

T.C.
İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GİRİŞİMCİLİK VE İNOVASYON YÖNETİMİ ANABİLİMDALI

GİRİŞİMCİLERİN BİLGİ TEKNOLOJİLERİNİ
KULLANMA NEDENLERİNİN TEKNOLOJİ
KABUL MODELİ KAPSAMINDA ANALİZİ:
MANİSA İLİ ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

MUSTAFA MURAT ÇAKAR

İZMİR - 2018

T.C.
İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GİRİŞİMCİLİK VE İNOVASYON YÖNETİMİ ANABİLİMDALI

GİRİŞİMCİLERİN BİLGİ TEKNOLOJİLERİNİ
KULLANMA NEDENLERİNİN TEKNOLOJİ
KABUL MODELİ KAPSAMINDA ANALİZİ:
MANİSA İLİ ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

MUSTAFA MURAT ÇAKAR

DANIŞMAN: DOÇ. DR. ZEHRA NURAY NIŞANCI

İZMİR - 2018

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum, “Girişimcilerin Bilgi Teknolojilerini Kullanma Nedenlerinin Teknoloji Kabul Modeli Kapsamında Analizi: Manisa İli Örneği” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden olduğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

09.02.2018

Mustafa Murat ÇAKAR

İmza



TS EN ISO
9001:2015

T.C.
İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



TEZ/PROJE SINAVI TUTANAK FORMU

Dok. No: FR/604/21

İlk Yayın Tar.: 03.10.2017

Rev. No/Tar.: 00/..

Sayfa 1 / 1

GÖNDEREN : Girisimcilik ve İnovasyon... T.C. Anabilim Dalı Başkanlığı
GÖNDERİLEN : Sosyal Bilimler Enstitüsü

Anabilim Dalımız Yüksek Lisans / Doktora-Programı öğrencisi Mustafa Murat Çelen ile ilgili Tez/Proje Sınav Tutanağı aşağıdadır.

Tarih:
Sayı :

Yrd.Doc.Dr. Murat ESEN

Anabilim Dalı Başkanı

İmza

SINAV TUTANAĞI

Tez/Proje Sınav Jürimiz tarafından incelenen Girisimcilik ve Bilgi Teknolojileri Kullanması Nedensinle Tezdeki Kabul Maddeli Kısımında Zorunlu Maddeli Olup başlıklı yüksek lisans / doktora tezi ile ilgili olarak jürimiz 9.2.2018 tarihinde toplanmış ve adı geçen öğrenciyi Tez/Proje Sınavına tabi tutmuştur. Sınav sonucunda adayın tezi hakkında OYÇOKLUĞU/OYBİRLİĞİ ile aşağıdaki karar verilmiştir.

KABUL

Kabul Edilen Yüksek Lisans / Doktora tezi:

- i) Bilime yenilik getirmiştir
ii) Yeni bir bilimsel yöntem geliştirmiştir
iii) Bilinen bir yöntemi yeni bir alana uygulamıştır
iv) Uygulama yapmıştır (sadece Yüksek Lisansta geçerlidir)

RED

DÜZELTME *

Tez Sınav Jürisi

Unvanı ve Adı Soyadı

Tez Danışmanı

Doc. Dr. Zehra Nurgül KILINÇI

Üye

Doc. Dr. Burcu GÜLER

Üye

Yrd. Doç. Dr. Berna Telkes SÜRÜKAYA

Üye

Üye

Ek1 : Tez Değerlendirme Formu (Her bir jüri için).

* Tez sınavında düzeltme kararı verilmesi halinde jüri tarafından öngörülen düzeltmelere ilişkin bir jüri raporu eklenmelidir. Düzeltmeler için Ek süre her defasında en fazla yüksek lisans öğrencileri için 3 ay, doktora öğrencileri için 6 aydır.

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

GİRİŞİMCİLERİN BİLGİ TEKNOLOJİLERİNİ KULLANMA

NEDENLERİNİN TEKNOLOJİ KABUL

MODELİ KAPSAMINDA ANALİZİ: MANİSA İLİ ÖRNEĞİ

MUSTAFA MURAT ÇAKAR

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Girişimcilik Ve İnovasyon Yönetimi Anabilim Dalı

Bilgi teknolojileri, her alanda olduğu gibi, günümüz girişim ve girişimcileri için de vazgeçilmezdir. Bilgi teknolojilerinin işletmelere rekabet gücü kazandırmada ve sürdürülebilirliği kolaylaştırmada sağladığı faydalar kritik ve stratejik konumdadır. Teknolojinin faydalarına ulaşabilmenin, öncelikle teknoloji kullanıcılarının teknolojiyi kabul düzeyi ile yakından ilişkili olduğu söylenebilir. Buradan hareketle bu araştırmanın amacı, Bu araştırmanın amacı, dünyada yeni sektör ve pazarların öncüsü olan girişimcilerin, bilgi teknolojilerini kullanmaya yönelik davranışlarının nedenlerini, Teknoloji Kabul Modeli ve Planlı Davranış Teorisi kapsamında incelemek ve girişimcilerin teknoloji kabul nedenlerini ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında Teknoloji Kabul Modeli'nin unsurları yanında, PDK'nın subjektif normları/toplumsal etkiler ile girişimcilik algıları da araştırma modeline dahil edilerek teknoloji kullanımına yönelik gerçekleşen davranış birçok faktörle birlikte ele alınmaktadır. Ayrıca araştırmada girişimcilerin işletme kurma nedenleri ve girişimciliğe ilişkin algıları da belirlenmeye çalışılmaktadır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini Manisa'da faaliyet gösteren 188 girişimci oluşturmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanmaya yönelik davranışlarını açıklamada algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan faydanın tutumlar üzerinde etkili olmadığı; algılanan fayda ve tutumunun, niyet üzerinde önemli etkisinin olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanmaya yönelik niyetlerinin, gerçekleşen davranışlar üzerinde belirleyici olduğu; subjektif normların, girişimcilerin bilgi teknolojilerine yönelik tutumlarını etkilemediği görülmüştür. Ayrıca, girişimcilerin işletmelerini kurmalarındaki temel nedenin, ekonomik fayda ve yüksek kazanç elde etmek olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Girişimcilik, Teknoloji Kabul Modeli, Bilgi Teknolojileri, Algılanmış Fayda

ABSTRACT

Graduate Thesis

**REASONS FOR USING INFORMATION TECHNOLOGIES BY
ENTREPRENEURS, ANALYSIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL
FORM: MANISA CITY EXAMPLARY**

Mustafa Murat ÇAKAR

İzmir Kâtip Çelebi University

Graduate School of Social Sciences

Department of Entrepreneurship and Innovation Management Program

Information technologies are indispensable for today's enterprises and entrepreneurs, just like every other field. The benefits that information technology provides to businesses in enhancing competitiveness and facilitating sustainability are critical and strategic. It can be said that the benefits of technology are closely related to the level of technology acceptance of technology users. The aim of this research is to investigate the causes of behaviors of entrepreneurs who are the pioneers of new sectors and markets in the world within the framework of Technology Acceptance Model and Planned Behavior Theory and to explain the reasons why entrepreneurs adopt technology. In addition to the elements of the Technology Acceptance Model, the behavior of the technology using the PBT's subjective norms / social influences and entrepreneurship perceptions are also included in the research model. In addition, the researchers are trying not to determine the reasons why entrepreneurs found business and perceptions about entrepreneurship.

Survey technique was used as data collection tool in the research. The sample of the study is composed of 188 entrepreneurs operating in Manisa. According to the results of the research, it was found that the perceived ease of use and perceived utility did not affect the attitudes of the entrepreneurs in explaining their behaviors towards using information technologies; it is understood that the perceived benefit and attitude is a significant influence on intention. It is also important to note that the intentions of entrepreneurs to use information technologies are decisive on actual behavior; subjective norms, entrepreneurs' attitudes towards information technology. It is also understood that the main reason for entrepreneurs to establish businesses is to obtain economic benefit and high profits.

Key words: Entrepreneurship, Technology Adoption Model, Information Technology, Perceived Usefulness

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ.....	III
TUTANAK.....	IV
ÖZET	V
ABSTRACT	VI
İÇİNDEKİLER.....	VI
KISALTMALAR LİSTESİ	XIII
TABLolar LİSTESİ.....	XIII
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XIV
ÖNSÖZ.....	XV
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. GİRİŞİMCİ	3
1.2. GİRİŞİM	6
1.3. GİRİŞİMCİLİK.....	7
1.4. GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	9
1.4.1. Dünyada Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	10
1.4.2. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	12
1.5. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ	14
1.5.1. Girişimciliğin Bireysel Boyutta Önemi	16
1.5.2. Girişimciliğin Bölgesel Boyutta Önemi	17
1.5.3. Girişimciliğin Ulusal Boyutta Önemi.....	18
1.5.4. Girişimciliğin Küresel Boyutta Önemi.....	18
1.6. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER	19
1.6.1. Kişilik	20
1.6.2. Yetenek	21
1.6.3. Çevresel Faktörler	22
1.7. GİRİŞİMCİLİĞİN TEMEL FONKSİYONLARI	23

1.7.1. Girişimciliğin Ekonomik Fonksiyonu	23
1.7.2. Girişimciliğin Sosyal Fonksiyonu	24
1.8. GİRİŞİMCİLİK TEORİLERİ	25
1.8.1. Ekonomik Temelli Yaklaşımlar	25
1.8.2. Psikolojik Temelli Yaklaşımlar	29
1.8.3. Sosyolojik Temelli Yaklaşımlar	31
1.9. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ	32
1.9.1. Fırsatların Tanımlanması ve Belirlenmesi	33
1.9.2. Gerekli Kaynakların Belirlenmesi	33
1.9.3. İş Planının Geliştirilmesi	33
1.9.4. Sonuçlanan Girişimin Yönetimi	33
1.10. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ	34
1.10.1. Teknik Girişimcilik	36
1.10.2. Sosyal Girişimcilik	36
1.10.3. Kamu Girişimciliği	36
1.10.4. Kadın Girişimciliği	37
1.10.5. Eko-Girişimcilik	37

İKİNCİ BÖLÜM

BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE TEKNOLOJİ KABUL MODELLERİ

2.1. BİLGİ KAVRAMI	38
2.2. TEKNOLOJİ KAVRAMI	39
2.2.1. Teknolojinin Önemi	39
2.2.2. Teknolojinin Tarihsel Gelişimi	40
2.3. BİLGİ TEKNOLOJİLERİ	41
2.3.1. Bilgi Teknolojisi Kavramı	42
2.3.2. Bilgi Teknolojilerinin Tarihsel Gelişimi	43
2.3.3. Bilgi Teknolojilerinin Önemi	44
2.3.4. İşletmelerde Bilgi Teknolojilerinin Kullanımı	45
2.3.5. Bilgi Teknolojilerinin İşletmeler Açısından Önemi	45
2.3.5.1. Rekabet Gücü	46
2.3.5.2. Yenilikçilik	47

2.3.5.3. Pazarlama Kapasitesi	48
2.3.5.4. Girişimcilik Kapasitesi.....	49
2.3.6. İşletmelerde Bilgi Teknolojilerinin Kullanımının Gelişimi.....	49
2.3.7. Bilgi Teknolojilerinin İşletmelere Sağladığı İmkânlar	50
2.3.7.1. Yeni İş İmkânları	50
2.3.7.2. Endüstri Yapısındaki Değişme	51
2.3.8. İşletmelerde Kullanılan Bilgi Teknolojilerinin Kapsamı.....	51
2.3.8.1. İnternet Kullanımı.....	51
2.3.8.2. Intranet ve Ekstranet Kullanımı.....	52
2.3.8.3. Ofis Otomasyon Sistemleri	52
2.3.8.4. Fonksiyonel Bilişim Sistemleri	52
2.3.8.5. Yönetim Bilişim Sistemleri	52
2.3.8.6. Uzman Sistemler.....	52
2.3.8.7. Elektronik Veri Değişim Sistemleri.....	53
2.3.9. Bilgi Teknolojileri ve Girişimcilik	53
2.4. TEKNOLOJİ KABULÜ VE TEKNOLOJİ KABUL MODELLERİ.....	54
2.4.1. Mantıklı Eylem Kuramı	56
2.4.2. Planlı Davranış Kuramı.....	58
2.4.2.1 Ayrıştırılmış Planlı Davranış Kuramı	60
2.4.3. Yeniliklerin Yayılımı Kuramı	62
2.5. TEKNOLOJİ KABUL MODELİ	64
2.5.1. Teknoloji Kabul Modeli'nin Temel Öğeleri	67
2.5.1.1. Algılanan Fayda.....	67
2.5.1.2. Algılanan Kullanım Kolaylığı	68
2.5.1.3. Tutum.....	71
2.5.1.4. Niyet.....	72
2.5.1.5. Gerçekleşen Davranış	72
2.5.1.6. Sübjektif Normlar	73
2.5.2. Teknoloji Kabul Modelinin Kullanıldığı Çalışmalar	74
2.4.5.3. Teknoloji Kabul Modeli 2	77
2.5.4. Birleştirilmış Teknoloji Kabul ve Kullanım Kuramı.....	79

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLERİN BİLGİ TEKNOLOJİLERİNİ KULLANMA NEDENLERİNİ VE GİRİŞİMCİLİK ALGILARINI BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ	81
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	81
3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	82
3.3.1. Ölçeklerin Oluşturulması	84
3.3.2. Verilerin Toplanması	87
3.4. ARAŞTIRMANIN MODELİ.....	88
3.5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	90
3.6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	92
3.6.1. Temel İstatistikler	92
3.6.2. Korelasyon Matrisi	95
3.6.3. Algılanan Fayda ve Kullanım Kolaylığının Tutum Üzerindeki Etkisi....	96
3.6.4. Algılanan Fayda ve Tutumun Niyet Üzerine Etkisi	96
3.6.5. Niyetin Gerçekleşen Davranış Üzerine Etkisi.....	97
3.6.6. Girişimcilik Algılarının Bilgi Teknolojileri Kullanımına Yönelik Algılanan Faydaya Etkisi	98
3.6.7. Subjektif Normların Bilgi Teknolojileri Kullanımına Yönelik Tutumuna Etkisi.....	99
3.6.8. Subjektif Normların Bilgi Teknolojileri Kullanımına Yönelik Niyete Etkisi.....	100
3.7. GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİLİK ALGILARINA İLİŞKİN BULGULAR	101
3.8. ARAŞTIRMANIN KISITLARI.....	102
3.9. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZ SONUÇLARI.....	102
SONUÇ VE TARTIŞMA.....	104
KAYNAKÇA.....	109
EKLER.....	124
EK 1. ANKET	124

EK 2. ÖZGEÇMİŞ.....129



KISALTMALAR LİSTESİ

AF- Algılanan Fayda

AKK- Algılanan Kullanım Kolaylığı

ABD- Amerika Birleşik Devleti

APDK- Ayrıştırılmış Planlı Davranış Kuramı

BTKKK- Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Kuramı

CRM- Customer Relation Management

DGK- Durumsal Girişimci Kişilik

KOBİ- Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme

MEK- Mantıklı Eylem Kuramı

MKM- Mesleki Kişilik Modeli- MKM

MÖ- Milattan Önce

ODTÜ- Orta Doğu Teknik Üniversitesi

TKM- Teknoloji Kabul Modeli

PDK- Planlı Davranış Kuramı

SPSS- Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi

YYK- Yeniliklerin Yayılımı Kuramı

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. 1. Ekonomik Teoride Girişimci Rollerini.....	5
Tablo 1. 2. Girişimcilerin Ekonomideki Rollerini.....	9
Tablo 1. 3. Osmanlı Sanayinin Durumu	13
Tablo 2. 1. TKM'nin Kullanıldığı Bilgi Teknolojileri ve Referansları.....	66
Tablo 2. 2 Algılanan Faydanın Dış Değişkenleri	68
Tablo 2. 3 Kullanıma Yönelik Niyette Tutumun Etkisi.....	72
Tablo 2. 4. TKM'nin Kullanıldığı Çalışmalar.....	75
Tablo 3. 1 Ölçeklerin Geliştirilmesinde Kullanılan Değişkenleri İçeren Çalışmalar	86
Tablo 3. 2 Çalışma Hipotezleri.....	91
Tablo 3. 3 Katılımcıların Cinsiyet Dağılımları.....	92
Tablo 3. 4. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri Dağılımı.....	93
Tablo 3. 5 Girişimcilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Değerleri	93
Tablo 3. 6 Girişimcilerin Faaliyet Alanları	94
Tablo 3. 7 Değişkenlere dair Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyonlar	95
Tablo 3. 8 Algılanan Fayda ve Kullanım Kolaylığının Tutum Üzerine Etkisi	96
Tablo 3. 9 Algılanan Fayda ve Tutumun Niyet Üzerine Etkisi.....	97
Tablo 3. 10 Girişimcilerin Kullanıma Yönelik Niyetlerinin Gerçekleşen Davranışa Etkisi	98
Tablo 3. 11 Girişimcilik Algısının Bilgi Teknolojileri Kullanımına Yönelik Algılanan Faydaya Etkisi Analiz Sonucu	99
Tablo 3. 12 Girişimcilerin Sübjektif Normlarının Bilgi Teknolojileri Kullanımına Yönelik Tutuma Etkisi	100
Tablo 3. 13 Girişimcilerin sübjektif normlarının bilgi teknolojileri kullanımına yönelik niyete etkisi.....	101
Tablo 3. 14 Araştırmanın Hipotez Sonuçları.....	103

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Küreselleşme Süreci.....	19
Şekil 1.2 Girişimci Kişilik Tayfi	30
Şekil 1.3 Küçük Ve Orta Ölçekli Girişimcilikte Zamana Göre Nakit Akışı, Gelir Ve İşler	35
Şekil 1.4 İnovasyon GÜdümlü Girişimcilikte Zamana Göre Nakit Akışı, Gelir Ve İşler	35
Şekil 2. 1 Bilgi Hiyerarşisi.....	38
Şekil 2.2. KOBİ'lerde Bilgi Teknolojisi Kullanımının; Rekabet Gücü, Yenilikçilik, Girişimcilik ve Pazarlama Kapasitesiyle İlişkileri	49
Şekil 2. 3 Mantıklı Eylem Kuramı.....	57
Şekil 2. 4 .: Planlı Davranış Kuramı	59
Şekil 2. 5 : Ayrıştırılmış Planlı Davranış Kuramı.....	61
Şekil 2. 6 Yenilik- Karar Alma Süreci.....	63
Şekil 2. 7 Beş Tüketici Grubunun Normal Dağılım Eğrisi	63
Şekil 2. 8 Teknoloji Kabul Modeli	65
Şekil 2. 9 Teknoloji Kabul Modeli 2	78
Şekil 2. 10. BTKKK.....	79
Şekil 3. 1 Araştırma Modeli.....	89
Şekil 3. 2 Niyeti etkileyen Faktörler	89

ÖNSÖZ

Sanayi Toplumundan Bilgi Toplumuna geçişte büyük bir önemi olan bilginin elde edilmesi, yorumlanması, kategorize edilmesi, depolanması, paylaşılması ve analizi ile yeni bilgiler elde edilmesi işlemleri büyük önem kazanmıştır. Bu bağlamda teknolojinin gelişimi ile birlikte bilgi teknolojilerindeki ivmenin artması da süreç içinde iş dünyasına büyük avantajlar sağlamıştır. İş dünyasının ayrılmaz parçası girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanarak sağladıkları kazanımlar onlar açısından yeni fırsatlara kapı aralamaktadır. Birçok uzman tarafından yenilikçi olarak tanınan girişimcilerin, günümüz şartlarında bilgi teknolojilerini kullanmadan hedeflerine ulaşamayacakları genel olarak kabul görmektedir.

Bu araştırma, girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanma nedenlerini Teknoloji Kabul Modeli ve Planlı Davranış Kuramı aracılığıyla belirlemeye odaklanmaktadır. Manisa'da faaliyet gösteren 188 girişimcinin katılımı ile elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmekte ve bulgular paylaşılmaktadır.

Bu çalışma boyunca çeşitli aşamalarda kıymetli bilgilerini benden esirgemeyen, yardım ve desteklerinden dolayı danışmanım Doç. Dr. Zehra Nuray NİŞANCI'ya; hayatımın her aşamasında olduğu gibi bu çalışmam süresince de maddi ve manevi olarak sonsuz desteğini ve ilgisini esirgemeyen, sabır ve anlayış gösteren aileme ve son olarak değerli dostum İrem ERTEN'e teşekkürü bir borç bilirim.

M. MURAT ÇAKAR

ŞUBAT 2018, İZMİR

GİRİŞ

Sanayi Toplumundan Bilgi Toplumuna geçişte büyük etkisi olan bilgi teknolojileri artık iş hayatının zorunlu yapı taşlarından biri haline gelmiştir. Bilgi teknolojilerindeki değişimin ivmesi arttıkça iş dünyasının çehresi ve işleyişi değişmiştir. Rekabet gücü dağılımını önemli bir şekilde etkileyen bilgi teknolojilerinin kullanımı bu sebeple büyük önem arz etmektedir. Yapılan araştırmalar bilgi teknolojisinin işyerlerine dahil edilmesinin her zaman beklenen olumlu sonuçları getirmeyebileceğini söyler (Brynjolfsson, 1993:67). Teknoloji kullanıcısı bu yeni olguyu benimsemez ve kullanmaz ise işyerinde yeniliğe yatırımın hiçbir getirisi olmayacaktır. Bu bağlamda, yeni teknolojiler işyerleri ile buluşturulmadan önce teknoloji kullanıcılarının bilgi teknolojilerine karşı niyetleri araştırılmalıdır. Kısacası, bilgi teknolojilerinin üretim paradoksu yaratması araştırmacıları bireylerin yeni teknolojiyi kullanım sebeplerini araştırmaya motive etmiştir. Yapılan araştırmalar, teknoloji yatırımlarının bu kriterler göz önünde bulundurularak, bir diğer deyişle kullanıcı bakış açısı dikkate alınarak yapılmasının istenilen olumlu sonuçları doğuracağını göstermiştir (Stratopoulos& Dehning, 2000: 103-117; Anderson, Banker & Ravindran, 2003; 91-94).

Bilgi teknolojilerini kullanımda ise her kullanıcı tipi aynı kullanıma yönelik niyeti oluşturmaz. Girişimciler birçok yönden toplumdaki bireylerden farklılık göstermektedir. Girişimcilerin, psikolojik, sosyal ve ekonomik açıdan toplumda ayırt edilebilen kişiler olduğu ifade edilmektedir (Lowe ve Marriott (2006:56). Önemli ekonomistler Schumpeter(1911), Smith(1776) ve Drucker(1992) girişimcileri toplumda ekonomiye yön veren, yenilikçi/yaratıcı bireyler olarak değerlendirmişlerdir. Buradan hareketle, girişimcilerin günümüz dünyasının olmazlarından bilgi teknolojilerini kullanmaya yönelik davranışlarının nedenlerini ortaya koymanın, literatüre katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Bu araştırmanın örneklemini Manisa'da faaliyet gösteren girişimciler oluşturmaktadır. Girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanmaya yönelik davranışlarını açıklamada ise, Teknoloji Kabul Modeli (Davis, 1989; Venkatesh ve Davis, 2000)'nden yararlanılmaktadır.

Araştırma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, "Girişimcilik ile ilgili Kavramsal ereve", İkinci bölümde, "Bilgi Teknolojileri ve Teknoloji Kabul Modelleri" ele alınmaktadır. Üçüncü bölüm, girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanma nedenlerini ve girişimcilik algılarını belirlemeye yönelik gerçekleştirilen anket sonuçlarının bulgularını içermektedir.



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. GİRİŞİMCİ

Fransızca kökenli olan entrepreneurship kelimesi entre ve prendre kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Entre başlamak anlamına gelirken prendre ise almak anlamına gelmektedir. Bu kelimelerin birleşimine istinaden girişimcilik teşebbüs etmek ve yeniye başlamak anlamında kullanılır. Girişimcilik birçok uzman tarafından tanımlanmaya çalışılan bir fenomendir. Lumpkin ve Dess (1996: 136) girişimciliği basitçe yeni bir başlangıç, Cole (1946:3) kâr ve kamuya hizmet amaçlı başlatılan ve devam ettirilen bir faaliyet, Wiklund (2006:141) eldeki ve yeni kaynaklardan faydalanarak piyasada etki yaratacak şekilde fırsatları kovalamak, Hisrisch ve Peters (1984:322) ise girişimciliği; ekonomik, psikolojik ve sosyal riskleri göz önünde bulundurup gerekli zaman ve eforu harcadıktan sonra ortaya maddi ya da manevi değer biçilebilecek ürün çıkarılması olarak tanımlamışlardır. Görüldüğü üzere girişimcilik üzerine detaylarında farklı ama temelde esas tanımlar mevcuttur. Genel olarak girişimcilik risk alarak kaynaklardan ekonomik amaçlı yeni organizasyonlar yaratmaktır (Dollinger, 2008:6). Buna ek olarak Schumpeter (1911) ise girişimciyi yenilikçi olarak nitelemektedir.

Bussiness Week ekonomi dergisi Eren Bali'yi Amerika'nın en parlak 25 şirketinden birini kuran girişimci olarak medyada tanıtmıştır. Eren Bali, Malatya'da doğmuş ve lise öğrenimine kadar sadece tek dersliği bulunan okullarda zor koşullarda eğitim görmüştür. Üniversiteyi Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) 'nde okuduktan sonra Amerika'da Udemy isimli online eğitim portalını kurarak ülkenin en başarılı girişimcilerinden biri olmuştur. Udemy'nin kayıtlı öğrenci sayısı 500.000'e ulaşırken her hafta en az 5 ders Udemy sitesindeki online dersler listesine eklenmeye devam ediyor. 2012'de Eren Bali'nin girişimi 12 milyon dolar değerinde yatırım alarak büyümeğe devam ediyor. Udemy özellikle Türkiye için takdire değer bir girişimcilik örneğidir. Dünyada sayıları gittikçe büyüyen girişimci kitlesi girişimcilere dair araştırmaları da beraberinde getirmiştir.

Girişimci ve girişimciliğe yönelik teorilerin temelleri genellikle ekonomik alanla ilişkilidir. Bu teorilerden birinin sahibi Cantillon (Hebert ve Link, 2006: 590) ‘‘Fizyokrat’’ olarak bilinen bir Fransız düşünce okulu kapsamında girişimcilerin ekonomik gelişmede anahtar rolü oynadıklarını belirtmiş ve bu rolü sermayedar olmak ile ilişkilendirmiştir. Girişimcilerin kapitalist sistemde önemli bir grup olarak yer aldıklarını, diğer iki grubun ise arazi sahipleri ile çalışanlardan oluştuğunu ifade etmiştir (Lowe ve Marriott, 2006:5). Fakat gelişen pazar şartları ile birlikte günümüzde girişimciden sermayedar olarak bahsetmek güçtür. Çünkü her zaman sermayeye sahip olan kişi ile girişimi gerçekleştirmeye çalışan kişi aynı kişiler olmayabilir.

İktisat tarihinde önemli bir yere sahip olan Joseph A. Schumpeter, kapitalist toplumların gelişmesinin girişimcilerin varlığının bir sonucu olduğunu ifade eder. Girişimci olmak, belirgin biçimde sınırları çizilmiş bir meslek olarak tanımlanamamakta, girişimci tanımındaki temel unsurlar ise, ‘‘yüklenilen veya yerine getirilen işlevleri’’ kapsamaktadır. 18. Yüzyılın başında ilk defa duyulmaya başlayan ‘‘girişimci’’ kavramı, Fransız ekonomist Richard Cantillon tarafından ‘‘bedeli belirlenmemiş üretim girdilerini ve hizmetlerini mevcut günden satın alan ve üreten kişi’’ olarak tanımlanmıştır (etin,1996:29). Cantillon, girişimci kişiyi kaynakların dağılımı ile alakalı daimi bir karar verme hali içerisinde olan ve bir ürünü almak için belirli bir miktar maliyet ücretini karşılayıp onun üzerine daha belli olmayan bir satış ücretine karar veren ve satan kişi olarak değerlendirmektedir. Cantillon’a göre bu belirsizlik girişimin riskidir ve girişimci de bu riski üstlenen kişidir. Birçok düşünürün aksine Cantillon girişimciler ile yenilikçiler arasındaki ayırımı çok sert şekilde yapmıştır ve onların aynı kişiler olamayacaklarını söylemiştir (Hebert ve Link, 1989: 40,41). Girişimciler; halk arasında patron, yönetici, kendi işini kurmayı başarmış, yeni fikirleri hayata geermeye istekli ve risk alabilen kişiler olarak da tanımlanmaktadırlar. Bu tanımlarda ortak unsurlar; çevredeki fırsatları algılayıp iş fikrine dönüştürebilme yeteneği ve risk alabilmedir. Günümüzün modern girişimcisinden, yenilikleri takip etmesi ve yenilikçi fikirlerini uluslararası pazarda alıcı bulabilecek ticari ürünlere dönüştürebilmesi beklenmektedir (Titiz, 1996: 3).

Avrupa Birliği 2008 Yılı Komisyon Raporu’na (EU Commission Report 2008:10) göre; fikirlerin harekete dönüşmesinde bireylerin yetenekleri rol oynamakta

ve bu bağlamda girişimcilik; yenilikçiliği, risk almayı ve planlanan hedeflere ulaşmak için geçen evreleri kapsamaktadır. Bireyin yeteneğini ifade eden bir kavram olan girişimcilik; yaratıcılık, yenilik ve risk almanın yanı sıra hedeflere ulaşmak için hedeflere ulaşmayı sağlayacak planlama, organize etme, uygulama ve yönetim yeteneklerini de içermektedir.

Girişimci psikolojik, sosyolojik ve ekonomik alanlarda işlevleri dolayısıyla farklı şekilde ele alınmıştır. Girişimcilik genellikle belirsiz koşullarda ekonomik fırsatları kovalamak olarak tanımlanmaktadır (Austin ve diğ., 2006: 4). Ekonomik yaklaşıma göre insanlar arasındaki değer farkları, yetenekler, istek ve motivasyon önemsizdir (Loasby, 2007:1082). Örneğin ekonomik yaklaşıma göre finansal fırsatlar ve imkânlar eşit ise devlet politikalarının da benzerliğinde farklı kişilik özelliklerine sahip olan iki kişi aynı girişimcilik başarısını elde edebilir. Tablo 1.1’de görüldüğü üzere ekonomik teorinin girişimciye verdiği atıflar finansal bazlıdır.

Tablo 1. 1. Ekonomik Teoride Girişimci Roller

Tarih	Ekonomist	Girişimcinin Rolü
1755	R. Cantillon	Spekülatör
1800	J.B. Say	Koordinatör
1890	A. Marshall	Koordinatör, yenilikçi, arbitrajcı
1907	F.B. Hawley	Üretim sahibi
1911	J.A. Schumpeter	Yenilikçi
1921	F. Knight	Belirsiz durumlarda sorumlu karar verici
1925	F. Edgeworth	Koordinatör
1925	M. Dobb	Yenilikçi
1927	C. Tuttle	Belirsiz durumlarda sorumluluk sahibi
1973	J. Kirzner	Arbitrajcı ve fırsatlardan istifade edebilme atikliği
1982	M. Casson	Belirsizlik altında yetersiz kaynakların koordinasyonu
1993	W. Baumol	Yenilikçi ve Yönetici mevcut teşvik yapısından etkilenen

Kaynak : Aidis, 2003:3

Psikolojik yaklaşım ise girişimci özelliklerini kişilik özellikleri ile eşleştirmiştir. Bu bağlamda girişimcilerin zor durumlarda aldıkları kararlar ve endüstri bazlı aldıkları riskler kişilik özelliklerine bakılarak tahmin edilebilmektedir (Llewellyn ve Wilson, 2003: 342). Nga ve Shamuganathan (2010: 261,275) yaptıkları araştırmada girişimcilerin kişilik özelliklerinin girişim niyetlerindeki işlevlerini incelemişler ve deneyime açıklık, dışa dönüklük, uyumluluk gibi kişilik özelliklerinin yenilikçilik, sosyal, vizyon, sosyal ilişki ağı ve finansal geri dönüşler gibi unsurlarla arasında olumlu ilişki olduğunu bulmuşlardır.

