalite geliştirme çabaları içinde yer almaktadır. Açıköğretim sisteminin (AÖS) geneline yayılmış kalite güvencesi sistemi ve kültürünün gelişimini destekleyen etkin liderlik uygulamaları bulunmaktadır. AÖS içinde yer alan lisans ve önlisans programlarının yöneticileri olan akademik koordinatör ve yardımcılardan oluşan “Program Kalite Komisyonları”, ders içeriklerine ilişkin özdeğerlendirme çalışmaları yapmaktadır (Açıköğretim Sistemi İç Değerlendirme Raporu, 2021, http-8).

Araştırmada öğrencilerin dijital girişimcilik eğilimlerinin diğer değişkenlere oranla daha düşük çıkmasının nedeni; öğrencilere verilen derslerin, geleneksel girişimcilik eğitimi üzerine odaklanmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Anadolu Üniversitesinin açık öğretim programlarının yer aldığı kurumsal web sitesinde belirtilen derslerin içerikleri incelendiğinde, girişimciliğin, teknoloji boyutundan uzak olduğu görülmektedir (http-2). Ayrıca dijital girişimcilik, özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle son yıllarda gelişen bir alanı temsil etmektedir. Bu sonuçlar öğrencilerin dijital girişimcilik eğilimlerinin orta düzey olarak belirlenmesini açıklar niteliktedir. Bu kapsamda sadece turizm öğrencilerinin değil, diğer alanlardaki öğrencilerin de dijital girişimcilik konusunda farkındalıklarının artırılması önerilmektedir. Bu konuda en önemli görevlerden birinin de üniversitelere düştüğü söylenebilir. Üniversiteler yüksek lisans ve doktora programlarının yanı sıra lisans ve önlisans programlarında da dijital girişimcilik derslerini müfredatlarına entegre edebilirler. Bu şekilde öğrencilerin bu alanda daha erken yaşlarda bilgi sahibi olmasının, dijital girişimcilik eğilimlerini de artıracacağı düşünülmektedir. Diğer bir ifadeyle dijital

girişimcilik eğitimlerine y6nelik derslerin verilmesinin, 6đrencilerin dijital girişimcilik platformlarına olan merakı ve ilgisini arttıracadığı ve mezun olduktan sonra kendi işlerini 6evrimi6i olarak y6r6tebilmelerine olumlu katkı sağlayacadığı d6ř6n6lmektedir.

Araştırma sonu6ları, turizm 6đrencilerinin dijital okuryazarlık becerilerinin ve girişimcilik eğitimlerinin bireysel yenilik6ilik ve dijital girişimcilik eğilimleri 6zerinde doğrudan ve pozitif etkiye sahip olduğunu ve bu ilişkilerde bireysel yenilik6iliğin kısmen de olsa aracılık etkisinin olduğunu g6stermektedir. Araştırmada aynı zamanda bireysel yenilik6iliğin, 6đrencilerin dijital girişimcilik eğilimine doğrudan etkisinin olduğu sonucuna da ulaşılmıştır. Bu sonu6lar 6đrencileri birer dijital girişimciye d6n6řt6recek dijital girişimcilik eğilimlerinin artırılmasında; dijital okuryazarlık becerilerinin, girişimcilik eğitiminin ve bireysel yenilik6iliğin 6nemli fakt6rler olduğunu g6stermektedir. G6r6ld6đ6 gibi 6đrencilerin bireysel yenilik6ilikleri diğer bir ifadeyle teknoloji konusunda yenilikleri denemeye istekli olmaları, dijital girişimcilik eğilimlerinin oluşmasında etkilidir. Eğitim kurumları 6đrencilerin yeni teknolojileri denemeye olan arzularını ve dijital girişimci olmaya niyetlerini artırmak istiyorlarsa 6ncelikle 6đrencilerin dijital okuryazarlık d6zeyini artırmalıdır. Diktaş (2022) T6rkiye'deki turizm işletmeciliği programlarının ders programları ve ders i6erikleri inceleyerek, bu programların hangi dijital yeterliklere ağrılık verdiğini araştırdığı 6alışmasında, dijital okuryazarlık becerileri kazandıran i6eriklerin, 6đrencilere dijital yeterlikleri kazandırması a6ısından m6fredatta olduk6a g66l6 olduğunu belirlemiştir. Bu sonuca bağlı olarak, 6đrencilere dijital okuryazarlık becerilerini kazandırmanın, turizm programlarının g66l6 y6nleri arasında olduğu s6ylenebilir. Buna karşılık aynı 6alışmada, yeni iş modellerinin ağ ekonomisinin gelişimine paralel olarak gelişebilmesi i6in gerekli becerilerin kazandırılacadığı e-girişimcilik, inovasyon ve yaratıcılık gibi derslere programlarda yeterince ağrılık verilmediği belirlenmiştir. Bu kapsamda daha 6nce de belirtildiği gibi dijital girişimcilik derslerinin ders m6fredatına entegre edilmesi, aynı zamanda dijital pazarlama, turizm bilgi teknolojileri, google analytics gibi teknik ve teorik diğer ders ve uygulamaların da girişimcilik derslerini besleyecek şekilde yapılandırılması 6nerilmektedir. Tabiki bu i6erikler tasarlanırken 6rg6n ve uzaktan eğitim programlarının kendine has dinamikleri ayrı ayrı ele alınmalı ve i6erikler, programların ve 6đrencilerin imkan ve ihtiya6ları doğrultusunda ele alınmalıdır.

6rg6n eğitim veren turizm programları a6ısından d6ř6n6ld6đ6nde, 6đrencilerin eğitim g6rd6kleri b6l6mlerde dijital alt yapı ve teknolojilerin sağlamasının, dijital

okuryazarlık, bireysel yenilikçilik ve dijital girişimcilik becerilerinin geliştirilmesi açısından son derece önemli olduğu düşünülmektedir. Secundo vd., (2021), girişimcilik eğitiminde dijital teknolojilerin tamamlayıcı boyutunu; öğrenme metodolojisi (ör. proje ve probleme dayalı öğrenme, hikaye anlatımı), öğrenme bağlamı (ör. işbirlikçi topluluklar, işbirlikli öğrenme), öğrenme araçları (örn. simülasyonlar, artırılmış gerçeklik, oyunlaştırma) ve öğrenme destek sistemleri (örn. mobil, MOOC platformları, e-öğrenme) olmak üzere 3 boyutta ele almaktadır. Bu boyutları dikkate alarak eğitim programlarında teknoloji desteğiyle birlikte sağlanacak girişimcilik eğitiminin, hem öğrencilerin dijital okuryazarlık ve bireysel yenilikçilik düzeylerini hem de dijital girişimcilik eğilimlerini artıracakı düşünülmektedir. Açık ve uzaktan eğitimde girişimcilik eğitiminin dijitalleşmesi; farklı sanal eğitim platformlarının ve dijital içeriklerin kullanılması, çevrimiçi kurslar, e-seminerler, simülatörler, interaktif beyaz tahtalar gibi farklı teknolojilerin entegrasyonu ile gerçekleştirilebilir. Ayrıca girişimcilik eğitimlerinde fikir üretme, yaratıcı düşünme, iş planı ve fikir yarışmaları gibi etkinliklerin düzenlenmesi, dijital fırsatların belirlenmesi ve aranmasına odaklanmayı amaçlayan e-seminerler ve dijital girişimcilik modüllerinin ders içeriklere entegre edilmesinin de öğrencilerin bireysel yenilikçiliklerini artırarak dijital girişimcilik niyetlerine olumlu etki edeceği düşünülmektedir. Dijital teknolojilerin kullanımı, girişimci zihniyet ve yeterlilikler geliştirmeyi, sürekli öğrenmeyi kolaylaştırmayı amaçlarken; etkili, uygun maliyetli ve esnek çözümler oluşturmak için de çok önemli görülmektedir. Dijital teknolojiler, girişimcilik eğitimi deneyimini daha etkili ve çekici hale getirmek amacıyla seminerler, mentorluk faaliyetleri, proje geliştirme oturumları ve tartışmalar sırasında öğrencilerin paydaşlarla etkileşimini destekleyebilir (Secundo vd., 2021).

Eğitim müfredatı ele alınırken öğrencilerin teknik becerilerinin yanı sıra sosyal ve duygusal özelliklerinin de dikkate alınması önerilir. Açık ve uzaktan öğrenenlerin belki de en önemli dezavantajlarından biri sınıf içi ortam ve etkileşimden uzak olmalarıdır. Öğrencilere bir araya gelecekleri ve fikir alışverişinde bulunacakları çevrimiçi platformların sağlanması, girişimcilik alanında çevrimiçi öğrenci topluluklarının oluşturulması, bu şekilde birbirleriyle haberleşmeleri ve sohbet etmeleri hem akademik hem de bireysel amaçlarla bilgi aramalarında önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Günümüzde dijitalleşmenin getirdiği avantajlardan biri de sosyal ağ platformlarının kullanımının artmasıdır. Öğrencilerin çoğunluğunun dijital ortamlarda bulunabilecekleri, fotoğraf/video ve link paylaşabilecekleri bir sosyal ağ hesapları (Facebook, Instagram

vb.) bulunmaktadır. Bu kapsamda açık ve uzaktan öğrenenlerin Anadolu Üniversitesinin kurumsal sosyal ağ platformlarını (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Radyo A) takip etmeleri ve mümkünse bu platformlardan etkileşime geçmeleri, öğrencilerin hem sosyal duygusal olarak dijital okuryazarlık becerilerini besleyecek, hem iletişim becerilerini geliştirecek hem de yeni fikirlerin oluşmasına zemin hazırlayarak girişimci ruhlarını teşvik edecektir.

Girişimcilik ekosistemi, girişimci gelişim sürecine değerli katkı sağlayan çok sayıda paydaşın bir araya gelmesiyle oluşur ve girişimci bireylerin yetişmesi açısından bu ekosistemin yaratılması oldukça önemli görülür (Cakir ve Dogantan, 2019). Dijital çağda girişimcilik ekosistemi kitabının yazarı Özkaşıkçı (2013), girişimcilik destek sistemleri arasında kuluçka merkezleri, üniversiteler ve teknoparkları vurgulamaktadır. Anadolu Üniversitesi ARİNKOM teknoloji transfer ofisi örgün eğitim alan öğrencilerin yanı sıra açık ve uzaktan eğitim alan öğrencilerin de teknoloji tabanlı şirket kurarak bu süreçte yüksek ekonomik değer sağlanmasına aracılık etmek üzere, kuluçkalık ya da teknoparklarda yer, iş geliştirme ve pazarlama gibi konularda danışmanlık sağlamaktadır. Ayrıca teknoloji ve yenilik odaklı iş fikrine sahip girişimci adaylarını TÜBİTAK programlarıyla buluşturmaktadır (http-9). Bu kapsamda açık ve uzaktan turizm öğrencilerinin de bu gelişmeler hakkında bilgilendirilmesi, nitelikli dijital girişimciliğin özendirilmesini ve yenilikçi fikirlerin değerlendirilmesini sağlayabilir.

Bu araştırmanın uygulamanın yanı sıra teorik olarak da alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma modelinde yer alan değişkenler (dijital okuryazarlık, girişimcilik eğitimi, bireysel yenilikçilik ve dijital girişimcilik eğilimi) ayrı ayrı ya da farklı değişkenlerle ele alınsa da literatürde bütüncül olarak bu değişkenler arasındaki ilişkileri ele alan çalışmalara rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu çalışmanın ilgili alanyazındaki boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Ayrıca araştırma teorik olarak öğrencilerin dijital girişimcilik eğilimlerinin artırılmasında; dijital okuryazarlık becerilerinin, girişimcilik eğitiminin ve bireysel yenilikçiliğin önemli faktörler olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Çalışma aynı zamanda literatürde çok fazla ele alınmayan dijital girişimcilik konusunu turizm perspektifinden yansıtmaktadır. Literatür incelendiğinde, dijitalleşmenin son derece önemli olduğu günümüzde, eğitim alanında öğrenim gören öğrencilerin ve öğretmenlerin dijital okuryazarlık düzeyini belirleyen çok sayıda çalışmanın olduğu görülmektedir. Bu çalışmada farklı olarak açık ve uzaktan

eğitim gören turizm ğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeyleri belirlenmiş aynı zamanda dijital girişimcilik eğilimleri de ortaya koyulmuştur. Bu yönüyle araştırmanın hem turizm literatürüne hem de açık ve uzaktan eğitim alanına önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Son olarak araştırmanın bazı kısıtlamaları bulunmaktadır. Çalışmanın temel kısıtlayıcısı, alan araştırmasının Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemine bağlı lisans ve ön lisans programlarıyla (Turizm İşletmeciliği, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Kültürel Miras ve Turizm, Turizm ve Seyahat Hizmetleri, Aşçılık) sınırlı tutulmuş olmasıdır. Dolayısıyla yapılan tüm değerlendirmeler yalnızca bahsedilen örnekleme ve açık ve uzaktan eğitim kapsamında geçerlidir. Benzer alışmalar turizmin örgün eğitim programlarında gerçekleştirilebilir. Ayrıca açık ve uzaktan eğitim programlarıyla örgün eğitim programlarının karşılaştırılmasının yapılması alana teorik katkı sağlayabilir. Tartışma kısmında belirtildiği gibi turizmde dijital girişimcilik alanında yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır ve daha çok kavramsal niteliktedir. Bu kapsamda turizmde dijital girişimcilik alanında keşifsel nitelikte pek çok çalışma yapılabilceği gibi dijital girişimciliğin farklı değişkenlerle ilişkisi de ampirik olarak araştırılabilir. Ayrıca bu çalışma nicel araştırma yöntemiyle ele alınmıştır. Benzer bir araştırma tasarımınnın nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak yapılması, konuya daha geniş bir perspektif kazandırabilir. Örneğin turizm programları eğitmen ve yetkilileriyle yapılacak odak grup görüşmeleri, öğrencilerin dijital girişimcilik eğilimlerini artırmada teknoloji temelli dijital girişimcilik eğitiminin tasarlanmasında yol haritası oluşturabilir ve bu konuda daha derinlemesine bulgular elde edilebilir.

## KAYNAKÇA

- Aagaard, A. (2019). The concept and frameworks of digital business models. *Digital Business Models*, 1-26.
- Aaker, D.A., Kumar, V. ve Day, G.S. (2007). *Marketing research*. 9. Edition.
- Abubakar, S. A. ve Yazeed, M. (2018). The moderating role of innovativeness on the relationship between entrepreneurship education and student entrepreneurial intention. *Covenant Journal of Entrepreneurship* 2 (2).
- Acar, Ç. (2015). Anne ve babaların ilkökul ortaokul ve lise öğrencisi çocukları ile kendilerinin dijital okuryazarlıklarına ilişkin görüşleri. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı Eğitim Teknolojisi Programı*.
- Adeoye, A. A. ve Adeoye, B. J. (2017). Digital literacy skills of undergraduate students in Nigeria universities. *Libr. Philos. Pract*, 16-65.
- Agarwal, R. ve Karahanna, E. (2000). Time flies when you're having fun: Cognitive absorption and beliefs about information technology usage. *MIS Quarterly*, 24(4), 665–692.
- Agarwal, R. ve Prasad, J. (1998). A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. *Information systems research* 9 (2), 204-215.
- Agarwal, R., Ahuja, M., Carter, P. E. ve Gans, M. (1998). Early and late adopters of IT innovations: extensions to innovation diffusion theory. *Proceedings of the DIGIT Conference* 1, 18.
- Agü, C. N. (2006). Pedagogy of entrepreneurship in a contemporary society. *The Enterprise International Research Journal for Development*, 8(1), 18–32.
- Ağca, V. (2007). Avrupa birliğinin girişimcilik politikası ve türkiye'ye yansımaları. Kurt, M. Ve Bayraktaroğlu, S. (Editörler), *Türkiye'de İşletmecilikte Yeni Perspektifler* içinde (s.169-194). Ankara: Kitabevi.
- Ahmet, U. (2021). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeyleri. *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi* 7 (1), 198-211.
- Ajike, N.G., Hamed, A., Onyia, V., Kwarbai, J.D. (2015). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: The role of theory of planned behavior. *International Journal of Advanced Research in Social Engineering and Development Strategies* 3 (1).

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes* 50 (2), 179-211.
- Akhter, A., Hossain, M. U. ve Asheq, A. A. (2020). Influential factors of social entrepreneurial intention in Bangladesh. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(8), 645– 651.
- Akhter, A., Karim, M. M. ve Islam, K. (2022). The Impact of Creativity and Innovativeness on Digital Entrepreneurship: Empirical Evidence from Bangladesh. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business* 9 (3), 77-82.
- Akkoyunlu, B. ve Soylu, M.Y. (2010). Öğretmenlerin sayısal yetkinlikleri üzerine bir çalışma. *Türk Kütüphaneciliği* 24 (4), 748-768.
- Akpınar, E., M., Gündoğan, T., Erhan, K., Ütücüler, Ü. (2021). Yükseköğrenim Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimi Analizi: Manisa Celal Bayar Üniversitesi Turgutlu Hasan Ferdi Teknoloji Fakültesi Öğrencileri Üzerinde Bir Çalışma. *International Journal of Management and Administration* 5 (9), 63-82.
- Aksoy, N. C., Karabay, E. ve Aksoy, E. (2021). Sınıf öğretmenlerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi. *Selçuk İletişim*, 14(2), 859-894.
- Aldianto, L., Anggadwita, G. ve Umbara, A.N. (2018). Entrepreneurship education program as value creation: Empirical findings of universities in Bandung, Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*.
- Alegre, J. ve Pou, L. (2006). The length of stay is the demand for tourism. *Tourism management* 27 (6), 1343-1355.
- Aliaga, M. ve Gunderson, B. (2002). Interactive statistics. Virginia. *America: Pearson Education*.
- Almerich, G., Garcia, D. I., Cifuentes, C. S., Rodriguez, S., J.M. (2018). Dimensional structure of the 21st century competencies in university education students. *Relieve Rev. Electronica Investig. Educational Evaluation* 24.
- Alpar, R. (2010). Spor, sağlık ve eğitim bilimlerinden örneklerle uygulamalı istatistik ve geçerlik-güvenirlilik. Detay Yayıncılık, Ankara
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2001). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. Sakarya Yayıncılık. 7.Baskı, Sakarya.

- Alzamel, S., Nazri, M. ve Omar, S. (2020). Factors influencing e-entrepreneurial intention among female students in Saudi arabia. *International Journal* 9.
- Amabile, T.M. (1996). Creativity in context. Westview Press, Boulder, CO.
- Andrews, P. (2007). Barriers to innovation. *Leadership Excellence*, 24 (10), 19.
- Antončić, B. ve Hisrich, R.D. (2001). Intrapreneurship: construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 495-527.
- Anwar, I., Thoudam, P. ve Saleem, I. (2022). Role of entrepreneurial education in shaping entrepreneurial intention among university students: Testing the hypotheses using mediation and moderation approach. *Journal of Education for Business* 97 (1), 8-20.
- Aracıoğlu, B., Demirhan, D., Tatarlar, C., Zalluhoğlu, A. E., Dedeoğlu, A. (2016). Tüm boyutlarıyla girişimcilik. *İstanbul: Hümanist Kitap Yayıncılık*.
- Arıkan, S. (2002). Girişimcilik temel kavramlar ve bazı güncel konular. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Arnim, L. V. ve Mrozewski, M. (2020). Entrepreneurship in an increasingly digital and global world. Evaluating the role of digital capabilities on international entrepreneurial intention. *Sustainability* 12 (19), 7984.
- Aslan, H., Yıldız, B. ve Direzinci, A. (2017). Öğrencilerin girişimcilik dersi kazanımlarının girişimcilik eğitimi ve inovasyon yeteneği üzerine etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* 5 (51), 524-538.
- Ayeh, J.K. (2015). Travellers' acceptance of consumer-generated media: An integrated model of technology acceptance and source credibility theories. *Comput. Hum. Behav.* (48), 173-180.
- Ayşe, A. Ö. (2010). Potansiyel girişimci olan kadınların motivasyon faktörleri ve eskişehir'de bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 10 (1), 117-13.
- Badaruddin, M., Arokiasamy, L., Nordin, N. M., Yusof, H., Zakaria, T. (2012). Cyber-entrepreneurial intention among business undergraduates in institutions of higher learning in malaysia. *Proceeding of 2nd International Conference on Management*.
- Bahceci, B. (2019). Özel eğitim alanında çalışan öğretmenlerin yardımcı teknolojilere yönelik yutumlarının ve bireysel yenilikçilik düzeylerinin incelenmesi. *PQDT-Global*.
- Baird, C.H. ve Parasnis, G. (2011). From social media to social customer relationship management. *Strategy and leadership*.

- Bakır, Y. (2020). Z kuşağı öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesinde girişimcilik eğitiminin rolü: Nizip ilçesindeki lise öğrencileri üzerine bir araştırma. Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi).
- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi: Sakarya üniversitesi İİBF örneği. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Dr. H. İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi*.
- Ballı, A. (2020). Digital entrepreneurship and digital entrepreneurship approach in turkey: ankara case. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 12 (2), 1058-1071.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 7 (1), 231-274.
- Baltacı, N. ve Metin, A. (2021). Hemşirelik öğrencilerinin bireysel yenilikçilik düzeylerinin kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutumları ile ilişkisi. *İnönü Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu Dergisi* 9 (2), 578-593.
- Balula, A., Vasconcelos, S. ve Moreira, A. (2019). Developing academic skills in blended environments. *Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, 303-309.
- Barki, H., Rivard, S., ve Talbot, J. (1993). Toward an assessment of software development risk. *Journal of Management Information Systems* (10:2), 203-225.
- Baro, E.E., Obaro, O.G. ve Aduba, E.D. (2019). An assessment of digital literacy skills and knowledge-based competencies among librarians working in university libraries in Africa. *Digital Library Perspectives*.
- Barton, D. L. ve Deschamps, I. (1988). Managerial influence in the implementation of new technology. *Management science* 34(10), 1252-1265.
- Batool, H., Rasheed, H., Malik, M. İ., Hussain, S. (2015). Application of partial least square in predicting e-entrepreneurial intention among business students: evidence from pakistan. *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 4 (1), 1-16.
- Batra, S. B. ve Vohra, N. (2016). Exploring the linkages of cognitive style and individual innovativeness. *Management Research Review*, 39(7), 768-785.
- Bawden, D. (2008). Origins and concepts of digital literacy. *Digital literacies: Concepts, policies and practices* (30), 17-32.

- Baykul, Y. ve Güzeller, C. O. (2014). Sosyal Bilimler için İstatistik (SPSS Uygulamalı).
- Bayrakcı, S. ve Narmanlıoğlu, H. (2021). Türkiye'deki lisans öğrencilerinin ve mezunlarının dijital okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi* 12 (46), 46-67.
- Bayrakdarooğlu, A. ve Bayrakdarooğlu, F. (2017). A comparative analysis regarding the effects of financial literacy and digital literacy on internet entrepreneurship intention. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi*.
- Bayraktarooğlu, S. (2005). Girişimcilik Ders Notları, Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- Bayram, G.N. (2014). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerine etkisinin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Hasan Kalyoncu Üniversitesi*.
- Bervell, B., Umar, I. N. ve Kamilin, M. H. (2020). Towards a model for online learning satisfaction (MOLS): re-considering non-linear relationships among personal innovativeness and modes of online interaction. *Open Learning: The Journal of Open, Distance and e-Learning* 35 (3), 236-259.
- Bhatnagar, J. (2012). Management of innovation: role of psychological empowerment, work engagement and turnover intention in the indian context. *The International Journal of Human Resource Management*, 23(5), 928-951.
- Bhatt, I. (2012). Digital literacy practices and their layered multiplicity. *Educational Media International* 49 (4), 289-301.
- Biçer M., (2017). *A research on the relationship between ethical climate, organizational learning and innovative behavior* (unpublished doctoral dissertation). Osmaniye Korkut Ata University Social Sciences, Osmaniye, Turkey.
- Biemans, H., Wesselink, R., Gulikers, J., Schaafsma, S., Verstegen, J., Mulder, M. (2009). Towards competence-based VET: dealing with the pitfalls. *Journal of Vocational Education & Training*, Vol. (61), 267-286.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review* 13 (3), 442-453.
- Birdi, K., Leach, D. ve Magadley, W. (2016). The relationship of individual capabilities and environmental support with different facets of designers' innovative behavior. *Journal of Product Innovation Management* 33 (1), 19-35.
- Blichfeldt, B.S. (2009). Innovation and entrepreneurship in tourism: The case of a Danish caravan site. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 7 (3), 415-431.

- Bodur, G. (2018). The relationship between individual innovativeness and entrepreneurship tendency of nursing students. *Journal of Health Science and Profession* 5 (2), 139-148.
- Bogdanowicz, M. (2015). Digital entrepreneurship barriers and drivers- the need for a specific measurement framework. Publications Office of the European Union.
- Bollen, K. A. (1989). Structural equations with latent variables. New York: Wiley.
- Borras, J., Moreno, A. ve Valls, A. (2014). Intelligent tourism recommendation systems: A survey. *Expert systems with applications* 41 (16), 7370-7389.
- Boyd, N. G. ve Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice* 18 (4), 63-77.
- Bozkurt, Ö.Ç. ve Alparslan, A.M. (2013). Girişimcilerde bulunması gereken özellikler ile girişimcilik eğitimi: girişimci ve öğrenci görüşleri. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Dr. H. İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi*.
- Böke, K. (2009). Sosyal Bilimlerde Aratırma, Kaan Böke (Der.) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*: 3-32. İstanbul: Alfa.
- Braak J. (2001). Individual characteristics influencing teachers' class use of computers. *Journal of Educational Computing Research*, 25 (2), 141-157.
- Brown, J., Morgan, A., Mason, J., Pope, N., Bosco, A.M. (2020). Student nurses' digital literacy levels: lessons for curricula. *CIN: Computers, Informatics, Nursing* 38 (9), 451-458.
- Bulut, Ç. ve Aslan, G. (2014). Üniversitelerde girişimcilik eğitimi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (27), 1-20.
- Büyükbeşe, T., Direkçi, E. ve Erşahan, B. (2017). Üniversite öğrencilerinin duygusal zekâlarının iletişim becerilerine ve bireysel yenilikçilik seviyelerine etkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 7 (2), 221-236.
- Büyüköztürk, Ş. (2004). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı (4. Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Büyükıyılmaz, O., Karakaya, A. ve Yıldırım, C. (2015). Girişimcilik eğitimi alan bireylerin demografik özellikleri açısından girişimcilik eğilimleri arasındaki farklar. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Dr. H. İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi*.