Gerek psikolojik, gerekse sosyal, ekonomik ve inovatif açıdan girişimciler toplumda farklı bir sınıf olarak tanımlanabilmektedir (Murphy, 1986:24-55; Stevenson ve Jarillo, 2007:18). Literatürde girişimcilerin toplumda farklı kişilik özellikleri sergileyerek ayırt edilebileceklerine dair çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Bu araştırmalar girişimcileri; başarıya düşkün (Decarlo ve Lyons, 1979:369 ; Hornaday ve Aboud, 1971:150), özgürlüklerine düşkün ve etkin liderlik özelliklerine sahip (DEcarlo ve Lyons,1979:371 ; Hornaday ve Aboud, 1971:150), güdüsel kontrollü (Miller, 1983:788; Hornaday ve Aboud, 1971:150), bilgi işlem kapasite yüksekliği (McGaffey ve Christy, 1975:860), risk tercih eden (Gartner,1988:12), yüksek enerji düzeyli (Sexton ve Bowman, 1990:34), yenilikçi(Sexton ve Bowman, 1983:230) olarak ele almaktadır. Bu bilgilere göre bu kişilik özelliklerini sergileyen insanların girişimci olarak daha başarılı olabilecekleri varsayımı yapılabilir.

1.2. GİRİŞİM

Girişim ve girişimci kelimeleri gazete, televizyon ve sosyal medya gibi iletişim araçlarının hemen hemen hepsinde sıklıkla karşımıza çıkan iki kelime olup çağımızın önem arz eden çalışma alanlarından biri haline gelmiştir. Bu iki kelime tanımı hakkında ise çok az kişinin bilgisi vardır. Akademik literatür bize bu konuda yardımcı olmaktadır. Örneğin; Lowe ve Marriott (2006: xvi) tarafından girişim, sabit bir noktada kalmama sanatı olarak betimlenmiştir. Bu noktada kişi ya da kuruluş farketmeksizin sektöre ait pazarın akışına kendini bırakmak ya da risk alıp bir girişimde bulunmak önemli bir seçimdir. Günümüzün rekabetçi ortamında girişimde bulunana organizasyonlar kendilerini var etmek, gelişmek ve hayatta kalmak için

yenilikçi bir yaklaşımına sahip olup, yenilik üretmeleri gerekmektedir. Peter Drucker (1992: 28) girişimleri yeni kurulan işler olarak basitçe vurgularken ayrıca girişimleri ekonominin itici gücü olarak da göstermektedir.

Girişimin kelime olarak tanımına bakıldığında ise şu tanımlar sıralanmaktadır (“enterprise”,1989):

1. Bir proje veya taahhüt, özellikle cesur veya karmaşık olan
2. Yenilikçilik ve beceriklilik
3. Girişimci ekonomik faaliyet.

Bu sözlük tanımlarına göre girişimin iki ana kullanımı ve anlamı olduğu çıkarılabilir. Birincisi ve en genel kullanımı olan girişimin, “iş” anlamında kullanılmasıdır. İkincisi ise bilgi endeksli pazarda değerini gün geçtikçe daha çok kazanan; risk alarak ve seçim yapılarak başlanılan bir proje olarak betimlenebilir.

1.3. GİRİŞİMCİLİK

Peter Drucker (2012:50) “The Frontiers of Management” adlı kitabında girişimciliğin önemini vurgulamak amacıyla şu sözleri söylemiştir:

“ABD nüfusu 1965-1985 döneminde 129 milyondan 180 milyona çıktı. Çalışan insan sayısı ise 71 milyondan 106 milyona yükseldi. Bu 20 yıl içinde yaratılan 35 milyonluk istihdamın 24 milyonu sadece 1974-1984 yılları arasında yaratılan yeni işlerdir. Bu istihdam artışının ardındaki itici güç ise girişimciliktir. Bu girişimci ekonomi 1993-1996 yılları arasında ABD’de 8 milyon yeni istihdam daha yarattı. Yaratılan istihdamın yüzde 77’sini yeni firmaların sadece yüzde 5’i gibi bir bölümü oluşturuyor.”

Girişimciliğin önemini vurgulayan bu düşüncülere Charles Handy gibi birçok önemli ekonomi yazarı da katılmaktadır. Ekonomik gelişme adına önemli bir konu olan girişimcilik günümüzde araştırmacıların dikkatini daha çok çekmeye başlamıştır ve psikolojik, sosyolojik, bölgesel, antropolojik gibi bir çok perspektiften de araştırılmaya başlanmıştır (Özkul,2008: 66). Ekonomik açıdan, Klasik İktisat okulu yaklaşımı; Adam Smith’in 1776 yılında yayınladığı “Ulusların Zenginliği” kitabında girişimciler ile kapitalistleri eşdeğer olarak ele almıştır (Tosunoğlu, 2003:30,31) çünkü kapitalistler ekonomik gelişmenin ve refah dağılımının yapı taşlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda girişimci üretimi kontrol etmeleri ve düzenlemeleri ve dahası yatırım yapmaları itibari ile ekonomik sistemde önem arz etmektedir. Yine aynı yaklaşım üzerinden Jean Baptiste Say (Drucker, 1995: 19)

giriřimcilięi kaynak verimlilięi dűşűk olan bir alanın yűksek verimlilik alanına çevrilmesi olarak belirtmektedir.

Cantillon'un giriřimcilik yaklařımını daha sonra ele alıp geliřtiren Amerikalı iktisatçı Frank Knight (1885-1972), giriřimcilięin içerisinde bulunan risk kavramını daha ileriye gűtűrműřtűr. Knight'a gűre giriřimcilik; ileride karřılařılacak durumlar ve űartlar hakkında yeterli bilgi olmaksızın neyin nasıl yapılacaęına karar vermektir (Nijkamp, 2003: 398). Bu belirsizlik kavramı Knight'ın giriřimcilik yaklařımının ana unsurudur. O'na gűre belirsizlik kavramı çevresinde giriřimcilik çok basamaklı bir sűretir. Őzkul (2008: 90) Knight'ın bu basamaklarını űu űekilde ifade etmiřtir:

- Tatmin etmeye çalıştığı gelecek talebi tahmin etmek,
- Tatmin etmeye çalıştığı bu talebe yűnelik eylemlerinin gelecek sonuçlarını tahmin etmek,
- Eylemlerinin bařarı oranlarını ve tahminlerinin doęruluęunu deęerlendirmek (Psikolojik bir sűretir),
- Bařarı ihtimali en yűksek olarak gűrűlen planı seçmek.

Sonuç olarak, Knight'a gűre giriřimcilik toplumun ekonomik ve sosyal açıdan geliřmesini saęlayan bir belirsizlik sűrecidir.

Literatűrde hala giriřimcilięin net ve ortak bir tanımı yapılmasa da giriřimcilik bir çok disiplin tarafından incelenmiřtir ve açıklanmaya çalıřılmıřtır. Giriřimcilik sűrecinde bireylerin ya da organizasyonların fırsatları kovalama, risk alma ve belirsizlięi tahmin etme gibi ortak noktaları giriřimcilięi literatűrde űnemli kılmaktadır.

Tablo 1. 2. Girişimcilerin Ekonomideki Rollerini

R. Cantillon (1725)	Girişimciler serbest çalışan olarak tanımlanmaktadır. Serbest çalışanlar ilave belirsizlikler ile uğraşmaktadır. Girişimciler faaliyetlerini piyasa talebini karşılayacak şekilde yürütmektedirler.
J. B. Say (1803)	Girişimciler yüksek getiriler ile iktisadi kaynakları düşük verimlilik alanlarından yüksek alanlara kaydırmaktadırlar. Girişimcilik birçok engeli ve belirsizliği ifade etmektedir.
A. Marshall (1890)	Girişimciler ve idareciler farklı kişilerdir. Ancak girişimciler ve idarecilerin birbirlerini tamamlayıcı özellikleri vardır.
J. Schumpeter (1911)	Girişimcilik ekonomiyi statik denge durumunun ötesine yani girişimcilerin birleştirici yeteneklerinin ön plana çıktığı ekonomi durumuna taşıyan temel araçtır. Birleştirici yetenekler; yeni bir ürün, yeni bir yöntem/süreç, yeni bir piyasa, yeni bir arz kaynağı ya da firma/üretimi organize etmenin yeni bir yolu ile sonuçlanmaktadır. Girişimcilerin rolü belirgin bir şekilde mucitlerin rolünden ayrılmaktadır.
F. Knight (1921)	Girişimciler doğrudan iktisadi faaliyet ile uğraşan sosyal bir sınıfı temsil etmektedir. Belirsizlik girişimciliğin temel yönüdür.
E. Penrose (1950)	Girişimcilik ve idarecilik yetenekleri birbirinden ayrılmalıdır. Girişimciliğin temel yönü, küçük firmalar için fırsatların belirlenmesi ve kullanılmasıdır.
H. Liebenstein (1968)	Girişimci faaliyet organizasyonel etkisizlikleri azaltmakta ve organizasyonel bozulmaları (entropy) tersine çevirmektedir. Girişimcinin iki türü vardır: girdileri etkin bir şekilde üretim sürecine dâhil eden Yönetici Girişimciler ve yeni ürünler ya da süreçler geliştirerek piyasada gözlemediği eksiklikleri gideren Schumpeteriyen Girişimciler.
I. Kirzner (1973, 1997)	Girişimciler kârlı arbitraj olanaklarını keşfeder ve girişimcilik faaliyeti dengeye doğru hareket eder.
M. Casson (1982)	Girişimciler kıt kaynakların koordinasyonu konusunda önemli kararlar vermede uzmanlaşmaktadır.
W. Gartner (1985), H. Aldrich ve C. Zimmer (1986) W. Baumol (1990)	Girişimcilik bireylerin faaliyetlerinin (burada bireyler organizasyonel ve bölgesel çevreleri ile yaşadıkları ve çalıştıkları ortamdan etkilenmektedirler) sonucudur. Girişimcilik faaliyeti radikal inovasyon ve büyüme için oldukça önemlidir. Kurumlar girişimcilik faaliyetinin üretken (inovasyon) ve üretken olmayan faaliyetler (rant kollama, organize suç) arasında tahsisine karar verir.
R. Holcombe (1998)	Girişimciler daha etkin ve inovatif üretim teknikleriyle iktisadi büyüme için elzem olan daha üretken bir ekonomiyi teşvik eder.
OECD (1998)	İktisadi büyümenin merkezinde yer alan girişimciler yeni iş fırsatlarının yakalanması noktasında kaynakları yönetme kabiliyetini temsil etmektedir.
S. Wenekers ve R. Thurik (1999)	Girişimciler birden çok görevi yerine getirme yeteneğine sahiptir. Girişimciler yeni fırsatları algılar ve yeni fırsatlar oluştururlar, belirsizlik altında hareket ederler ve piyasaya ürünler sunarlar, kaynakların lokasyonunu belirlerler, biçimlendirir ve kullanırlar ve son olarak işlerini yönetirler ve pazar payını paylaşan diğer girişimciler ile rekabet ederler.
H. Aldrich ve M. Martinez (2001)	Girişimcilik faaliyetleri taklit içerse bile inovasyon ile aynı değildir. Girişimcilik faaliyetlerinde inovasyon ve yeniden üretim arasındaki ayırım desteklenmektedir.

Kaynak: Braunerhjelm, 2010: 9-10

1.4. GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Girişimcilik, fırsatları tüketici talebine çevirmek için kaynakları kullanmak ve risk almaktır. Bu tanımdan yola çıkarak girişimciliğin insanlık tarihi kadar eski olduğu söylenebilir (Demirez,2005:1). İnsanlık tarihinde, girişimciliğin ilk amacı hayatta kalmayı sağlamak iken zamanla kar elde etmek ve bu karı attırarak piyasada yer edinmek olmuştur. Demirez (2005: 3) ayrıca ilk insanların hayatta kalmak için bu teşebbüslerinin güncel girişimcilik tanımı ile ortak noktalarına dikkat çekmektedir: bunlar risk almak, yenilik yapmak ve verimli kaynak kullanımı.

Tarım devrimi ile birlikte insanoğlu tükettiğinden fazlasını üretmeye başlamıştır (Harari ve Perkins,2014). Üretim fazlası ürünler daha sonrası için depolanır ya da diğer gerekli ihtiyaçlar ile başka üreticiler ile takas edilmiştir. Takas ile birlikte alışveriş kavramı ve ticari girişimciliğin şekillenmesi oluşmuştur (Durukan,2006:26). Bu dönemden kısa bir süre sonra maden devrinin başlamasıyla insanların üretim yapacakları ve bu üretimi paylaşacakları özel alanlar yani iş yerleri kurulmaya başlamıştır. Girişimcilik ile beraber gerçekleşen bu gelişmeler bütün dünyada aynı anda olmuyordu. Dolayısıyla şehir devletlerinin de kurulmaya başlanıp şehirler arası etkileşimlerle girişimcilik de aynı ticaret gibi şehirlerarası hale geldi (Durukan:2006,27).

1.4.1. Dünyada Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Çakmak (2003:61), dünyada girişimciliğin tarihsel gelişimini iki döneme ayırmaktadır. Milat olarak Sanayi Devrimi seçilirse; Sanayi Devrimi'nden önce tüccar-ı seffar ve sanayi döneminden sonra tüccar-ı mütemekkin olarak iki devir oluşmaktadır. Tüccar-ı seffarlar yani gezgin tüccarlar sermaye birikimine katkı sağlamak amaçlı faaliyetlerde bulunurken tüccar-ı mütemekkin yani yerleşik tüccarlar sermaye birikimini yatırıma dönüştürme amaçlı faaliyetlerde bulunurlardı (Çakmak,2003:61).

Girişimcilik kavramı iktisat literatürüne geç dahil edilmiş olsa dahi dünyada örnekleri oldukça eskidir. Örneğin kervanlar ile yapılan ticaret, en eski ticari girişim örneklerinden biridir (Çakmak,2003:62). Sanayi Devrimi ile birlikte ticari girişimlerin yerini sanayi girişimler almıştır (Mehmed Cavid, 2001:77). Girişimciliğin ilk örneklerinden biri olan kervanlarla yapılan şehirler arası ticarettir. Bu bilgidен yola çıkarak tüccar-ı seffar döneminde girişimcinin adı “tüccar”dır (Çakmak,2003:4). İlk zamanlarda insan ihtiyaçlarını karşılamak için mal karşılığı mal yani takas ile ticaret yapan bu girişimciler 7. yy'dan sonra mal - para ilişkisini kullanmışlardır.

Orta Çağ'da Batı, girişimcilik gelişimine büyük katkı sağlayan “özel mülkiyet” kavramı ile tanışmıştır. Bu dönemde kilisenin himayesinde olan ortak mülkiyetler toplumun en küçük birimi olan ailelere özel mülkiyet olarak tahsis edilmeye başlamış ve bu yenilik ailelerin bu mülkiyetleri koruyup geliştirerek

piyasaya açmasına olanak sağlamıştır (Tezel,1994:11). Gelişime dair olanaklar ile birlikte Batı'da kilisenin mülkler üzerindeki otoritesi ticareti baltalayacak kadar etkiliyordu. Kilisenin “âdil fiyat” politikası ve faizleri günah olarak yasaklaması rekabetçi piyasayı ve tüccarların fazla gelir elde etmesini engelliyordu (Rosenberg ve Birdzell, 1992: 55; Yalçın, 1991: 105). Batıdaki ülkelerin, refah adına ülke içindeki sermaye birikimlerini arttırmaları gerekiyordu. Girişimciler risk alarak yeni pazarlara seferler düzenliyor ve ülkeler arası ticaret yapıyorlardı. Doğu'da kervanlar ile yapılan bu girişimcilik örneği Batı'da deniz aşırı taşımacılık ile göstermiştir. Orta Çağ'ın sonuyla başlayan dönemde girişimcilik ile ülkelerde refah seviyesi artmış, şehirleşme yapıları sağlamlaşmış, diğer zamanlara göre nüfus çok daha hızlı bir şekilde artmıştır (Çakmak, 2003: 67). Çakmak(2003) nüfus artışı ile ülkeler arası ticaret artışı ilişkisini göstermek adına Orta Çağ başlarında 300 milyon olan dünya nüfusunun sanayi devrimine kadar 1 milyara yaklaştığının altını çizmektedir.

Orta Çağ sonlarına kadar ticari kapitalizm hakimiyet sürse de (Çakmak, 2003:72) bu devrin sonlarında nüfus artışı ile birlikte endüstri faaliyetleri de görülmektedir. Örneğin girişimciler tarım aletleri ve tekstil alanında üretim tezgâhları kurmuşlar ve bu tezgâhlarda işçiler çalıştırmaya başlamışlardır. Üretim sürecinin gelişmesi ve yeni madenlerden faydalanmak için ise İngiliz girişimcilerin Sanayi Devrimini gerçekleştirmesi gerekmektedir. İngiltere'de başlayan Sanayi devrimi ile birlikte dünya “liberal dünya ekonomisi” ile tanışmaya başladı (Hobsbawm, 1998: 21). Bu dönemde özel mülkiyet alanının kilise himayesinden bir nebze de olsa kurtulup mübadele amaçlı genişletilmesi girişimciliğin artmasına neden olmuştur, Çakmak bu gelişmeler ile oluşan değişimleri şu şekilde özetlemiştir:

“Bu değişikliklerle birlikte, Orta Çağ dönemindeki mercantilist iktisat politikasından uzaklaşmış ve “ülke insanı için her şeyi üretebilmek değil, tüm dünya için en iyi üretebildiğini üretmek” ve “pahalya ürettiğini ucuza üreten satın almak” anlayışı yaygınlaşmaya başlamıştır. Kısacası, bir iş bölümü ve serbest mübadale dönemine girilmiştir” (Çakmak, 2003, 74).

Sanayi alanındaki ivedi gelişmeler ile birlikte burjuva sınıfı ortaya çıkmıştır. Rosenberg ve Birdzell'in (1992: 55) belirttiğine göre burjuva sınıfı çoğunlukla girişimcilerden oluşmaktaydı ve bu yeni oluşan sınıf toplumsal sorunlara gebe idi.

İşveren ve işçi arasındaki gerilim proleteryanın ayaklanması ile zirveye çıktı ve nihayetinde İngiltere dünya ekonomisindeki gücünü Amerika Birleşik Devletleri'ne kaptırdı (Langlois ve diğerleri, 2000: 30). Bu dönemde İngiltere'den ABD'ye yoğun bir göç yaşanmış ve bu göçmenler 20. yy'da dünyada en büyük ekonomik güç olacak ABD'nin güçlenmesine yardım etmişlerdir. Görülmektedir ki girişimcilik ülkelerin tarihi seyrini, ekonomisini ve toplum yapısını değiştirmiş ve değiştirmektedir. Daha önce makine, ham madde ve insan kaynağı ile yapılan girişimcilik güç elde etmek için gerekli iken değişen toplum düzeni ve bilgi çağı ile bilgi üzerine girişimcilik olarak evrilmiştir.

1.4.2. Türkiye'de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Türklerin ilk yaşama biçimi olan göçebe yaşam, Orta Asya'dan Anadolu'ya yerleşmeleri ile yerini yerleşik yaşam biçimine bıraktı. Tüm dünyada olduğu gibi yerleşik yaşam tarzı topluluklarda girişimcilik faaliyetlerinin artması için en önemli teşvik ve nedenlerden biridir. Sanatkârlık, zanaatkârlık ve ticaretin yoğunlaşması ile birlikte özellikle Selçuklu Dönemi'nde esnaf ve sanatkârların faaliyetlerini iyileştirmek ve yeni girişimlere teşvik etmek amaçlı loncaların kurulduğu görülmektedir (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 64-65). Ercan ve Gökdeniz, Osmanlı Devleti döneminde ise lonca sisteminin ahilik teşkilatı olarak devam ettirilmesi Türklerin sağlıklı ticari ilişkiler kurma isteğini ve girişimciliğe verdiği önemi göstermektedir. Lonca sisteminin iki temel unsur üzerine kurulu olduğunu ve bu sistemin Selçuklularda girişimciliğe büyük destek verdiğini belirtmektedirler. Bu unsurlar sırası ile ticari ahlak, ürünün ve müşteri ilişkilerinin kalitesi olarak belirtilmiştir. Bu çerçevede Selçuklular Döneminde girişimciler gerek maddi destek gerekse eğitim olarak devlet tarafından daimî desteklenmiştir. Öyle ki Selçuklular girişimcileri (çoğunlukla tüccarlar) korumak amacıyla sigorta sistemi kurmuştur (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 65).

Osmanlı Dönemi'nde Selçuklulardan gelen ticari gelenekler ve öğretiler İslam kültürü ile sağlamlaştırılmıştır. Bunlara en güzel örnek daha önce de bahsedildiği gibi Ahi Teşkilatı'nın kurulmasıdır. Ahi Teşkilatının çalışma prensibi, her mesleğin en saygıdeğer ve en dürüst olan yaşlısını mesleğin lideri olarak tahsis etmeye dayanır (Kuvan, 2007; 132). Osmanlı'nın toprakları genişledikçe Müslüman

olmayan çalışan sayısı artmış fakat Ahi teşkilatının sağlamlığı bu durumun ülke içinde bir sorun olmasını engellemiştir. Osmanlı ve Selçuklu Devletlerinin ticari ahlakı sağlamlaştırmak için yaptığı yatırımlar her ne kadar Türk girişimcilik tarihinde iz bıraksa da sermayenin sanayi yatırımlarından daha çok sosyal yatırımlara yönlendirilmesi Türklerin hızla gelişen batı girişimciliği karşısında geri kalmasına sebep olmuştur (Kuvan, 2007: 133). Kuvan (2007:133) Türk girişimciliğinin gelişmesini tam anlamıyla gerçekleşmeyen sanayileşme hareketine bağlamaktadır. Tablo 1.3.' de Osmanlı İmparatorluğu'nun sanayi durumu belirtilmektedir. Osmanlı İmparatorluğu'nun sermaye sıkıntısı çekmediğini de göz önünde bulundurarak Tablo 1.3. incelendiğinde yatırımların girişimciliği geliştirmek amaçlı yapılmadığı görülmektedir.

Tablo 1. 3. Osmanlı Sanayinin Durumu

SANAYİ DALI	KURULUŞ SAYISI	ÇALIŞAN İŞÇİ SAYISI (10000 kişi)
Gıda Sanayi	239	8.1
Toprak Sanayi	32	1.0
Debagat (Dericilik)	21	2.0
Tahta Sanayi	29	1.0
Tekstil Sanayi	131	9.2
Matbaacılık, Kırtasiye	61	1.5
Kimya Sanayi	18	2
Madeni Eşya Sanayi	34	1.5
Deniz Tezgâhları, Demiryolu Atölyeleri	17	6.8
Suriye'de en az 10 işçi çalıştıran kuruluşlar	250	9.0
TOPLAM	835	40.3

Kaynak: Kongar, 1985: 26

İmparatorluğun özellikle son dönemlerinde azınlıklar dışarıda bağlantılar kurarak Türk sanayicilerin önüne geçmişlerdir (Kuvan, 2007: 134) Nihayetinde tamamıyla azınlıkların kontrolüne giren Osmanlı sanayisi ve girişimcilik faaliyetleri

1913 yılında “Teşviki Sanayi Muvakkatı¹” ile düzeltilmeye çalışılsa da dışa bağımlı sanayi sorunu aşılammıştır.

Sanayileşmeyi teşvik etme çabaları Cumhuriyet’in ilanından sonra da devam etmektedir. Cumhuriyet’in ilanından kısa bir süre önce toplanan 1. İktisat Kongresi’nde Türk girişimciliği pekiştirecek ve engel sorunları çözecek kararlar alındı. Özel teşebbüsler tarafından kurulan fabrikalar ve bankalar Teşviki Sanayi Kanunu (1927)’nun da sağladığı imkanlarla desteklendi (Kuvan, 2007: 136). 1950 ile 1960 yılları arasında ivme kazanan girişimcilik faaliyetleri daha sonra 1960-1980 yılları arasında yaşanan toplumsal ve siyasal sorunlar yüzünden duraksamıştır (Müftüoğlu, 2003: 434). Girişimciliğin millileştirilme çabalarının en güçlü ve sağlam olarak başladığı dönem ise Müftüoğlu(2003) tarafından 1970 olarak belirtilmiştir.

1.5. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

Kelime olarak Latince “intare” kökünden gelen girişimci kavramı, İngilizce ’de enter(giriş) ve pre (ilk) kelime köklerinin bir arada kullanılmasıyla “ilk girişen” “entrepreneur” anlamına gelmektedir (Korkmaz,2000;163). Girişimciliğin önemi, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçerken artmış ve öncelikle kişilerin fiziki gücünün ekonomik süreçler içindeki yerinin azalmaya başlamış, bilgi üretmenin ve beşerî sermayenin ekonomik değeri artmıştır.

Dünya Girişimcilik Platformu’nun (Reynolds ve diğerleri, 2001: 12) 29 ülke üzerinde yaptığı araştırmaya göre bir ülkedeki girişimcilik faaliyetleri sayısı ile ekonomik büyüme arasında pozitif korelasyon bulunmaktadır. Kısacası, ortalamasının üzerinde ekonomik büyüme gözetilen ülkelerin girişimcilik faaliyetlerini arttırmaları gerekmektedir. Durukan (2006: 29) ekonomik büyüme ile girişimciliğin ilişkisini şu sözlerle açıklamıştır:

“Geri kalmış toplumların en önemli sorunlarından biri, girişimci niteliklerine sahip kişilerin az olması ya da mevcudun yeterince desteklenememesidir. Bir ülkenin kalkınması ve gelişmesi; hızla değişen koşullara uyum sağlayabilme yetisine sahip, ekonomik büyümeye

¹ Teşviki Sanayi Muvakkatı, İttihat ve Terakki Cemiyeti tarafından özel girişimle sanayileşmeyi teşvik ve sermaye birikiminde artış sağlamak amaçlı çıkarılan kanundur. Kanun gereğince değerlendirme sonucu uygun bulunan işletmelere hibe arazi verilecek, belirli vergilerden muaf tutulacak ve haberleşme hatlarını devlet kuracaktır. Yapılan bu teşviklere karşılık istenilen işletmelerdeki işçilerin tamamının Türk olması gerektiğidir. Ancak muhasebeci ve yönetici yabancı olabilir. Bu kanun ile sanayileşmenin millileşmesi öngörülse de başarılı olunamamıştır.

katkı sağlayabilecek girişimciler yetiştirebilmesine bağlıdır. Girişimcilerin değeri, kazandıkları büyük miktarlardaki paralarla değil aksine oluşturdukları ekonomik değerlerle ölçülmektedir.”

Tarihsel sürece bakıldığında tüm ülkelerin ekonomik faaliyetlerini verimli kılabilme ve daha yüksek sosyo-ekonomik koşullara ulaşabilmek için sürekli bir mücadele içinde olmuşlardır. Kapitalist ekonomik sistemlerin yaygınlaşmasıyla birlikte küresel ekonomilerde önemli değişiklikler gerçekleşmiş, yaşanan savaşlara ve ekonomik geçiş süreçlerindeki zorluklara rağmen ülkelerin ekonomik refah düzeylerinde gelişme gözlenmiştir.

Özellikle batı ekonomileri II. Dünya savaşından sonra diğer ülkelere göre görece refah dönemi yaşamıştır. Ancak yine de istihdam, önemli bir sorun olarak ortaya çıkmıştır. Küresel anlamda son 50-60 yılda meydana gelen ekonomik gelişim genellikle daha yoğun, ileri teknolojiyi kapsayan bir ekonomik yapıya sahip olmakla birlikte, süreçte gerçekleşen bu yapısal değişim işletme yapılarında, örgüt kültürlerinde, işgücü taleplerinde önemli değişikliklere sebep olmuştur.

İnternet ve web tabanlı teknolojilerdeki gelişmelere paralel olarak dünya ekonomi sistemleri ülkeleri birbirine bağımlı hale getirmiştir. Ülkeler arasındaki ekonomik süreçlerin birbirine olan bu bağımlılığı, sistemi ekonomik krizlere çok duyarlı hale getirmiş; bir bölgede veya benzer ekonomik yapıya sahip ülkelerde gerçekleşen ekonomik dalgalanmalar bütün dünyayı etkileyebilecek seviyede ekonomik krizler yaratmıştır. Sürekli olarak ortaya çıkan ekonomik krizler kitlesel işsizliğe ve sosyal bunalımlara neden olmakta ve ülkelerin işsizliğe karşı daha somut ve kalıcı sosyal politikalar üretmesini zorunlu kılmaktadır (Müftüoğlu,1997).

Küresel olarak istihdam sorununun gelecek yıllardaki hükümetlerin de sorunu olacağını söylemek yanlış olmayacaktır. Günümüzde işsizlik sorununa çözüm üretebilmek için bütün ülkeler mücadele vermektedir. 2008 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkan ekonomik kriz tüm dünyaya yayılmış ve işsizliğin küresel anlamda artmasına neden olmuştur. Bu olumsuz süreçten gelişmekte olan ülkeler daha fazla etkilenmiştir.

IMF'nin açıklamış olduğu "World Economic Outlook" Eylül 2011 raporuna göre;

- 2009 kriz yılında dünya ekonomisi genel olarak %0,7 oranında daralmıştır.

- Dünya ekonomisi, özellikle gelişmekte olan ülkelerin olumlu katkısıyla 2010 yılında %5,1 oranında büyümüştür.
- 2009 yılında gelişmiş ülkeler %3,7 oranında daralırken, gelişmekte olan ülkeler %2,8 oranında büyüme göstermiştir.
- 2010 yılında ise gelişmiş ülkeler %3,1, gelişmekte olan ülkeler ise %7,3 gibi yüksek oranlı bir büyüme sağlamıştır.
- 2009 yılında dünya ekonomisinde yaşanan daralmanın düşük seviyelerde kalmasında, Çin ve Hindistan'ın performanslarının yadsınamayacağı belirtilmektedir. (World Economic Outlook, IMF, 2011: 61).

2010 yılında gerçekleşen küresel ekonomilerdeki olumlu gelişmeye rağmen, 2008 yılında başlayan ekonomik kriz sonucunda işgücü piyasalarındaki olumsuz durum sebebiyle, 2010 yılında da küresel işsizlik oranı yüksek kalmıştır. İstihdam sorununun ekonomik krizlere karşı daha hassas olduğu belirtilirken, ekonomik açıdan iyileşmeye ise daha geç yanıt verdiği ifade edilmektedir.

Bu bağlamda; istihdam yaratmak, rekabet gücünü sağlamak, firmaların pazarda varlığını sürdürebilmesi ve şirketlerin yarattığı istihdamı sürekli kılması, küresel pazarlarda alıcı bulabilen nitelikli mal üretimiyle ekonomik gelişmeye katkıda bulunma yeteneğinin kazanılması gerekmektedir. Ayrıca, verimliliğin artırılması, piyasada rekabet edebilmek gibi unsurlar önem kazanmakta ve birbirini etkileyen unsurlar haline dönüşmektedir. Ülke ekonomisinin krizlere karşı kırılganlığını sağlamlaştırılmadaki en önemli yolu girişimciliğin geliştirilmesi olarak ifade edilmektedir.

1.5.1. Girişimciliğin Bireysel Boyutta Önemi

Girişimcilik kavramı üzerine tek bir tanım yapma imkânı yoktur. Bu sebeple de girişimcilik kavramının sürekli olarak değişmekte, gelişmekte olduğu anlaşılmaktadır. Girişimcilik kavramında pek çok bileşenden bahsedilmektedir. Ayrıca bu bileşenlerin, girişimcilik sergilenmek istendiği kültürel ortama göre de değiştiği bilinmektedir. Bu kavramın anlaşılmasında ilk unsur, girişimcinin sadece kişiden ibaret olmadığı aslında genel bir süreci ifade ettiğidir. İkinci unsur ise; girişimcilik sürecindeki girdilerin, sürecin çıktılardan ayrılması gerektiğidir. Bu bağlamda şu şekilde ifade etmek gerekmektedir: "girişimci kişi başlı başına bir girdi

iken, girişimci kişi ile başlayan ekonomik gelişme bir çıktıdır." Ekonomik çıktı sağlayan girişimcilerin literatürde yer alan genel özellikleri ise şu özellikler altında toplanmaktadır;

- Girişimciler bir ekonomik süreci bulan, başlatan ve geliştiren kişilerdir,
- Çabaları ile yeni bir işletme ortaya çıkartırlar,
- Fırsatları fark ederler ve bu fırsatları kazanca dönüştürecek stratejiler geliştirirler,
- Risk almaktan çekinmezler,
- Girişimlerini yaparken kar elde etme arzusu vardır,
- Girişimciler kişisel gelişimlerine de katkıda bulunacak iş süreçleri oluşturmak isterler,
- Amaçlarına ulaşmak için hangi kaynakları ve üretim yollarını kullanacaklarını öngörebilecek vizyona sahiptirler,
- Değer yaratma ve farklı olma arzusu vardır,
- Sorumluluk almaktan ve yetki kullanmaktan çekinmezler,
- Piyasanın taleplerini analiz etme ve ihtiyaç yaratma konusunda öngörülüdürler.

Kavram, ağırlıklı olarak girişimciliğin ticari boyutuna dikkat çekmekle birlikte günümüzde kâr odaklı olmayan ve parasal kazançtan daha önemli girişimcilik türlerine dikkat çekmektedir. Bugün pek çok çalışma, ticari girişimciliğin yanı sıra kamu girişimciliği, sosyal girişimcilik, iç girişimcilik gibi kavramlar ile değer yaratmaya odaklanarak faaliyetlerini sürdürmektedir.

1.5.2. Girişimciliğin Bölgesel Boyutta Önemi

İşsizlik ve ekonomik gelişim farkı bölgesel boyutta ülke içinde farklılık göstermektedir. Müftüoğlu (1997: 47) ülkelerin tamamen kalkınma sağlayabilmesi için sanayileşme alanında geri kalmış bölgelerin ilerlemesinin ve ülke içindeki gelir dağılımı eşitliğinin sağlanması gerektiğini ifade eder. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde bu sosyo-ekonomik dengesizlik çözülmesi gereken bir sorun olarak göze çarpmaktadır. Nihayetinde, bölgesel boyutta ekonomik büyümeyi sağlayan gelişmeler ise girişimlerden oluşmaktadır. Ülkemizde yaşanan bölgesel farklılığın bir diğer farklılığın sebebi de girişimci topluluğun çoğunu oluşturan eğitimli ve genç

bireylerin hali hazırda sanayileşmenin fazla olduğu kalkınmış bölgelere göç etmesidir (Paksoy ve Aydoğdu, 2010: 119) Sadece bölgesel anlamdan öte genel olarak girişimlerin ekonomik büyümeye pozitif etkisi; yeni iş kollarının ve yerlerinin açılması, rekabetin artması hatta teknolojinin gelişerek üretim ve hizmet kalitesinin iyileştirilmesi olarak sıralanabilir (Acs,2006: 97). Bu sebeplerden ötürü devletlerin bölgesel kalkınma planları arasında bölgesel olarak girişimciliği desteklemek öncelik kazanmıştır.

Teknik beceriler ile bilgi, ilerlemenin ve rekabetin ana unsurlarındandır (Malecki, 1997: 4). Dahası, bu iki ana unsur daha çok büyük şehirlerde yoğunlaşmışken kentlerde ekonomik büyümeyi sırtlayanlar girişimciler ve küçük firmalar olmaktadır.

1.5.3. Girişimciliğin Ulusal Boyutta Önemi

Ekonomi uzmanları girişimciliğin ekonomik büyümeye olan katkısını üç ana aşamada gözlemlenebileceğini söyler. İlk aşamada küçük çaplı üretim vardır. Tek sahiplik ve kendi şahsına çalışma bu aşamada olan küçük üretim veya hizmet merkezleri için oldukça yaygındır. İkinci aşamaya geçildiğinde kendi şahsına çalışma oranının düşmesi göze çarparken iş yeri ekonomisinin büyümesi ile birlikte girişimcilik faaliyetlerinde de düşüş gözlemlenir. Bu noktada devreye giren beceriler, girişimcilikten çok yönetim odaklıdır (Acs, 2006: 99). Sermaye ve iş gücü ikame ettiği sürece bu aşamada olan ortalama boyuttaki işin ekonomiye katkısından söz edilebilir. Üçüncü aşamaya geçebilmek için tekrar girişimcilik faaliyetlerinde artış gözlemlenmesi gerekmektedir.

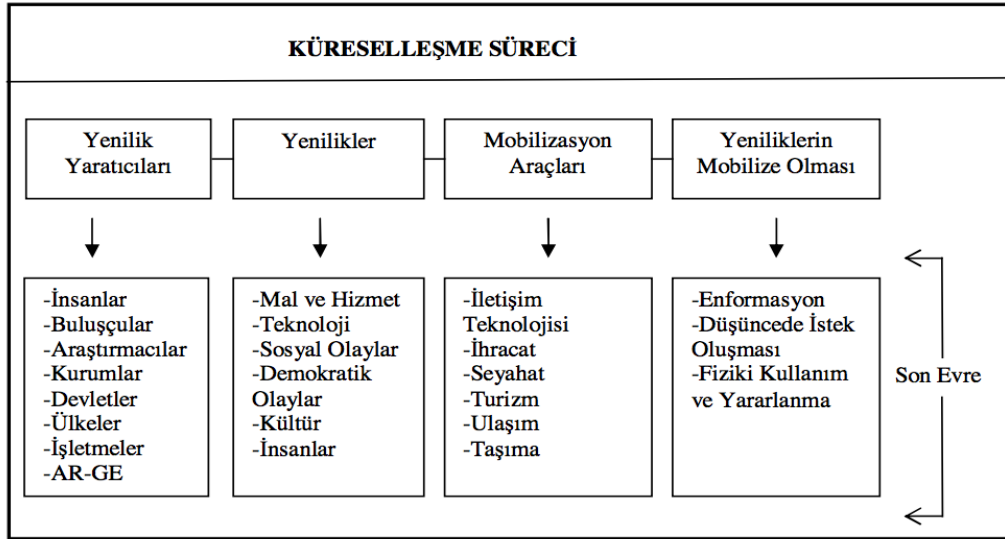
1.5.4. Girişimciliğin Küresel Boyutta Önemi

Daha önce işlendiği gibi girişimcilik ülkelerin ekonomik gelişmelerine dair veriler sunmakta ve bu konuda bir gösterge olmaktadır. Lakin, Şekil 1.1.'de gösterildiği gibi bir küreselleşme süreci sonucunda girişimcilik sadece ülkeler için önem arz etmekten çıkıp küresel boyutta bir önem kazanmaya başlamıştır. Bilgi toplumlarında yeniliği getiren her unsur su dalgaları gibi bir diğer yeniliği tetiklerken girişimciliğin bu bağlamda rolü büyüktür. Çünkü bilgi toplumunda ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik gelişmenin alternatifleri çoğalmaya başlamıştır. Burada en büyük pay son 10 yılda hızla kullanımı artan bilgi teknolojileridir. Bilgi

teknolojileri toplumlara göreceli olarak sınırsız bir bilgiye erişim gücü vermiş dolayısıyla da yeniliklere kapı açmıştır. Örneğin, bir ülkede başlayan girişimcilik süreci hakkında bilgi teknolojileri sayesinde bütün dünya haberdar olabilir ve gerekli bürokratik düzenlemeler çerçevesinde bu sürece yatırımcı olarak dahil olup gelişmesine katkı sağlayabilir. Bu durumla birlikte ülkelerde çok uluslu firmalar oluşmakla birlikte bilgi ve kâr yayılımı da katılımcı ülkeleri bir üst seviyeye doğru götürmektedir. Ayrıca, çok uluslu girişim organizasyonları ile birlikte rekabet ortamı şekil değiştirmiş ve ülkeleri daha yenilikçi olmaya teşvik etmiştir (Ripsas, 1998: 103).

Girişimciliğin küresel boyutta bir diğer önemi de ülke değerlerinin sentezlenip evrensel değerlerin toplumlara etki etmesidir. Kısacası, dünya parçalar halinde değil bir bütün olarak düşünmeye başlamaktadır. Örneğin, artık toplumsal sorunlar küresel boyutta ele alınmakta olup toplumsal dayanışmalar daha global platformlarda yürütülerek söz konusu konularda girişimler başlatılmaktadır (Arıkan,(2001):64-65).

Şekil 1. 1 Küreselleşme Süreci



Kaynak: Özkul, 2008: 39

1.6. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Bozkurt (2000) bir girişimcinin sonuç elde etme yolunda kendi enerjisi ve gücü, erişebildiği sermaye ve ilişki kurduğu insanlar olarak üç ana kaynaktan

yararlandığını belirtir. Öte yandan Hisrich (1995: 55-58); aile, eğitim, kişisel değerler, yaş, iş tecrübesi ve rol modelleri gibi faktörlerin girişimciliği etkilediğini savunmaktadır. Bozkurt ve Hisrich'in tanımlarından yola çıkarak her insanın girişimci olamayacağı bunun için belirli özellikler olması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, bireylerin içsel ve davranışsal özelliklerinin dışında girişimlere etki eden çevresel faktörler de vardır. Çevresel faktörler girişimciler için fırsatlar yaratabilirken, girişimcilik faaliyetlerine engel olabilecek sorunlar da yaratabilir. Bu çalışmada girişimciliği etkileyen faktörler kişilik, yetenek ve çevresel faktörler olmak üzere üç alt başlık altında detaylı incelenecektir.

1.6.1. Kişilik

Geçmişten günümüze insanları anlamak ve davranışları arkasındaki nedensel motivasyonu çözmek adına farklı teoriler öne sürülmüştür. İnsanların farklılıkları ve benzerlikleri üzerine oldukça fazla bilimsel çalışma bulunmaktadır. Bu bilimsel çalışmalar; insanların doğuştan gelen ve sosyal etkileşim ile zamanla kazandıkları, onları diğer bireylerden farklı kılan davranış biçimleri ve/veya düşünüş özelliklerinin tümünü kişilik kavramı olarak betimlemiştir (Onur, 1997). Kişiliği belirleyen genetik ve bedensel gibi içsel faktörler olduğu gibi kültürel, aile ve sosyal sınıf, coğrafi ve fiziki gibi çevresel faktörler de vardır (Bozkurt, 2006: 97).

Holland bireylerin meslek seçimlerindeki eğilimlerini kişilik özellikleri ile ilişkilendirdiği Mesleki Kişilik Modeli (aktaran Bozkurt, 2006: 98) gerçekçi kişilik tipi, araştırmacı kişilik tipi, sanatçı kişilik tipi, sosyal kişilik tipi, ve girişimci kişilik tipi olmak üzere beş farklı kişilik tipi içermektedir. MKM'de Girişimci Kişilik Tipi, "Birlikte çalıştıkları kişilere etki etmeyi ve yönlendirmeyi seven, liderlik ve konuşma yetenekleri olan kişilerdir. Kişiler arası etkileşimlerde ve finansa yönelik çalışmalarda risk almaktan ve rekabetten hoşlanırlar (Bozkurt, 2006: 98)" şeklinde açıklanmıştır. Dolayısıyla farklı kişilik yapısının insanları girişimcilik faaliyetlerinde bulunması için içsel bir motivasyon olduğu savunulabilir. Tekin (2003) ise girişimci kişilik özelliklerine sahip insanların belirsiz durumlarda daha sabırlı ve azimli olduklarının altını çizerek, bu kişilik özelliklerine sahip insanların diğerlerine kıyasla girişimlerinin başarı ile sonuçlanmasının daha olası olduğunu söyler. Bu bireyler birçok insanın devam etmekten çekindiği belirsizlik ortamlarında devam etme kararı

alırlar ya da risk almaya devam ederek işlerini sürdürmeye devam ederler. Kısacası, girişimcilerin ‘belirsizlik toleransına’ sahip bireyler olmaları gerektiği belirtilmektedir (aktaran Bozkurt, 2006: 99)

Girişimci kişilik özelliklerinden bir başkası da kişinin risk alabilme durumudur. Girişim, tanım itibari ile içerisinde risk bulunduran sonucu belirsiz bir durumdur. Dolayısıyla, risk almaktan korkmayan insanların girişimde bulunma ihtimali daha yüksek, nihayetinde girişimci olma oranları daha yüksektir (Arıkan, 2001) . Bozkurt (2006: 99) girişimci ile risk alabilme yatkınlığını şu şekilde açıklar: “Girişimci ileriye görebilen kişidir. Tehlikeden kaçmaz. Girişimci, daima yeni ve riskli fikirleri geliştirmeye, fırsatları tamamen değerlendirmeye çalışan bir öncüdür.”

Kişilerin belirsizlik anlarında sabırlı davranmalarını sağlayan ve risk almalarına teşvik eden sebep onların başarıya ihtiyacı duymalarıdır. Yüksek seviyede başarı ihtiyacı duyan kişiler rekabet ortamları gözeterek, sorumluluk almak isterler (Soyşekerci, 2001: 35) Başarı odaklı olmak iyi bir girişimci olmayı etkileyen kişilik faktörlerinin içinde değerlendirilmelidir çünkü bu tip insanlar zor hedeflerden çekinmek yerine onlara başarılması gereken bir başka görev olarak bakabilir. İşe koyulup, başarmak adına gerekenden fazla çaba ve özveri gösterirler.

1.6.2. Yetenek

Güney (2011: 65) yeteneği kişilerin analiz etme, kavrayabilme ve çözümleme için gerekli olan zihinsel ve bedensel olguların tümü olarak tanımlamıştır. Kısacası yetenek, bireylerin karşılaştıkları olayların üstesinden gelme potansiyelleridir (Eren, 1998: 62). Durumların gerektirdiği yeteneklere sahip olmak, istenilen sonucu en kısa sürede elde etmek için kişilere avantaj sağlar. Bu sebeple, girişimcilerde olmasının avantaj kazandıracığı bazı yetenekler aşağıda açıklanmaktadır:

Yaratıcılık: Alışlagelmiş yöntem ve kalıpların dışında düşünebilme yetisidir (Kao,1989:42). Girişimcilerin, kaynakları yaratıcı olarak kullanmaları onların başkalarından farklı çözümler üretmesine yol açar. Girişimciler kaynaklardan yenilik üretirler. Bu durumda girişimcilerin, ‘yeni’yi üretirken basmakalıplardan sıyrılabilme yetenekleri onları başarıya yaklaştıracaktır.

Planlama: Girişimi başlı başına bir proje olarak ele alındığında; detayları gözden kaçırmamak ve zamanı en verimli şekilde kullanmak için planlama yeteneği

girişimciler için oldukça önemlidir. Planlama yeteneği olan kişiler diğer insanlara göre bir sonraki adımlarını daha iyi organize ederler. Ayrıca eldeki verileri de gözden geçirerek eksikleri gözden kaçırma olasılığını minimuma indirirler.

Problem özme: Koşullar istenmeyen şekilde değiştiğinde problemler ortaya çıkar. Değişen koşullara uyum sağlama becerisi de girişimcilerin önüne çıkan problemleri çözmekte onlara avantaj sağlamaktadır (Buttner ve Gryskiewicz,1993:22).

Yönetim Becerisi: Her yönetici girişimci olamaz fakat girişimcilerde yöneticilik becerilerinin bulunması arzu edilen bir durumdur. Ekip ile çalışılıyorsa, ekibin performansını ve sorumluluk algısını en üst seviyede tutmak için görevlerin açıkça belirlenmesi, bildirilmesi ve kontrol edilmesi ayrıca ekibin görevlere karşı heveslendirilmesi gereklidir. Yönetim becerisi yüksek girişimciler beraber çalıştıkları insanların performanslarını en üst seviyede tutarak olası problemleri de engellemiş olurlar (Lazear,2004: 209-210)

İletişim Kurma Becerisi: Günümüzde hemen hemen her iş insanlarla iletişim içerisinde olmayı gerekmektedir. Bu sebeple, iletişim becerilerinin yüksek olması girişimcilerin insan kaynaklı sorunları en etkin şekilde çözmelerini sağlar (Riemer, 20017: 92)

1.6.3. Çevresel Faktörler

Kişilik ve yetenek gibi içsel faktörlerin dışında girişimciliği etkileyen çevresel faktörler de vardır. Çevresel faktörler girişimcilik sürecinin dışında kalırlar fakat süreci yakından etkilemektedirler. Bu sebeple, girişimcilik faaliyetlerinde girişimcinin bu dış faktörleri göz önünde bulundurması ve gerekli aksiyonları alması oldukça önemlidir. Kişilerin kendi kontrollerinin dışında etkisi olan bu faktörler şunlardır:

- Toplumsal ve ahlaki değerler,
- Hukuk sistemi,
- Ekonomik istikrar ve dış ticaret politikası,
- Eğitim sistemi

- Fiziki altyapı,
- Teşvik politikaları ve devlet yardımları,
- Bilgi teknolojileri ve teknolojik gelişim,
- Finans ve bankacılık sistemi,
- Dini kurumlar ve sivil toplum kuruluşları

1.7. GİRİŞİMCİLİĞİN TEMEL FONKSİYONLARI

Klasik İktisat okulunun başlangıcı olarak Adam Smith'in 1776 tarihinde yayımlanan “Ulusların Zenginliği” adlı eseri gösterilmektedir. Adam Smith bu eseriyle “kapitalizm” kavramını bütün bir teori halinde ortaya koyan ilk kişidir. Smith’e göre kapitalist, temel kaynakları başarılı bir endüstriyel girişimde birleştiren mülkiyet sahibi yöneticidir. Smith, kapitalistleri gelişmeyi ve toplumun refahının dağılımını sağlayan temel unsurlar olarak tanımlamıştır. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere Smith, girişimci ile kapitalisti özdeşleştirmiştir. Bu bölümde girişimciliğin ekonomik ve sosyal fonksiyonu incelenecektir.

1.7.1. Girişimciliğin Ekonomik Fonksiyonu

Girişimcilerin sayısındaki son yıllardaki artışına yönelik değişkenler farklı açılardan değerlendirilmektedir. 20. yüzyılın sonunda Sosyalizmi benimseyen ülkelerin yıkılması, girişimci düşüncüyü görmezden gelen politik yapıların başarısızlığına dikkat çekmektedir. Avusturya İktisat Okulu, girişimciliğin ülkelerin kalkınmasında önemli bir rol oynadığına yönelik görüşler bildirmiş ve bu alanda en önemli isimlerden biri olan Schumpeter’e göre ise girişimciliğin ekonomik kalkınmayı sağlamasında en önemli unsur, yeniliklerin adaptasyonu olarak belirtilmiştir.

Yenilikçilik, yeni ürünlerin piyasaya çıkartılması ve yeni hizmet süreçlerinin geliştirilmesi, yeni üretim tekniklerinin kullanılması, yeni piyasalara girilmesi ya da yeni talepler yaratılarak girişimcinin kendi pazarını oluşturması, yeni hammadde veya yarı mamul kaynaklarının bulunması ve bunlara ek olarak mevcut piyasanın yeniden organizasyonu biçiminde ifade edilmektedir. Girişimcinin kar elde etme

güdüsü, yeniliklerin kolay adapte edilmesi için pratik ve verimli yöntemlerin yaratılmasını sağlamaktadır.

Thurik ve Wennekers (2004: 140,141)'e göre girişimcilik ekonomik büyümeyi farklı biçimlerde etkilemektedir;

- Girişimciler yeni ürünler, yeni hizmetler ile piyasaya girerler.
- Rekabet aracılığıyla ekonomik etkinliği arttırmaları,
- Yeni ürünleri ve hizmetleri piyasaya sürerek yeni talepler yaratırlar,
- Girişimcilerin gelirleri ile çabaları arasında güçlü bir ilişki olması sebebiyle, girişimcilerin kaybedecek fazla zamanları yoktur ve bu sebeple daha uzun süre ve daha verimli çalışırlar,
- Bir bölgedeki girişimcilik faaliyetlerindeki artışın o bölgedeki büyüme ve istihdam üzerinde de olumlu bir etkisi olduğunu bilinmektedir,
- Yeni firmaların kurulması ve/veya var olanların büyütülmesi sırasında yapılan yatırımlar yeni istihdamlar yaratmaktadır,
- İstihdamın yarattığı gelir çarpanı sebebiyle, farklı alanlarda da gelirlerin artmasına neden olmaktadır.
- Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin yerel istihdam üzerindeki etkisinin büyük olduğu görülmektedir,
- Yeni firmaların kuruluşu ile hükümetler yeni vergi mükellefleri kazanmakta, vergi gelirleri artmakta ve buna bağlı olarak devlet hizmetlerini arttırmaktadır,
- Yeni girişimlerin ortaya çıkması bölgedeki yerel hizmet arzını, perakendecilik faaliyetlerini arttırmaktadır,
- Bölgedeki ekonomik canlanma, bölgeyi daha cazip kılmakta ve yeni işletmelerin de piyasaya girişini teşvik etmektedir,
- Pazara yeni firmaların girişi diğer girişimcilerin motivasyonunu arttırmakta ve cesaretlendirmektedir.

1.7.2. Girişimciliğin Sosyal Fonksiyonu

Girişimcilerin, ekonomik süreçlere etkilerine ek olarak önemli sosyal etkileri de bulunmaktadır. Bu etkiler şu şekilde sıralanmaktadır (Marangoz, 2016: 91 – 93);

- Girişimcilerin piyasaya sundukları mal ve hizmetler, geliştirilen yeni ürünler toplumsal değişmeye neden olur. (İnternet teknolojileri, robot teknolojileri vb.)
- Geliştirilen her yeni ürün ve hizmet yeni imkanları da beraberinde getirmektedir.
- Yeni ürün ve hizmetler kimi zaman hayatı kolaylaştırmakta ve kalite algısını değiştirmektedir.
- İstihdam yaratarak ülkedeki mevcut işsizlik problemlerinin çözülmesini sağlayacağı için, toplumun refah düzeyinin yükselmesini ve toplumsal dayanışmayı artırır,
- Doğal kaynakların etkin kullanımını sağlayarak, çevre bilincinin gelişmesini ve bu alanda sürdürülebilir çalışmalar yapılmasını destekler,
- Farklı kategorilerde girişimcilerin sahaya çıkmasına sebep olur (eko girişimci, tekno girişimci vb.)
- Buluşların, icatların yapılmasına zemin hazırlar,
- Girişimcilik sayesinde toplumsal konumu değiştirme fırsatı bulabilir,
- Nitelikli insan kaynaklarının kullanılmasını durumu gündeme gelir, işe uygun çalışanların sürece dahil olmasını ön görür.

1.8. GİRİŞİMCİLİK TEORİLERİ

Girişimcilik kelimesine 12. yüzyıldan itibaren Fransızca 'da rastlanmasına rağmen o çağlarda Avrupa'nın içinde bulunduğu ekonomik yapı ve feodal düzen girişimciliğe ve yenilikçiliğe engel oluşturmuştur. Fakat Orta Çağ'da durum değişmeye başlamış özellikle İtalya, Almanya ve Fransa'da yaşanan kentleşme ve ortaya çıkan istihdam ihtiyacı ile girişimciliğin temelleri atılmaya başlamıştır. 18. Yüzyıla gelindiğinde yok olmaya yüz tutan feodal yapı günümüz girişimciliğinin ilk alt yapılarını oluşturmuştur. Bu süreçte girişimcilik kavramına yönelik bazı farklı görüşler ortaya atılmıştır.

1.8.1. Ekonomik Temelli Yaklaşımlar

Girişimcilik sözcüğü, ilk kez 18. yüzyılın başında Fransa'da yaşayan İrlanda asıllı ekonomist Richard Cantillon tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Latince'de "İntare" kelimesinden gelen girişimcilik sözcüğü "enter" (giriş-girmek) ve pere (ilk-

birinci) kelimesinin birleşiminden oluşmaktadır. “Entrepreneur” ise “ilk girişen veya ilk başlayan” anlamına gelmektedir (İraz,2005 R. 2005:149).

Cantillon; girişimciyi “henüz belirlenmemiş bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini satın alan kişi” olarak açıklar. Cantillon’a dönemseller olarak yakın başka bir isim de girişimcilik kavramını şu şekilde tanımlamaktadır; 1697 yılında Daniel De Foe girişimcileri “Projector- proje yapan” olarak tanımlar ve 1751-1755 yılları arasında Londra’da yayımlanan ‘The Universal Dictionary of Trade and Commerce-Evrensel Ticaret ve Alım/Satım Sözlüğü’nde proje yapan kişilerin “etik olmaları “yönünde de vurgular yapılmıştır. Bu kişilerin keşifçi ve yaratıcı olma özelliklerinin yanı sıra aynı zamanda “honest projector” yani “dürüst projeci”ler olmalarının gerekliliğinin üzerinde durulmuştur.

François Quesnay de girişimcilik ile ilgili Cantillon’un görüşlerine benzer bir bakış açısı sergilemekte olup tarım-gıda sektörünü yönlendiren girişimciler ve toprak sahibi girişimcilere dikkat çekmiştir. Quesnay’a göre girişimci; belirsizlikler içinde üretim yapmakta, yeni yöntemler kullanarak yeni ürünler ve hizmetler ortaya çıkarmaktadır.

Tanımlara, Adam Smith’in çalışmaları açısından bakıldığında ise şunu ifade etmek mümkündür; Adam Smith modern iktisadın temellerini atmıştır, “toprak, sermaye ve işgücü” nü en önemli üç ekonomik güç olarak tanımlamış ve bu üç önemli unsur içinde kar elde etmek amacıyla atılım gerçekleştirenleri ise “öngörenler” olarak ifade etmiştir. Fakat bu tarz bir tanımlama girişimciliği açıklamada; özellikle de yeni üretim biçimlerinin hangi gerekçelerle ortaya çıktığını; yenilikçi yatırımların, inovatif süreçlerin ve ürünlerin üretilme ihtiyacındaki sebebi açıklamada yetersiz kaldığı düşünülmektedir (Zimmerman, 2008, s.21).

Modern iktisat biliminin temelini oluşturan “Klasik İktisat Düşüncesi” arz ağırlıklı olup devleti sınırlayıcı bir unsur olarak görülmektedir ve devlet güvenliği öncelikle adaleti sağlamalı, ülkenin savunulmasından ve diplomatik ilişkilerinden sorumlu olmalı, piyasaya da müdahale etmemelidir. Bu sebeplerledir ki eğer girişimciliğin oluşması için piyasaya herhangi bir müdahale gerekirse ki bu da istenmeyen bir durumdur ve bu bağlamda klasik iktisatçıların birey temelli bir ekonomik sistem önerisi sundukları görülmektedir. Ancak bu noktada “girişimcilik

ve girişimciliğin fonksiyonları” üzerine net bir tanımlama yapılmadığı dikkat çekmektedir. 1797 yılına gelindiğinde Beaudeau ve Turgot da tıpkı Quesnay gibi girişimcilik tanımına yeni unsurlar ilave etmişlerdir. Bu unsurlar “risk alabilmek, süreci planlamak, yönetmek “biçiminde tanımlanmıştır.

“Klasik İktisat Dönemi’nin çoğu temsilcisinin aksine girişimciliği kavramsal olarak göz ardı eden bir isim göze çarpmaktadır. David Ricardo piyasa güçlerinin sermaye üzerindeki etkisini ve kapitalist sistemin temel unsurlarını açıklamaya çalışmış, kapitalistin rolünün ekonominin işleyişinde belirgin olduğunu ve kapitalistin sermayesini çevredeki dış değişimlere (ticari fırsatlar, piyasa talebindeki kaymalar vb.) yanıt olarak yeni üretim kaynaklarına kaydırıldığını ileri sürmektedir. Ricardo’nun analizlerinde girişimcinin rolü; zorluklara göğüs gererek başarmak olarak tanımlanmaktadır (Winata,2008: 17) ve yenilikçilik bakımından girişimcilerin sahip oldukları roller Ricardo’nun çalışmalarında yer bulmamaktadır. Bunun sebebi ise piyasanın durumunun “dengeye yakın” kabul edilmesidir.

Klasik iktisadın bir diğer önemli temsilcisi Jean Baptiste Say’dır ve girişimci ile sermayedar arasındaki farkı ortaya koymuştur. Say’a göre sermayedar para tedarik eden, mali risk alan kişi iken girişimci; üretim faktörlerini yeni pazarların yaratılması için kullanabilecek ve risk alabilecek kişidir (Çonkar ve İter 2004:2). Üretim faktörlerinin girişimciliğin içine dahil edilmesiyle genişleyen kavramda, klasik üretim faktörleri olan “emek-sermaye ve doğal faktörler”in içinde girişimcilik faktörü de yer almaya başlamıştır. 1876’lara gelindiğinde Francis A. Walker’ın girişimcilik kavramına ilave ettiği bazı önemli unsurlar dikkat çekmektedir; Walker, fon tedariği yapısına değinmiş ve bu yapı içinde faiz kazananlarla yönetsel becerileri sayesinde kar elde eden kişilerin ayrılmasını savunmuştur.

İngiliz Klasik iktisatçılardan Jeremy Bentham ise piyasa ekonomisinde girişimcinin önemine vurgu yapmaktadır. Özellikle Adam Smith ve Bentham komisyonculuk kanunları üzerine ciddi tartışmalar yaşamışlardır. Bireylerin ekonomik süreçlerdeki yaratıcılık yeteneklerinin geliştirilmesi için en uygun ortamın “ekonomik liberalizm” olduğunu her ikisi de savunsalar da Bentham, Adam Smith’in tersine kendi çalışmalarında girişimciliği kavramsallaştırmaya çalışmış ve ulusları ileri götürecek itici gücü “hayal gücü gelişmiş, yaratıcı bireyler” olarak ifade etmiştir.

19. Yüzyıl ortalarına gelinceye kadar devam eden Klasik İktisat dönemi farklı eleştirilere maruz kalsa da yine de varlığını sürdürmüştür. Bu eleştiriler çoğu zaman kişisel ve kısmi eleştiriler niteliğinde kalmışlarsa bile hiçbiri Alfred Marshall'ın eleştirileri kadar çözüm odaklı olmamıştır. Marshall, Neo-Klasik İktisat'ın kurucusudur ve pek çok klasik iktisatçının aksine politika ile iktisadi çalışmaların birbirlerinden ayrı tutulmaları gerektiğini savunmuştur.

Neo Klasik İktisat Dönemi içinde yer alan başka bir önemli isim Leon Walras'tır ve Walras'ın girişimciliğe bakışı oldukça dikkat çekmektedir. Walras'a göre girişimcinin rolü; arazi sahiplerinden, bireysel yetenekleri ve tecrübeleri ile çalışan işçilerden ve sermayeyi borç veren kişilerden farklılıklar göstermektedir (Hebert ve Link, 2006: 65). Girişimciyi “koordinatör ve arbitrajcı” olarak tanımlar (Ripsas, 1998: 105).