- Cantillon, R. (1755). *Essay on the Nature of Commerce in General*, H. Higgs, ed. And trans. London: Macmillan. 1931.
- Carnabuci, G. ve Dioszegi, B. (2015). Social networks, cognitive style, and innovative performance: A contingency perspective. *Academy of Management Journal* 58 (3), 881-905.
- Cakir, O. ve Dogantan, E. (2019). Local Tourism Entrepreneurship and Entrepreneurial Climate: The Case of İğneada, Kırklareli. *BOOK CHAPTER-Liquidity Management Performance of Major International Airline Companies*, 339.
- Cevher, E. (2016). Yenilikçi girişimciliğigeliştirilmesinde girişimcilik eğitiminin önemi: meslek yüksekokulu öğrencileri üzerine bir araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi* 17 (37 Girişimcilik Özel Sayısı), 1-17.
- Chakraborty, I., Hu, P. J.ve Dai Cui, D. (2008). Examining the effects of cognitive style in individuals' technology use decision making. *Decision Support Systems* 45 (2), 228-241.
- Chang, S., Gong, Y., Way, S. A., Jia, L. (2013). Flexibility-oriented HRM systems, absorptive capacity, and market responsiveness and firm innovativeness. *Journal of Management* 39 (7), 1924-1951.
- Check,J. ve Schutt,R.K. (2012). Teacher research and action research. *Research methods in education*. 255-271.
- Chea, C. C. (2017). Entrepreneurship intention in an open and distance learning (ODL) institution in Malaysia. *MOJEM: Malaysian Online Journal of Educational Management* 3 (3), 31-33.
- Chen, L. (2014). Understanding IT Entrepreneurial Intention: An Information Systems View. *Journal of Computer Information Systems*, 55 (1): 2-12.
- Chen. L. (2013). IT Entrepreneurial intention among college students: An empirical study. *Journal of Information Systems Education*, 24 (3), 233-243.
- Chiao, H.M., Chen, Y.L., Huang, W.H. (2018). Examining the usability of an online virtual tour-guiding platform for cultural tourism education, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, Vol. (23), 29-38.
- Cihak, D.F., Wright, R., Smith, C. C., mcmahon, D., Kraiss, K. (2015). Incorporating functional digital literacy skills as part of the curriculum for high school students with intellectual disability. *Education and Training in Autism and Developmental Disabilities*, 155-171.

- Clercq, D. D., Dimov, D. ve Belausteguigoitia, I. (2016). Perceptions of adverse work conditions and innovative behavior: The buffering roles of relational resources. *Entrepreneurship Theory and Practice* 40 (3), 515-542.
- Cohen, J. ve M Hanno, D. M. (1993). An analysis of underlying constructs affecting the choice of accounting as a major. *Issues in accounting Education* 8 (2), 219.
- Common Sense Media. (2009). Is technology net- working changing childhood? A national poll. San Francisco, CA: Common Sense Media.
- Cruz, N. M., Escudero, R. A. I., Barahona, H. J., Leitao, S. F. (2009). The effect of entrepreneurship education programmes on satisfaction with innovation behaviour and performance. *Journal of European Industrial Training*.
- Cui, J., Sun, J. ve Bell, R. (2021). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *The International Journal of Management Education* 19 (1), 100-296.
- Curral, L. ve Marques-Quinteiro, P. (2009). Self-leadership and work role innovation: Testing a mediation model with goal orientation and work motivation. *Revista de Psicologia del Trabajo y de las Organizaciones* (25), 165-176.
- Çağlıyan, V. ve Doğanalp, B. (2020). Dijital okuryazarlık internet girişimciliği niyeti ilişkisi üzerine ampirik bir çalışma. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi* 7 (2), 180-199.
- Çakır, O. (2020). Dijital turizm pazarı. Doğan, E. (Editör), Dijital Turizm Kitabı içinde (s.33-50). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- 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.
- Çetin, O. ve Taşdemir, Ö. (2017). Girişimcilik kapasitesi ve bireysel yenilikçiliğin girişimcilik niyeti üzerine etkisi. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi* 6 (3), 76-87.
- Dashtestani, R. ve Hojatpanah, S. (2020). Digital literacy of EFL students in a junior high school in Iran: voices of teachers, students and Ministry Directors.
- Davidson, E. ve Vaast, E. (2010). Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment. *43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, 1-10.
- Davidsson, P. (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. *RENT XI Workshop, Italy, Pizza*.

- Davis, F. (1985). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: theory and results.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., and Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(14), 1111 - 1132.
- Davis, F.D. (1986). *Technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems theory and results*. Unpublished Doctoral Dissertation, MIT.
- Deiningner, B. (2020). Entrepreneurship education in tourism: a study on the institutions of higher education in finland. Jyväskylä University School of Business and Economics, (Master's Thesis).
- Demir, Y. (2020). Paylaşım ekonomisi kapsamında yemek paylaşma sitelerinin analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi* 4 (1), 54-69.
- Demiralay, R., Bayır, E. ve Gelibolu, M. (2016). Öğrencilerin bireysel yenilikçilik özellikleri ile çevrimiçi öğrenmeye hazır bulunuşlukları ilişkisinin incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi* 5 (1), 161-168.
- Demirkol, Ş. ve Pelit, E. (2002). Türkiye'deki turizm eğitim sistemi ve avrupa birliği sürecinde olası gelişmeler. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* (2), 125-146.
- Dexeus, C. (2019). The deepening effects of the digital revolution, in Fayos-Solá, E. And Cooper, C. (Eds), *The Future Of Tourism*, Springer, Cham, 43-69.
- Diaz, M. C., ve Loraas, T. (2010). Learning new uses of technology while on an audit engagement: Contextualizing general models to advance pragmatic understanding. *International Journal of Accounting Information Systems* (11), 61-77.
- Dil, S., Uzun, M. And Aykanat, B. (2012). Innovation in nursing education. *International Journal of Human Sciences* 9(2), 127-128.
- Dilsiz, İ. ve Kölük, N. 2008. Girişimcilik, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Direkçi, B., Akbulut, S. ve Şimşek, B. (2019). Türkçe dersi öğretim programı (2018) ve ortaokul türkçe ders kitaplarının dijital okuryazarlık becerileri bağlamında incelenmesi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi* 7 (16), 797-813
- Diktaş, E. (2022). Turizmde dijital yeterlilikler: Turizm işletmeciliği programları üzerine bir değerlendirme. Anadolu Üniversitesi, Konaklama İşletmeciliği. A.B.D, Yayınlanmamış Dönem Projesi.

- Doanh, D., C. (2021). The role of contextual factors on predicting entrepreneurial intention among Vietnamese students. *Entrepreneurial Business and Economics Review* 9 (1), 169-188.
- Dobre, C., Dragomir, A. ve Preda, G. (2009). Consumer Innovativeness: A Marketing Approach. *Management & Marketing* 4 (2).
- Doğantan, E. (2020). Turizmde e-girişimcilik. Oktay, E. ve Aksöz, E.O. (Editörler), *Turizmde Güncel Yaklaşımlar Kitabı* içinde (s.56-74). *Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları*.
- Doğantan, E. (2019). Tourism Management Undergraduate Program. *Journal of Tourism, Leisure and Hospitality* 1 (2).
- Doğantan, E. (2022). Dijital Girişimcilik ve Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dominguez, D.C., Sala, A.M. ve Baez, A.B. (2021). Tourism and ıct. Bibliometric study on digital literacy in higher education. *Education Sciences* 11 (4), 172.
- Dönmez, G. (2019). Lise öğrencilerinin bilgi güvenliği farkındalığı ile dijital okuryazarlığı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Eğitim Bilimleri Enstitüsü*.
- Dredge, D., Phi, G. Renuka, M., Eoin, M. ve Popescu, E.S. (2018). Digitalisation in Tourism, the european commission's EASME Final Report, Denmark.
- Duggan, S. (2013). To an audience of I: A discussion of the digital, narrativity and performance in internet blog research. *Qualitative Research Journal*, 13(1), 25–32.
- Duran, E. ve Özen, N.E. (2018). Türkçe derslerinde dijital okuryazarlık. *Türkiye Eğitim Dergisi* 3 (2), 31-46.
- Dutot, V. ve Horne, C. V. (2015). Digital entrepreneurship intention in a developed vs. Emerging country: An exploratory study in France and the UAE. *Transnational Corporations Review* 7 (1), 79-96.
- Dünya Bankası (2018). Worldwide governance indicators.
- Efeoğlu, İ. E., Pekkan, N. Ü., Ciritci, S., Çanşalı, T. (2016). Girişimcilik eğitiminde yeni metotlar: Girişimcilik oyunu örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi* 8 (2), 17-26.
- Eksi, H., Özgenel, M. ve Çiftçi, Ç. A. (2021). The predictive role of innovation management with lifelong learning on individual innovativeness: an examination on teachers. *International Journal of Educational Leadership and Management* 9 (2), 150-176.

- Emeraton, U. G. (2008). Re-thinking Higher education management for poverty reduction among the youth in Africa. A paper presented at the Third Regional Conference of Higher Education for Youth Empowerment, Opportunities, Capabilities and Second Chance.
- Entsminger, V. (1995). *Teachers' perceptions of a pedagogic innovation: Barriers and mechanisms for successful implementation*. Unpublished doctoral dissertation, Saint Louis University, St.Louis, MO.
- Enu, D.B. (2012). Enhancing entrepreneurship education in nigeria. *American Journal of Social Issues & Humanities*. Vol.2 (4)232-239.
- Eraslan, L. (2011). İlköğretim programlarında girişimcilik öğ- retimi (hayat bilgisi dersi örneği). *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 27, 82-94.
- Erçelik, M. A. ve Gümüş, A. (2021). Kosgeb Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi'nin Girişimcilik Eğilimi ve Niyeti Üzerindeki Rolü. *Journal Of Pure Social Sciences (Puresoc)-Pak Sosyal Bilimler Dergisi (Paksos)* 2 (2), 50-62.
- Erdem, E.G., Başar, F.B., Toktay, G., Yayğaz, İ. H., Küçüksüleymanoğlu, R. (2021). Etwinning projelerinin öğretmenlerin dijital okuryazarlık becerilerine katkısı. *International Journal of Social Sciences and Education Research* 7 (3), 204-219.
- Erdoğan, T. (2007). İlköğretim 3. Sınıf Türkçe dersi öğretmen kılavuz kitabı ve öğrenci çalışma kitabının yapılandırmacı yaklaşıma uygunluğu. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 163-172.
- Erdoğan, Z. (2020). Kosgeb Girişimcilik El Kitabı, Kosgeb ve Girişimcilik, (2).
- Erkoç, M.F. ve Kert, S.B. (2013). A Comparative Study on Entrepreneurship Tendencies and Individual Innovativeness Perceptions of Pre-Service Teachers. *International Journal of Social Sciences and Education* 3 (4).
- Eroğlu, Ş., G. ve Avcı, U. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Boylamsal Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 13 (4), 3607-3621.
- Erten, S. (2002). Planlanmış davranış teorisi ile uygulamalı öğretim metodu. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* 19 (2).
- Eshet Alkali, Y. ve Amichai-Hamburger, Y. (2004). Experiments in digital literacy. *Cyberpsychology & Behavior* 7 (4), 421-429.

- European Commission, (2008). Second strategic energy review: an EU energy and solidarity plan. COM(2008) 781 Final, Brussels: European Commission, 13 November.
- Eyi, S., Demiralay, T. ve Öngün, E. (2022). Effect of Individual Innovativeness and Digital Literacy in Adopting the Nursing Care Plan Mobile/Web Application Developed. *Int Arch Nurs Health Care* 8, 170.
- Falloon, G. (2020). From digital literacy to digital competence: the teacher digital competency (TDC) framework. *Educational Technology Research and Development* 68 (5), 2449-2472.
- Farani, A. Y., Karimi, S. ve Motaghd, M. (2017). The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students' career intentions to start a new digital business. *European Journal of Training and Development*, 41(1), 83–100.
- Ferrari, A. (2012). Digital Competence in Practice: An Analysis of Frameworks, European Commission-JRC-IPTS, Luxembourg Publications Office of the European Union.
- Fesenmaier, D. R. and Jeng, J. M. (2000). Assessing structure in the pleasure trip planning process. *Tourism analysis* 5 (1), 13-27.
- Fichman, R.G. (2000).The diffusion and assimilation of information technology innovations, in: Framing the Domains of IT Management: Projecting the Future Through the Past, R.W. Zmud (ed.), Pinnalex Educational Resources, Cincinnati, OH.
- Finkle, T., Kuratko, D. ve Goldsby, M. (2006). The state of entrepreneurship centers in the United States: A Nationwide survey. *50th Anniversary Special Issue of the Journal of Small Business Management*, 44 (2), 184-206.
- Fishbein, M. ve Ajzen, I. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological bulletin* 82 (2), 261.
- Foo, S., Majid, S., Azura Mokhtar, I., Zhang, X., Chang, Y.-K., Luyt, B., Theng, Y. L. (2014). Information literacy skills of secondary school students in Singapore. *Aslib Journal of Information Management*, 66(1), 54–76.
- Fornell, C. ve Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research* 18 (1), 39-50.
- Frambach, R. T., Barkema, H. G., Nooteboom, B., Wedel, M. (1998). Adoption of a service innovation in the business market: an empirical test of supply-side variables. *Journal of business research* 41 (2), 161-174.