19.Yüzyıla doğru farklı ülkelerde girişimcilik kavramı yaygınlaşmaya başlamış özellikle John Stuart Mill'in “Principles of Political Economy” adlı çalışması bu kavramın yaygınlaşmasında başı çeken bir çalışma niteliğindedir. Mill, girişimcinin rolünü yönetim aktivitesi içinde tanımlamıştır ve bir girişimi yönetmek için kültürel bilgi, belirli bir seviyede başarıya sahip olmak gibi bazı özelliklerin gerekli olduğunu savunur. Girişimcilerin en önemli özellikleri; pek çok kişinin devamlı uğraşları ile fark edemeyecekleri fırsatları görmeleri olarak nitelendirilmektedir (Sciascia Salvatore ve Riccardo de Vita, age, s: 5).

Girişimcilik ve girişimciliğin yönetsel yönüne genel olarak değinirken diğer iktisatçılardan farklı bir açıdan kavrama açıklık getirmeye çalışan bir diğer isim ise Von Thünen'dir ve Thünen girişimciyi; risk alan, belirsizliklere göğüs geren yenilikçi bireyler olarak tanımlarken bir de girişimcilerin duygu-durumlarının yönetsel süreçler sırasında nasıl şekillenebileceğine vurgu yapmıştır. Thünen'e göre yönetici ve girişimcinin en büyük farkı “risk alabilme” üzerinedir ve yöneticinin sorumluluğunun mesai saatleri ile sınırlandırılabilceğini; gün bitiminde kendisine verilen sorumlulukları yerine getirdiği zaman görevini tamamlamış sayılabileceğini ancak girişimciler için durumun bu şekilde olamayacağını ifade etmiştir. Thünen'e göre girişimcinin çalışmaları sırasında yaşadığı manevi sıkıntıların mesai sınırlaması yoktur ve başarısızlıktan kaçınabilmek için devamlı olarak çözümler üretmek zorundadır.

Girişimciliğe farklı unsurlar yüklenmekle birlikte, iktisadi süreçler ve değişimin birbiriyle yakından ilişkili oluşunu gelişim-değişim açısından analizlerle ele alan kişi Schumpeter'dir. Schumpeter'in girişimcilik teorisine en önemli ve en bilinen katkısı "The Theory of Economic Development" adlı kitabı olmuştur ve girişimciyi yenilikleri sunan kişi olarak tanımlayan Joseph Schumpeter tarafından kavrama katkı yapılmıştır (Aidis, 2003: 4). Schumpeter girişimciyi ekonomik gelişmenin itici gücü olarak görmüş ve bu fonksiyonunun; yaratıcı bir çerçevede yenilikler yaparak, yeni teknolojilerle yeni mallar üretmek, arza yönelik yeni kaynaklar temin etmek ve yeni tip organizasyonlar üretmek olduğunu ifade etmiştir (Ripsas, 1998: 105). Ayrıca Schumpeter girişimcilik işlevini; bir malın inovatif süreçlerle yeni bir piyasanın açılması; farklı üretim metotlarının tanınması ve markanın tanıtılması için ihtiyaç duyulan hammadde ya da yarı işlenmiş mal temini amacıyla kaynakların bulunabilmesi, olarak tanımlar (Sciascia ve De Vita, 2004; 6)

1.8.2. Psikolojik Temelli Yaklaşımlar

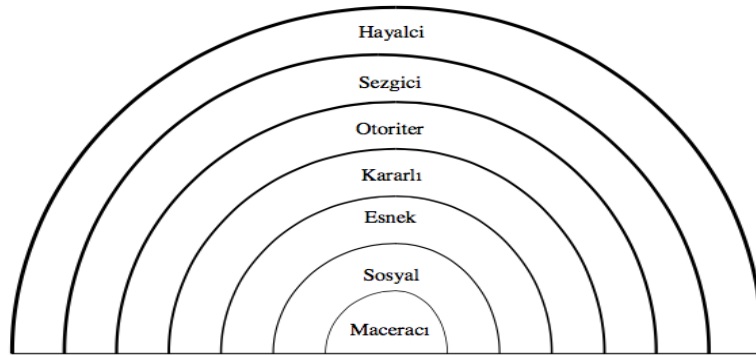
Çalık ve Düzü (2009: 1) insanın ekonominin yapı taşı olduğunu dolayısıyla insanın dahil olduğu her alanda psikoloji faktörünün de göz önünde bulundurulması gerektiğini savunmaktadırlar. İktisat alanının önemli teorisyenlerinden Adam Smith ve Jeremy Bentham'ın da psikoloji ile iktisat ilişkisini incelediğini hatta teorilerinde psikolojik tahlillerden yararlandıklarını görmekteyiz (Çalık&Düzü, 2009: 2). Üstelik, psikoloji ve iktisat bilimiyle yaptığı çalışmalar Daniel Kahneman'a ekonomi dalında Nobel ödülü kazandırmıştır. Bu bilgiler ışığında ekonomik sonuç bazlı olan girişimciliğin psikoloji ile ilişkisini de incelemek gerekir.

Psikoloji, insanların davranışlarının nedenleri ile ilgilenir. Girişimcilik ile ilgili psikolojik temelli yaklaşımların ilk sorusu "Neden bazı insanlar risk alıp fırsatları gözetirken diğerleri bu davranışlarda bulunmaz?" Sorusunun cevabını araştıran psikologlar bazı insanların sahip olduğu kalıcı kişilik özelliklerinin girişimci olma eğiliminde fonksiyonu olduğunu öne sürmüşlerdir (Sciascia & De Vita, 2004: 27) Bulgular; riski göze alabilme istekliliği, özgüven, başarı ihtiyacı, belirsizlerle başa çıkabilme (Özkul, 2008: 112) gibi kişilik özelliklerinin insanları girişimci olmaya teşvik ettiklerini doğrulamıştır. Sonuç olarak, bu yaklaşıma göre insanları girişim faaliyetlerine iten gücün çevresel fırsatlar olmasından çok içsel kişilik özellikleri olduğu saptanmıştır.

Girişimci kişiliğe dair yapılan ilk çalışmalar Atkinson tarafından 1953 ve McClelland tarafından ise 1961 yılında yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; McClelland girişimcilerin yüksek seviyede başarı ihtiyacı duyduklarını savunurken, daha sonra 1989 yılında Davidson girişimci davranış nedenini açıklayan en iyi teorinin başarı motivasyonu olduğunu öne sürerek McClelland'ı desteklemiştir. Öte yandan, girişimcilerin ortak kişilik özelliklerine dair evrensel bir liste bulunamamıştır. Bu durumun sebebi hali hazırda kişilik özelliklerinin oluşumu ve davranışlara etkisi ile ilgili genel geçer tek bir teori olmayışıdır. Bir çok farklı uzman kişilik teorileri ile ilgili farklı ölçekler sunduğu gibi farklı hipotezlere ve bulgulara sahiptir (Top,2006: 74) Bunun yanı sıra Aldrich ve Zimmer (Philipsen,1998: 8-9), liderlik tanımının zor olduğu gibi girişimciliğin tanımının da zor olduğunu ve ikisinin de şans eseri gerçekleşen fenomenler olduğunu iddia etmektedirler.

Girişimci Kişilik Yaklaşımı (Çalık & Düzü, 2009: 116) belirli kişilik özelliklerinin bir girişimciyi oluşturduğunu ve girişimcilerin bu sebeple başkalarına göre daha özel bir insan olduğunun belirtmişlerdir. Bu düşüncüyü Lessem tarafından ortaya koyulan tayf teorisi (kişilik imajı) yaklaşımı desteklemektedir (Top, 2006: 81). Lessem bu teoride girişimcilerin kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetlerine göre Şekil 1. de görüldüğü gibi yediye ayrıldığını öne sürmüştür. Bu perspektife göre girişimciler çevrelerine yedi türde sosyo-psiko enerji yayarlar ve bu doğrultuda onların girişimci kişilikleri hakkında bilgi alınabilir (Çalık & Düzü, 2009: 117).

Şekil 1. 2 Girişimci Kişilik Tayfı



Kaynak:Top, 2006: 82

Lessem'in Girişimci Kişilik Tayfı'na ek olarak kişilik özellikleri ile ilgili Gebere (Top,2006:85), durumsal girişimci kişilik (DGK)' özelliklerini betimlemiştir. Gebere'e göre DGK üç alt yapıdan oluşmaktadır bunlar sırasıyla; girişimci benlik, yönetici benlik ve usta benliktir. Kişilik özelliklerinin girişimcilik süreçlerinde durumların değişmesi ile bu üç benlik uyum gösterip ön plana çıkış sıralarını değiştirdiklerini savunmaktadır. Her benliğin kendine has bir özelliği vardır. Girişimci benlik; gelecek odaklı, bilinmeyene ve yeniliğe karşı meraklı ve ilgilidir dolayısıyla fırsatlar dikkatini çeker. Yönetici benlik; organize etme ve planlamada iyidir, kurulan işi devam ettirip korumakta olası sorunları sezmekte başarılıdır, akılcıdır ve çözüm odaklıdır. Usta benlik ise; başkası adına çalışmaya gönüllü olmaz, günde yaşar ve yaptığı işten büyük haz duyar, işi icra etme görevini üstlenir, başka düşüncelerin işi dışında dikkatini dağıtmasına engel olur. Gebere her girişimde bu üç benliğin sırasıyla hayal edip, şekillendirip gerçekleştirerek yer aldığını söyler.

1.8.3. Sosyolojik Temelli Yaklaşımlar

Klasik sosyolojide pek fazla yerini bulamayan girişimcilik modern sosyolojide kendisine gittikçe büyüyen bir alan edinmiştir. Sosyoloji temel olarak bireylerin çevrelerindeki bireylerle olan etkileşimlerine odaklanmaktadır. Dolayısıyla sosyoloji bilimi girişimciliği makro seviyede 'girişimci sınıfı' olarak incelemeye almıştır ve bu topluluğun değer kavramlarını daha da ötesi davranışlarına yön veren sosyal normları araştırmaya başlamıştır (aktaran Çalık & Düzü, 2009: 123). Örneğin, Swedberg (2000: 28) çalışmalarında toplumu derinden etkileyen kültürel değerlerin girişimciliği de etkilediğini söylemektedir. Max Weber da girişimcilik kavramını "Protestan Çalışma Ahlakı" adlı çalışmasında ele alarak toplum ideolojilerinin girişimcilik faaliyetlerini arttırıp azaltma etkilerinin olduğunu savunmuştur (Demirez & Cebeci,2005:38) Weber bu çalışmasında tutumluluk, kanaatkarlık gibi kültürel değerlerin girişimci olmaya motive ettiğini ve bu süreçte başarılı olmalarına katkı sağladığını söyler (aktaran Çalık & Düzü, 2009:125) Görülmektedir ki sadece kişilik özelliklerinin yeterli olamayacağı dahası çevre faktörlerinin davranış ve karar mekanizmalarında etkisi olacağını göz önünde bulundurmak gerekir.

Sosyolojik yaklaşımların girişimcilik kavramına bir diğer katkısı da bu kavramın daha iyi anlaşılmasını sağlamaktır. Çalık ve Düzü (2009: 123) üç önemli katkıdan bahseder, bunlar;

“Birincisi, girişimcilik rol ve fonksiyonunu içeren üretim faaliyetleri ile ilgili toplumsal kavramların gelişimi aracılığıyla gerçekleşmektedir. İkincisi, girişimciliği etkileyen spesifik toplumsal niteliklere dikkat çekmektedir. Üçüncüsü ise, bireylerin girişimsel faaliyetlerle meşgul olma kararını almalarına sosyal bağlamın etkilerini içermektedir”.

1.9. GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

Literatür, girişimcilik sürecinin mantıksal ve sistematik bir süreçten daha çok önceden kestirilemeyen bir süreç olarak tanımlamıştır (Kruger, 2004: 41). Uzmanlar bu süreci sistematik bir kavram olarak açıklamak adına teorik modeller önermişlerdir. Bu modellerden bazıları Çalık ve Düzü (2009 : 33) tarafından şu şekilde aktarılmıştır:

“Brazeal ve Hebert; teknoloji, psikoloji ve firma boyutlarını birleştiren bir girişimsel süreç modeli sunmuştur. Bu modele göre değişim, yenilik ve yaratıcılık girişimsel süreçte önemli bir rol oynamaktadır.

Girişimsel aktivite daha önce var olmayan bir fırsattan istifade edilerek oluşturulan yeni birşey ile onun gerçekleşme imkânı arasındaki dengeden kaynaklanır. Bu yüzden yenilik (inovasyon), yaratıcı düşüncenin başarılı bir şekilde gerçekleşmesi olarak tanımlanabilir. Yani inovasyon, üretim aktivitesinde yeni bir düşüncenin geliştirilmesi evresiyken, yaratıcılık sürecinde bir bakıma bu evrenin başlaması olarak algılanabilir.

Moore ve Bygrave’ye göre girişimsel süreç; yenilik, tetikleyici olay, uygulama (implementation) ve büyüme olmak üzere dört aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalarda çevreyle karşılıklı etkileşim içinde olan farklı değişkenler girişimsel süreci de etkilemektedir. Örneğin yenilik evresinde risk alma veya deneyim kazanma gibi kişisel karakterler, fırsatlar gibi çevresel baskılarla karşılıklı etkileşim içindedir.

Hisrich ve Peters ise girişimsel süreci fırsatların tanımlanması ve belirlenmesi, gerekli kaynakların belirlenmesi, iş planının geliştirilmesi ve sonuçlanan girişimin yönetimi şeklinde dört aşamaya ayırmaktadır.”

1.9.1. Fırsatların Tanımlanması ve Belirlenmesi

Hisrich ve Peters'ın (2002: 39) sunduğu formal girişimcilik süreci teorik modeline göre sürecin ilk aşaması fırsatların tanımlanması belirlenmesidir. Kısacası, girişimci bu süreçte yeni bir fırsat keşfetmekte ve seçeneklerini değerlendirmektedir.

Piyasada gözlemlenen eksiklikler girişimci kişilerde fırsat olarak algılanır ve bu eksikliği gidermeye yönelik girişimlere teşvik eder (İraz, 2005: 196) Bu aşamada kişi piyasadaki açığın nasıl giderilebileceğini düşünmeye ve bu açığın tanımını yapmaya başlar. Bir başka deyişle karşısına çıkan fırsatı belirlemeye çalışır. Bu noktada kişinin yenilikçi ve yaratıcı olması bu açığın fırsata dönüşmesi için oldukça önemlidir (Kruger, 2004: 61)

1.9.2. Gerekli Kaynakların Belirlenmesi

Fırsatın tanımlanması ve belirlenmesinden sonra bu fırsatın proje halinden gerçeklik haline dönüşebilmesi için gerekli olan kaynakların belirlenmesi gerekir. Gerekli kaynaklar belirlendikten sonra bu kaynakları temin etme yolları saptanmalı ve temin yollarına gidilmelidir. Top (2006:297) kitabında bir iş fırsatının teoriden pratiğe dönüştürülebilmesi için kaynakların temin edilmesinin zorunluluğuna vurgu yapmıştır. İraz (2005:197) ise kaynakların önemi ile ilgili; kaynakların büyüklüğünün değil iş projesinde kullanım etkinliğinin daha büyük önem arz ettiğini vurgulamıştır.

1.9.3. İş Planının Geliştirilmesi

Girişimcilik sürecinde üçüncü aşama iş planının hazırlanıp geliştirilmesidir. İş planının yapılmasının amacı girişimcinin kaynakları temin ettikten sonra fırsatını gerçeğe dönüştürebilmesi için atacağı adımları görebilmesidir. Bir başka deyişle, girişimci hedefe giden yolda hangi kaynağı ne zaman, nasıl ve nerede kullanacağını görür buna göre aksiyona geçer (Çalık & Düzü, 2009: 20). İş planının geliştirilmesi gerek zaman yönetimi gerekse ekonomik kayıpları minimuma indirmek için önemlidir.

1.9.4. Sonuçlanan Girişimin Yönetimi

Son aşama olarak sonuçlanan girişimin yönetimi; pratiğe dönüştürülmüş ve başlatılmış işin başarılı bir şekilde devam ettirilmesidir. Ortaya çıkan girişimin sürekliliğini korumak için örgütsel bir yapı kurulması gereklidir (İraz, 2005: 203).

Bu aşamada girişimin şahıs işletmesi ya da şirket olup olmaması hangi vergi kanununa tabii tutulacağı belirlenmelidir. Bu noktada karar tamamen girişimciye aittir.

1.10. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Literatürde birçok girişimcilik türü tanımlanmıştır fakat Aulet ve Murray (2013:3-6) girişimciliğin genel olarak iki türden oluştuğunu ve bu türlerin ayırımının büyük öneme sahip olduğunu belirtmektedirler. Aulet ve Murray “küçük ve orta boy işletme (KOBİ) girişimciliği” ile “inovasyon güdümlü girişimcilik” olarak iki ana tür tanımlamışlardır. Küçük ve orta boy işletme girişimciliği; bir veya birkaç kişinin lokal hizmet ya da üretim amaçlı girişimlerdir. Bu tür girişimlere örnek olarak mahallede yeni açılan restoran ya da kuru temizlemeci gösterilebilir. Ayrıca bu tip girişimciliğin genellikle aile işletmeleri olduğunu belirtmekte fayda vardır. KOBİ girişimcilikte inovasyon gerekli bir unsur değildir. Şekil 1.3’te görüldüğü üzere KOBİ girişimcilikte sermaye olarak yatırılan para lineer şekilde nakit akışı oluşturmaktadır dolayısıyla doğrusal büyüme söz konusudur.

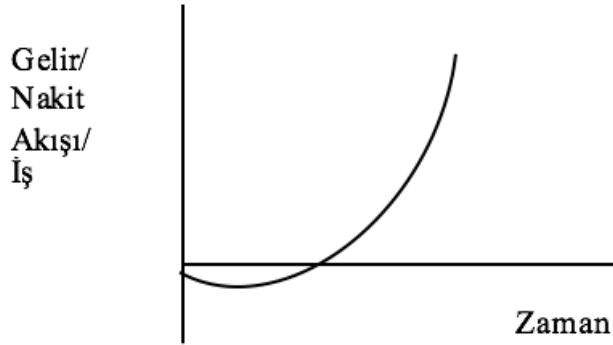
Inovasyon Güdümlü Girişimcilik (IGG) ise varoluşunda teknolojik gelişme barındıran bir girişimcilik türüdür. IGG’de yeni bir hizmet ya da ürün ortaya çıkarmak yahut piyasada olan ürün ya da hizmeti geliştirmek amaçlanmaktadır. IGG amaç itibarıyla lokal değil global pazarları hedef alırlar. İlk olarak yatırım maliyeti oldukça yüksek olan bu girişimcilik türü çoğu zaman zarardan başlayarak eksponansiyel (Şekil.1.4) büyüme gösterir. Dolayısıyla karlılık oranı oldukça yüksek bir girişimcilik türüdür. Sermayenin nakit akışı olarak geri dönüşü KOBİ girişimcilik ile kıyaslandığında daha uzun sürer. IGG tipinde önemli olan bir diğer unsur ise faaliyet yöneticisi ve sahiplerinin çeşitliliğidir. Proje sahibi dışında yatırımcılar da girişime ortak olarak görülebilirler. Ayrıca bu tip girişimcilikte sermaye genellikle dış kaynaklar aracılığı ile oluşturulur.

Şekil 1. 3 Küçük ve Orta Ölçekli Girişimcilikte Zamana Göre Nakit Akışı, Gelir ve İşler



Kaynak:Aulet ve Murray, 2013:6

Şekil 1. 4 İnovasyon Güdümlü Girişimcilikte Zamana Göre Nakit Akışı, Gelir ve İşler



Kaynak:Aulet ve Murray, 2013:6

IGG ve KOBİ Girişimcilik olarak ikiye ayrılan girişimciliğin literatürde tanımlanmış bir çok türü vardır. Girişimcilik türleri genel olarak durum, eylem ve organize olma şekillerine göre ayrılır (Canbaz ve diğ., 2014: 231). En yaygın olan girişimcilik türleri teknik girişimcilik, sosyal girişimcilik, kamu girişimciliği, kadın

girişimciliği ve son olarak eko girişimciliktir.

1.10.1. Teknik Girişimcilik

Tekno-girişimciler; teknoloji alanında yenilik yaratan, inovasyon yönü güçlü girişimcilerdir. Bu girişimcilikte düşük sermaye karşılığında büyük kârlar ve hızlı büyüme elde edilebilir (Emre, 2007:8-12). Sosyal sınıf değişiminin çoğu tekno-girişimcilerden oluşmaktadır. Tekno- girişimcilerin yüksek öngörü ve yaratıcılık kapasiteleri sayesinde teknoloji geliştirebilirler bunun sonunda da yeni pazarlar yaratma başarısı elde edebilirler.

1.10.2. Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimcilik sosyal bir misyonun tutkusunu; örneğin Silikon Vadisi'nin ileri teknoloji öncüleriyle ortaklaşa iş disiplini, yenilikçilik ve kararlılık imajıyla birleştirir. Pek çok hükümet ve hayırsever çabalar beklentilerimizin çok altında kalmıştır. Başlıca sosyal sektör kurumları genellikle verimsiz, etkisiz ve tepkisiz olarak değerlendirilir. Sosyal girişimcilerin yeni bir yüzyıl için yeni modeller geliştirmeleri gerekmektedir.

Sosyal girişimcilik kelimesi yeni olabilir, ancak olgu değildir. Yenilikçi, kar amacı gütmeyen girişimlere ek olarak, sosyal girişimcilik, kar amaçlı topluluk geliştirme bankaları ve kâr amacı gütmeyen unsurları karıştıran hibrit kuruluşlar gibi sosyal amaçlı ticari girişimler içerebilir; örneğin; evsiz sığınma evleri gibi işletmeler, sakinlerini eğitmek ve çalıştırmak için eğitimler (Dees, 1998: 1) Sosyal girişimciler, toplumsal misyonlarına hizmet etmenin en etkili yöntemlerini ararlar. Bu girişimcilik türünde kâr amacı gütmeyen kuruluşlar gelir elde etmek amacı ile girişimcilik faaliyetlerinde bulunurlar(Güler,2011:81). Bunun için ellerindeki kaynakları değerlendirir ve fırsat kovalayarak fırsatları maddi hedefler haline getirirler.

1.10.3.Kamu Girişimciliği

Özel sektördeki rekabetçi ortamın teşvik ettiği girişimlerin kamu kuruluşlarında da proaktiviteyi artırma amaçlı uygulanmasıdır. Karar alma ve üretim yöntemi ile ilgili girişimcilik faaliyetlerinde bulunarak kamu kuruluşlarının verimsizleşmesini önlemek amaçlanır.

Kamu girişimcileri, sosyal hedefler peşinde özel ve kamuya ait kaynakların kombinasyonlarını deneyen yargılayıcı karar vericiler olarak tasarlar. Uygulaması siyasal kazanç arayışında mülkiyet haklarının yaratılması ya da düzenlenmesi olarak tanımlamakla kolaylaştırılmış ancak özel girişimci ile kamu girişimci aktörü arasındaki benzetme sınırları vardır (Canbaz ve diğerleri, 2014: 231)

1.10.4. Kadın Girişimciliği

Bu tür girişimcilikte risk alma, kaynakları toplama ve iş planlama evreleri de dahil olmak üzere bütün girişimcilik faaliyetlerinin kadın ya da kadınlar tarafından gerçekleştirildiği girişimcilik türüdür. Avrupa'daki erkeklerden daha fazla kadın olmasına rağmen kadın girişimciler, AB'deki serbest meslek mensubunun yalnızca üçte birini temsil etmektedir.

Avrupa Birliği Komisyonunun verdiği bilgilere göre AB'deki kadın girişimcilerin mevcut durumu ise şöyledir: kadınlar toplam Avrupa nüfusunun% 52'sini oluşturmaktadır ancak serbest meslek sahiplerinin sadece% 34,4'ü ve yeni girişim girişimcilerinin% 30'u kadındırlar.

1.10.5. Eko-Girişimcilik

Eko-sistemin sürekliliğini sağlamak ve korumak amacı ile gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetleri eko-girişimcilik türü kapsamındadır. Eko-girişimcilik, son yıllarda yoğun bir tartışma konusu olarak ortaya çıkmış ve bu alanda yeni bir alan ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda, bu konudaki tartışmalar gittikçe çevre yönetimine odaklı yayınlardan genel ticaret yayınları haline gelerek eko-girişimciliğin ekonomik öneminin de yayılmaya başladığını işaret vermektedir. Eko girişimcilik konusu, yenilik, çevre ve girişimcilik endişesi altında yatmaktadır (Wagner, 2009: 131).

İKİNCİ BÖLÜM

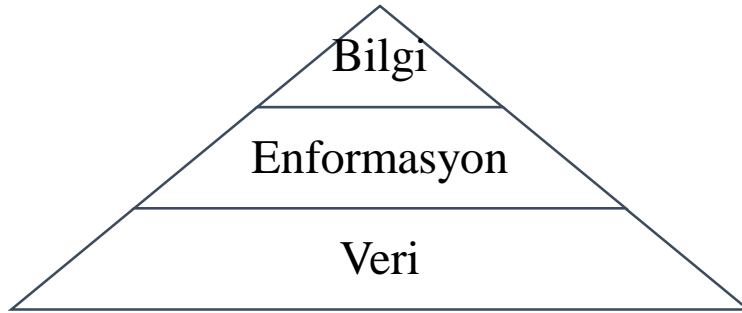
BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE TEKNOLOJİ KABUL MODELLERİ

2.1. BİLGİ KAVRAMI

İnsanlık tarihinin başlangıcından itibaren filozoflar ve zamanla bilim insanlarının yakından ilgilendiği ve kavram olarak açıklamaya çalıştığı bilgi kavramını; kendisi ile ilgili veri ve enformasyon gibi kavramlar olmadan açıklanması oldukça zordur. İlk olarak veri Davenport ve Prusak (2001: 22) tarafından “ham gerçekler” olarak ifade edilmekte olup içerisinde yorum bulundurmamaktadır. Bunun dışında veri, organizasyonlar içerisinde gerçekleştirilen işlemlerin detaylı tutulan kayıtları olarak da tanımlanmaktadır (Atılğan, 2009 :201). Enformasyon ise verilerin düzenli hale getirilip kullanılabilir haline denir (Atılğan, 2009: 202). Davenport ve Prusak (2001:22) enformasyonun çift taraflı bir eylem olduğunu ve gerçekleşmesi için bir alıcının olması gerektiğini belirtir. Enformasyon verilerin düzenlenerek alıcıda algı ya da yargı değişikliğine sebep olmayı amaçlar.

Bilgi ise enformasyon ve veriden daha komplike bir kavramdır. Enformasyonun deneyim ve değerlerler analiz edilip şekil alması bilgiyi oluşturur (Atılğan, 2009: 203). Şekil 2.1.’ de görüldüğü gibi bilgi hiyerarşisi veri, enformasyon, bilgi şeklinde ilerler. Bu sıralama teknik eylemlerde; toplama, organize etme, özetleme, analiz, sentez ve son olarak karar verme olarak değişir (Yılmaz, 2009: 99-101).

Şekil 2. 1 Bilgi Hiyerarşisi



Kaynak: Aygül,2015

2.2. TEKNOLOJİ KAVRAMI

Günümüzde insan hayatının her alanında kullanılan teknoloji, hızla gelişen bir alandır. Kelime kökü Yunancaya dayanmakta ve sanat ile bilmek kelime köklerinin sentezinden oluşmaktadır. Kavram olarak teknoloji; ham olan bilgiyi yani veriyi işleyip geliştirerek üretim yapmak ve bu yolla insanlara işlevsel çözümler sunmak olarak açıklanmaktadır (Batur & Uygun, 2012: 74). Ayrıca teknoloji; bilimin belirli bir amaç için kullanılması olarak da açıklanabilir (Kiper,2004: 6) Bu tanımlara ek olarak Türk Dil Kurumu (TDK) teknolojiyi “insanın maddi çevresini denetlemek ve değiştirmek amacıyla geliştirdiği araç gereçlerle bunlara ilişkin bilgilerin tümü” olarak tanımlar. Basitçe, ne zaman insanlar bilimi bir amaç için kullanmak isterlerse bu amaca götüren teknolojidir. Bu noktada bilim ile teknolojinin de ayrımını yapmak gerekir. Teknoloji belirli bir amacı gerçekleştirirken, bilim doğanın işleyişini anlamaya çalışır.

2.2.1. Teknolojinin Önemi

Tarihin başlangıcından itibaren insanlar teknolojiden faydalanmış ve geleceğe aktarmıştır. Günümüz insanının yaşamının hemen hemen her alanına dahil olan teknoloji doğrudan yahut dolaylı olarak gündelik hayatı etkilemektedir. Temel fonksiyonu; üretim, yönetim, kullanım ve bilgi alışverişini belirli araçlar aracılığı ile kolaylaştırmak olan teknolojinin etki alanı ve seviyesi arttıkça önemi de doğru orantılı olarak artmaktadır. Örneğin; eski zamanlarda çimleri kesme amaçlı kullanılan çim biçme makası da teknolojik bir alet iken yerini daha gelişmiş bir teknolojik alet olan çim biçme makinası almıştır. Dolayısıyla, teknolojinin gelişimi de hedefe giden süreci kısaltmış ve daha fazla verim elde edilmesini sağlamıştır.

Teknolojinin önemini gösteren bir diğer kanıt da teknolojik gelişmeler ile ülkelerin ekonomik durumlarının pozitif korelasyonudur (Yıldız, Ilgaz ve Seferoğlu, 2010: 457; Malecki, 1997). Teknoloji ile birlikte bütün endüstri güçlenmiştir. Örneğin; genetikten evren araştırmalarına kadar geniş bir skalada araştırma alanları genişlemiş ve güçlenmiştir. Bilim alanındaki gelişmelerin önü açılmıştır. Teknolojinin gündelik ve iş hayatına en büyük katkısı internet ve bilgisayar sistemleri ile olduğu inkar edilemez. Zira bilişim sistemlerindeki bu gelişmeler hemen hemen bütün sektörlerdeki faaliyetlerin daha kısa sürede daha verimli

olmasını sağlamıştır. Teknolojideki ilerlemeler sayesinde şirket içerisindeki bilgi alışverişi ve dahi şirketin müşterileri ile iletişimi bir ileri seviyeye geçmiştir.

2.2.2. Teknolojinin Tarihsel Gelişimi

Teknoloji terimi, Eski Yunan'da "sanat, zanaat" ve "yazı, konuşma" logolarının bir araya getirilmesi, sanata dair bir söylem oluşturması anlamına geliyordu. 17. yüzyılda İngilizce olarak ilk kez ortaya çıktığında, yalnızca uygulanan sanatı tartışmaya açtı ve yavaş yavaş bu "sanatlar" kendiliğinden belirlenmeye başladı. 20. yüzyılın başlarında bu terim araç ve makineler ek olarak giderek artan araç, süreç ve fikirleri benimsedi (McNeil, 2002: 12-18). Yüzyılın ortalarına kadar teknoloji, "insanın çevrelerini değiştirmeye ya da manipüle etmeye çalıştığı vasıta ya da faaliyet" gibi cümlelerle tanımlandı. Son yüzyıllarda Batı teknolojik gelişiminin muazzam ivmesi olmuştur; Doğu teknolojisinin ana hatlarıyla sadece modern teknolojinin gelişimi ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Tekerleğin icadından Endüstri devrimine kadar teknoloji insanlığa yön vermiş ve toplumları kategorileştirmiştir. Şuan içinde bulunduğumuz toplum ise üretim ve sanayi toplumundan sonra bilgi toplumdur. Bu durum bilgi teknolojilerinin tarihte yerini alıp var olması ile başlamıştır.

Yenilik sözcüğü teknoloji tarihinde büyük önem taşır. Tamamen yeni bir şey ve benzeri görülmemiş bir teknolojik yenilik diye bir şey yoktur çünkü bir mucidin bir boşluk içinde çalışması imkansızdır ve icadını dahiyane olarak kendi önceki deneyimlerinden ortaya çıkarmalıdır.

Bilgi teknolojileri tarihine literatürde baktığımızda, sayıyı dijital olarak işleyen ve ilk dev hesap makineleriyle doğduğu ve daha sonra hava yolu rezervasyonları gibi çoğunlukla işlem odaklı diğer faaliyetleri sayısallaştırmak için genişletildiği görülmektedir. Fakat 1980'li yıllara kadar, tüm bilgisayarla ilgili faaliyetler, bir kişi ile bir bilgisayar arasındaki etkileşimlerin etrafında döndü (Juang ve Rabiner, 2005: 7)

PC, masa üzerinde sadece bir anabilgisayardı. Elbette, kurumsal verilerin büyümesine ve ev tabanlı etkinliklerin sayısallaştırılmasına büyük katkıda bulundu. Fakat büyük kantitatif ve nitel sıçramanın, yalnızca çalışma bilgisayarlarının birbirine Yerel Alan Ağı (LAN) vasıtasıyla bağlandığı ve bunun da Ethernet'in

standart haline geldiği ve daha sonra Geniş Alan Ağları (WAN'lar) aracılığıyla uzak mesafeden gerçekleştiği zaman olmuştur. PC ile, daha önce bir daktiloya yazılan notları dijital olarak yaratabilir, dağıtmak için yine yazdırabilir ve kağıt kopyaları yapmak gerekmektedir (Juang ve Rabiner, 2005: 20) Bilgisayar ağları iletinin dijital olmasını sağladı ve iletinin çoğalmasını sağladı, oluşturulan, depolanan, taşınan ve tüketilen verilerin miktarını büyük ölçüde arttırdı. İnsanları geniş ve dağınık bir bilgisayar ağına bağlamak yalnızca üretilen verilerin miktarını arttırmakla kalmadı, aynı zamanda birçok yeni kurumsal uygulama ve "veri madenciliği" için yeni bir amacın ortaya çıkmasını sağlayarak sayısız yeni değer kazandırmanın yollarını da beraberinde getirdi. Rekabetin doğasını değiştirdi ve o zamana kadar sektörde egemen olan dikey "uçtan-uca çözüm" iş modelinin aksine bir IT bileşenine odaklanan yeni "yatay" çözümler ve katılımcı yarattı.

Endüstrinin gelişmesindeki bir sonraki evre, oluşturulan verilerin miktarında bir sonraki niceliksel ve niteliksel sıçrama World Wide Web'in icadı ile gelmiştir ve yaygın olarak internet adını almıştır. İnternet, kurumsal ilişkili faaliyetlerle sınırlı değil, neredeyse her faaliyette sayısallaştırılmış yeni uygulamaların çoğalmasına yol açmıştır. En önemlisi, İnternet erişimi olan herkes tarafından bilgilerin oluşturulmasını ve paylaşılmasını büyük ölçüde kolaylaştıran araçlar sağladı. Bir daktiloda yazdığım çalışma notu, işletme boyunca ve ötesinde gönderilen dijital bir belge haline geldi ve hiç tanışmamış insanlara ulaşmasını sağladı. Bilgisayar ağları BT'yi muhasebe bölümünden işletmenin her köşesine götürürken, World Wide Web de BT'yi milyonlarca insanı bağlayan dünyanın her yerine götürdü. Bu milyonlar arasında interaktif konuşmalar ve bilgi paylaşımı değiştirildi ve yayını artırdı ve yarattığı, depoladığı, taşındığı ve tükettiği veri miktarını büyük ölçüde arttırdı (McNeil, 2002: 57-62)

2.3. BİLGİ TEKNOLOJİLERİ

Bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin en önemli etkisi bilgi kavramı üzerinde olmuş ve bilgi ekonomik bir varlık olarak görülmeye başlamıştır. Yeni ekonomi, bilgi ekonomisi kavramları kullanılmaya başlanmıştır. Yeni kavramlarla birlikte yeni iş modelleri ortaya çıkmış, yeni meslek alanları ve görev tanımları kullanılmaya başlanmıştır.

Organizasyonlar için bilginin öneminin her geçen gün arttığı iş dünyasında bilinen bir gerçektir. Buna bağlı olarak organizasyonlarda bilgi yönetimi fonksiyonu ise bilgiden maksimum düzeyde katma değer yaratmayı sağlayacak süreç ve teknikleri içermektedir.

Göker tarafından yapılan iki saptama bilginin ekonomik gelişme ile yeni ekonomi kavramındaki önemini açık bir şekilde ortaya koymaktadır (Göker, 2001, s.234).

Göker tarafından yapılan ilk saptama: “Sanayi, çağımızda teknolojik gelişmelere paralel olarak köklü değişimlere uğramaktadır. Ancak bilginin yönlendirdiği ekonomide, bilgi, yalnızca yüksek teknolojiler için değil, dönüşüme ayak uydurmak zorunda olan düşük teknolojili sanayi dalları için de kritik önem taşır”.

İkinci saptama ise teknolojik yenilenmede bilginin önemi ile ilgilidir. “İnovasyonda belirleyici olan teknolojik inovasyondur. Teknoloji ise bir bilgi kategorisidir. Çağımız teknolojisinin bilgi kaynağı ise bilimsel bilgidir. Bu nedenle günümüzün üretim ekonomileri bilgiye dayalı ya da bilginin yönlendirdiği ekonomi olarak nitelenmektedir. Bilgiye dayalı ekonomide can alıcı nokta bilgiye erişmek ve erişilen bilginin kullanımını sonucunda yeni bilgi üretmektir”.

Burada anlatılmak istenen, ekonomik etkileri olan yeniliklerin çoğu, mevcut bilginin, yeni ürün ve üretim yöntemleri biçimindeki bileşimleridir. Bu dönüşüm sürecinin iyi işleyebilmesi için süreçte yer alan unsurlar bilgiye çabuk, kolay ve ucuza erişebilmelidir.

2.3.1. Bilgi Teknolojisi Kavramı

Teknolojiler işlevsel bağlamda bilimi kullanarak insan gücü kullanımını daha ileri seviyeye taşımayı hedeflemiştir. İnsan yeteneklerini en ileri seviyeye taşıyan teknolojilerden biri de bilgi teknolojisidir. Bilgi teknolojisi, bilgilerin toplanması, depolanması, işlenmesi ve iletilmesi için faydalanılan bütün iletişim ve bilgisayar teknolojilerine verilen addır (Çataler, 2017 :7). Bilgi teknolojisi kavramı içerisinde bulunan iletişim sistemleri ve bilgisayar kavramını ayrı ayrı incelersek; iletişim sistemleri bilginin ağlar aracılığıyla transferini, bilgisayar ise bilginin hızlı bir şekilde işlenmesini üstlenmektedir. Bu iki bileşenin birleşimi olan bilgi teknolojileri

insanlık tarihinin en önemli yüksek teknoloji adımlarından biridir (Chacra, 1992).

Tarım ve sanayi toplumlarından sonra bilgi toplumu ortaya çıkmıştır ve bu toplumda devlet-toplum-birey etkileşiminin birinci ve en önemli elementi bilgidir (aktaran Çelik, :55). Toffler (1996:278) bilgi toplumunda en önemli işin tarım işçiliği ya da sanayi işçiliği olmadığını ve geleceğin bilgi sektöründe olduğunu vurgulamıştır. Örnek olarak ABD'yi veren Toffler, ABD'nin dünyanın önde gelen ülkelerinden biri olmasını bilgi teknolojilerine ve bilgi sektörüne verdiği önemden kaynaklandığını söylemektedir.

Verilerin ve bilgilerin işlenmesinin, depolanmasının ve paylaşımının verimini arttıran bilgi teknolojileri; üretimde hızı arttırmış ve kayıpları minimum seviyeye çekmeyi hedeflemiştir. Bu perspektifte bilgi teknolojileri ülkelerin ilerlemesi için stratejik olarak üzerine gelişim politikaları ürettiği bir alan olmuştur (Işıksal, 2005: 45). Bilgi teknolojisi araçları olan “bilgisayar, internet, web sayfası, dijital baskı, lazer kesim, cep telefonu, telefon, faks, bilgisayar program, yazılım, donanım ve ağlar (Çataler,2017: 7-8)” bütün sektörlerin içerisinde büyük önem teşkil etmektedir. Çünkü, ürün, hizmet ve süreçlerin tasarlama ve gelişme süreçlerinde bu araçlar verimi arttırmakta rekabet ortamında işçi, yönetici ve girişimcilere avantaj sağlamaktadır (Nişancı ve Özmutaf, 2016: 361).

2.3.2. Bilgi Teknolojilerinin Tarihsel Gelişimi

Tarihin başlangıcından beri insanlar bilgi alışverişinde bulunmuştur. İlk zamanlarda ‘dil’ aracılığı ile yapılan bu alışveriş daha sonra gelecek nesillere aktarmak amaçlı araçlara kayıt edilmeye çalışılmıştır. Bilginin depolandığı, paylaşıldığı ve aktarıldığı teknolojiden yoksun yöntemlerle, mağara duvarlarına resim, hayvan derilerine şekiller gibi, bilginin sürekliliğini sağlamaya çalıştılar (Derry & Williams, 1960: 214). Milattan Önce (MÖ) 250 yılında parşömentin icadı, tarihte bilgi yönetimi adına bir dönüm noktası olmuştur (Derry & Williams, 1960: 216). Bunu takip eden en önemli gelişme ise matbaanın yaygınlaşmasıdır.

Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş ve ilerleyen dönemde 20. yüzyılın ortasında bilgisayarların kullanım alanının genişlemesi ile bilgi teknolojileri evrimi başlamış bulunmaktadır. Bilgi teknolojilerinin bu tarihten itibaren gelişimi de oldukça hızlı olmuştur. Örneğin; 1946 yılında bir odayı kaplayan hacme sahip

bilgisayarlar şuan ortalama 1-2 kg ağırlıktadırlar (Akın, 1998: 43). Bilgisayarlarda gelişen bir başka fonksiyon da veri depolama kapasitesinin ve işleme hızının yüzlerce kat artması idi. Boyutların küçülüp işlevlerin artması mikrobilgisayarların örgütlerde kullanılmasını beraberinde getirdi (Tekin vd. 2003: 158). Bilgi teknolojisinin bir diğer bileşeni olan iletişim teknolojinin tarihsel gelişimi de bilgisayar teknolojileri ile paralel ilerlemiştir. Daha önce kâğıt, kaset ve kart gibi fiziksel olarak yapılan veri aktarımı telefon ve telgraf ile sinyallere daha sonra da uydular vasıtası ile en hızlı aktarım hızına ve seviyesine erişmiştir (Tekin vd. 2003: 110).

Bradley ve diğer uzmanlar BT'nin geçirdiği evrimin üç ana dönemden oluştuğunu belirtmektedirler (1993: 8). Bu üç dönem sırası ile bilgi işlem dönemi, mikro dönemi ve ağ dönemidir. Bilgi işlem dönemi (1960-1980) ana bilgisayarları ve bu bilgisayarlara bağlı donanım ve yazılımları içerir (Çataler, 2017: 11). Anabilgisayarlar, işletmelerde verimi artırma amaçlı muhasebe ve mekanik işlerin otomasyonunu sağlamaktaydılar (Çataler, 2017: 11). Dolayısıyla 1970'lerden itibaren mavi yakalı işçilerin sayısında azalma gözlenmeye başlamıştır (Bradley vd. 1993: 8).

2.3.3. Bilgi Teknolojilerinin Önemi

1990 yılından itibaren girdiğimiz bilgi çağı, işletmelerin de işleyişini köklü bir şekilde değiştirmiştir. Davenport ve Short (1990:1) bu değişikliğin sebebi olarak bilgi teknolojilerini ve İş Süreçlerinin Yeniden Tasarımı'nı göstermiştir. Bilgi teknolojileri, faaliyetlerdeki verim artırıcı etkisi ile ciddi önem arz etmektedir. BT, bilginin uzak mesafelerle ivedilikle paylaşımını kolaylaştırırken coğrafik zorlukları ortadan kaldırmıştır. Ek olarak, insan emeği ve gücünün yerini alarak faaliyet hızını arttırmaktadır. BT ayrıca muazzam büyüklükteki bilgiyi işlemesi, depolaması ve kullanıma hazır hale getirmesi ile bilgi yönetiminin gelişmesini sağlamış, bilginin takibini kolaylaştırmıştır (Davenport ve Short, 1990: 12). Bilgi teknolojilerinin faydalarını ve işlevini inceledikten sonra özellikle iş dünyası için önemi oldukça büyüktür.

Sonuç olarak bilgi teknolojileri ile birlikte küreselleşme ivmesini arttırmıştır. İş dünyasının işleyişini değiştirmiş olan bilgi teknolojilerinin faaliyetlere

entegrasyonu bilgi teknolojilerini artık işletmeler açısından zaruri bir yapıtaşı haline getirmiştir.

2.3.4. İşletmelerde Bilgi Teknolojilerinin Kullanımı

“Bilgi teknolojileri, bir firmanın belirlemiş olduğu hedeflere ulaşmak için kullanması gereken tüm donanım ve yazılım teknolojilerini ; bilgi üretmek amacıyla kullanılan ürünler, yöntemler, buluş ve standartları ; örgütlerde kullanılan internet, intranet ve extranet kullanımı, ofis otomasyon sistemleri, fonksiyonel bilişim sistemleri, yönetim bilişim sistemleri, uzman sistemler, karar destek sistemleri ve elektronik veri değişim sistemleri, bunlara ek olarak da iletişimi içeren her türlü ekipman ve hizmetleri de kapsamaktadır” Nişancı (2016:2) tarafından bilgi teknolojileri bu şekilde açıklanmıştır. Ayrıca Nişancı (2016:3) araştırmasında BT kullanım alanlarını da belirtmiştir;

“Günümüzde bilgi teknolojileri, yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesinden, satış ve satış sonrası hizmetlerin desteklenmesine, piyasa ve sektörlerle ilişkin öngörülerin gerçekleştirilmesine ve karar destek araçları sağlanmasına kadar farklı alanlarda etkileri olan kritik bir yönetim aracı olarak kullanılmaktadır”.

Günümüzde bilgi teknolojilerindeki gelişmeler işletmelere yeni pazarlara girme, yeni pazarlar keşfetme ve hatta yeni pazarlar kurma olanağı sağlamaktadır (Papazoğlu ve Tsalgatidou, 2000: 301). İşletmelerin ürünlerini ve hizmetlerini pazarlama ve bu süreçlerin iyileştirmesinde BT kullanımı günümüzde zorunlu hale gelmiştir. Üretim sektöründe, üretimin planlanması ve kontrolünde BT hız bağlamında verimliliği arttırmaktadır; finansal sektörde ise işletmeler verilerin kayıtları, veri tahminleri gibi işlemleri için BT'den faydalanmaktadırlar.

2.3.5. Bilgi Teknolojilerinin İşletmeler Açısından Önemi

BT'nin iş değeri araştırmaları, bilgi teknolojisinin örgütsel performans etkilerini inceler. Araştırmacılar, BT değerinin yarattığı mekanizmaları değerlendirmek ve büyüklüğünü tahmin etmek için sayısız yaklaşımı benimsemişlerdir. Önceki araştırmalar, bilgi teknolojisinin gerçekten örgütsel performansın geliştirilmesine katkıda bulunabileceğini göstermiştir (Brynjolfsson ve Hitt 1996; Kohli ve Devaraj 2003; Mukhopadhyay ve diğerleri, 1995). Dahası, BT iş

değerinin boyutları ve kapsamı, yönetim uygulamaları, organizasyon yapısı ve rekabetçi ve makro çevre gibi çeşitli faktörlere bağlıdır (Brynjolfsson ve diğ., 2002; Cooper ve diğ., 2000; Dewan ve Kraemer 2000). Araştırmalar, firmaların BT'den ürettikleri tüm değeri uygun bulmadıklarını da ortaya koyuyor zira biçilen değerler, ticaret ortakları tarafından yakalanabilir veya daha rekabetçi fiyatlarla ve daha düşük fiyat ve daha iyi kalitede son müşteriler tarafından yakalanabilir (Bresnahan 1986; Hitt and Brynjolfsson 1996).

Bilgisayarların tanıtılmasıyla iş dünyası sonsuza dek değişmiştir. Bilgisayarlar ve yazılım kullanan işletmeler, bölümlerinin sorunsuz çalışmasını sağlamak için bilgi teknolojisi kullanmaktadır. İnsan kaynakları, finans, imalat ve güvenlik de dahil olmak üzere birçok farklı departmanda bilgi teknolojisi kullanılmaktadır. Bilgi teknolojisi kullanarak işletmeler, global piyasalardaki değişiklikleri genelde olduğundan daha hızlı görme olanağına sahiptir. İşlerini tamamlamaya yardımcı olan yazılım paketleri ve donanımları satın alırlar. Çoğu büyük işletmelerin yazılım ve donanımlarını bakım için tasarlanmış kendi bilgi teknolojisi bölümü vardır. Bilgi teknolojisi, tüketicilerin anında satın aldıkları öğelerini elde etmek için endişeli olmaları nedeniyle işletmelerin arz ve talebi takip etmelerini sağladı. Bilgi teknolojisi kullanarak Amazon gibi işletmeler, yoğun tüketicilerin daha hızlı satın alması ve ürün sağlayıcılarının daha hızlı takip ve tedarik etmelerini sağlamıştır. Örneğin; Web sitesinde birkaç tıklama tüketicinin bir sipariş vermesine izin verir ve bilgi teknolojisi bu siparişi şirkete gönderir.

Sonuç olarak, bilgi teknolojileri işletmelere rekabet gücü, yenilikçilik, pazarlama kapasitesi ve girişimcilik kapasitesi olarak olumlu yönde katkı sağlamaktadır. Bu bölümde bu katkılar detaylı olarak işlenecektir.

2.3.5.1. Rekabet Gücü

Bilgi kullanımının teknolojiye evrimi ile oluşan bilgi teknolojileri (Ekinci, 2006: 54) günümüzde işletmelerin en temel işlemlerini yerine getirmekte ve yeni uygulamalar aracılığı ile onları bir adım ileriye taşımaktadır. İşletmelerdeki temel faaliyetlerin bilgi teknolojilerine bağımlı çalışması teknolojiyi yakından takip ederek yeniliklere ilk erişen işletmelerin rekabet ortamında avantaj elde etmesini sağlar. Bilgi çağında, bilgi teknolojilerinin gelişim hızına uyum sağlamak kritik önem

taşımaktadır. Üretim ve hizmet süreçleri değişmekte dolayısıyla müşteri beklentileri ve ihtiyaçları da değişim göstermektedir. Beklentileri en hızlı ve etkin şekilde karşılayabilmek işletmelerin rekabet gücü elde etmelerini sağlar. Buna ek olarak; küreselleşme ile genişleyen ticari sınırlar bilgi teknolojileri aracılığı ile işletmelere yeni rakipler ve rekabet ortamları sunmakta, rekabetin şiddetini değiştirmektedir (Samaddar ve Kardiyala, 2005; Aktaran İraz, 2000: 207).

Sanayi toplumunda kitle üretiminin ve düşük maliyetin tuttuğu önemi bugün bilgi toplumlarında ve bilgi çağında bilgi tutmaktadır. Rekabette avantaj sağlamak için bilgi teknolojilerindeki değişime uyum sağlamak ve yakından takip etmek gerekmektedir. Bunun için işletmelerin bilgiyi dijital ortamda kullanıp, sanayi- bilgi bütünleşmesini gerçekleştirmesi önemlidir (Ekinci, 2006: 57).

Konya’da lojistik sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin BT kullanımının küresel rekabet ortamında işletmelere etkisini inceleyen araştırma (Tekin, Zerenler & Bilge, 2005) göstermiştir ki işletmeler üç yıl öncesine göre BT’den daha fazla faydalanmakta ve rekabet güçlerini bu şekilde arttırmaktadırlar. Bunun yanında H. Ekinci’nin (2006: 68) bilgi teknolojilerinin rekabet açısından önemini incelediği araştırmada bilgi teknolojilerinin ne kadar önemli bir rekabet aracı olduğunu; değişikliklere uyum sağlama, raporlama ile veri takibi, tedarikte sipariş alma ve vermenin hızlanması ve müşteri ilişkilerindeki iletişimin iyileştirilmesi sıralamasıyla belirtmiştir .

2.3.5.2.Yenilikçilik

Küreselleşme ve bilgi teknolojisinin gelişimi, işletmelere hedeflerine farklı yöntemlerle ulaşma zorunluluğu getirmiştir. Zorunluluğun sebebi hızla değişen dünya dinamiklerinde artık eski yöntemlerin etkili olmamasıdır. Dolayısıyla, yenilikçilik işletmeler için zaruri bir unsur olmuştur.

Öte yandan yenilik için bilgi gerekmektedir (Aslan & Özata, 2007: 17). İşletmelerde yenilik genellikle ürün yeniliği olarak değerlendirilir fakat yenilikçilik işletmeler için “ürün, süreç, organizasyon, yönetim veya pazarlama sistemleri (Aslan & Özata, 2007: 17)” bağlamında çok boyutlu bir unsur olmaktadır (Weerawardena ve O’Cass, 2004: 21). Yenilik içeren girişimler bilgi odaklıdır ve bu süreçte BT etkili

bir unsur olarak görülmektedir (Adamides ve Karacapilidis, 2006: 50). Bu hususta başarılı işletmeler göz önünde bulundurulduğunda sağlam bir bilgi altyapısı olduğu görülür (Aslan ve Özata, 2007: 18). Bu noktada BT işletmenin bilgi kullanımında işletme içerisinde ve dış ilişkilerde hızlandırıcı ve kolaylaştırıcı araç görevi üstlenmektedir (Adamides ve Karacapilidis, 2006: 50; Davis, 1989: 30).

Literatür göstermektedir ki BT'den faydalanmak işletmelerin yenilik üretmesini olumlu yönde etkilemektedir çünkü BT bilgi erişiminde verimi arttırarak işletmelerin hizmet ve ürettiklerini müşterilerine daha hızlı ve etkin bir şekilde iletmesini sağlamaktadır (Carbonell ve Rodriguez, 2006: 8; Ritter ve Gemunden, 2004: 553).

2.3.5.3. Pazarlama Kapasitesi

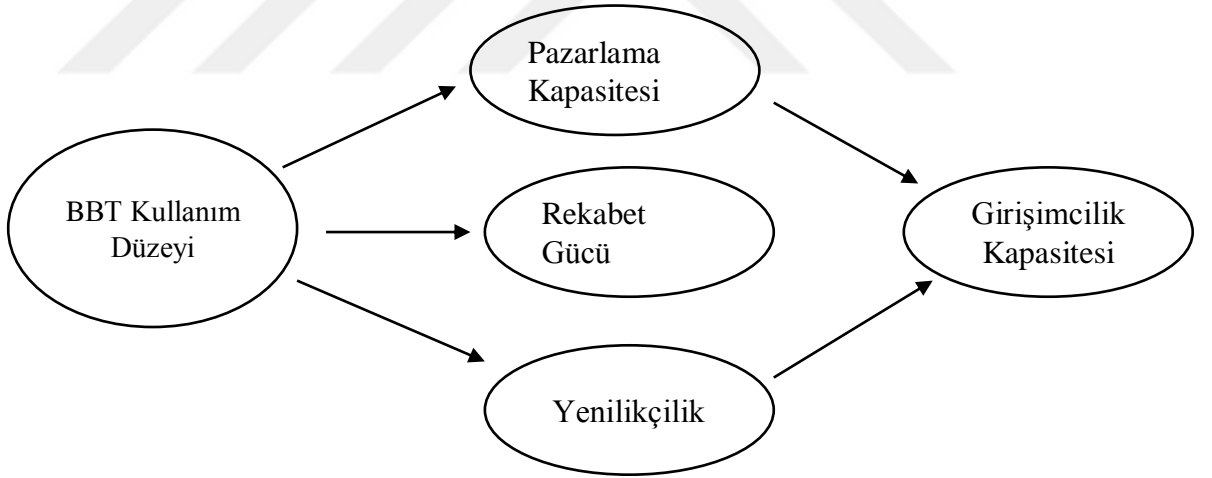
Pazarlama kapasitesi, bir işletmenin rekabet ortamında asgari düzeyde pazara ulaşmak için pazarlama bilgi, beceri ve yeteneklerini kullanmasıdır (Weewardena ve O'cass, 2004: 421). Bu bağlamda BT işletmelerin pazar kapasitelerini arttırmakta faydalanılan bir araçtır. Örneğin Aslan ve Özata (2007: 18) araştırmalarında Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) interneti haberleşme ve pazarlama aracı olarak kullandıklarını, bu sayede dünya çapında pazarlardan haberdar olup erişim sağlayabildiklerini belirtmişlerdir. İnternet aracılığıyla reklam giderleri azaltılıp ürün ve hizmetler tüm dünyaya daha ucuza duyurulabilir hale gelmiştir. İşletmeler bu yolla etkin pazarlama gücüne sahip olmaktadır.

Pazarlamanın bir diğer elementi de Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM/ Customer Relation Management)'dir. CRM işletmelere müşteriler ile doğru etkileşim yollarını bilgi ve metot aracılığı ile sunar (Aslan ve Özata, 2007: 18). Literatür Türkiye'de işletmelerin CRM'den karlılık amaçlı faydalandıklarını, Amerikan işletmelerinin aksine müşteri etkileşimine yeteri kadar önem vermediklerini vurgular (aktaran Aslan ve Özata, 2007: 18). Müşteri ile ilgili bilgi edinme ve kullanma araçlarını en etkin şekilde kullanmak işletmelere rekabet gücü sunmaktadır. Dolayısıyla, Türkiye'de müşteri ile haberleşme kanallarına yapılan yatırımların artacağı öngörülmektedir (Aslan ve Özata, 2007: 18).

2.3.5.4. Girişimcilik Kapasitesi

BT'nin şletmeler açısından bir diğer önemi de girişimcilik kapasitesine olan etkisidir. Bilgi ağında girişimci olmak BT kullanımını zaruri hale getirmiştir. Çünkü girişimcilik içerisinde yenilikçilik ve yaratıcılık barındırmaktadır. Yenilikçilik ve yaratıcılık perspektifinde; bilgi edinmek, depolamak, işlemek ve hizmete sunmak nemli bir role sahiptir (Lordkipanidze, Brezet ve Backman, 2005: 787). alışmalar (Day vd., 1998: 828; Bhuian vd., 2005: 15; Janson ve Wrycza, 1999: 366) göstermiştir ki girişimcilikle pazarlama arasında pozitif korelasyon bulunmaktadır ve BT kullanımı girişimcilik faaliyetlerini bu yollarla verimlileştirmektedir. Kısacası; BT kullanan şletmelerin rekabet gücü, yenilikçi yönleri, pazarlama kapasiteleri olumlu yönde etkilenmektedir nitekim Şekil 2.2'de de gösterildiği gibi girişimcilik kapasiteleri de güçlenmektedir.

Şekil 2.2. KOBİ'lerde Bilgi Teknolojisi Kullanımının; Rekabet Gücü, Yenilikçilik, Girişimcilik ve Pazarlama Kapasitesiyle İlişkileri



Kaynak: Aslan ve zata, 2007: 24

2.3.6. İşletmelerde Bilgi Teknolojilerinin Kullanımının Gelişimi

Uzun yıllar BT'nin sağladığı faydalar sadece destekleyici olarak görülse de günümüzde özellikle st düzey yöneticiler BT'nin etkin kullanımının üstün rekabet gücü sağlayacağının farkındalar (Bensghir, 1996 :43). 1980'den itibaren 'bilgi'

kritik bir güç aracı olarak görülmüş ve bilgi teknolojilerine yatırım gittikçe artmıştır. Nitekim yatırımlar en çok bilgisayar, veri işleme ve yönetim bilgi sistemleri bazı teknolojik gelişmelere olmuştur (Bensghir, 1996: 44).

1960 ve 1970 yıllarında işletmelerin bilgi kayıt ve depolama faaliyetleri çoğunlukla kâğıt üzerinde olurken 1980'lerden itibaren bu faaliyetlerin bilgi teknolojileri ile otomatikleştirilmesi ve maliyetin düşmesi BT'ye olan talebi arttırmıştır (Porter ve Millar, 1985).

2.3.7. Bilgi Teknolojilerinin İşletmelere Sağladığı İmkânlar

Bilgi teknolojileri işletmelerde verimliliği artırarak maliyeti düşürmeyi ve kazancı arttırmayı bilgiyi teknolojiyle birleştirerek sağlamaktadır. Bu perspektifte bilgiyi etkin kullanan işletmeler şirket içi yeni girişim fırsatları bulabilmektedirler. Rekabet ortamını değiştirerek BT yeni iş imkanlarını ve endüstri yapısındaki değişmeyi de etkilemektedir.

2.3.7.1. Yeni İş İmkânları

Genel algı, teknolojinin gelişmesiyle iş imkanlarının azalması yönündedir. Bilgi teknolojileri bazı mevcut iş kollarını ortadan kaldırırsa dahi yeni iş alanları oluşturarak ya da büyümeyi destekleyerek yeni iş imkanları sunmaktadır. Örneğin, ajandalarda randevuları düzenleme, konuşulanları dikte etme ve not alma, çeviri gibi sekreterlerin yaptığı işleri artık bilgi teknolojilerinin sunduğu elektronik aletler ve işlemciler gerçekleştirebilmektedir dolayısıyla sekreterlere daha az ihtiyaç duyulmaktadır. Bununla birlikte bankacılıkta uygulanan telefon bankacılığı aracılığıyla faturaların ödenmesi özelliği bu uygulamayı ilk kez sunan Yapı ve Kredi Bankasına (Bensghir, 1996: 49) ciddi rekabet üstünlüğü sağlamıştır.

BT işletmelerde yeni iş imkanlarını üç yolla (Bensghir, 1996: 49) sağlamaktadır. İlk olarak bazı işlerin teknolojik yapılmaya başlaması girişimciler için yeni fırsatlar yaratmaktadır. İkinci olarak BT yeni ürünler üretmektedir ve bu durum başlı başına yeni iş imkanları sunmaktadır. Son olarak, üretilen yeni ürünlerin yanında yan ürünlerin türemesidir ve nihayetinde oluşan yeni iş alanları ve imkanlarıdır. Örneğin akıllı telefon ve tablet üretiminin ve satışının artması ile daha önce olmayan telefon ve tablet kılıf pazarı oluşmuştur.

2.3.7.2. Endüstri Yapısındaki Değişme

Bilgi teknolojilerinin endüstri yapısını değiştirmedeki gücü, endüstrideki kârlılığı belirleyici beş unsuru (Porter ve Millar, 1985: 153) etkilemesinden gelmektedir. Bu beş unsur sırasıyla; satıcıların gücü, tedarikçi kuruluşların gücü, alıcıların gücü, rakiplerin gücü ve ikame edilebilen ürünlerin gücüdür (aktaran Bensghir, 1996: 46). Beş unsurun gücünü azaltıp arttırmakta etkili olan BT bu yolla endüstri yapısını da değiştirmektedir. Örneğin, internet sayesinde artık alıcı birçok ürünün fiyat ve kalitesini inceleyebiliyor. Nihayetinde tercihlerini daha dikkatli yaparak güç elde etmektedir (Bensghir, 1996: 47). E-ticaret satıcı ve tedarikçi kuruluşların da coğrafi sınırlılıklarını gidermiş ve güç kazanmalarını sağlamıştır. Öte yandan bilgi teknolojilerinin gelişimi ile hızla yayılan bilgi artık müşterinin yetersiz hizmet ya da ürün sunması halinde dezavantaj olarak satıcılara geri dönmektedir.