- Frankel, K.K., Becker, B.L., Rowe, M.W., Pearson, P.D. (2016). From “what is reading?” What is literacy? *Journal of Education* 196 (3), 7-17.
- Galloway, L. ve Brown, W. (2002). Entrepreneurship education at university: a driver in the creation of high growth firms? *Education+ Training*.
- Gangi, Y.A. (2017). The role of entrepreneurship education and training on creation of the knowledge economy. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*.
- Gautam, M.K., Singh, D. ve Kumar, S. (2015). Entrepreneurship education: concept, characteristics and implications for teacher education. *University of Cape Coast*.
- Gee, J. P. ve E. R. Hayes. (2011). *Language and Learning in the Digital Age*. New York: Routledge.
- Gegez, A. E. (2019). *Pazarlama araştırmaları*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Geissinger, A., Laurell, C., Sandström, C., 2018. Beyond uber and airbnb—tracking the long tail of the sharing economy. *Technol. Forecast. Soc. Chang*.
- Gençer, G. ve Gürdoğan, A. (2022). Turizm Öğrencilerinin Kişilik Özellikleri ile Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi* 6 (1), 121-138.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy* New York: Wiley.
- Giones, F. ve Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review* 7 (5).
- Girişimcilik Stratejisi ve Eylem. (2015). *Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018*.
- Global Entrepreneurship Monitor, GEM, Global Report 2008.
- Global Entrepreneurship Monitor, GEM, Global Report 2016/17.
- Goldsmith, R. E. ve Foxall, G. R. (2003). The measurement of innovativeness. *The international handbook on innovation* (5), 321-330.
- Gomes, C., Curral, L. ve Antonio Caetano, A. (2015). The mediating effect of work engagement on the relationship between self-leadership and individual innovation. *International Journal of Innovation Management* 19 (01), 1550009.
- Gökçen, E. ve Alper, E.N. (2022). Girişimcilik Dersinin İşletme Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Yalova Üniversitesi Örneği. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi* 12 (1), 159-173.

- Göldağ, B. (2021). Üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeyleri ile dijital veri güvenliği farkındalık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *E-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi* 12 (3), 82-100.
- Gözükara, İ. ve Çolakoğlu, N. (2016). Enhancing entrepreneurial intention and innovativeness of university students: the mediating role of entrepreneurial alertness. *International Business Research* 9 (2), 34-45.
- Greenwood, D.A., Gee, P. M., Fatkin, K. J., Peeples, M. (2017). A systematic review of reviews evaluating technology-enabled diabetes self-management education and support. *Journal of diabetes science and technology* 11 (5), 1015-1027.
- Gundry, L. K. ve Kickul, J. (2002). Prospecting for strategic advantage: the proactive entrepreneurial and small firm innovation. *Journal of Small Business Management*, 40(2), 85- 97.
- Gupta, K. P. (2021). Understanding learners' completion intention of massive open online courses (MOOCs): role of personality traits and personal innovativeness. *International Journal of Educational Management*.
- Guthrie, C. (2014). The digital factory: a hands-on learning project digital entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(1), 115-133.
- Guzman, J. ve Linan, F. (2005). Perspectives on entrepreneurial education: a us-europe comparison. *Jean Monnet European Studies Centre Universidad Antonio de Nebrija*.
- Güngör, N. B. ve Kurtipek, S. (2020). Examining the effect of individual innovation level of students of sports sciences faculty on digital literacy with structural equation models. *Journal of Human Sciences* 17 (2), 756-767.
- Gürbüz, O. ve Karakuş, G. (2018). Öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık öz-yeterliliği ölçek geliştirme çalışması. *Kastamonu Eğitim Dergisi* 26 (5), 1427-1436.
- Güreşçi, E. (2014). Girişimcilik eğilimi üzerine bir araştırma: İspir Hamza Polat MYO örneği. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Dr. H. İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi*.
- Gürol, Y. ve Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education+ training*.

- Hafezieh, N., Akhavan, P. and Eshraghian, F. (2011). Exploration of process and competitive factors of entrepreneurship in digital space: A multiple case study in Iran. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*.
- Hague, C. ve Payton, S. (2010). *Digital literacy across the curriculum: Futurelab*.
- Hair, F. J., Ringle, C. M. ve Sarstedt. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*. 19 (2), 139-152.
- Hair, F. J., Sarstedt, M., Hopkins, L. ve G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26 (2), 106-121.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J. ve Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective (Vol. 7)*. Pearson: Upper Saddle River.
- Hair, J.F., Hollingsworth, C.L., Randolph, A.B. ve Chong, A.Y.L. (2017). An updated and expanded assessment of PLS-SEM in information systems research. *Industrial Management and Data Systems*, Vol. 117 No. 3, pp. 442-458.
- Hair, J.F., Sarstedt, M., Pieper, M.T. ve Ringle, M.C. (2012). The use of partial least squares structural equation modeling in strategic management research: a review of past practices and recommendations for future applications. *Long range planning* 45 (5-6), 320-340.
- Hakansson, A. (2013). Portal of research methods and methodologies for research projects and degree projects. *The 2013 World Congress in Computer Science, Computer Engineering, and Applied Computing WORLDCOMP. Las Vegas, Nevada, USA, 22-25 July*, 67-73.
- Hamid, H.P. ve Sudiana, K. (2022). The Influence of Digital Literacy and Digital Capability on Personal Innovativeness on Final Year Student of Telkom University. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences* 5 (2), 10376-10383.
- Hammond, M. M., Neff, N. L., Farr, J. L., Schwall, A. R., Zhao, X. (2011). Predictors of individual-level innovation at work: A meta-analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts* 5 (1), 90.
- Hamutoğlu, N. B., Savaşçı, M. ve Sezen-Gültekin, G. (2019). Digital literacy skills and attitudes towards e-learning. *Journal of Education and Future*, 93-107.
- Hamutoğlu, N.B., Güngören, Ö.C., Uyanık, G.K., Erdoğan, D.G. (2017). Dijital okuryazarlık ölçeği: Türkçe'ye uyarılama çalışması. *Ege Eğitim Dergisi* 18 (1), 408-429.

- Handa, M. ve Gupta, N. (2009). Gender influence on the innovativeness of young urban Indian online shoppers. *Vision* 13 (2), 25-32.
- Hansen, B. (2019). The digital revolution—digital entrepreneurship and transformation in Beijing. *Small Enterprise Research* 26 (1), 36-54.
- Hasanah, U. U. ve Setiaji, K. (2019). The Influence of Digital Literacy, Self-Efficacy, Environment on Students' Entrepreneurial Intentions in E-Business. *Economic Education Analysis Journal* 8 (3), 1198-1215.
- Hassan, Z.A., Schattner, P. ve Mazza, D. (2006). Doing a pilot study: Why is it essential?. *Academy of Family Physicians of Malaysia* 1(2 and 3). 70–73.
- Hatlevik, O. E. (2009). How to identify and understand digital literacy among 9th grade Norwegian students: Examining the influences from school and home on students' digital literacy. *Nordic Journal of Digital Literacy* 4 (03-04), 159-175.
- Hattab, H. W. (2021). An Empirical Investigation of Online Entrepreneurship Education, Application on University Students in Egypt. ECIE 2021 16th European Conference on Innovation and Entrepreneurship Vol 1, 431.
- Hayton, J.C. ve Kelley, D.J. (2006). A competency-based framework for promoting corporate entrepreneurship. *Human resource management: Published in cooperation with the School of Business Administration, The University of Michigan and in Alliance with the Society of Human Resources*.
- Head, A.J., Fister, B. ve Macmillan, M. (2020). Information Literacy in the Age of Algorithms: Student Experiences with News and Information, and the Need for Change. *Project Information Literacy*.
- Hejazinia, R. (2015). The Impact of IT-based Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 2 (3): 243-253.
- Helsper, E.J. (2012) A corresponding field model of the links between digital and social exclusion. *Communication Theory* 22(4), 403–426.
- Henderson, R. ve Robertson, M. (2000). Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career. *Career development international* 5 (6), 279-287.
- Henseler, J., Hubona, G.S. ve Ray, P.A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines. *Industrial Management and Data Systems*. 116 (1), 2-20.

- Henseler, J., Ringle, C.,M., ve Sarstedt, M., (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Hessel, O., Praag, M.V. ve Ijssel, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*. 442-454.
- Hobbs, R. (2010). News literacy: What works and what doesn't. *Association for Education in Journalism and Mass Communication conference, Denver, CO*.
- Hobbs, R. ve Jensen, A. (2009). The past, present, and future of media literacy education. *Journal of media literacy education* 1 (1), 1.
- Hoffman, M.E. ve Vance, D.R. (2005). Computer literacy: what students know and from whom they learned it. *Proceedings of the 36th SIGCSE technical symposium on Computer Science education*, 356-360.
- Honan, E. (2008). Barriers to teachers using digital texts in literacy classrooms. *Literacy* 42 (1), 36-43.
- Hong, Y., Peng, J., Burtch, G., Huang, N. (2018). Role of communication in online platforms. *24th Americas Conference on Information Systems 2018: Digital Disruption, AMCIS*.
- Horne, C. V., Dutot, V. ve Zhang, Y. (2016). Young entrepreneurs and the digital space: Case studies from the UAE. *International Journal of Business and Management Studies* 5 (02), 293-300.
- Hornsby, Jeffrey S., Kuratko, D. F. And Shaker A. Zahra (2002). Middle Managers Perception of the Internal Environment for Corporate Entrepreneurship: Assessing a Measurement Scale. *Journal of Business Venturing*, 17(3), 253-273.
- Hull, C. E., Hung, Y. C., Hair, N., Perotti, V., demartino, R. (2007). Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organizations* 4 (3), 290-303.
- Hull, C., Hung, Y. ve Neil, H. (2006). *Digital entrepreneurship*. Edge.
- Hurt, H.T., Joseph, K. and Cook, C.D. (1977). Scales for the measurement of innovativeness. *Human Communication Research* 4 (1), 58-65.
- Hyun Lee, S. (2014). Digital literacy education for the development of digital literacy. *International Journal of Digital Literacy and Digital Competence (IJDDC)* 5 (3), 29-43.

- Ibicioğlu, H., Baysal, H., Ozkul, A. S. (2008). The role of high education in entrepreneurship training in respect of transition economies- Albania sample. First International Conference on Management and Economics, ICME, University of Epoka, Albania. Retrieved May 6.
- İslami, N. (2019). The effect of digital literacy toward entrepreneurial behaviors through students' intention entrepreneurship on Economics Education Study Program at Jember. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 243 (1), 012-084.
- Istifci, I. ve Goksel, N. (2022). The Relationship between Digital Literacy Skills and Self-Regulated Learning Skills of Open Education Faculty Students. *English as a Foreign Language International Journal* 26 (1), 63-87.
- İşık, C. ve Hajiyeva, T. (2018). Bireysel Yenilikçilik ve Algılanan Örgütsel Destek Düzeyi İlişkisi: İstanbul Otelleri Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 206-227.
- İşık, C. ve Meriç, S. (2015). Otel yöneticilerinin bireysel yenilikçi kapsamında değerlendirilmesi: Van ili örneği. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi* 4 (1), 1-16.
- İşık, C. ve Türkmendağ, T. (2016). Atatürk Üniversitesi turizm fakültesi öğrencilerinin bireysel yenilikçilik algılarının belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi* 1 (1), 70-99.
- İskan, Z. K. ve Karacaoğlu, K. (2021). Girişimcilik eğiliminin girişimsel hazır bulunuşluk üzerindeki etkisinde girişimcilik eğitiminin düzenleyici rolü. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi*.
- İşık, C. ve Aydın, E. (2017). Kişisel değerlerin sosyal girişimcilik eğilimine etkisi: Turizm öğrencileri üzerine bir araştırma. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi* 6 (2), 131-154.
- Jack, S.L. ve Anderson, A.R. (1999). Entrepreneurship education within the enterprise culture: producing reflective practitioners. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Jackson, J. D., Mun, Y.Y. ve Park, J. S. (2013). An empirical test of three mediation models for the relationship between personal innovativeness and user acceptance of technology. *Information & Management* 50 (4), 154-161.
- Jelonek, D. (2015). The Role of Open Innovations in the Development of e-Entrepreneurship. *Procedia Computer Science*, 65, 1013-1022.