2.3.8. İşletmelerde Kullanılan Bilgi Teknolojilerinin Kapsamı

Bilgi teknolojileri “bilginin toplanması, saklanması, işlenmesi, erişilmesi ve dağıtılmasına hizmet eden teknolojiler, uygulama ve hizmetlerin bütünü sistem üzerindeki bilgilerin tümü” olarak açıklanmıştır (Sarıhan, 1999: 9) Günümüz işletmelerinde kullanılan bilgi teknolojileri kapsamına internet kullanımı, intranet ve ekstranet kullanımı, ofis otomasyon sistemleri, fonksiyonel bilişim sistemleri, yönetim bilişim sistemleri, uzman sistemler, karar destek sistemleri ve son olarak elektronik veri değişim sistemleri dahildir.

2.3.8.1. İnternet Kullanımı

İnsanoğlunun en büyük icatlarından biri olan internet bilgi çağına geçişte kritik bir öneme sahiptir. İnternet kısaca, “TCP/ IP (Transmission Protocol/ Internet Protocol)’yi tanıyan ağların oluşturduğu büyük bir ağıdır (Elibol, 2005: 158)”. Elektronik aletlerin bu ağ içerisinde bilgi alışverişini sağlayan internet, işletmeler için coğrafi sınırları kaldırmış ve bilgiye ulaşımı hiç olmadığı kadar kolay hale getirmiştir. Günümüzde bireyler pazarlamak istedikleri ürün ve hizmetleri sadece vitrin ve yazılı/görsel iletişim araçları ile reklamlarla değil internet aracılığı ile daha ucuza pazarlayabilmektedirler. İnternetin bilgi teknolojileri kapsamında değerlendirilmesinin sebebi, tüm dünyanın aynı anda erişimine açık bir bilgi deposu dolayısıyla açık bir kütüphane (Tekin vd., 2003: 97) olmasıdır.

2.3.8.2. Intranet ve Ekstranet Kullanımı

İnternet kullanımının yaygınlaşması ile işletmeler işletme içinde (intranet) ve işletme dışında (ekstranet) bilgisayarları birbirine bağlayan bir ağ aracılığı ile bilgi alışverişini kolayca yapabilmektedirler, ayrıca işletmenin özel verileri de bu ağ içerisinde depolanmaktadır. Intranet'in özelliği (Sarıhan,1999:9) sınırlı erişime olanak sağlamasıdır. Intranet ve ekstranet kullanımı ile işletmeler arasında muhasebe, üretim ve otomasyon yazılımları da kullanmak mümkündür.

2.3.8.3. Ofis Otomasyon Sistemleri

İşletmelerde hemen hemen her gün gerçekleştirilen rutin faaliyetler vardır. Bu faaliyetler ofis otomasyon sistemleri vasıtasıyla otomatik hale getirilerek zamandan ve gereksiz kaynak tüketiminden kazanılır. Ofis otomasyon sistemleri belge ve iletişim formlarının oluşturulmasını, işlenmesini ve paylaşılmasını sağlar (Iraz,1999: 47)

2.3.8.4. Fonksiyonel Bilişim Sistemleri

Her işletmenin bir hedefi vardır ve bu hedefi gerçekleştirme sürecinde yapılması gereken işletme fonksiyonları bulunmaktadır. Fonksiyonel bilişim sistemleri bu noktada devreye girerek çalışanların sorumluluklarını hafifletmektedirler. Örneğin; pazarlama, üretim ve muhasebe bilişim sistemleri (Bengshir,1996:56-74) fonksiyonel bilişim sistemleri dahilindedir.

2.3.8.5. Yönetim Bilişim Sistemleri

Genellikle işletme içinde yönetsel faaliyetlerin verimini arttırmak amaçlı kullanılırlar. Yönetim bilişim sistemleri gelecek verilerin tahmini, performans değerlendirmesi ve faaliyet planlaması gibi yönetici faaliyetlere destek amaçlıdır. Yönetim düzeyindeki bireylerin (Elibol, 2005: 158) karar verme süreçlerini daha hızlı ve daha etkin yapmalarına olanak sağlamaktadırlar.

2.3.8.6. Uzman Sistemler

Adı üstünde uzman sistemler daha kompleks bir teknolojiye sahip olup problem çözebilme yeteneğine sahiptirler. Elibol (2005: 158) uzman sistemleri "İnsanların çalışmalarını, deneyimlerini bilgisayara aktaran yapay zekâ

programlarına uzman sistem adı verilmektedir” şeklinde betimlemiştir. Bu sistemler uzmanlık gerektiren faaliyetlerde danışman amaçlı kullanılmaktadır.

2.3.8.7. Elektronik Veri Değişim Sistemleri

Elektronik alet ve iletişim ağları vasıtası ile “fatura, nakliye, fiyat listeleri, satın alma, ithalat ve ihracat belgeleri (Elibol, 2005: 159)” iki veya daha fazla işletme arasında paylaşımını ve işlem yapılmasını sağlayan sistemdir. Örnek olarak bankalar bu sistemlerden en çok faydalanan işletmeler arasındadır.

2.3.9. Bilgi Teknolojileri ve Girişimcilik

Günümüzde bilgi teknolojilerinin kullanım alanının hızlı yayılımı sonucunda kullanıcı sayılarında da artış gözlemlenmiştir (Leidner ve Jarvenpaa, 1995: 265). Bu artışın içerisinde girişimcilerin de bilgi teknolojisi kullanımına dair niyet ve tutumları gerçekleşecek davranışa dair önemli ipuçları sunmaktadır.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerdeki (KOBİ) girişimcileri, işletmelerinin işletilmesi ve yönetiminde bilgi teknolojisini kullanmaktadırlar. Örneğin kadın ve erkek girişimcilerin BT kullanımını kıyaslayan bir çalışma (Balachandran ve Sakthivelan, 2013: 51) iki grubun da işletmelerinde BT'den faydalandığını; ancak iki grubun teknoloji kullanımının aynı ölçüde olmadığını belirtmektedir. Bilgi teknolojisinin, gelişmekte olan ülkelerde kadın mikro işletmelerine nüfuz etmediği ifade edilmektedir. Bununla birlikte, bu alandaki verilere ulaşmak da çok zordur. Kadın girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımını erkek girişimcilerle karşılaştıran çok ülkeli anketler yoktur. Meksika'da yapılan bir araştırmada, Mexico City'de kadın girişimcilerin yüzde 64'ü (erkeklerin yüzde 83'ü), bilgisayar teknolojisini; grubun yüzde 14'ü (ve erkeklerin yüzde 29'u) yerel alan ağlarını işletmelerinde kullanmaktadır. İşadamlarının% 30'u ve kadınların% 22'si düzenli olarak işlerinde internet kullanmaktadır (Balachandran ve Sakthivelan, 2013:55-56).

Girişimcilik muazzam toplumsal önemi olan bir olgudur ve özellikle göçle ilgili konuşurken küreselleşme çağında oldukça uygundur. Hemen hemen her endüstri sektöründeki işletmelerdeki iç ve dış bilgi ve iletişim süreçleri elektronik bilgi teknolojileri tarafından gittikçe artan bir şekilde desteklenmektedir. Bu tür teknolojilerin temel avantajları, bu eğilimin gelecekte de devam etmesini

sağlamaktadır. Teknolojinin sürekli gelişimi, elektronik bilgi ve iletişim ağlarına dayalı yenilikçi iş kavramlarının geliştirilmesi ve bunları yeni bir şirket kurarak (e-girişimler) gerçekleştirmenin çeşitli olasılıkları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu çerçevede, “e-girişimcilik”, ekonomide yeni bir çığır açmış görülmektedir.

2.4. TEKNOLOJİ KABULÜ VE TEKNOLOJİ KABUL MODELLERİ

İş yerlerinde teknolojinin faaliyetlere dahil edilmesi özellikle donanım ve yazılım bazlı avantajlar sağlamaktadır. Fakat bu avantajlar teknolojinin kullanım oranının düşmesiyle birlikte dezavantaj haline dönüşmektedirler. Bilgi teknolojilerine yapılan harcamaların şirketlerin kârını arttıracığı öngürülürken yapılan araştırmalar bu durumun oluşmadığını söylemektedir. Bilgi teknolojilerinin daha fazla kâra sebep olacağı düşüncesi ise mantıksız değildir; çünkü bilgi teknolojileri verimliliği ve insanların faaliyet süreçlerini pozitif yönde değiştirmektedir. Ancak, yatırım sektöründe örneklerle gözlemlenmiştir ki bilgi teknolojilerine ne kadar fazla harcama yapılırsa geri dönüşü o kadar az olmaktadır. Bu duruma “üretkenlik paradoksu” denilmektedir. Üretkenlik paradoksuna en güzel örneklerden biri Amerika Birleşik Devletleri’nde 1970’lerin başından itibaren sektörlerin programlama bazlı bilgi teknolojilerine harcamalarının neredeyse iki kat artarken geri dönüşlerin artış şeklinde olmadığı hatta hizmet sektöründe düşüş gözlemlendiğidir (Brynjolfsson, 1993:67). Yeni araştırmalar ise üretkenlik paradoksunda önemli bir konuya dikkat çekmektedir. Bu araştırmalar göre önemli olan, bilgi teknolojilerine ne kadar çok yatırım yapıldığı değil, bilgi teknolojilerine en verimli ve en doğru yerlerde kullanılmak üzere yatırım yapılması gerektiğidir (Stratopoulos & Dehning, 2000: 103-117; Anderson, Banker & Ravindran, 2003; 91-94).

Sektörlerin artan teknoloji yatırımlarına beklenen geri dönüşleri göstermemesi insanların teknolojiyi nasıl kabul ettiklerine dair araştırma alanı yaratmıştır. Bu alanda teknoloji kabulü araştırmaları 20 yılı aşkın bir süredir ciddi önem arz etmektedir. Teknoloji kabulüne dair psikolojik, teknolojik ve sosyolojik temelli yaklaşımlar olmakla beraber, teknoloji kabulüne dair teoriler de geliştirilmektedir. Psikolojik bağlamda teknoloji kabulünü inceleyen araştırmalar genellikle kullanıcıların kişilik özelliklerini değişken olarak tercih etmişlerdir

(Parasuraman, 2000:317; Lam, Chiang, & Parasuraman, 2008) . Örneğin Özbek ve diğerlerinin (2014) araştırmasında kişilik özelliklerinin bireylerin teknoloji kabulüne etkisi incelenmiş; uyumlu ve içedönük insanların teknoloji kabul düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Venkatesh ve Morris (2000: 115-139) ise teknoloji kabulünde cinsiyet farkının ve sosyal nüfuzun etkisini incelemiş; sonuç olarak kadınların erkeklerden daha çok çevre nüfuzundan etkilendiğini ve erkeklerin teknolojinin kullanım kolaylığına önem verdiğini saptamışlardır.

Teknoloji kabulüne dair araştırmalar bize göstermiştir ki, bireylerin teknolojiyle olan ilişkileri teknolojinin gelişmesi ve tarih boyunca aktarılması için ciddi bir öneme sahiptir. Öyle ki insanların maddi çevrelerini değiştirmek için gerçekleştirdikleri araç ve bilgiler kabul edildikleri sürece kalıcı olmaya adaydırlar.

Bilgi teknolojisi küreselleşmeyi pekiştirdiği gibi küreselleşmenin ayrılmaz bir parçası olmuştur. Yıllar geçtikçe kullanıcı alanı ve sayısı artan bilgi teknolojisi neredeyse bütün sektörleri dolaylı ya da doğrudan etkilemektedir (Aktaş, 2007: 21). Nitekim bu etkileşim her zaman kolay olmamıştır. Bilgi teknolojisi hızla yeni ve hızla gelişen bir alan olduğundan ötürü insanların kullanımına karşı tutumları her zaman olumlu olmamaktadır. Eski usul mekanik araçlardan teknolojik araçlara geçiş süreci bireylerin teknolojik yeniliklere bakış açılarıyla bağlantılıdır. Bilimi kullanılabilir hale getirmeye yarayan teknoloji bireylerin onu kullanmaya yönelik motivasyonları olduğu sürece fonksiyonelliğini sürdürebilir. Bu sebeple potansiyel kullanıcıların teknolojiye karşı olan tutumlarını inceleyen uzmanlar teknoloji kabulünü açıklayan modeller geliştirmektedirler. 1980'lerin başından itibaren kullanıcıların teknolojiye karşı davranışları modeller aracılığı ile tahmin edilebilir şekilde boyutlandırılmaya çalışılmıştır. Kullanıcıların ne kadar hızlı teknolojiyi kabul etmeye başladıkları psikolojik, sosyal ve teknolojik bazı faktörlere bağlı olduğu gözlemlenmiş ve bu üç alan üzerinden modeller teknoloji kabul düzeyini incelemeye başlamıştır (Meuter ve diğerleri,2000; Dapp,Stobbe ve Wruuck, 2012; Lai ve Zainal, 2015; Lai,2016).

İşletmeler verim arttırmak ve çağın gerekliliklerini yerine getirebilmek amacıyla çeşitli bilgi teknolojilerine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu sebeple işletmelerde yeni sistemlere geçiş gözlemlenmektedir. Fakat çalışanların bu yeni teknolojileri benimsememesi ve kullanma oranlarının azlığı, amaçlanan verimin

yakalanmamasına sebep olmaktadır. Bu noktada uzmanlar tarafından geliştirilen teorik modeller kullanıcıların yeni teknolojiye karşı gösterdiği direnci açıklamaya ve çözümler sunmaya çalışır. Literatürde teknoloji adaptasyonu incelendiğinde öne çıkan teori ve modeller kronolojik olarak şunlardır: Mantıklı Eylem Kuramı (Ajzen ve Fishbein,1980), Planlı Davranış Kuramı (Ajzen,1991), Yeniliklerin Yayılımı Kuramı (Rogers, 1983), Ayrıştırılmış Planlı Davranış Kuramı (Taylor ve Todd, 1995), Teknoloji Kabul Modeli (Davis, 1989), Teknoloji Kabul Modeli 2 (Venkatesh ve Davis, 2000), Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanımı Teorisi (Venkatesh ve diğ., 2003). Gelişen teknolojiyle birlikte bu alanda yapılan araştırmalar da devam etmektedir. Bu alanda yapılan tüm araştırmaların amacı kullanıcı ile teknoloji arasındaki bağı daha anlaşılabilir kılmaktır. Yukarıda yer alan modeller tek tek ele alındıktan sonra, Teknoloji Kabul Modeli ayrı bir başlık altında daha detaylı bir biçimde incelenecektir.

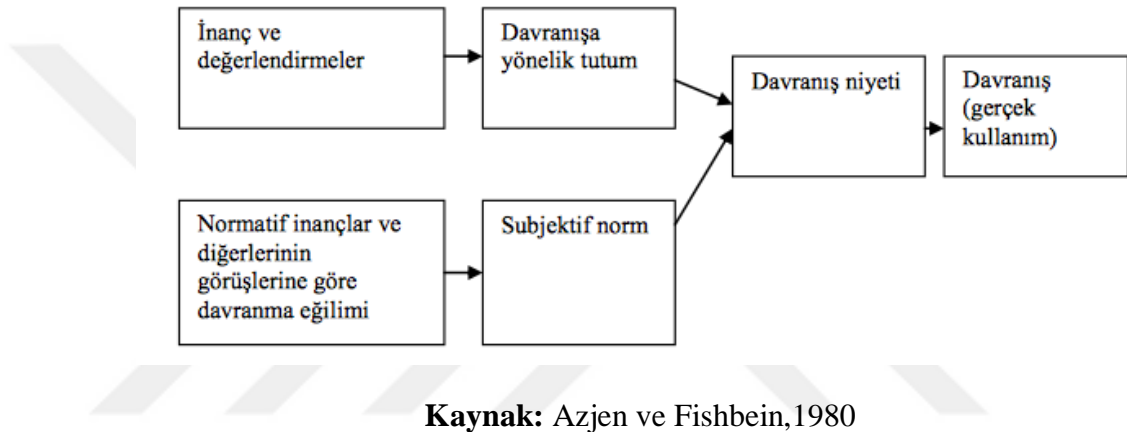
2.4.1. Mantıklı Eylem Kuramı

Mantıklı Eylem Kuramı (Theory of Reasoned Action) içerik itibariyle Teknoloji Kabul Modeline ve Planlı Davranış kuramına temel olmaktadır. Mantıklı Eylem Kuramı (MEK) ilk olarak 1967'de Dr. Martin Fishbein tarafından geliştirilmiştir. Fishbein tarafından oluşturulan bu araştırmada ilk önce bireylerin belirli bir objeye karşı tutumları daha sonra da bu objeyi dahil eden davranışlara karşı tutumları incelenmiştir. Daha sonra 1970'li yıllarda Dr. Martin Fishbein ile Dr. Icek Ajzen beraber çalışmaya başlayarak 1980'de MEK'i iyileştirerek Planlı Davranış Kuramına çevirmişlerdir (Ajzen ve Fishbein, 1980). MEK bireylerin inançlarının tutumu etkilediğini savunur. Ayrıca davranışı belirleyen en önemli faktörün ise niyet olduğunun altını çizer. Niyet ise şekil 2.3'te görüldüğü üzere tutum ve öznel normlardan etkilenmektedir.

Ajzen ve Fishbein (1980) MEK aracılığı ile insan davranışlarını niyetle, niyeti ise tutum ve normlar ile temellendirmişlerdir. Öte yandan MEK inanç gibi soyut kavramlar içerdiği için göreceli olarak zayıf bir model olarak kalmaktadır (Aktaş, 2007: 23). Bu bağlamda TKM bağımsız değişkenlerinin daha nicel olması ile MEK üzerinden şekillenen daha güçlü bir model olmaya adaydır.

Şekil 2.3'te görüldüğü üzere bireylerin gerçekleşen davranışlarının arkasında bağlantılı bir niyet vardır ve yine MEK'e göre bu davranışsal niyetleri etkileyen "Davranışa Yönelik Tutum" ve "Subjektif Norm" lar bulunmaktadır. Sosyal psikoloji, davranışa yönelik tutumları kişilerin içinde buldukları toplumdaki ötürü gelen inanç ve değerlendirmelerinin şekillendireceğini söyler (Fishbein ve Ajzen, 1975). Ayrıca normlar da uyum motivasyonu ve inançlar ile şekillenmektedir. Pozitif ve negatif tutumlar bireyin davranışının olumlu olup olmayacağını da belirlemektedir.

Şekil 2. 3 Mantıklı Eylem Kuramı



MEK davranışı tahmin etmekle birlikte davranışı anlamayı da hedeflemektedir. Buradan yola çıkarak davranışı belirleyen niyetin de alt faktörlerini irdelenmiştir. Bu teoriye göre kişilerin niyetleri iki ana unsura dayanmaktadır; birincisi insan doğasından gelen tutum, ikincisi ise toplumsal etki sonucunda ortaya çıkan subjektif normlardır. Davranışa yönelik tutum, bireyin davranışı gerçekleştirmeye dair olumlu ya da olumsuz tutumdur. Yani bir insan belirli davranışı gerçekleştirmenin olumlu sonuçlanacağına inanıyorsa bu davranışa karşı tutumu da olumlu olacaktır (Ajzen ve Fishbein, 1980). Niyetin ikinci işlevsel unsuru olan subjektif normlar ise kişinin davranışı gerçekleştirdiğinde çevresi tarafından olumlu ya da olumsuz tepkiler alması düşüncesi ile ilgilidir. Burada söz konusu olan çevre kişinin ailesi, arkadaşları, yöneticileri ve iş çevresidir. Örneğin, kişi belirli bir davranışı gerçekleştirdiğinde çevresi tarafından onaylanacağını düşünüyorsa bu davranışı gerçekleştirmeye dair toplumsal bir baskı ve dolaylı olarak bir niyet

oluşacaktır. Bu hususta önemli olan söz konusu bireyin normatif inançlarının ve diğerlerinin görüşlerine göre davranma eğiliminin düzeyidir. Çünkü bu düzey yüksek olmaz ise kişi sübjektif normları da aynı oranda dikkate almayacaktır. Yine aynı şekilde kişisel tutumu da bireyin kişisel inanç ve değerleri ile aynı doğrultuda oluşacağı düşünülmektedir.

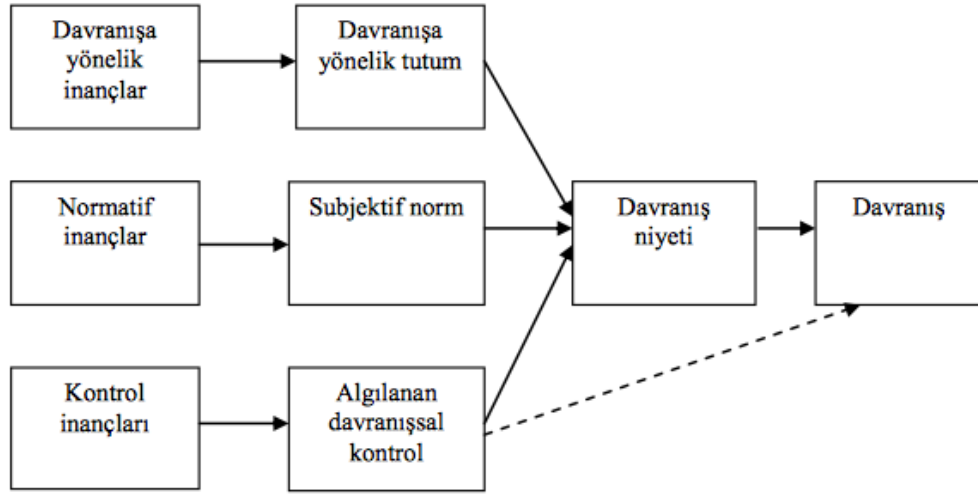
2.4.2. Planlı Davranış Kuramı

Planlı Davranış Kuramı (Theory of Planned Behavior) MEK üzerinden geliştirilmiştir ve temelde davranışı etkileyen aynı işlevsel unsurları incelemektedir. Planlı Davranış Kuramı (PDK) da bireylerin davranışlarını belirleyen etkenlerin var olan tutum ve niyetleri olduğunu savunur (Ajzen ve Fishbein,1980; Fishbein ve Ajzen, 1975). Ajzen MEK üzerindeki çalışmalarından bir kaç sene sonra davranışsal kontrol kavramını da çalışmalarına dahil ederek PDK'yı formulize etmiştir. Planlı Davranış Kuramı; insan davranışlarının bilinçli güdüler ile şekillendiğini, karar verme aşamasında var olan bilgilerden yararlanmak eğilimde olduklarını ve davranışlarının sonuçlarını dikkate aldıklarını belirtmektedir.

Mantıklı Eylem Kuramı davranışı ve davranışsal niyeti formulize etmekte oldukça başarılı olarak kabul edilip, insanların davranışlarına nasıl yön verilebileceğinin ipuçlarını da sunmaktadır. Fakat; Bandura, Adams, Hardy ve Howells (1980)'in araştırması ve benzer araştırmalar davranışların, kişisel bir özellik olan özgüvenden etkilediğini uyguladıkları deneyler ile ortaya koymuşlardır. Davranış alanındaki bu gelişmeden sonra MEK'e davranışsal kontrol unsuru eklenmiş ve PDK olarak yenilenmiştir.

Algılanan davranışsal kontrolün davranış üzerindeki etkisinin dolaylı ya da doğrudan olduğu kesin olmasa da Ajzen ve Madden (1986) davranışsal kontrol faktörünü de ekleyerek modeli denediklerinde anlamlı sonuçlar bulmuşlardır (Miley,2012: 193-196) Şekil 2.4'te algılanan davranışsal kontrol etkeninin davranış üzerindeki hem direk hem de niyet üzerinden dolaylı etkisi gösterilmiştir.

Şekil 2. 4 .: Planlı Davranış Kuramı



Kaynak: Ajzen, 1991

Kuram, davranış niyetini davranışsal kontrol etkisinde şekillenerek davranışı etkilediğini savunur. Kısacası, eğer bir kişi davranışını gerçekleştirmekle ilgili içsel ve dışsal kontrole sahipse (beceri, fiziksel yeterlilik, enformasyon, para, araç gereç ve insan) niyet de aynı oranda kuvvetlenir ya da güçsüzleşir. Ayrıca niyet ne kadar güçlü olursa olsun algılanan davranışsal kontrol düzeyi düşük ise davranışın gerçekleşmeyeceği öngürülebilir (Kuhl, 1985: 105). Ayrıca, kişiler geçmiş deneyimlerine ve gözlemlerine dayanarak davranışların gerçekleştirilme süreçleri ve imkanlarına dair inançlar geliştirirler. Bu inançlar PDK için “kontrol inançları” olarak tanımlanmaktadır ve algılanan davranışsal kontrolü etkilemektedirler. Örneğin bir kişi yeterli kaynağa ve fırsata sahip olduğunu düşünüyorsa davranışa dair algıladıkları kontrol de doğrusal boyutta güçlü olacaktır (Ajzen,1991).

Planlı Davranış Kuramı'na yayımlandığı tarihten günümüze kadar bir çok eleştiri yapılmıştır. Bunlardan biri de Sutton'un (1998) yönelttiği eleştirilerdir. Sutton öncelikle niyetlerin zamanla değişebileceğini, kuramın uygunluk ilkesine uygun olmadığı, niyetlerin değişebileceğinden de öte geçici olabilecekleri, kuramın ölçek uyumluluğunun olmayışı, niyet ve davranış için aynı ölçüm skalasının uygulanmayışı ve son olarak niyetin davranış açıklama tek etken olmama ihtimalinin göz ardı edilmesidir. Bu hususta PDK'yı değerlendiren ve eleştiren

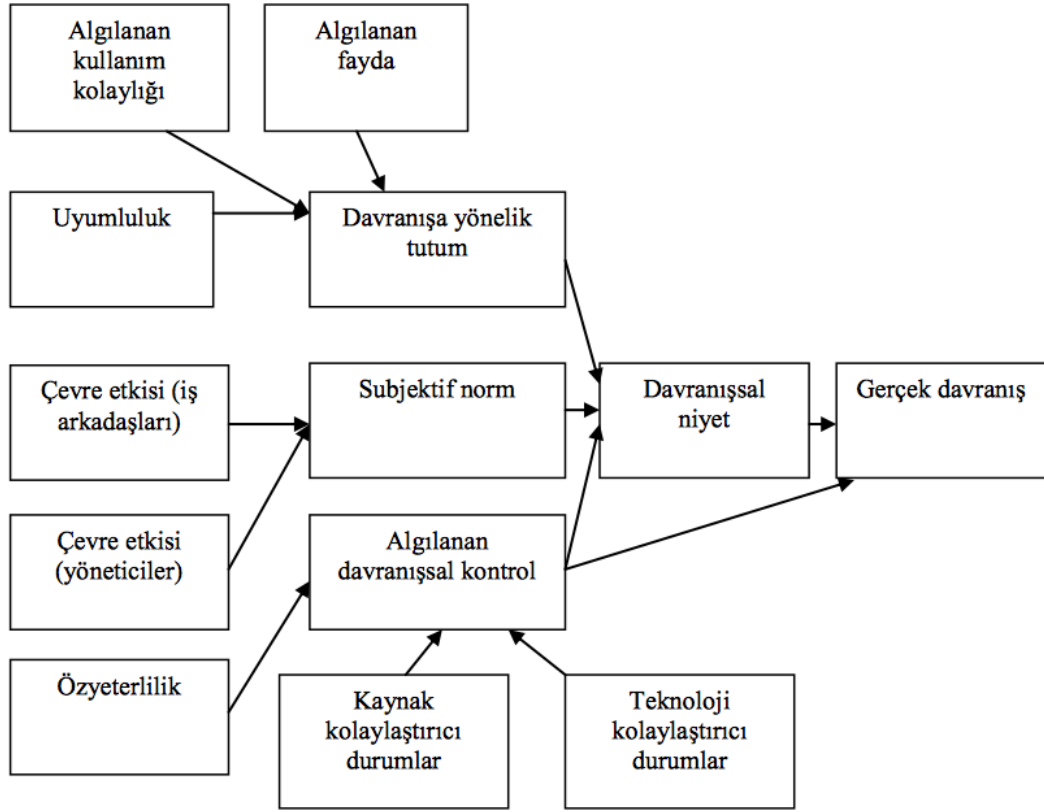
uzmanların ortak görüşü PDK'nın üzerine daha fazla araştırma yapılarak geliştirilmesidir.

2.4.2.1 Ayrıştırılmış Planlı Davranış Kuramı

Ayrıştırılmış Planlı Davranış Kuramı (Decomposed Theory of Planned Behaviour), Taylor ve Todd (1995) tarafından PDK'yı iyileştirme amacı ile ortaya konulmuştur. Teori; sübjektif norm, algılanan davranışsal kontrol ve tutum değişkenlerini belirleyici yeni alt değişkenler (uyumluluk, çevre etkisi, özyeterlilik, kaynak kolaylaştırıcı durumlar, teknoloji kolaylaştırıcı durumlar) ekleyerek tüketicinin gerçekleşen davranışını açıklamayı hedeflemiştir (Taylor ve Todd,1995). Şekil 2.5'te değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkileri gösterilmiştir.

Taylor ve Todd (1995), inanç yapıları ile niyet önceleri arasındaki ilişkilerin daha iyi anlaşılmasının, tutumluluk inançlarının ayrışmasını gerektirdiğini belirtmiştir. Shimp ve Kavas (1984), inancın bilişsel bileşenlerinin tek bir kavramsal ya da bilişsel birim halinde düzenlenemeyeceğini savundu. Taylor ve Todd (1995) inovasyon teorisinin yayılmasına dayanarak, tutumsal inancın, kabulü etkileyen nispi avantaj, karmaşıklık ve uyumluluk olan bir inovasyonun üç belirgin özelliğine sahip olduğunu belirttiler (Rogers, 1983). Taylor ve Todd (1995) TPB'nin ayrıştırılmış modelinin saf PDK ve MEK modellerinden daha iyi açıklayıcı güce sahip olduğunu göstermiştir.

Şekil 2. 5 : Ayrıştırılmış Planlı Davranış Kuramı



Kaynak: Taylor ve Todd, 1995

Ayrıştırılmış Planlı Davranış Kuramı (APDK), teknoloji kabulünü inceleyen diğer teorilerle aynı temeli paylaşarak davranışı niyetle ilişkilendirmiştir. Ayrıca PDK’da görülen üç ana yapı (tutum, subjektif norm ve davranışsal kontrol) APDK’da de yer almaktadır. Kişilerin sosyo-ekonomik konumlarının bilgi teknolojilerine karşı algılarını değiştirebileceği bilgisinden yola çıkarak APDK’da subjektif normun iki belirleyici faktörü vardır; iş arkadaşlarının çevre etkisi ve yöneticilerin çevre etkisi. Yöneticilerin ve iş arkadaşlarının iş sorumlulukları gereğince bilgi teknolojilerinin fayda ve kullanım kolaylığı algısının farklı olacağı savunulmaktadır (Erdem, 2011: 32,33). APDK’da daha önceki modelde yer almamış kolaylaştırıcı durumlar faktörü ise iki başlığa ayrılmış halde modele dahil edilmiştir: kaynak kolaylaştırıcı durumlar ve teknoloji kolaylaştırıcı durumlar. Kaynak kolaylaştırıcı durumlar, para ve zaman gibi zamanla tükenen sermaye olarak değerlendirilen kaynaklar olup teknoloji kolaylaştırıcı durumlar teknolojik fonksiyonları olan durumlar olarak tanımlanmıştır. APDK’nın PDK’dan daha fazla

değişken içermesiyle birlikte kullanıcı davranışı açıklamada daha güçlü olması beklenmektedir.