- Jena, R. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior* (107), 106275.
- Jiatong, W., Murad, M., Li, C., Gill, A. S., Ashraf, F., S. (2021). Linking cognitive flexibility to entrepreneurial alertness and entrepreneurial intention among medical students with the moderating role of entrepreneurial self-efficacy: A second-order moderated mediation model. *Plos one* 16 (9), e0256420.
- Jones, C. ve English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education & training*.
- Kalaycı, Ş. (2010). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. İstanbul: Asil Yayın Dağıtım.
- Kalfaoğlu, S. (2018). Duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimi ilişkisi: dega katılımcıları üzerine bir araştırma. *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)* 5 (27), 2827-2845.
- Karadeniz, E., 2010. Entrepreneurship in Turkey. The Global Entrepreneurship Monitor (GEM).
- Karahan, M. ve Gedik, Y. (2021). Eğitim Faaliyetlerinin Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeyine Etkisinin İncelenmesi. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi* 21 (3), 661-682.
- Karali, S. (2013). *The Impact of entrepreneurship education programs on entrepreneurial intentions: An application of the theory of planned behavior*. Unpublished master's thesis.
- Karaman, D. ve Aydoğmuş, U. (2018). Üniversite öğrencilerinin yaşam boyu öğrenme eğilimleri uşak üniversitesi eşme myo'da bir uygulama, *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi* 8(1), 23-44.
- Karagul, B.I., Seker, M. ve Aykut, C. (2021). Investigating Students' Digital Literacy Levels during Online Education Due to COVID-19 Pandemic *Sustainability* 13 (21), 11878.
- Kağnicioğlu, H.C., Akyıldız, M., Baş, D. P., Tosunoğlu, B. T., Ergün, K., Önder, G. (2021). Uzaktan Öğrenenlerin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Alanya Akademik Bakış* 5 (3), 1301-1327.
- Karimi, S., Chizari, M., Biemans, H.J., Mulder, M. (2010). Entrepreneurship education in Iranian higher education: The current state and challenges. *European Journal of Scientific Research* 48 (1), 35-50.

- Kashdan, T. B., Rose, P. ve Fincham, F.D. (2004), Curiosity and exploration: facilitating positive subjective experiences and personal growth opportunities. *Journal of Personality Assessment*, Vol. 82 No. (3) 291-305.
- Kashif Yaqub, M., Mufti, N.A., Ali, S., Khaleeq, M.U. (2015). Impact of entrepreneurship education on attitudes of students towards entrepreneurship. *Journal of Basic and Applied Sciences* 11, 590-595.
- Kaya, S. (2017). Biyoloji öğretmenlerinin bireysel yenilikçilik düzeylerinin incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi). Dicle Üniversitesi, Diyarbakır.
- Kazu, Y.I. ve Erten, P. (2014). Teachers' Technological Pedagogical Content Knowledge Self-Efficacies. *Journal of Education and Training Studies* 2 (2), 126-144.
- Keil, M., Tan, B. C. Y., Wei, K.-K., Saarinen, T., Tuunainen, V., and Wassenaar, A. (2000). A Cross-Cultural Study on Escalation of Commitment Behavior in Software Projects. *MIS Quarterly* 24 (2), 299-325.
- Keleş, H., Çınar, K. ve Akmeşe, H. (2020). Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel İnovasyon Algılarının Bölüm Memnuniyetine Etkisi. *Journal of Humanities and Tourism Research* 10 (3), 664-679.
- Kellner, D. (2001). *Media Culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*. London: routledge.
- Keong, M. L., Ramayah, T., Kurnia, S., Chiun, L. M. (2012). Explaining intention to use an enterprise resource planning (ERP) system: an extension of the UTAUT model. *Business Strategy Series*, 13(4), 173 - 180.
- Kerse, G., Babadağ, M. ve Kerse, Y. (2017). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetine etkisi: girişimsel öz-yetkinliğin aracı rolü. *Journal of Suleyman Demirel University Institute of Social Sciences* 29 (4).
- Kılıçer, K. ve Odabaşı, H. F. (2010). Bireysel yenilikçilik ölçeği (BYÖ): Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 38 (38), 150-164.
- Kıyıcı, M. (2008). *Öğretmen adaylarının sayısal okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi*. (Unpublished Phd dissertation), Anadolu University, Eskişehir, Turkey.
- Kılıçer, K. ve Odabaşı, F.H. (2013). Exploring the perceived barriers to innovativeness: Views of Turkish pre-service teachers as technology leaders. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 28 (28-2), 246-265.
- Kilicer, K., Bardakci, S. ve Arpacı, I. (2018). Investigation of emerging technology usage characteristics as predictors of innovativeness. *Contemporary Educational Technology* 9 (3), 225-245.

- Kirby, D.A. (2004). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? *Education+ training*.
- Koch, L.T. (2003), Theory and practice of German education – a German view, *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1 (4), 633–60.
- Koçak, Ö. ve Göksu, İ. (2020). Öğrencilerin 21. Yüzyıl Beceri Düzeyleri ve Beceriler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 21 (2), 772-784.
- Kollmann, T. (2006). What is E-entrepreneurship? Fundamentals of company founding in the net economy.
- Korkmaz, O. (2012). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(2), 209-226.
- Korucu, A. ve Olpak, Y. (2015). Öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik özelliklerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama* 5 (1), 109-127.
- Kothari, J. R. (2004). Research methodology, methods and techniques. New Delhi:New Age International Pub.
- Kourilsky, M.L. (1995). Entrepreneurship Education: Opportunity in Search of Curriculum.
- Kozan, M. ve Bulut, M.Ö. (2019). Böte bölümü öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeyleri ve siber zorbalığa ilişkin duyarlılıklarının incelenmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 29 (1), 107-120.
- Kress, G. (2003). Literacy in the new media age. *Routledge*.
- Krueger, N. F. ve Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice* 18 (3), 91-104.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. ve Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing* 15 (5-6), 411-432.
- Kuratko, D. F. ve Hornsby, J. S. (1996). Developing entrepreneurial leadership in contemporary organizations. *Journal of Management Systems*, 17-27.
- Kuratko, D.F. (2003). Entrepreneurship education: Emerging trends and challenges for the 21st century. *White Paper, US Association of Small Business Education* (22), 124-136.

- Kuratko, D.F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship theory and practice* 29 (5), 577-597.
- Kurudayıoğlu, M. ve Tüzel, M.S. (2010). 21. Yüzyıl okuryazarlık türleri, değişen metin algısı ve Türkçe eğitimi. *Türklük Bilimi Araştırmaları*.
- Küçük, E. (2011). Planlanmış davranış teorisi çerçevesinde mali müşavir SMM olma niyetinin altında yatan faktörlerin analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi* 7 (14), 145-162.
- Küçük, O. (2013). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Küçüktekin, K. (2006). Girişimcilik politikası çerçevesinde Avrupa Birliğinin KOBİ politikası ve Avrupa Birliği müktesebatına uyum çerçevesinde Türkiyenin KOBİ politikası. *Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Küttim, M., Kallaste, M., Venesaar, U., Kiis, A. (2014). Entrepreneurship education at university level and students' entrepreneurial intentions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 110, 658-668.
- Laar, E.V., Deursen, A. J.V., Dijk, J.A.V., Haan, J.D. (2017). The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review. *Computers in human behavior* 72, 577-588.
- Lacap, J.P.G., Mulyaningsih, H.D. ve Ramadani, V. (2018). The mediating effects of social entrepreneurial antecedents on the relationship between prior experience and social entrepreneurial intent: The case of Filipino and Indonesian university students. *Journal of Science and Technology Policy Management*.
- Lai, L. S. ve To, W. M. (2020). E-Entrepreneurial intention among young Chinese adults. *Asian Journal of Technology Innovation* 28 (1), 119-137.
- Lankshear, C. ve Knobel, M. (2014). New literacies: Everyday practices and classroom learning. *Open University Press*.
- Le Dinh, T., Vu, M.C. ve Ayayi, A. (2018). Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1-17.
- Leblebicioğlu, H., Baysal, E. ve Khorshid, L. (2018). Investigation of relationship between entrepreneurship and individual innovativeness in nurse academics. *International Journal of Caring Sciences* 11 (3), 1812-1821.
- Leedy, P. ve Ormrod, J. (2001). Practical research: Planning and design (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Merrill Prentice Hall. Thousand Oaks: Sage Publications.

- Lessing, L. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in a Hybrid Economy*. New York, NY: Penguin press.
- Lewis, J. ve Jhally, S. (1998). The struggle over media literacy. *Journal of communication* 48 (1), 109-120.
- Lim, K. H. (2021). The intention to engage in digital entrepreneurship: the undergraduate perspective. *Tunku Abdul Rahman University College*.
- Linan, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business* 3 (1), 11-35.
- Linan, F. ve Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice* 33 (3), 593-617.
- Linan, F., Ceresia, F. ve Bernal, A. (2018). Who intends to enroll in entrepreneurship education? Entrepreneurial self-identity as a precursor. *Entrepreneurship Education and Pedagogy* 1 (3), 222-242.
- Lindskog, P., Hemphala, J. ve Eriksson, A. (2017). Lean tools promoting individual innovation in healthcare. *Creativity and innovation management* 26 (2), 175-188.
- Liu, Z.J., Tretyakova, N., Fedorov, V., Kharakhordina, M. (2020). Digital literacy and digital didactics as the basis for new learning models development. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (ijet)* 15 (14), 4-18.
- Lorz, M., Mueller, S. ve Volery, T. (2013). Entrepreneurship education: a systematic review of the methods in impact studies. *Journal of enterprising culture* 21 (02), 123-151.
- Lu, G., Song, Y. ve Pan, B. (2021). How university entrepreneurship support affects college students' entrepreneurial intentions: An empirical analysis from China. *Sustainability* 13 (6), 3224.
- Macias, N. P., Fernandez, J.L. ve Vieites, A. R. (2021). Entrepreneurial intention among online and face-to-face university students: The influence of structural and cognitive social capital dimensions. *Journal of International Entrepreneurship* 19 (3), 434-467.
- Machali, I., Wibowo, A., Murfi, A., Narmadiya, S., B. (2021). From teachers to students' creativity? The mediating role of entrepreneurial education. *Cogent Education* 8 (1), 1943151.

- Mahat, J., Ayub, A. F. M. ve Luan, S. (2012). An assessment of students' mobile self-efficacy, readiness and personal innovativeness towards mobile learning in higher education in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 64, 284-290.
- Maitland, R. (2010). Everyday Life as a Creative Experience in Cities. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. 4(3), 176–185.
- Malhotra, N. K. (2004). *Marketing Research and Applied Orientation*, 4. Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Mandell, L. (2008). Financial literacy of high school students. *Handbook of consumer finance research*, 163-183.
- Manz, C. (1992). Self-leadership: The heart of empowerment. *The Journal for Quality*.
- Martin, A. (2006). A European framework for digital literacy. *Nordic Journal of Digital Literacy* 1 (2), 151-161.
- Martin, A. (2008). Digital literacy and the “digital society”. *Digital literacies: Concepts, policies and practices* 30, 151-176.
- Martin, B.R. (2012). The evolution of science policy and innovation studies. *Research policy* 41 (7), 1219-1239.
- Martin, H.S. ve Herrero, A. (2012). Influence of the user's psychological factors on the online purchase intention in rural tourism: Integrating innovativeness to the UTAUT framework. *Tourism Management* 33 (2), 341-350.
- Martinsen, O. L. ve Furnham, A. (2015). Cognitive styles and performance on complex, structured tasks. *Learning and Individual Differences*, 42, 106- 109.
- Mcgeown, V. (1980). Dimensions of teacher innovativeness. *British Educational Research Journal* 6 (2), 147-163.
- Mcgrath, R.G., Macmillan, I.C. ve Scheinberg, S. (1992). Elitists, risk-takers, and rugged individualists? An exploratory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs. *Journal of business venturing* 7 (2), 115-135.
- Mcintyre, J. ve Roche, M. (1999). University education for entrepreneurs in the United States: A critical and retrospective analysis of trends in the 1990s. Georgia Institute of Technology.
- Mckenzie, J. (2001). How teachers learn technology best. *From Now On: The Educational Technology Journal*, 10(6).

- Melhem, S.B., Zeffane, R. ve Albaity, M. (2018). Determinants of employees' innovative behavior. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Mellers, B. A., ve Chang, S.J. (1994). Representations of Risk Judgments. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 57 (2), 167-184.
- Miron, E., Erez, M. ve Eitan Naveh (2004). Do personal characteristics and cultural values that promote innovation, quality, and efficiency compete or complement each other. *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), 175-199.
- Midgley, D. F. (1977). Innovation and new product marketing. *Croom Helm*.
- Mikic, M., Sopta, M. ve Horvatinovic, T. (2018). The role of entrepreneurial education in the development of entrepreneurship. *Emc Review-Časopis Za Ekonomiju* 16 (2).
- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB). (2020). Öğretmen mesleği genel yeterlikleri. Ankara: Öğretmen Yetiştirme ve Geliştirme Genel Müdürlüğü.
- Mocanu, F. (2018). Digital literacy among young adults in Romania. *Management Dynamics in the Knowledge Economy* 6 (3), 449-470.
- Mokoena, G. (2019). What research has been undertaken concerning e-skills in the tourism industry. *Digital Innovation and Transformation Conference: Digital Skills*, 190.
- Moore, G. C. ve Benbasat, I. (1991) Development of an instrument to measure the perceptions of adopting information technology innovation. *Information Systems Research*, 2 , 192-222.
- Moore, P.R. (2012). Exploring relationships between personal innovativeness and acceptance of technology of school administrators. *The University of West Florida*.
- Mudra, H. (2020). Digital literacy among young learners: how do teachers and learners view benefits and barriers? *Teaching English with Technology* 20 (3), 3-24.
- Mugiono, M., Prajanti, W. S.D. ve Wahyono, W. (2021). The Effect of Digital Literacy and Entrepreneurship Education towards Online Entrepreneurship Intention through Online Business Learning and Creativity at the Marketing Department in Batang Regency. *Journal of Economic Education* 10 (1), 21-27.
- Mukhtar, S., Wardana, W., L., Wibowo, A., Narmadiya, S., B. (2021). Does entrepreneurship education and culture promote students' entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial mindset. *Cogent Education* 8 (1), 1918849.

- Muliadi, A., Mirawati, B. ve Prayogi, S. (2021). The effect entrepreneurship education and subjective norm on biology students' self-efficacy in entrepreneurial. *Prisma Sains: Jurnal Pengkajian Ilmu dan Pembelajaran Matematika dan IPA IKIP Mataram* 9 (1), 127-135.
- Mustapha, M. ve Selvaraju, M. (2015). Personal attributes, family influences, entrepreneurship education and entrepreneurship inclination among university students. *Kajian Malaysia: Journal of Malaysian Studies* 33.
- Mutlu, S. (2014). Kosgeb'in uygulamalı girişimcilik sertifikası eğitimi kurslarına katılan kursiyerlerin girişimcilik potansiyelleri ve eğilimleri. *Journal of Entrepreneurship & Development/Girisimcilik ve Kalkinma Dergisi* 9 (1).
- Mülhim, Z. (2019). Beden Eğitimi ve Spor yüksekokulu öğrencilerinin girişimcilik özellikleri ve bireysel yenilikçilik düzeylerinin incelenmesi: Bartın üniversitesi örneği. *Bartın Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü*.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice* 41 (6), 1029-1055.
- NAMLE. *Media Literacy Defined* (blog post).
- Nelson, K., Courier, M. ve Joseph, G. W. (2011). An investigation of digital literacy needs of students. *Journal of Information Systems Education* 22 (2), 95-110.
- Neslihan Bay, D. (2021). Okul öncesi öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeyleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 5 (7), 172-187.
- Ng, W. (2012). Can we teach digital natives digital literacy? *Computers & education* 59 (3), 1065-1078.
- Nian, T.Y., Bakar, R. ve Islam, M. (2014). Students' perception on entrepreneurship education: the case of university Malaysia perlis. *International Education Studies* 7 (10), 40-49.
- Niu, H. J. (2014). Is innovation behavior congenital? Enhancing job satisfaction as a moderator. *Personnel Review*.
- Niyonkuru, R. (2005). Entrepreneurship education at tertiary institutions in Rwanda: a situation analysis. *University of the Western Cape*.
- Noh, N. M., Hamzah, M. ve Abdullah, N. (2016). The influence of demographic factors on personal innovativeness towards technology acceptance. *Malaysian Online Journal of Educational Technology* 4 (1), 68-75.

- Nowinski, W., Haddoud, M.Y., Lancaric, D., Egerova, D., Czegledi, C. (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education* 44 (2), 361-379.
- Ojala, A. (2016). Business Models and Opportunity Creation: How IT Entrepreneurs Create and Develop Business Models under Uncertainty. *Information Systems Journal*, 26: 451-476.
- Oke, A., Munshi, N. ve Walumbwa, F.O. (2009). The influence of leadership on innovation processes and activities. *Organizational Dynamics* 38 (1), 64-72.
- Oktuğ, Z. ve Özden, M.S. (2013). Bireycilik/toplulukçuluk ile bireysel yenilikçilik eğilimi arasındaki ilişkide içsel motivasyonun biçimlendirici rolü. *Journal of Social Sciences Eskisehir Osmangazi University/Eskisehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 14 (2).
- Okumuş, M. ve Atılgan, S.S. (2021). Üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık becerileri ile dijital mahremiyet kaygısı arasındaki ilişki. *TRT Akademi* 6 (12), 342-363.
- Onursoy, S. (2018). Üniversite gençliğinin dijital okuryazarlık düzeyleri: anadolu üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 6 (2), 989-1013.
- Ovbiagbonhia, A., Kollöffel, B. ve Brok, P. (2019). Educating for innovation: students' perceptions of the learning environment and of their own innovation competence. *Learning environments research* 22 (3), 387-407.
- Owusu-Mintah, S.B. (2014). Entrepreneurship education and job creation for tourism graduates in Ghana. *Education+ Training*.
- Öçal, F. (2017). Perceptions of digital literacy competence related to primary school teachers and parents themselves with their children. *Unpublished master's thesis*, Gazi University, Ankara.
- Ölçetin, Z. (2006). Profesyonel yaşamda kişisel gelişim eğitimleri.
- Örücü, E., Pınar, K. ve Hasırcı, I. (2022). Covid-19 Sürecinde Yaygınlaşan Uzaktan Eğitimin Üniversite Öğrencilerinin Yenilikçi Davranış Eğilimleri İle İlişkisinde Örgütsel Adalet Algısının Aracılık Rolü: Bir Araştırma. *İzmir İktisat Dergisi* 37 (2), 387-405
- Özbay, M. ve Özdemir, O. (2014). Türkçe öğretim programı için bir öneri: Dijital okuryazarlığa yönelik amaç ve kazanımlar. *Okuma Yazma Eğitimi Araştırmaları* 2 (2), 31-40.

- Özkaşıkçı, I. (2013). Dijital Çağ'da Girişimcilik Ekosistemi. İstanbul: Butik Yayıncılık.
- Özdemir, A., Özgüner, M. ve Alkış, H. (2018). Üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimi girişimci kişilik özelliklerini nasıl etkiler? Deneysel bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi* 21 (2), 430-447.
- Özdemir, K. (2016). Gerçek Mobil Kullanıcı Çağı, *The Deloitte Times*, Nisan-Mayıs, 5-10.
- Özdevecioğlu, M. (2013). Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi. In H. Karadal (Ed.), *Girişimcilik İstanbul: Beta*, 1-14.
- Özen, N., Ozkaptan, B.B., Akyar, I. ve Terzioglu, F. (2020). Relationship Between Information Literacy and Individual Innovativeness among Nursing Students. *Journal of Education and Research in Nursing* 17 (2), 120-128.
- Özerbaş, M. A. ve Kuralbayeva, A. (2018). Türkiye ve Kazakistan öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeylerinin değerlendirilmesi. *Muğla stık koçman üniversitesi eğitim fakültesi dergisi*, 5 (1), 16-25.
- Özgül, E. (2018). Girişimcilik Merakı İle Yenilikçilik Arasındaki İlişkide Girişimcilik Öz-Yeterliliğinin Aracılık Rolü. *Yönetim Bilimleri Dergisi* 16 (31), 331-353.
- Özgür, H. (2013). Bilişim teknolojileri öğretmen adaylarının eleştirel düşünme eğilimleri ile bireysel yenilikçilik özellikleri arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 9 (2), 409-420.
- Özgür, Ö., Orhan, D., Dönmez, P., Kurt, A.A. (2015). Öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik profilleri ve teknoloji tutum düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 5 (1), 65-76.
- Öztürk, Z. ve Summak, M. (2014). İlköğretim okulu öğretmenlerinin bireysel yenilikçiliklerinin incelenmesi. *International Journal of Sport Culture and Science* 2 (Special Issue 1), 844-853.
- Pala, Ş.M. ve Başbüyük, A. (2020). Ortaokul beşinci sınıf öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi* 9 (3), 897-921.
- Palazzo, G. (2005). Postnational constellations of innovativeness: A cosmopolitan approach. *Technology Analysis and Strategic Management* 17 (1), 55-72.

- Parisot, A.H. (1997). Distance education as a catalyst for changing teaching in the community college: Implications for institutional policy. *New Directions for Community Colleges*, (99), 5-13.
- Patmanthara, S. ve Hidayat, W. N. (2018). Improving vocational high school students' digital literacy skills through a blended learning model. *Journal of Physics: Conference Series* 1028 (1), 012-076.
- Perdana, R., Yani, R., Jumadi, J. ve Rosana, D. (2019). Assessing students' digital literacy skill in senior high school yogyakarta. *Journal Pendidikan Indonesia*, 8 (2), 169.
- Pırnar, Ö. (2005). Turizm Endüstrisinde E-Ticaret, *Ekonomik ve sosyal araştırmalar dergisi*.
- Piecuch, T., Szczygieł, E. ve Lozinsky, O. (2019). The issues of entrepreneurship of young people-theoretical considerations and empirical research. *University of Hradec Kralove*.
- Pihie, Z. A., Bagheri, A. ve Asimiran, S. (2014). Entrepreneurial leadership behavior among school principals: perspectives from Malaysian secondary school teachers. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities* 22 (3).
- Polizzi, G. (2020). Digital literacy and the national curriculum for England: Learning from how the experts engage with and evaluate online content. *Computers & Education* 152, 103859.
- Pourhossein, M. ve Omran, S. K. (2014). The role of e-entrepreneurship in the net economy of developed and developing countries. *Kuwait Chapter of the Arabian Journal of Business and Management Review* 3 (11A), 48.
- Pratoom, K. ve Savatsomboon, G. (2012). Explaining factors affecting individual innovation: The case of producer group members in Thailand. *Asia Pacific Journal of Management* 29 (4), 1063-1087.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently?. *On the horizon*.
- Primahendra, R., Purba, J.T., Ugut, G.S.S., Budiono, S. (2021). Do Digital Literacy and Digital Entrepreneurship among University Students Contribute to the Digital Economy? *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences* 4 (3), 7387-7394.
- Privitera, D. ve Abushena, R. (2019). The home as a consumption space: promoting social eating. *Case studies in food retailing and distribution*, 69-86.

- Qianying, Q., Brima, S. ve Lingyuan, Z. (2017). Determinants of Internet Entrepreneurship Intention among Students in Economics Major. *Innovation And Management*.
- Radovanovic, D., Holst, C., Belur, S.B., Srivastava, R., Houngbonon, G.V., Quentrec, E.L., Miliza, J., Winkler, A.S., Noll, J. (2020). Digital literacy key performance indicators for sustainable development. *Social Inclusion* 8 (2), 151-167.
- Rafi, M., jianming, Z. ve Ahmad, K. (2019). Technology integration for students' information and digital literacy education in academic libraries. *Information Discovery and Delivery*.
- Rahmi, E. ve Cerya, E. (2020). Analysis of student digital literacy skills in entrepreneurship course. *4th Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2019)*, 516-520.
- Rakimahwati, R. ve Ardi, Z. (2019). An alternative strategy for increasing Indonesian students' digital literacy skills through interactive games. *Journal of Physics: Conference Series* 1339 (1), 012-122.
- Raposo, M. ve Paço, A.D. (2011). Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity. *Psicothema* 23 (3), 453-457.
- Rashidi, R., Yousefpour, S., Sani, Y., Rezaei, S. (2013). Presenting a butterfly ecosystem for digital entrepreneurship development in the knowledge age. *7th International Conference on Application of Information and Communication Technologies*, 1-4.
- Rasmussen, E.A. ve Sørheim, R. (2006). Action-based entrepreneurship education. *Technovation* 26 (2), 185-194.
- Rauch, A. ve Helsinki, W. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to act lies: An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management Learning & Education*, 14(2),187-204.
- Reddy, P., Sharma, B. ve Chaudhary, K. (2020). Digital literacy: A review of literature. *International Journal of Technoethics (IJT)* 11 (2), 65-94.
- Reichstein, C. ve Härting, R.C. (2018). Potentials of changing customer needs in a digital world—a conceptual model and recommendations for action in tourism. *Procedia Computer Science* 126, 1484-1494.
- Riel, J., Christian, S., ve Hinson, B. (2012). Charting digital literacy: A framework for information technology and digital skills education in the community college Presented en Innovations.