2.4.3. Yeniliklerin Yayılımı Kuramı

Inovasyon yani teknolojiye yapılan yenilikler toplumu oldukça ilgilendiren ve önemli bir konu olduğu halde insanlar tarafından yeniliklerin nasıl benimsendiği hala bir araştırma konusudur. Yeniliklerin Yayılımı Kuramı (Theory of Diffusion of Innovations) 1962’de Everett Rogers tarafından öne sürülmüş ve günümüze kadar geçerliliğini korumuştur. Yeniliklerin Yayılımı Kuramı’nı (YYK) daha iyi anlamak için yeniliğin ve yayılımın kuram dahilinde ne anlama geldiğini açıklamak gerekir. Rogers (1983: 11) yeniliği insanların yeni olarak algıladıkları bir fikir, hizmet ya da ürün olarak betimlemiştir. Bu betimlemede “algılamak” sözcüğü önemlidir çünkü insanların zamanında varlığından haberdar oldukları fakat kullanmayı akıl edemedikleri ve şimdi kullanmaya başladıkları ürün hizmet veya fikirler de yenilik kapsamına girmektedir. Buna ek olarak yenilikler halihazırda kullanılan fikir, ürün veya hizmete göre avantaj getirdiği sürece yenilik olarak benimsenebilir (Miles, 2012: 81). Yayılım ise insanların belirli bir yeniliği paylaştığı ve çeşitli iletişim yolları ile birbirlerine ilettiği bir sosyal süreçtir (Rogers ve Kincaid, 1981: 21).

Kuram; şekil 2.4’te görüldüğü gibi beş aşamalı bir yenilik- kara alma sürecini içerir. Birinci aşama olan bilgi aşamasında kişi bir yenilik olduğunun farkına varır. Bu farkındalığın erken ya da geç olmasına göre insanlar kuram içerisinde erken veya geç anlayanlar olmak üzere gruplara ayrılırlar (Rogers, 1983: 83; Hassinger, 1959: 54). Erken anlayan grubun sosyo-ekonomik düzeyi, kültürel yapısı ve iletişim kanallarının olanaklarının geç anlayanlardan daha fazla olduğu saptanmıştır.

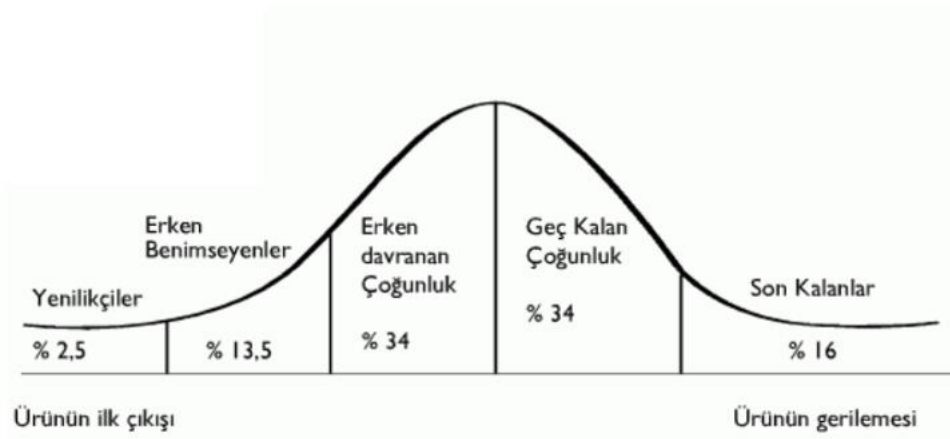
Şekil 2. 6 Yenilik- Karar Alma Süreci



Kaynak: Rogers,1983

Rogers (1983: 22) toplumdaki oranlarına göre yeniliği benimseyenleri beş kategoriye ayırmıştır. Bu beş grup istatistiksel olarak toplumda normal dağılım eğrisi oluştururlar ve şöyle sıralanırlar; yenilikçileri erken benimseyenler, erken davranan çoğunluk, geç kalan çoğunluk ve son kalanlardır. Şekil 2.5'te bu grupların dağılım oranları belirtilmiştir.

Şekil 2. 7 Beş Tüketici Grubunun Normal Dağılım Eğrisi



Kaynak: Rogers,1983

Rogers (2003: 177) için benimseme, "mevcut bir hareketin en iyi yolu olarak bir yeniliğin tam olarak kullanılması" olarak bir karardır ve reddetme "bir

yeniliği kabul etmemek" için bir karardır . Rogers (1983: 5), dağılımları "bir inovasyonun, bir sosyal sistem üyeleri arasında belirli kanallar vasıtasıyla zamanla iletildiği süreç" olarak tanımlıyor. Bu tanımda ifade edildiği üzere yenilik, iletişim kanalları, zaman ve sosyal sistem, yeniliklerin yayılmasının dört temel bileşenidir.

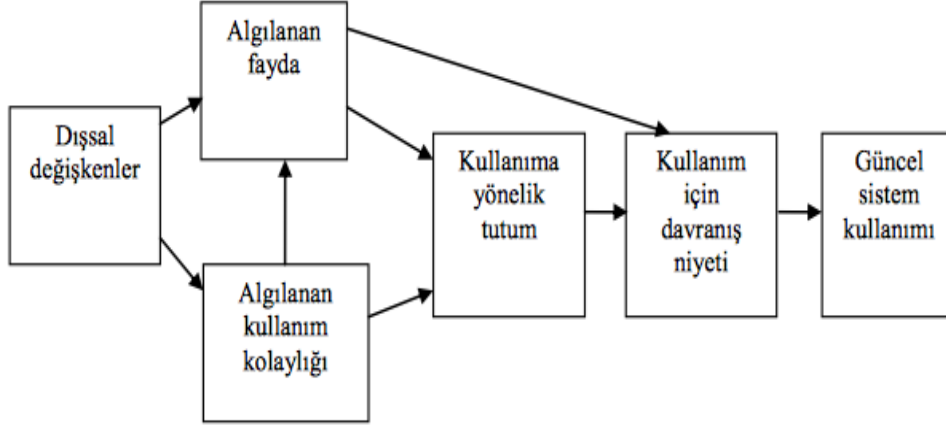
2.5. TEKNOLOJİ KABUL MODELİ

İnsanlar neden teknolojiyi kullanırlar sorusunun cevabı için literatüre bakıldığında bu soruyu cevaplamayı amaçlayan modellerden birinin de Teknoloji Kabul Modeli (Technology Acceptance Model) olduğu görülür. Teknoloji Kabul Modeli (TKM) insanların belirli teknolojileri iş faaliyetlerinde kullanmayı neden tercih ettiklerini açıklamayı amaçlayan bir teorik modeldir (Davis,1989). Model, insanların teknolojiyi işle alakalı faaliyetlerinde kullanmalarının başlıca iki motivasyonu olduğunu söyler. Bunlar; teknolojinin işleri için faydalı olması ve kullanım kolaylığıdır. Davis'in teorisi bize teknolojinin içeriğiyle ilgili çok az bilgi verir, ayrıca teknolojinin içeriği ile de ilgilenmez. Teorinin odak noktası söz konusu teknolojinin insanlar tarafından nasıl algılandığı ve teknolojiye dair insanların inançlarıdır. Kısacası, teknolojinin gerçekten faydalı ve kolay kullanılabilir oluşu teknolojinin içeriği ile ilgili değil tamamen insanların nasıl anladıkları ile alakalıdır, üstelik bu algı ve inançlar değişkendir. Dolayısıyla; teknoloji kabulünün yaşa, geçmiş tecrübeler, sosyo-ekonomik duruma ve cinsiyete göre değişmesi beklenmektedir (Venkatesh ve Morris, 2000:117). Örneğin, elektronik tablet kullanımına karşı iki insanın tepkisi aynı olmayabilir. Bu tabletlerin farklılığından kaynaklanmamaktadır. Bu durum iki insanın algılarının farklılığından kaynaklanmaktadır.

Bu model Fred Davis tarafından 1980'lerin sonlarında geliştirilmiştir. O zamanlarda e-posta ve kelime işlemcileri kullanılmaya başlanmış ve elle mektubun yerini almıştı ve bu model bireylerin teknolojiyi kullanmalarına karşı yaklaşımlarını incelemeyi amaçlamıştı. TKM daha önce de bahsedildiği gibi Ajzen ve Fishbein'in MEK'i temel alınarak oluşturulmuştur. Hung ve Chang (aktaran Aktaş, 2007: 26) kullanıcıların teknoloji kullanımında; ilk önce teknolojiye karşı pozitif tutum takındıklarını daha sonra kullanmaya niyetlendiklerini ve en son teknolojiyi kullandıklarını belirtmişlerdir. Bu perspektifte TKM içerdiği algılanan kullanım

kolaylığı ve algılanan fayda unsurları ile davranış niyetlerini başarılı bir şekilde tahmin edebilmektedir. TKM, davranış niyetlerinin algılanan fayda ve tutumdan doğrudan etkilendiğini belirtir (Bkz.Şekil 2.7.).

Şekil 2. 8 Teknoloji Kabul Modeli



Kaynak: Davis,1986

Şekil 2.7’de de görüldüğü üzere TKM’de de tıpkı MEK ve PDK gibi davranıştan önceki belirleyici işlevsel unsur niyettir. Niyet ise Algılanan Fayda (AF) ve Algılanan Kullanım Kolaylığı (AKK) ile şekillenmektedir. Burada, algılanan fayda bireyin teknolojiyi kullandıktan sonra iş performansının artacağına dair inancı olarak ifade edilmektedir. Algılanan kullanım kolaylığı ise söz konusu teknolojiyi kullanmak için kişinin çok çaba ve efor sarf etmeyeceğine dair inancıdır (Davis, 1986). Algılanan kullanım kolaylığı hem kullanıma yönelik tutum hem de algılanan faydanın belirleyicisi konumundadır çünkü birey teknoloji için çok çaba sarf etmeyeceğine inandığında zaman ve emekten kazanç olarak bu teknolojinin iş performansına fayda sağlayacağına inanmaya başlar (Venkatesh ve Davis, 1996). Bir diğer deyişle, bütün değişkenler sabit ve eşit iken teknolojinin kullanımı ne kadar kolay ise o teknolojiye karşı tutum da olumlu yönde olacaktır.

TKM mümkün olan en az değişkenle birçok değişik bilgi teknolojilerine karşı benimseme davranışını inceleyecek genel bir model olduğu için literatürde en çok atıf yapılan modellerin başında gelmektedir (Shang, Chen ve Shen, 2005;42). Teknoloji Kabul Modeli’nin güçlü bir model olmasına bir örnek de birçok kaynakta

bilgi teknolojilerinin uyarlanması incelenirken Tablo 2.1’de görüldüğü gibi TKM’den türetilen modellerin kullanılmasıdır.

Tablo 2. 1. TKM'nin Kullanıldığı Bilgi Teknolojileri ve Referansları

Bilgi Sistemleri	Referans
E-mail	Gefen ve Straub (1997), Straub ve diğ. (1997)
İnternet bankacılığı/Mobil bankacılık	Pikkarainen ve diğ. (2004), Gu ve diğ. (2009)
E-öğrenme, web tabanlı öğrenme, mobil öğrenme	Zhang ve diğ. (2007), Zhang ve diğ. (2008), Huang ve diğ. (2007), Liu ve diğ. (2008), Lee ve diğ., 2011
www	Lederer ve diğ. (2000), Moon ve Kim (2001)
İnternet	Fusilier ve Durlabhji (2005)
Mobil hizmet ve teknolojiler	Nicolas ve diğ. (2008), Chu ve Huang (2008)
Teletıp	Chau ve Hu (2002)
Windows	Karahanna ve diğ. (1999)
Yönetici bilgi sistemleri	Hernandez ve diğ. (2009)
Kurumsal Kaynak Planlaması	Amoako-Gympah ve Salam (2004), Basoglu ve diğ. (2007), Kerimoglu ve diğ. (2008), Amoako-Gympah (2007), Bueno ve Salmeron (2008), Çalışır ve Çalışır (2004), Ramayah ve Lo (2007), Song ve diğ. (2007), Ramayah ve diğ. (2007)
Otelcilik bilgi sistemi	Kim ve diğ. (2008)
E-ticaret,online satış, online alışveriş	Ha ve Stoel (2009), Gefen ve diğ. (2003), McKechnie ve diğ. (2006), Cho ve diğ. (2007)
Kısa mesaj teknolojisi	Lu ve diğ. (2009)
İntranet	Lee ve Kim (2009)
Diz üstü bilgisayar	Elwood ve diğ. (2006)
Kablosuz internet	Lu ve diğ. (2003), Lu ve diğ. (2005)
Teleworking	Perez ve diğ. (2004)
Görüntü etkileşim teknolojisi	Lee ve diğ. (2006)
E-devlet	Hu ve diğ. (2011)

Kaynak: Erdem, 2011:26

Literatür incelendiğinde, TKM’nin sınırlamaları olduğunu ve modelde eleştiriler olduğunu görürüz. Örneğin; Teknoloji Kabul Modeli’nin sadece bireysel

kullanımları açıklamaya odaklandığını fakat örgütsel boyutta teknoloji kullanımını açıklamada başarısız olduğu iddia edilmektedir (Joshi, 2005:18). Ayrıca Bagozzi (1981:178-204) ve Fazio (1989) bireylerin teknolojiye dair deneyimlerinin göz ardı edildiklerini ve dolayısıyla tutum ve niyetlerinin zamanla değişeceklerini vurgulayarak TKM'ye bir başka açıdan eleştiri getirmişlerdir.

Teknoloji Kabul Modeli üzerine birçok çalışma yapılmış ve model Davis'in ilk tasarladığı halden geliştirilmeye çalışılmıştır. Legris ve diğ. (2003:200)'nin modele daha fazla sosyal içerikli değişken eklenmesi gerektiği eleştirisi de daha sonra modelin genişletilmesine katkı sağlamıştır.

2.5.1. Teknoloji Kabul Modeli'nin Temel Öğeleri

Teknoloji Kabul Modeli, MEK ve PDK üzerinden oluşturulmuş ve zaman içinde eklemeler yapılarak günümüzde kullanılan bir modeldir. İçerisinde bulundurduğu unsurları itibari ile davranışların ve kullanım niyetlerinin TKM aracılığıyla başarı ile açıklanabildiği gözlemlenmiştir (Shang, Chen ve Shen, 2005).

2.5.1.1. Algılanan Fayda

Algılama süreci, bireyin dışarıdan gelen uyaran hakkında duyguları aracılığı ile bilgi edinmesine ve nihayetinde anlam vermesine denir (Aktaş, 2007: 28). Bu bağlamda Fred Davis bireylerin teknoloji ile ilgili duyguları aracılığıyla edindikleri bilgileri ve sonundaki çıkarımlarını merak etmiştir. Nitekim bu çıkarımlar bireylerin tutum, niyet ve davranışlarını şekillendirmektedir. Algılanan fayda (AF), dış değişkenlerin ve algılanan kullanım kolaylığının da etkileşimi ile kullanıma yönelik tutumu doğrudan etkilemektedir. Bu noktada TKM ve MET birbirinden ayrılmaktadır çünkü MET AF'nin tutum üzerindeki etkisinin güçlü ve direkt olduğunu savunmaz. Fakat literatürde Davis'in savına destek olan psikolojik araştırmalar (Triandis, 1979; Bagozzi, 1992) bulunmaktadır. Sonuç olarak Davis ölçeğinin mevcut ve gelecekteki kullanımı tahmin edebildiğini savunmuştur.

Bireyin ilgili teknolojiye dair algıladığı fayda o teknolojiyi değerini kullanıcı gözünde arttırmaktadır (Davis, 1989: 334). Dahası, bu kişi performans artışı için teknolojiyi gerekli görmeye başlamaktadır. Kaya ve Tekin (2003) ise algılanan fayda ile ilgili şu yorumda bulunmuştur: "Algılanan faydanın tahmin edilmesi için,

öncelikle onu etkileyen etmenlerin incelenmesi gerekmektedir. Dansky ve diğ., (1999:442) yaptığı çalışmada, algılanan faydanın etkilendiği etmenler kişisel ve yapısal faktörler olarak bir model üzerinde ifade edilmiştir”. Algılanan faydanın dış etkenleri Tablo 2.2’de sıralanmıştır.

Tablo 2. 2 Algılanan Faydanın Dış Değişkenleri

Çalışma	Dış Değişkenler	Sonuç
Amoako-Gyampah ve diğerleri (2004)	Paylaşılmış İnanç	Önemli
Chan & Lu (2004)	Algılanan Risk	Önemli
Chan (2001)	Bilgisayar Tutumu	Önemli
Hong ve diğerleri (2001)	Anlamlılık	Önemli
Hu ve diğerleri (2005)	Etkili Yarar	Önemli
Liaw ve Huang	Algılanan Eğlence	Önemli

Kaynak: Sharp,2006:6

2.5.1.2. Algılanan Kullanım Kolaylığı

Algılanan fayda unsurunda olduğu gibi Algılanan Kullanım Kolaylığının (AKK) da tutum üzerinde güçlü bir etkisi olduğu saptanmıştır (Davis, 1989). Hatta Davis’in çalışmaları AKK’nin tutum üzerinde AF’den daha kuvvetli bir etkisi olduğunu öne sürmüştür (aktaran Aktaş, 2007: 29). Fakat AKK AF’nin aksine ikinci direkt değişken olarak kullanılmaktadır. Kullanıcı, teknolojide kullanım kolaylığı algıladığında teknolojiden daha fazla verim alabileceği yönünde tutum sergilemektedir. TKM’yi geliştirmek için çalışmalar yapan Venkatesh (2000) AKK’nin kullanıcının bilgi teknolojisine dair tutumunda doğrudan ve pozitif bir etkisi olduğunu saptamıştır.

Venkatesh algılanan kullanım kolaylığını daha sonra detaylı inceleyerek bu önemli ögenin altında yatan iki sebep (demirlenme ve ayarlama) olduğunu öne sürmüştür. Bu bağlamda, davranışsal karar teorisi "demirlenmenin ve ayarlamının",

bireylerin sıklıkla kullandığı, önemli bir genel karar olduğunu göstermektedir (Slovic ve Lichtenstein 1971; Tversky ve Kahneman 1974; Northcraft ve Neale 1987). Belirli bir bilginin yokluğunda buluşsal yöntem, bireylerin "çapa" olarak hizmet eden genel bilgilere dayandıklarını ve aslında bireylerin karar verme süreçlerinde bu tür bilgilerini görmezden gelemediklerini ileri sürmektedir. Ek bilgi mevcut olursa (tipik olarak hedef davranışla doğrudan deneyim kazanırlar), bireyler kararlarını yeni bilgileri yansıtacak şekilde ayarlama eğilimindedir, ancak başlangıçtaki çapa kriterlerine güvenirlir. Spesifik olarak, Helson (1964), bir sübjektifin yargılayıcı bir göreve verdiği yanıtın üç yönüne dayandığını ileri sürmektedir: (1) öznenin geçmiş tecrübelerinin toplamı, (2) bağlam ya da arka plan ve (3) uyarıcı. Minimum bağlam (yani, spesifik sistem bilgisi) verildiği ölçüde, sistemlerle daha önceki deneyimlere dayanılarak sisteme özgü algılanan kullanım kolaylığı değerlendirmelerini yapacaktır. Daha bağlamsal bilgiler (yani, sisteme özgü bilgiler) ortaya çıktıkça, karar önceki deneyimlere dayalı olarak değil, o bağlamda daha fazla olacaktır.

Özellikle, hedef sistemle doğrudan deneyimden önce, bireylerin sisteme özgü algılanan yeni bir sistem kullanım kolaylığını, bilgisayarlar ve bilgisayar kullanımı ile ilgili genel inançlarına bağlamaları beklenmektedir. Sistemle ilgili deneyim arttıkça, bireylerin sisteme özgü algılanan kullanım kolaylığını, sistemle olan etkileşimini yansıtacak şekilde ayarlamaları bekleniyor. Bu ilişki, psikolojiden genel olarak spesifik ayrımcılık ve pazarlamadan soyut-somut ayrımı açısından da açıklanabilir (Bettman ve Sujan 1987, Mervis ve Rosch 1981). Hedef sistem hakkında çok fazla bilgi bulunmaması ve sistemle sınırlı doğrudan davranışsal deneyim olması nedeniyle, bireyler, hedef sistemin algılanan kolaylığı temelini genel ve gerçekçi ölçütlere dayandırır. Hedef sistemdeki öğrenme ve doğrudan deneyim arttıkça, sistemin kullanım kolaylığı hakkındaki kullanıcı kararlarının, bireyin sistemle doğrudan deneyiminin sonucunda ortaya çıkan belirli somut nitelikleri yansıtması beklenir.

Psikoloji araştırmalarına ek olarak, örgütsel davranış ve daha önce tartışılan pazarlamaya yapılan araştırmalara ek olarak, demirleme ve ayarlamaların temel argümanları, önceki kullanıcı kabul araştırmalarından elde edilen ampirik kanıtlardan desteklenebilir. Yeni sistemlerle doğrudan görüşme deneyimi olmadığı için, sistemlerin kullanım kolaylığı hakkındaki kullanıcı algıları, farklı yeni sistemler

arasında belirgin değildir; dolayısıyla, yeni sistemlerle kullanıcı deneyiminin ilk aşamalarında, sisteme özgü algılanan kullanım kolaylığı için "ortak" belirleyiciler vardır (Venkatesh ve Davis 1996). Spesifik olarak, kullanıcı deneyiminin erken aşamalarında, sisteme özgü algılanan yeni bir sistemin kolaylığı için ilk çapaların ve bilgisayarlarla ilgili genel düşüncelerin şekillendirici etkisi büyüktür. Bu akıl yürütme şeklini destekleyen bazı kanıtlar vardır: bilgisayar öz-yeterliliğinin (Compeau ve Higgins, 1995) yeni deneyimlerin edinilmesinden önce algılanan kullanım kolaylığının güçlü bir belirleyicisi olduğu gösterilmiştir (Venkatesh ve Davis 1996). Kullanıcılar, hedef sistemle ilgili tecrübe kazandıkça, sistemin kullanım kolaylığı konusundaki değerlendirmeleri hala bireysel farklılık değişkenlerine ve genel inançlara bağlanırken, sistem ile etkileşiminin getirdiği yeni tecrübeler eskilere eklenerek değişecektir.

Venkatesh (2000:360) ; içsel motivasyon (örneğin; bilgisayar eğlencesi) ve duygunun (örneğin; bilgisayar kaygısı); kullanıcıların, yeni bir şey hakkında algılanan kolaylığı oluşturmada kullandıkları araçlar olduğunu vurgular. Ayrıca çalışmada; teknoloji kabulü, benimsenmesi ve kullanım davranışının önemli bir sürücüsü olan algılanan kullanım kolaylığının belirleyicilerini araştırmıştır. Bir kişinin teknoloji ilgili genel inançlarının, sisteme özgü algılanan kullanım kolaylığının, hedef sistem ile doğrudan deneyimden sonra bile en güçlü belirleyicileri olduğu ispatlanmıştır. Mevcut çalışmanın bulguları, daha önceki bilgi sistemlerinde yapıldığı gibi, sistemle ilgili algıları ve tasarım özelliklerini aşırı vurgulamaktan ziyade, kullanıcı kabulünü ve kullanmayı arttırmak için bireysel farklılık değişkenlerine daha fazla odaklanma ihtiyacına işaret etmektedir.

Sonuç olarak yapılan araştırmalar göstermiştir ki teknolojilerin benimsenmesi ve yayılması için bireylerin söz konusu teknolojilere karşı algıladıkları kullanım kolaylığı oldukça önemlidir. Zira algılanan fayda olmaksızın TKM'nin işlevi düşünülemez. Venkatesh (2000:360-361) algılanan faydanın teknoloji kabul modellerindeki işlevini nedenleriyle açıklamaya çalışmış ve bireylerin daha önceki deneyimleri ile kurdukları bağlamı incelemiştir.

2.5.1.3. Tutum

Tutum belirli bir olay ya da nesneye karşı olumlu yahut olumsuz tepkide bulunma eğilimidir (Özer, Özcan ve Aktaş, 2010:8). Tutum, TKM’de davranışa yönelik niyet ve gerçekleşen davranışı belirleyen önemli bir etken unsurdur. Bireyin olaylara, nesnelere veya kişilere olan tutumunu belirleyen faktörler arasında aile, inanç, deneyim gibi sosyal ve psikolojik dinamikler sıralanabilir. Literatüre bakıldığında AKK ve AF dışında tutumu etkileyen “algılanan eğlence” (Huang,2005; Moon ve Kim, 2001) ve “ilgi” (Shih,2004) gibi unsurlardan da bahsedilmektedir.

Araştırmacılar, son yıllarda algılanan kullanım kolaylığı, algılanan yararlılık, tutumlar ve diğer bilgi teknolojilerinin kullanımı arasındaki ilişkiyi incelemek için çeşitli çalışmalar yapmıştır. TKM, algılanan kolaylık ve algılanan faydalılığın, o teknolojinin kullanımını öngörebilecek teknolojiye yönelik tutumlarını öngörebileceğini belirtti. Davis (1989), TKM’nin bilgi teknolojisi kullanımını açıklayabileceğini gösterdi. Ajzen ve Fishbein (1975:302) teorisini gerekçelere dayandırarak, inançların niyetlere yol açan tutumları etkilediğini ve bu nedenle davranışlar ürettiğini göstermiştir. Davis böylece TKM'nin inanç-tutum-niyet-davranış ilişkisinin kullanıcının BT kabulünü öngördüğünü düşünüyor.

TKM'deki diğer iki yapı kullanım ve davranışsal niyetle ilgili tutumlardır. Kullanıma yönelik tutum, kullanıcının belirli bir bilgi sistemleri uygulamasını çalıştırma isteğini değerlendirmesidir. Davranışsal niyet ve kullanma, bir kişinin teknolojiyi kullanma ihtimalinin bir ölçüsüdür. Bazı yazarlar ek ilişkileri de düşünmüşlerdir. Bazıları da kullanım veya tutum niyetini göz ardı etmişler ve bunun yerine kullanımı kolaylığı veya kullanılabilirliğini doğrudan kullanım üzerine etkisini araştırmışlardır (Adams ve diğ.1992:238; Gefen ve Straub, 1997:392; Igarria ve diğ., 1995:90-95). Tutum ve niyetin etkileri ile ilgili bulgular her zaman önemli değildir. Bu nedenle, aleti kısaltmayı korumak ve kullanım kolaylığı ve kullanılabilirliği öncüllerinin çalışmasına izin vermek için, mevcut araştırmalarda benzer şekilde kullanım kolaylığı ve kullanılabilirliğin doğrudan etkisi araştırılmıştır.

2.5.1.4. Niyet

Niyet, davranışa yönelten motivasyon olarak betimlenir (Davis,1989:200).Bu bağlamda kişilerin davranışlarından bir önceki adım olan niyet tutumdan sonra gelir ve yine kişilerin tutumları niyetin olumlu ya da olumsuz etkilenmesinde güçlü faktörlerdir. Literatürde niyetin oluşmasına dair birçok araştırma var olup çoğunluğu niyet-tutum arasında pozitif ilişki bulmuştur. Aşağıdaki tabloda yer verilen çalışmalar bahsi geçen çalışmalara örnek olarak sıralanmıştır.

Tablo 2. 3 Kullanıma Yönelik Niyette Tutumun Etkisi

Çalışma	Sonuç
Amoako-Gyampah ve diğerleri & Salam (2004)	Önemli
Chau & Hu (20002)	Önemli
Huang (2005)	Önemli
Gong ve diğerleri (2004)	Önemli
Mathieson ve diğerleri(2004)	Önemli
Moon & Kim (2001)	Önemli
Shih (2004)	Önemli
Brown ve diğerleri (2002)	Önemli Değil
Hu ve diğerleri (2005)	Önemli Değil

Kaynak: Sharp, 2006:6

2.5.1.5. Gerçekleşen Davranış

Gerçekleşen Davranış TKM'de tutumun ve niyetin davranış üzerindeki etkisini gözlemlemek amaçlı kullanılan bir değişkendir. Eğer birey teknolojiye karşın olumlu tutum ve niyete sahipse gerçekleşen davranışın pozitif yani teknolojiyi benimsemek olması beklenmektedir. Davis (1989) gerçekleşen teknoloji kullanımına dair gerçekleşmekte olan ya da gerçekleşecek olan davranışın en etkin faktörü olarak niyeti önermiştir. Buna istinaden niyeti şekillendiren alt faktörlerin de incelenmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

2.5.1.6. Sübjektif Normlar

TKM'nin orijinal gelişiminin temel teorik temelini oluşturan Mantıklı Eylem Kuramı/MEK ile tutarlı olarak, sübjektif norm yoluyla toplumsal etkilere bakılmaktadır; yani "kişinin algısı, onun için önemli olan insanların çoğunun davranışını gerçekleştirmesi ya da gerçekleştirmemesi gerektiğine dair düşüncesi"dir (Fishbein ve Ajzen 1975:302). Sübjektif norm, MEK (Fishbein ve Ajzen 1975) ve sonraki PDK'da (Ajzen 1991), davranışsal niyetin doğrudan bir belirleyicisidir. sübjektif normun niyet üzerindeki doğrudan etkisinin nedeni; bir veya daha fazla önemli referansın onayına inandıkları takdirde, davranışları veya sonuçlarına karşı kendileri lehte olmasalar bile, insanlar o davranışı sergilemeyi seçebilmeleridir. Yönlendirmelere uymaları için yeterli motivasyona sahiptirler. Sübjektif normun niyet üzerindeki doğrudan etkisini inceleyen kullanıcı kabul araştırması karışık sonuçlar vermiştir (Venkatesh ve Davis, 2000). Örneğin; Mathieson (1991), öznel normun niyet üzerinde anlamlı bir etkisini bulamamışken; Taylor ve Todd (1995) önemli bir etki bulmuştur.

Sübjektif normla ilgili karışık bulguların altında yatan ihtimal, Hartwick ve Barki (1994:65-67) tarafından belirlenmiştir. Katılımcılarını zorunlu ve gönüllü kullanım şartlarını ayırdıktan sonra, sübjektif normların zorunlu ortamlarda niyet üzerinde belirgin bir etkisi olduğu ancak gönüllü ortamlarda olmadığını tespit ettiler. Genel olarak, sübjektif normun niyet üzerindeki doğrudan uyum etkisi, bir kişi sosyal bir aktörün kendisinin belirli bir davranış göstermesini istediğini düşündüğünde çalışmaya başlar ve sosyal aktör davranışları ödüllendirme veya cezalandırma yeteneğine sahiptir (French and Raven 1959, Kelman 1958, Warshaw 1980). TKM2, bir bilgisayar kullanımı bağlamında, sübjektif normun algılanan yararlılık ve algılanan kullanılabilirlik üzerindeki ve algılama üzerindeki intiba üzerine doğrudan uyum temelli etkisinin, zorunlu ancak gönüllü olmayan sistem kullanımı ayarlarında oluşacağını öngörür.