- Rini, R.R., Mujiyati, M., Ismu, S., Hasan, H. (2022). The Effect of Self-Directed Learning on Students' Digital Literacy Levels in Online Learning. *International Journal of Instruction* 15 (3), 229-341.
- Roberts, E. B. (2007). Managing Invention and Innovation. *Research-Technology Management*, 50(1), 35-54.
- Robinson, L. (2009). A summary of diffusion of innovations.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice* 15 (4), 13-32.
- Rodriguez, R. A., Villasana, M. ve Alvarez, M.M. (2014). Fine-tuning entrepreneurship education: How do programs impact entrepreneurial characteristics in students? *European conference on innovation and entrepreneurship*, 642.
- Rogers, C.R. (1962). The interpersonal relationship: The core of guidance. *Harvard educational review*.
- Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). New York, Free Press.
- Rogers, E.M. (1995). Lessons for guidelines from the diffusion of innovations. *The Joint Commission journal on quality improvement* 21 (7), 324-328.
- Rogers, E.M. (2002). Diffusion of preventive innovations. *Addictive behaviors* 27 (6), 989-993.
- Rogers, E.M. ve Shoemaker, F.F. (1971). Communication of Innovations; A Cross-Cultural Approach. *The Free Press, 866 Third Avenue, New York, NY 10022*, 1971.
- Romero, Isidoro ve Juan A. Martinez-Roman (2012). Self-Employment and innovation. Exploring the determinants of innovative behavior in small businesses. *Research Policy*, 41(1), 178-189.
- Rosen, P.A. (2004). The effect of personal innovativeness in the domain of information technology on the acceptance and use of technology: a working paper. *Oklahoma State University*.
- Rosen, P.A. (2005). The effect of personal innovativeness on technology acceptance and use. *Oklahoma State University*.

- Ryu, E. (2011). Effects of skewness and kurtosis on normal-theory based maximum likelihood test statistics in multilevel structural equation modeling. *Behavior research methods* 43 (4), 1066-1074.
- Sa, C. ve Holt, C. (2019). Profiles of entrepreneurship students: implications for policy and practice. *Education+ Training*.
- Sahinidis, A.G., Polychronopoulos, G. ve Kallivokas, D. (2019). Entrepreneurship education impacts on entrepreneurial intention among tourism students: A longitudinal study. *Strategic innovative marketing and tourism*, 1245-1250.
- Sarıoğlu, K. ve Altuntaş, S. A. (2017). Bireysel Yenilikçilik Ölçeği'nin hemşireliğe uyarlanması: Türkçe geçerlik- güvenirlik çalışması. *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 14:1, 52-61.
- Saruhan, Ş. C. ve Özdemirci, A. (2011). Bilim, Felsefe ve Metodoloji (2. Baskı). Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Satalkina, L. ve Steiner, G. (2020). Digital entrepreneurship and its role in innovation systems: A systematic literature review as a basis for future research avenues for sustainable transitions. *Sustainability* 12 (7), 2764.
- Saundarajan, N., Camp, S. M., Lee, D., Ramnath, R. and Weide, B. W. (2016). Newpath: An Innovative Program to Nurture IT Entrepreneurs. *Advances in Engineering Education*, 5 (1): 1-27.
- Schiefel, A. ve Winteler, A. (1992). Interest as a predictor of academic achievement: a meta-analysis of research in Renninger. K.A., Hidi, S. And Krapp, A. (Eds), *The Role of Interest in Learning and Development*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, 183-212.
- Scott, S. G. ve Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of management journal* 37 (3), 580-607.
- Secundo, G., Gioconda, M., Del Vecchio, P., Gianluca, E., Margherita, A., Valentina, N. (2021). Threat or opportunity? A case study of digital-enabled redesign of entrepreneurship education in the COVID-19 emergency. *Technological forecasting and social change*, 166, 120565.
- Seçgin, Y. (2020). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerine etkisi: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal* 8 (1), 803-827.
- Sekeran, U. (1992). *Research methods for business- a skill-building app- instructor's resource guide with test question and transparency masters*, John Wiley and Sons, Incorpo.

- Shane, S., Venkataraman, S. ve Macmillan, I. (1995). Cultural Differences in Innovation Championing Strategies. *Journal of Management*, 21(5), 931-952.
- Shavinina, L.V. ve Seeratan, K.L. (2003). On the nature of individual innovation. *The international handbook on innovation*, 31-43.
- Sheldon, P. (2016). Facebook friend request: Applying the theory of reasoned action to student-teacher relationships on Facebook. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 60 (2), 269-285.
- Sherry, L. (1997). The boulder valley internet project: Lessons learned. THE (Technological Horizons in Education) Journal, 25(2), 68-73.
- Shih, H.P. (2004). Extended technology acceptance model of Internet utilization behavior. *Information & management* 41 (6), 719-729.
- Shin, D. H. (2009). Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet Original Research Article. *Computers in Human Behavior*, (25), 1343-1354.
- Shopova, T. (2014). Digital literacy of students and its improvement at the university. *Journal on Efficiency and Responsibility in Education and Science* 7 (2), 26-32.
- Sigala, M. ve Chalkiti, K. (2015). Knowledge management, social media and employee creativity. *International Journal of Hospitality Management* 45, 44-58.
- Singh, M. ve Sarkar, A. (2012). The relationship between psychological empowerment and innovative behavior. *Journal of Personnel Psychology*.
- Sitkin, S.B.ve Weingart, L.R (1995). Determinants of risky decision-making behavior: A test of the mediating role of risk perceptions and propensity. *Academy of management Journal* 38 (6), 1573-1592.
- Song, S. I., Thominathan, S. ve Khalid, N.A. (2021). Entrepreneurial intention of uitm students and the mediating role of entrepreneurship education.
- Spiegelaere, S. D., Gyes, G. V., Witte, H. D., Hootegem, G. V. (2015). Job design, work engagement and innovative work behavior: A multi-level study on Karasek's learning hypothesis. *Management revue*, 123-137.
- Staff, T. T. (2018). 5 Dimensions of Critical Digital Literacy: A Framework.
- Statista. (2022a). Airbnb revenue worldwide 2019-2021, by region.
- Statista. (2022b). Uber's net revenue worldwide 2013-2021.

- Statista.(2022c). Uber quarterly gross bookings worldwide 2016-2020.
- Stors, N ve Kagermeier, A. (2015). Motives for using Airbnb in metropolitan tourism— Why do people sleep in the bed of a stranger? *Regions Magazine* 299 (1), 17-19.
- Sulak, E, S. (2019). Dijital okuryazarlık ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *International Social Sciences Studies Journal*, 5(31), 1329-1342.
- Sungur, O., Koç, R. ve Dulupçu, M. A. (2014). Antalya’da Tarım ve Tarımla İlişkili Firmaların İnovasyon ve Yerel Aktörlerle İşbirliği Faaliyetlerinin Analizi. *Turkish Journal Of Agricultural Economics* 20 (1).
- Şahin, A. (2018). Fen Bilgisi öğretmen adaylarının tamamlayıcı ölçme araçları farkındalıkları ile girişimcilik ve yenilikçilik düzeylerinin belirlenmesi. *Fen Bilimleri Enstitüsü*.
- Şahin, F. (2016). *Öğretmen adaylarının bilişim teknolojileri kabul düzeyleri ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Tağraf, H. ve Halis, M. (2008). Üniversitelerdeki girişimcilik eğitiminin “girişimsel öz yetkinlik” algısı üzerindeki etkisi: bir araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2), 91–111.
- Tanrıverdi, H., Bayram, G.N. ve Alkan, M. (2016). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerine etkisinin incelenmesi. *Journal of Entrepreneurship & Development/Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 11 (1).
- Taştan, S. B. (2013). The influences of participative organizational climate and self-leadership on innovative behavior and the roles of job involvement and proactive personality: a survey in the context of smes in İzmir. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 75, 407-419.
- Tavakoli, R. ve Wijesinghe, S.N.R. (2019). The evolution of the web and netnography in tourism: A systematic review, *Tourism Management Perspectives*, 29, 48-55.
- Taylor, A. ve Greve, H. R. (2006). Superman or the fantastic four? Knowledge combination and experience in innovative teams. *Academy of management journal* 49 (4), 723-740.
- Teeffelen, L.V. ve Leroy, H. (2019). Drivers for liquidation and transfer in small firms: Theory of Planned Behavior and firm conditions. ICSB World Conference Proceedings, 1.
- Tekeli, P. (2018). Dijital hikâye anlatımı atölyesinde yaşlıların dijital okuryazarlık deneyimlerinin incelenmesi. *Eğitim Bilimleri Enstitüsü*.

- Tekin, İ. Ç. ve Küsbeci, P. (2021). Dijital dönüşüm sürecinde yükselen bir değer: dijital girişimcilik. *Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi* 4 (1), 81-102.
- Tekin, İ. Ç. ve Küsbeci, P. (2021). Dijital dönüşüm sürecinde yükselen bir değer: Dijital girişimcilik. *Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi* 4 (1), 81-102.
- Thomas, K.W. ve Velthouse, B. A. (1990). Cognitive elements of empowerment: An “interpretive” model of intrinsic task motivation. *Academy of Management Review*, 15, 661–681.
- Thoyib, A., Maskie, G. ve Ashar, K. (2016). Entrepreneurial characteristics as a mediation of entrepreneurial education influence on entrepreneurial intention. *Editorial Review Board* 19 (1), 24.
- Timur, B., Timur, S. Ve Akkoyunlu, B. (2014). Öğretmen adaylarının sayısal yetkinlik düzeylerinin belirlenmesi. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 33, 41-59.
- Timuroğlu, M. Kürşad (2015). Örgütsel ve çevresel faktörlerin örgütsel yenilik üzerine etkisi. *Journal of Graduate School of Social Sciences*, 19(1), 41-68.
- Tobin, C.D. (1983). Developing computer literacy. *The Arithmetic Teacher* 30 (6), 22-60.
- Tomak, S. (2011). Girişimcilik ve Bilişsel Yanlılık. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi C.* 6, 72-95.
- Tsai, H. S., Shillair, R. ve Cotton. S. R. (2017). Social support and “playing around” an examination of how older adults acquire digital literacy with tablet computers. *Journal of Applied Gerontology* 36 (1), 29-55.
- Tugay, O. (2021). Otel işletmelerinde mutfak şeflerinin hizmet yeniliği performansı ve bireysel yenilikçilik hareketleri üzerine bir araştırma: İstanbul ili örneği. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Tuncer, M. ve Doğan, S. (2018). Girişimcilik eğiliminde eğitimin etkisi: Turizm işletmeciliği öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi* 5 (2), 97-108.
- Tusiad. (2016). Türkiye'nin küresel rekabetçiliği için bir gereklilik olarak sanayi 4.0 geliştirmekte olan ekonomi perspektifi. İstanbul: Sis Matbaacılık.
- Türk Dil Kurumu (TDK). (2020). Güncel Türkçe Sözlük.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2018). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. (4.Baskı) Ankara: Detay Yayıncılık.

- Ursej, K. (2019). Digital literacy in the first three years of primary school: case study in slovenia. *International Journal of Management, Knowledge and Learning*, 61-77.
- Usta, A. (2012). Sorunsaldan sonuçlara bilimsel araştırma süreci: Bir Araştırma Raporu Modeli Örneği. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*.135-161.
- Utikad. (2016). Dünyada ve Türkiye’de E-Ticaret ve E-İhracat.
- Uygun, M. ve Güner, E. (2016). Girişimcilik Eğiliminin Gelişiminde Girişimcilik Eğitiminin Rolü. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi* 5 (5), 37-57.
- Uygun, M., Güner, E. ve Mete, S. (2018). Girişimcilik Eğitiminin Gençlerin Girişimcilik Motivasyonlarının Gelişimindeki Rolü. *Journal of Management and Economics* 25 (3).
- Uysal, M. (2019). Mesleki ve teknik anadolu lisesinde çalışan öğretmenlerin eğitimde teknoloji kullanım tutumları ve bireysel yenilikçilik düzeylerinin incelenmesi (Küçükçekmece örneği). *İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı*.
- Uzkurt, C. (2008). Pazarlamada Değer Aracı Olarak: Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Uzkurt, C., Kumar, R., Kimzan, H.S., Eminoğlu, G. (2013). Role of innovation in the relationship between organizational culture and firm performance: A study of the banking sector in Turkey. *European Journal of innovation management*.
- Velez, A. P., Olivencia, J. J. L. ve Zuazua, I. I. (2017). The role of adults in children’s digital literacy. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 237, 887-892.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model. *Inf. Syst. Res.* (11), 342–365.
- Venkatesh, V. ve Morris, M.G. (2000). Why don’t men ever stop to ask for directions? Gender, social influence, and their role in technology acceptance and usage behavior. *MIS* 115–139.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., and Davis, F.D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*. 27(3), 425-478.
- Vesper, K. H. ve Gartner, W. B. (1997). Measuring progress in entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 12(5), 403-421.

- Volery, T., Müller, S., Oser, F., Naepflin, C., Rey, N.D. (2013). The impact of entrepreneurship education on human capital at upper-secondary level. *Journal of Small Business Management* 51 (3), 429-446.
- Vorbach, S., Poandl, E. M. ve Ines Korajman, I. (2019). Digital entrepreneurship education: the role of moocs. *International Journal of Engineering Pedagogy* 9 (3).
- Vural, M. ve Çavuş, Ş. (2017). Elektronik girişimcilik ve kırgızistan'da uygulanma olanakları. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 50-64.
- Wang, J.H., Chang, C.C., Yao, N.S., Liang, C. (2016). The contribution of self-efficacy to the relationship between personality traits and entrepreneurial intention. *Higher Education* 72 (2), 209-224.
- Wang, W. ve Lin, Y. L. (2021). The relationships among students personal innovativeness, compatibility, and learning performance. *Educational Technology & Society* 24 (2), 14-27.
- Wang, Y. ve Lin, Y. (2016). Determinants of internet entrepreneurship intentions among business school students. *International Journal of Information and Education Technology* 6 (10), 754-758.
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, A. N., Harwida, G., Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon* 6 (9), e04922.
- Wei, X., Liu, X. ve Sha, J. (2019). How does entrepreneurship education influence the students' innovation? Testing on the multiple mediation model. *Frontiers in psychology* 10, 1557.
- Wilson, K.E. (2008). Entrepreneurship education in Europe. *Entrepreneurship and higher education*.
- Woodman, R.W., Sawyer, J.E. and Griffin, R.W. (1993), Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Journal*, Vol. (2), 293-321.
- Wu, X. ve Lai, I. K. (2021). The acceptance of augmented reality tour apps for promoting film-induced tourism: the effect of celebrity involvement and personal innovativeness. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*.
- Xiao Yu, Y., Kumar, R. S., Ali, Q., Bang, N. And Yuqing, H. (2017). Internet Entrepreneurship and "The Sharing of Information" in an Internet-of-Things Context. *Internet Research*, 27 (1): 74-96.

- Xu, H. ve Gupta, S. (2009). The effects of privacy concerns and personal innovativeness on potential and experienced customers' adoption of location-based services. *Electronic Markets* 19 (2-3), 137-149.
- Yaghoubi, N. M., Salehi, M., Eftekharian, A., Samipourgiri, E. (2012). Identification of the effective structural factors on creating and developing digital entrepreneurship in the agricultural sector. *African Journal of Agricultural Research* 7 (6), 1047-1053.
- Yang, S., Lu, Y., Gupta, S., Cao, Y., Zhang, R. (2012). Mobile payment services adoption across time: an empirical study of the effects of behavioral beliefs, social influences, and personal traits. *Computers in Human Behavior* 28 (1), 129-142.
- Yelkikalan, N., Akatay, A. ve Altın, E. (2010). Yeni girişimcilik modeli ve yeni nesil girişimci profili: internet girişimciliği ve y, m, z kuşağı girişimci. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 20: 489-506.
- Yelkikalan, N., Akatay, A., Yıldırım, H.M., Karadeniz, Y., Köse, C., Koncagül, Ö., Özer, E. (2010). Dünya ve Türkiye üniversitelerinde girişimcilik eğitimi: karşılaştırmalı bir analiz. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 12 (19), 51-59.
- Yeşildal, M. (2018). The relationship between digital literacy and health literacy in adult individuals: The case of Konya. *Unpublished master's thesis*, Necmettin Erbakan University, Konya.
- Yıldırım, O. ve Başer, E. (2016). İnternetin Girişimciliği Kapsamında Değişen Enformasyon Siteleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Global Media Journal TR Edition*, 6 (12): 172-200.
- Yılmaz, R. ve Beşkaya, Y. M. (2018). Eğitim yöneticilerinin yaşam boyu öğrenme eğilimleri ile bireysel yenilikçilik düzeylerinin incelenmesi. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)* 51 (1), 159-181.
- Yıldız, K. (2018). The effect of career decisions on entrepreneurial intention levels of university students studying sport sciences. *Journal of Education and Training Studies*, 6(4a).
- Yılmaz, E.A. ve Sünbül, M. (2009). Üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 195-203.
- Yontar, A. (2019). Öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeyleri. *Ana Dili Eğitimi Dergisi* 7 (4), 815-824.

- Yoon, J. (2001). The role of structure and motivation for workplace empowerment: the case of Korean employees. *Social Psychology Quarterly*, 64(2), 195-206.
- Younis, H., Katsioloudes, M. ve Bakri, A. A. (2020). Digital entrepreneurship intentions of Qatar university students motivational factors identification: Digital entrepreneurship intentions. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation (IJEEI)* 10 (1), 56-74.
- Yuan, F. ve Woodman, R. W. (2010). Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations. *Academy of management journal* 53 (2), 323-342.
- Yumuk, G. (2013). Turizm bölümü öğrencilerinin girişimcilik eğitimlerinin girişimcilik eğilimlerine etkisi. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 96-120.
- Yüzüak, E. (2010). Üniversitelerde öğrenim gören kız öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini etkileyen faktörler: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İİ BF örneği. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Zahra, S.A., Jennings, D.F., ve Kuratko, D.F. (1999). The antecedents and consequences of firm-level entrepreneurship: the state of the field. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 24, No.2, 45–65.
- Zarpou, T., Saprikis, V. ve Vlachopoulou, M. (2011). Examining behavioral intention toward mobile services: An empirical investigation in Greece. *International Journal of E-Services and Mobile Applications (IJESMA)* 3 (2), 1-19.
- Zhou, Y. (2008). Voluntary adopters versus forced adopters: integrating the diffusion of innovation theory and the technology acceptance model to study intra-organizational adoption. *New Media & Society*, 10(3), 475-496.
- Zikmund, W. G. (1997). *Business Research Methods*, 5. Edition, The Dryden Press, Orlando.
- Zor, A. (2014). Kültürel okuryazarlık açısından görsel sanatlar dersinin önemi. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi* 2 (4), 1-13.
- Zulkarnain, Z., Heleni, S. ve Thahir, M. (2020). Digital literacy skills of math students through e-learning in COVID-19 era: a case study in Universitas Riau. *Journal of Physics: Conference Series* 1663 (1), 012-015.
- Zurkowski, P.G. (1974). The information service environment relationships and priorities. Washington, d.c., national commission on libraries and information sciences.

## **E-kaynaklar**

**Http-1:** <https://www.kosgeb.gov.tr/> (erişim tarihi: 21.11.2021)

**Http-2:** <https://www.anadolu.edu.tr/> (erişim tarihi: 04.06.2022)

**Http-3:** <https://theculturetrip.com/> (erişim tarihi : 30.06.2022)

**Http-4:** <https://mapify.travel> (erişim tarihi : 30.06.2022)

**Http-5:** <https://stasher.com> (erişim tarihi : 30.06.2022)

**Http-6:** <https://www.zeelo.co> (erişim tarihi : 30.06.2022)

**Http-7:** <https://haber.deu.edu.tr/foca-halk-hikayeleri-mobil-aplikasyonla-anlatilacak/>  
(erişim tarihi : 30.06.2022)

**Http-8:** Açıköğretim sistemi iç değerlendirme raporu (2021). Açıköğretim Kalite Birimi,  
<https://aoskalite.anadolu.edu.tr/> (erişim tarihi : 04.06.2022)

**Http-9:** <https://bigg.team/> (erişim tarihi: 05.06.2022)

## EKLER

### EK-1 Anket Formu

#### Değerli Katılımcı,

Bu anket formu, açık öğretim turizm öğrencilerinin dijital girişimcilik eğilimlerinin; girişimcilik eğitimi, dijital okuryazarlık becerileri ve bireysel yenilikçilikleri kapsamında incelenmesi amacıyla tasarlanmıştır. Araştırma sonuçlarının, turizm programlarına, girişimci bireyleri yetiştirmede hangi stratejileri izlemeleri gerektiği konusunda bilgi sağlayacağı düşünülmektedir. Bu araştırma tamamen akademik amaçla tasarlanmıştır ve herhangi bir ticari ya da başka bir amaç taşımamaktadır. Araştırmaya vereceğiniz destek için teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılar dileriz.

Doç. Dr. Ece DOĞANTAN  
Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi,  
Tuzim İşletmeciliği Bölümü

Shovgi ZEYNALOV Yüksek Lisans Öğrencisi  
Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ANKET FORMU	
Cinsiyetiniz	: ( ) Kadın ( ) Erkek
Yaşınız	:
Okuduğunuz bölüm	: ( ) Konaklama İşletmeciliği (Turizm İşletmeciliği) : ( ) Turizm ve Otel İşletmeciliği : ( ) Kültürel Miras ve Turizm : ( ) Turizm ve Seyahat Hizmetleri : ( ) Aşçılık
Programda eğitim alma durumunuz	: ( ) YKS (Yükseköğretim Kurumları Sınavı) ile : ( ) Dikey geçiş ile : ( ) İkinci üniversite kapsamında

DİJİTAL OKURYAZARLIK ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Lütfen dijital okuryazarlık ile ilgili aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi belirtiniz. (1- Kesinlikle katılmıyorum; 5- Kesinlikle katılıyorum)					
1. Yeni teknolojileri kolaylıkla öğrenebilirim.	1	2	3	4	5
2. Karşılaştığım teknik problemleri nasıl çözeceğimi bilirim.	1	2	3	4	5
3. Önemli olduğunu düşündüğüm yeni teknolojilere ayak uydurabilirim.	1	2	3	4	5
4. Birçok farklı teknoloji hakkında bilgim var.	1	2	3	4	5

5. Öğrenmede ve bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak öğrendiklerimi anladığımı gösteren şeyler (örn. sunumlar, dijital hikayeler, wikiler, bloglar) oluşturmak için ihtiyaç duyduğum teknik becerilere sahibim.	1	2	3	4	5
6. İyi derecede bilgi ve iletişim becerilerine sahibim.	1	2	3	4	5
7. İnternette bilgi elde etmeye yönelik araştırma ve değerlendirme becerilerime güvenirim.	1	2	3	4	5
8. İnternet tabanlı etkinlikleri (örn; siber güvenlik, intihal, arama motorları) bilirim.	1	2	3	4	5
9. Bilgi ve iletişim teknolojileri, proje çalışmalarında ve diğer öğrenme etkinliklerinde arkadaşlarım ile daha iyi iş birliği içinde çalışmamı sağlar.	1	2	3	4	5
10. Üniversitedeki çalışmalarım için arkadaşlarımdan sık sık İnternet aracılığıyla (örn; Skype, Facebook ve Bloglar ) yardım alırım.	1	2	3	4	5

BİREYSEL YENİLİKÇİLİK ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Lütfen bireysel yenilikçilik ile ilgili olarak aşağıdaki ifadelerle katılma derecenizi belirtiniz. (1- Kesinlikle katılmıyorum; 5- Kesinlikle katılıyorum)					
1. Bilgi ve iletişim teknolojileri ile ilgili yeni bir şey duysaydım denemenin yollarını arardım.	1	2	3	4	5
2. Arkadaşlarım arasında genellikle yeni bilgi ve iletişim teknolojilerini ilk deneyen ben olurum.	1	2	3	4	5
3. Yeni bilgi ve iletişim teknolojilerini denemeyi severim.	1	2	3	4	5
4. Genel olarak, yeni bilgi ve iletişim teknolojilerini denemekte tereddüt ederim.	1	2	3	4	5

GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Lütfen okuduğunuz üniversitede aldığınız girişimcilik eğitimi ile ilgili aşağıdaki ifadelerle katılma derecenizi belirtiniz. (1- Kesinlikle katılmıyorum; 5- Kesinlikle katılıyorum)					
1. Okulumda almış olduğum eğitim, beni girişimci olmak için yaratıcı fikirler geliştirmeye teşvik eder.	1	2	3	4	5
2. Okulum girişimcilik hakkında gerekli bilgileri sağlar.	1	2	3	4	5
3. Okulum girişimcilik becerilerimi ve yeteneklerimi geliştirir.	1	2	3	4	5
4. Okulum öğrencilere girişimciliği ve iş kurmayı öğretir.	1	2	3	4	5
5. Girişimcilik eğitim yoluyla geliştirilebilir.	1	2	3	4	5
6. Girişimcilik eğitiminin beni girişimci olmaya teşvik ettiğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5

DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ÖLÇEĞİ	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Lütfen dijital girişimcilik ile ilgili aşağıdaki ifadelerle katılma derecenizi belirtiniz. (1- Kesinlikle katılmıyorum; 5- Kesinlikle katılıyorum)					
1. Gelecekte internette bir işletme kuracağım.	1	2	3	4	5
2. İnternet ortamında işletme kurmaya niyetim var.	1	2	3	4	5
3. Gelecekte internette bir iş kurmayı planlıyorum.	1	2	3	4	5

## EK-2 Etik Kurul Belgesi

Sosyal Bil. En.

Evrak Kayıt Tarihi: 13.09.2021 Protokol No: 142286

Tarih: 08.10. 2021



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL VE BEŞERÎ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU  
KARAR BELGESİ

<b>ÇALIŞMANIN TÜRÜ:</b>	Yüksek Lisans Tez Çalışması
<b>KONU:</b>	Sosyal Bilimler
<b>BAŞLIK:</b>	Girişimcilik Eğitimi, Dijital Okuryazarlık ve Bireysel Yenilikçiliğin Turizm Öğrencilerinin Dijital Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi
<b>PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:</b>	Dr. Öğr. Üyesi Ece DOĞANTAN
<b>TEZ YAZARI:</b>	Shovgi ZEYNALOV
<b>ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:</b>	-
<b>KARAR:</b>	Olumlu