Sonuç olarak; sübjektif normlar kişilerin sosyal çevrelerinin algı ve tutumlarından edindikleri çıkarımlardır. Kişilerin özellikle algı ve tutumlarının şekillenmesinde etkili olan öznel normlar, bir olgu üzerine deneyim yaşamadan fikir sahibi olmaya yahut yaşanmış deneyimi değiştirmeye yarar. Örneğin, bilgi

teknolojilerine dair kullanım kolaylığı algısı negatif olan bir birey, çevresinin bu teknoloji ile ilgili olumlu tutum ve davranışlarını, kullanması gerektiğine dair fikirlerini öğrendikten sonra değişebilir. Araştırmalar göstermektedir ki öznel normlar kişinin algısını olumlu veya olumsuz değiştirebilmektedir. Günümüzde medyanın insan hayatındaki iletişim aracı olarak kapladığı alanı düşünürsek öznel normların bilgi teknolojisine dair faktörleri etkilemesi kaçınılmazdır. Öznel normlar Davis tarafından ilk teknoloji kabul modelinde kullanılmamış daha sonra 2002'deki geliştirilmiş modelde öne sürülmüştür.

2.5.2. Teknoloji Kabul Modelinin Kullanıldığı Çalışmalar

Bilgi teknolojileri (BT) uygulaması masraflıdır ve nispeten düşük başarı oranına sahiptir (Whittaker, 1999: 23-27). Yetmişli yıllardan beri, BT araştırması bu sürecin ve sonuçlarının daha iyi anlaşılmasına katkıda bulundu. İlk çabalar, BT kullanımını kolaylaştıran faktörlerin belirlenmesine odaklanmıştır. Bu, pratik değeri az olan uzun bir kalem listesini üretti. Pratik nedenlerden ötürü faktörlerin, BT kullanımının analizini kolaylaştıracak bir şekilde bir model haline getirilmesi gerektiği açıktır. Buna istinaden; 1985 yılında Fred Davis, teknoloji kabul modelini (TKM) önermiştir. Algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan kullanılabilirlik, sistem özellikleri (dış değişkenler) ile sistem kullanımı olasılığı (sistem başarısının bir göstergesi) arasındaki ilişkide arabuluculuk rolünü incelendi. Daha yakın zamanlarda, Davis modelinin yeni bir sürümünü önerdi: TKM2. TKM2 subjektif normları içerir ve uzunlamasına araştırma tasarımlarıyla test edilmiştir. Genel olarak ikisi, sistem kullanımının yaklaşık %40'ını açıklıyor. TAM kullanarak ampirik araştırmaların analizi, sonuçların tamamen tutarlı veya net olmadığını göstermektedir (Legris ve diğ., 2001:191).

Tablo 2.4'te teknoloji kabul modelinin günümüze kadar kullanıldığı akademik çalışmaların sonuçları ile birlikte listesi görülmektedir. TKM'nin kullanıldığı çalışmalar bize teknoloji kabul ve yayılımında etkin bir model olduğunu ve başarı oranının yüksek olduğunu göstermektedir. Fakat TKM çoğu zaman tek başına yeterli gelmemektedir ve TKM'nin üzerine geliştirildiği ve üzerinden geliştirilen diğer kabul modellerinden de birleşik olarak faydalandığı gözlemlenebilir. Bunun sebebi TKM ve diğer modellerin örneklem ve söz konusu çalışma hipotezlerine göre

ön plana çıkmakta birbirleriyle yer değiştirmeleridir. Ayrıca teknoloji kabul modelinin kullanıldığı çalışmalara bakıldığında Davis (1989)'un davranışa yönelik niyeti belirleyen ve teknoloji kabul modeli için yapı taşı görevi gören algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının bütün çalışmalarda ortak şekilde kullanıldığı gözlenmektedir. Kısacası, TKM ve türevi model/ teoriler ve geliştirilecek modellerde bu iki değişkenin varlığı kaçınılmazdır.

Tablo 2. 4. TKM'nin Kullanıldığı Çalışmalar

Kaynak	Modeller/Veri Seti/ Teknoloji	Kullanılan Değişkenler	Sonuçlar
Chau ve Hu (2002)	PDT ve TKM/ 400 sağlık personeli/teletıp teknolojisi kabulü	Algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, tutum, niyet, subjektif norm, algılanan davranışsal kontrol	Burada amaç, teknoloji kullanımını TKM ya da PDT modellerinden hangisinin daha iyi açıkladığını tespit etmektir. TKM' nin PDT' ye göre açıklama yüzdesi daha fazla bulunmakla birlikte, kullanım niyeti en fazla TKM ve PDT' nin birleştirildiği modelde açıklanmıştır.
Pikkarainen ve diğ. (2004)	TKM/online bankacılık/268 kişi	Algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, eğlence, online bankacılık konusunda bilgi, güvenlik ve özel olma, internet bağlantı kalitesi	Online bankacılık kullanımını açıklamada en güçlü değişkenler algılanan fayda ve bilgi miktarı olmuştur. Buradan müşterilerin online bankacılığı, getirdiği bir takım avantajlardan dolayı tercih ettiği ortaya konulmuştur.
Schepers ve Wetzels (2007)	TKM	Subjektif norm, algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, tutum, niyet, gerçek kullanım	TKM' yi ele alan 63 adet makaleden yola çıkarak TKM' yi tekrar çalıştırmışlar ve TKM' de belirlenen ilişkilerin doğrulanıp doğrulanmadığını test etmişlerdir.
Kim ve diğ. (2007)	TKM-SFT/ 374 Kore şirketindeki İnternet kullanıcıları / İnternet kullanımı	Deneyim, kendine güven, işteki belirsizlik, işlerin birbirine bağlı olması ve örgütsel destek	Sonuçlara göre gerçek kullanım, algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı tarafından etkilenmektedir, subjektif normların ise gerçek kullanım üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Ayrıca internet kullanım deneyimi arttıkça internetin algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan faydası olumlu yönde etkilenmektedir. Algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı ve örgütsel destek tarafından tahmin edilebilmektedir. Örgütsel destek algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı ve subjektif normları olumlu yönde etkilemektedir.
Zhang ve diğ. (2008)	TKM/e-öğrenme/yönetim okulundaki 121 öğrenci	Algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, eğlence, niyeti, kullanım	Bulgular motivasyonel modeli doğrulamıştır. Algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda ve eğlence, kullanım niyeti üzerinde etkili bulunmuştur ve bunların kullanım niyetini açıklama oranı %71,3'tür. Kullanım niyeti ise kullanım üzerinde etkili bulunmuştur. Açıklama yüzdesi %13,1' dir.

Magni ve Pennarola (2008)	Sosyal biliş teorisi +TKM/yeni uygulamaya alınan bir teknolojiyi kullanan 189 kişi	Ekip üyeleri etkileşimi, lider ve üye etkileşimi örgütsel destek, efektif sadakat	Bu çalışmada içsel faktörlerin (aktörlerin etkileşimi, örgütsel destek, sadakat vb.) teknoloji kabulündeki etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Algılanan faydanın ve algılanan kullanım kolaylığının ekip-üye etkileşimi, lider-üye etkileşimi ve örgütsel destekten etkilendiği, efektif sadakatin de algılanan faydayı pozitif etkilediği tespit edilmiştir.
Gallego ve diğ. (2008)	TKM/açık kaynak kodlu yazılım olarak Linux kullanan 347 kişi	Yazılım kalitesi, sistem kabiliyeti, sosyal etki, yazılım esnekliği, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda, kullanım niyeti, kullanım	Açık kaynak kodlu yazılımın adaptasyonunda etkili olan faktörleri bulmak bu çalışmanın amacıdır. Algılanan fayda ve kullanım niyeti, kullanım davranışının açıklanmasında etkili bulunmuştur, algılanan faydanın etkisi kullanım niyetine göre daha yüksektir. Sistem kabiliyeti ve esnekliği algılanan kullanım kolaylığı üzerinde etkili çıkmıştır. Algılanan kullanım kolaylığı, kullanım niyetinin güçlü bir belirleyicisi olarak bulunmuştur.
Gümüşsoy ve Çalışır (2009)	TKM+PDT+YYT/40 farklı ülkedeki e-açık eksiltme kullanıcıları olan 156 kişi	Uyumluluk algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, subjektif norm, algılanan davranışsal kontrol, kullanım niyeti, kullanım	Uyumluluk hem algılanan fayda hem de algılanan kullanım kolaylığı üzerinde etkili bulunmuştur. Ayrıca algılanan davranışsal kontrolün algılanan kullanım kolaylığı ve kullanım niyeti üzerinde etkisi vardır. Kullanım niyeti açıklanma yüzdesi yüksek olmasına rağmen gerçek kullanımın açıklanma yüzdesinin düşük bulunduğu, ancak literatürde de bu oranlarda bulgular olduğunu belirtmişlerdir.
Lu ve diğ. (2009)	PDT, TKM, akış teorisi/ kısa mesajlaşma teknolojisi/ cep telefonu kullanan 250 kişi (65 lise öğrencisi, 121 üniversite öğrencisi ve 64 profesyonel)	Algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan eğlence, konsantrasyon, kısa mesaj kullanmaya yönelik tutum, kullanım niyeti, kullanım norm, algılanan kişisel kontrol	Kullanıcıların algılanan faydası ve algıladıkları eğlence onların kısa mesaj teknolojisine olan tutumlarını etkilemekte, bu da kullanım niyeti üzerinde etkili olmaktadır. Ayrıca algılanan kullanım kolaylığı, kullanıcı konsantrasyonu, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol kullanım niyeti üzerinde etkili bulunmuştur. Kullanıcıların niyeti, gerçek kullanımı belirlemektedir.
Hu ve diğ. (2011)	PDT-TKM-BTKKT/COPLINK mobil teknolojisi/153 ofis çalışanı	Kazanılan etkinlik, sosyal etki, algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, zaman yardımı, kolaylaştırıcı durumlar, niyet, kullanım	Acentalarda kullanılmak üzere tasarlanan COPLINK teknolojisi, ofis çalışanlarına bir eğitim kanalıyla tanıtılmış ve sonrasında bu teknolojinin kullanım niyeti ölçülmüştür. Algılanan fayda, niyet üzerinde en etkili değişken bulunmuştur. Bunların içinde sosyal faktörler en güçlü etkiye sahip olan değişkendir.
Lee ve diğ.	TKM/357 kişi/ e-öğrenme	Algılanan kullanım	Örgütsel destek ve yönetim desteğinin

(2011)	sistemi	kolaylığı, algılanan fayda, subjektif norm, örgütsel destek, yönetim desteği, bilgisayar deneyimi, bilgisayar özyeterliliği, görev karakteristikleri	subjektif norm; kişisel deneyimin, yönetim desteğinin, bilgisayar özyeterliliğinin ve görev bağlılığının algılanan kullanım kolaylığı; örgütsel desteğin algılanan fayda; subjektif normun algılanan kullanım kolaylığı ve fayda; algılanan kullanım kolaylığının ve faydanın kullanım niyeti, algılanan kullanım kolaylığının algılanan fayda üzerinde etkili olduğu bulunmuştur.
Lin ve diğ. (2011)	TKM/e-devlet sistemi/276 Gambia e-devlet sistemi kullanıcıları	Bilgi sistemi kalitesi, bilgi kalitesi, AKK, algılanan fayda, tutum ve niyet	Bilgi kalitesinin ve algılanan kullanım kolaylığının algılanan fayda; algılanan kullanım kolaylığının tutum ve tutumun kullanım niyeti üzerinde etkisi olduğu bulunmuştur.
Terzis ve Economides (2011)	TKM+PDT+BTKKT/ 173 katılımcı (enformatik dersi 1.sınıf öğrencileri/ bilgisayar tabanlı değerlendirme	Hedef beklentisi, sosyal etki, kolaylaştırıcı durumlar, bilgisayar özyeterliliği, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda, kapsam, niyet, algılanan eğlence	Algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan eğlence bilgisayar tabanlı değerlendirme sistemi kullanım niyeti üzerinde doğrudan etkiye sahip bulunmuştur. Algılanan fayda, bilgisayar özyeterliliği, sosyal etki, kolaylaştırıcı durumlar, içerik ve hedef beklentisi değişkenlerinin ise kullanım niyeti üzerinde dolaylı etkileri bulunmuştur.

Kaynak:Erdem, 2011: 200

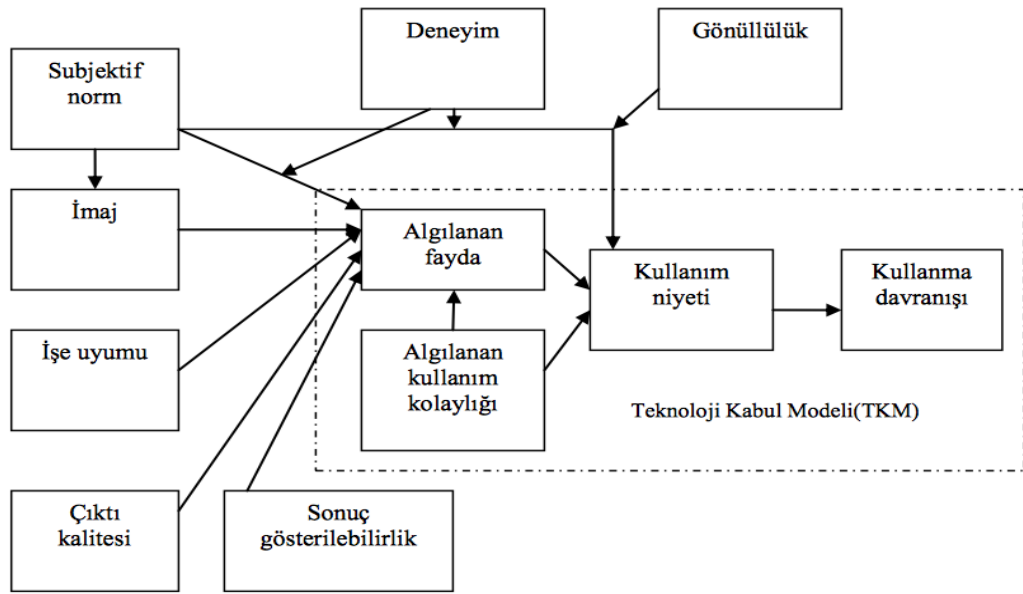
2.4.5.3. Teknoloji Kabul Modeli 2

1986'da TKM öne sürüldükten sonra hakkında yapılan değerlendirmeler ve eleştiriler TKM'nin gelişmesine yol açmıştır. Venkatesh ve Davis (2000) Teknoloji Kabul Modeline yeni değişkenler ekleyerek modeli iyileştirmiş ve TKM 2'yi oluşturmuşlardır. Bu yeni modelde kullanıcıların sosyal normlarına daha çok yer verilmiştir. Subjektif norm, imaj, çıktı kalitesi, sonuç gösterilebilirlik, imaj gibi ana değişkenler modele eklenirken deneyim ve gönüllülük başlıkları altında iki tane moderator değişken modele dahil olmuştur. Bu bölümde eklenen değişkenlerin işlevleri işlenecektir.

Planlı Davranış Kuramı'nda açıklandığı gibi, subjektif normlar; kullanıcının üyesi olduğu sosyal gruptan alacağı tepkilere karşı oluşan normative inançlarıdır. İşe uyumu; kişinin yeni teknolojinin işindeki hedefe giden süreçte uygun olup olmadığı düşüncesidir. Ek olarak, çıktı kalitesi; yine kişinin adapte edilmeye çalışılan yeni teknoloji ile işinden daha iyi sonuçlar elde edeceği düşüncesidir (Venkatesh ve Davis, 2000). Yeni değişkenlerle birlikte unutulmaması gereken nokta teknolojinin

bu değişkenlere bağlı özellikleri değil, kullanıcıların değişkenlere bağlı teknoloji üzerinden algısının modelde önemli olduğudur. Son olarak imaj ise yine sosyal çevre etkisinden yola çıkılarak oluşturulmuş ve bireyin teknolojiyi kullandıktan sonra sosyal statüsünü nasıl etkileyeceğini algılama düzeyidir (Moore ve Benbasat, 1991: 195). Kısacası birey teknolojiyi benimserse sosyal çevresinde statüsünün artacağını düşünürse teknolojinin kendisine faydasının daha çok olacağını düşünecektir. Değişkenleri açıklanan TKM 2'nin değişken ilişkileri şekil 2.9'da gösterilmiştir.

Şekil 2. 9 Teknoloji Kabul Modeli 2



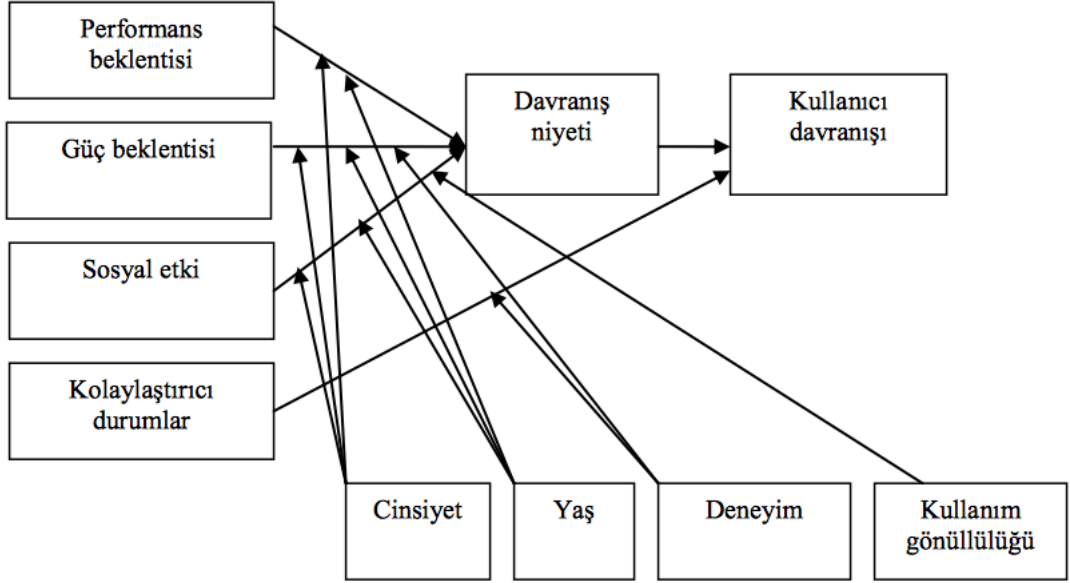
Kaynak: Venkatesh ve Davis, 2000

TKM 2'yi sınamak için Venkatesh ve Davis (2000: 201) 4 işletme sistemini TKM 2'yi kullanarak incelemiştir. Bu araştırmada yeni eklenen gönüllülük değişkeninin etkisini gözlemlemek adına iki sistemde yeni teknoloji zorunlu diğer iki sistemde ise gönüllü olmuştur. Ayrıca bir diğer yeni eklenen değişken olan deneyimin etkisi için ise çalışma öncesi çalışma uygulanmaya başladıktan 1 ay sonra ve uygulamadan 3 ay sonra olmak üzere ölçümler alınmıştır. Sonuçlar göstermiştir ki gönüllülük ve deneyimin modeldeki değişken rolleri desteklenmektedir. Dolayısıyla bu yeni değişkenler dolaylı olarak kullanım niyetini etkilemektedirler (Erdem, 2011: 5).

2.5.4. Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Kuramı

Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Kuramı (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) TKM'yi oluşturan araştırmacılar (Venkatesh ve diğ., 2003) tarafından öne sürülen göreceli olarak TKM'nin en yeni versiyonudur. Bu modelin TKM'den farkı kullanıcının davranışına etki ettiği düşünülen dört değişkenin modele dahil edilmesidir. Bu değişkenler; performans beklentisi, güç beklentisi, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullardır. TKM 2 'de olduğu gibi moderatör değişkenler (yaş, cinsiyet, deneyim, gönüllülük) Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Kuramı (BTKKK) de dahil edilmiştir.

Şekil 2. 10. BTKKK



Kaynak: Venkatesh ve diğ., 2003

Bu modelin esas amacı bilgi teknolojileri kullanımını davranış ve niyeti açıklayarak analiz etmektir. Bu hususta teorinin dört temel unsuru performans beklentisi, güç beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı durumlar olmaktadır. Şekil 2.7'de görüldüğü üzere performans beklentisi, güç beklentisi ve sosyal etki doğrudan davranış niyetini; kolaylaştırıcı durumlar ise kullanıcı davranışını etkilemektedir. Düzenleyici değişkenler olarak eklenen cinsiyet, yaş; sosyal etki, performans beklentisi ve güç beklentisine etki ederken, deneyim; kolaylaştırıcı durumlar ve güç beklentisine, kullanım gönüllüğü ise sadece sosyal etkiye etki eder (Venkatesh ve

diğ., 2003:432-441). BTKKK kendisinden önce gelen MEK, TKM, PDK ve APDK gibi modellerin birleştirilip iyileştirilmiş halidir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLERİN BİLGİ TEKNOLOJİLERİNİ KULLANMA NEDENLERİNİ VE GİRİŞİMCİLİK ALGILARINI BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Bilgi teknolojileri neredeyse bütün sektörleri dolaylı ya da doğrudan etkilemekte ve kullanıcı sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bilgi teknolojilerinin kullanım alanı genişlerken girişimci ve girişimcilik de bundan nasibini almakta; girişimciler faaliyetlerinde her geçen gün biraz daha fazla bilgi teknolojilerine ihtiyaç duymaktadırlar. Literatüre bakıldığında iş ortamında bilgi teknolojileri kullanıcılarının teknolojiye ilişkin gerçekleşen davranışları hakkında çeşitli araştırmalara rastlanırken, girişimcilerin teknoloji ile ilişkisini Teknoloji Kabul Modeli kapsamında ele alan araştırma sayısının azlığı dikkat çekmektedir. Girişimcilerin teknolojiye yaklaşımlarının diğer kullanıcı örneklemelerine göre nasıl olacağı merak konusudur. Buradan hareketle, bu araştırmanın problemi "Girişimcilerin Bilgi Teknolojilerini kullanma ve kabul etmelerinin temelindeki etkenler nelerdir?" sorusudur. Bu çalışmada girişimcilerin iş yerlerinde bilgi teknolojilerini kullanma eylemini; bilgi teknolojisi kullanımına dair algıladıkları fayda, kullanım kolaylığı, subjektif normlar, kendi girişimcilik algıları gibi unsurların etkisinde incelemek için bir model geliştirilmeye çalışılmıştır.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırmanın amacı, yeni sektör ve pazarların öncüsü olan girişimcilerin, bilgi teknolojilerini kullanmaya yönelik davranışlarının nedenlerini, Teknoloji Kabul Modeli ve Planlı Davranış Teorisi kapsamında incelemek ve girişimcilerin teknoloji kabul nedenlerini ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında Teknoloji Kabul Modeli'nin unsurları yanında, PDK'nın subjektif normları/toplumsal etkiler/sosyal çevre ile girişimcilik algıları da araştırma modeline dahil edilerek teknoloji kullanımına yönelik gerçekleşen davranış birçok faktörle birlikte ele alınmaktadır. Araştırmanın bir diğer amacı ise, girişimcilerin işletme kurma nedenlerini ve girişimciliğe ilişkin algılarını belirlemektir.

Bilgi çağına girilmesi ile birlikte bilginin üretilmesini, depolanmasını, kullanılmasını, paylaşılmasını vs. sağlayan bilgi teknolojileri işletmelerde yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. “Yenilik getiren bireyler” olarak girişimcilerin hızla değişen dünyada ve küresel pazarda başarılı olmaları, kâr elde etmeleri ve sürdürülebilirliği sağlamaları bilgi teknolojilerinden faydalanmalarına endekslenmiştir. Ancak bilgi teknolojilerinin kullanımı, tamamiyle kullanıcıların gerçekleşen davranışları üzerinde etkili olan birçok faktörle yakından ilişkilidir ve bu faktörlerin davranış üzerinde etkilerinin ortaya konması önem arz etmektedir.

Girişimcilerin bilgi teknolojileri kullanımının nedenlerini teknoloji kabul modeli vasıtası ile inceleyen araştırmalar literatürde az sayıdadır (Ndubisi ve diğ., 2001;2002;2005). Araştırma, girişimcilerin bilgi teknolojilerine karşı tutum, niyet ve algıları dikkate alınarak gerçekleşen davranışlarını etkileyen faktörlere odaklanmakta ve literatürde az olan girişimci örneklemlerle teknoloji kabul modeli uygulamalarına daha fazla bulgu sağlamayı da amaçlamaktadır.

3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma kavramsal ve saha araştırması olan bir araştırmadır. Kavramsal kısım literatürden yararlanarak hazırlanmıştır. Saha araştırmasında veri toplama yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini Manisa’da faaliyet gösteren girişimciler oluşturmaktadır. Girişimcilerin bilgi teknolojileri kabulünü teknoloji kabul modeli ile inceleyen bu araştırmada katılımcılardan veri toplamak amacıyla anketler hazırlanmış ve katılımcılara sunulmuştur. Değişken ilişkilerini en iyi şekilde ifade eden ölçekler oluşturulması adına çeşitli kaynaklardan yararlanılmıştır. Örneklem ve ölçekler ile bilgiler bu bölümde açıklanacaktır.

Literatürde teknoloji kabulüne ve yayılımına dair çeşitli model ve teoriler (Davis, 1989; Venkatesh ve diğ., 2003; Taylor ve Tod, 1995; Rogers, 1983) bulunmuştur. Buna ek olarak teknoloji kabul ve yayılımını içeren teoriler çeşitli araştırmalarda karşılaştırılmıştır (Chau ve Hu, 2001; Gentry ve Calantone, 2002; Hansen ve diğ., 2004; Lin, 2007; Mathieson, 1991). Çeşitli karşılaştırma ve modellerin değerlendirilmesi sonucu teknoloji kabulüne dair hiçbir modelin diğer modellere göre davranışa daha kesin bir açıklama getiremediği saptanmıştır (Gümüşsoy ve Çalışır, 2009: 986). Yapılan karşılaştırmalardan çıkan çeşitli sonuçlar şu şekildedir:

- Teknoloji kullanımına dair kullanıcı niyeti ölçmekte Teknoloji Kabul Modeli Mantıklı Eylem Kuramı ve Planlı Davranış Kuramından daha güçlüdür (Chau ve Hu, 2001; Davis ve diğ., 1989; Gentry ve Calantone, 2002).
- Planlı Davranış Kuramı Teknoloji Kabul Modeli ile kıyaslandığında bulgular göstermiştir ki PDK kullanıcı niyetini TKM'den daha iyi açıklamaktadır (Taylor ve Todd, 1995b)
- Hansen ve diğ. (2004: 545-549) 1022 kişi üzerinde yaptığı araştırma sonucunda PDK'nın MEK'e göre kullanıcı niyetini açıklamada daha güçlü olduğu ortaya konmuştur.
- Hung ve Chang (2005: 365,366) çalışmaları sonucunda PDK ve APDK 'nın kullanıcı davranışını TKM'den istatistiksel olarak daha iyi açıkladığını fakat üç modelin açıklama güçlerinin zayıf olduğunu saptamışlardır.
- TKM ve PDK'yı karşılaştıran Mathieson (1991: 183) TKM ve PDK'nın bilgi teknolojileri kullanımına dair niyeti açıklamakta başarılı olduklarını buna ek olarak ikili karşılaştırmada TKM'nin PDK'ya göre daha güçlü açıklama sağladığını belirtmiştir.

Bu sonuçlar üzerinden modellerin birbirlerine göre kesin bir üstünlükleri olmadığı yorumu yapılabilmektedir. Yakın zamanda yapılan araştırmalar ise teknoloji kabul ve yayılımını inceleyen ana modellerin birleşimi kullanımın niyetini ve gerçekleşen davranışı açıklamakta daha güçlü hale gelmelerini sağlamıştır (Chen ve diğ., 2007; Fu ve diğ., 2006; Khalifa ve Shen, 2008; Schaupp ve Carter, 2005; Tung ve Chang, 2008a; Tung ve Chang, 2008b; Venkatesh ve diğ., 2003; Wu ve Chen, 2005; Wu ve diğ., 2007). Bu araştırmada da teknoloji kabulünü açıklamak adına çeşitli teknoloji kabul ve yayılımı modelleri incelenmiş ve girişimcilerin inovasyon, sosyal ve psikolojik yönlerden davranış örüntülerini en iyi şekilde açıklayabilecek birleşik bir model oluşturulmuştur. Buna ek olarak, Sun ve Zhang (2006: 71,72)'ın farklı deney gruplarında modellerin açıklama gücünü arttırmak için ve gerçek hayatla model arasındaki bağı kuvvetlendirmek adına ek faktörler eklemenin faydalı olacağı önermesi üzerine bu çalışmada girişimcilerin kendilerine dair girişimcilik algılarının bir değişken olarak birleşik modele dahil edilmesine karar verilmiştir.

3.3.1. Ölçeklerin Oluşturulması

Katılımcılara sunulan ankette her değişkenin temsil edildiği 7 alt bölümden oluşan bir ölçek bulunmaktadır. Bilgi teknolojisi kullanımına yönelik algılanmış fayda ve algılanmış kullanım kolaylığı, subjektif normlar, kullanıma yönelik tutum, kullanıma yönelik niyet ve gerçekleşen davranış değişkenlerinin ölçek soruları tablo 3.2’de gösterilen tablodaki kaynaklardan alınmıştır. Davis (1989:321) gibi yabancı temel kaynaklardan alınan TKM soruları Türk girişimci örnekleme uygun halde Türkçeye çevrilerek ölçekler hazırlanmıştır. Bunun dışında Tablo 3.1’de girişimcilik ölçeğinin oluşturulması için kullanılan kaynağın Türkçe olması itibariyle sorularda hiçbir değişiklik yapılmamıştır. Modele eklenen girişimcilik soruları içerik olarak girişimcilik tanımlarının, girişimci amaçlarının ve girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik algı düzeylerini belirlemesi amaçlanarak eklenmiştir. Örneğin; “Girişimcilik bir risktir” yargısına dair verilen 5’li likert tipi ölçek cevabı kişinin girişimci tanımı ve girişimci kişilik özelliklerini baz alarak kendisini nasıl değerlendirdiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma modeli için uygulanan ölçeklerin tamamı EK 1’dedir.

Bir araştırmanın bilimsel değer taşıyabilmesi için önem verilmesi gereken unsurlardan biri de ölçeğin güvenilir olmasıdır yani ölçek cevabını aradığı soruya her seferinde doğru cevabı verebilmedir. Güvenilirlik, ölçeğin istikrarlı olmasını bir diğer deyişle her uygulandığında benzer sonuçlar vermesini sağlamaktadır(Field,2013:83). Bu amaçla, ölçeklere güvenilirlik testi uygulanmaktadır. Bu çalışmada soru cevapları için kullanılan likert ölçeği kullanılarak, ölçekteki soru ve yargılar arasında korelasyona bakılmaktadır. Bilimsel amaçlı uygulanan ölçeklerde kullanılan en yaygın güvenilirlik yöntemi Cronbach alfa’dır. Elde edilen alfa katsayısı 0 ile 1 arasında çıkmaktadır. Eğer alfa değeri bu değerler dışında ya da negatif çıkıyorsa ölçekteki maddelerin yeniden gözden geçirilmesi durumu söz konusudur. Cronbach alfa katsayısı varyanslar üzerinden aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

$$\text{Alfa katsayısı} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_p^2}\right)$$

k = ölçekteki ifade sayısı

S_i^2 = i. ifadenin varyansı

S_p^2 = toplam skorun varyansı

Özdamar (2004: 97) alfa katsayısının güvenilirlik aralıkları sınıflandırmasını şu şekilde belirtmiştir: Eğer, $0 < \text{alfa} < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir, $0.40 < \text{alfa} < 0.60$ ise ölçek düşük güvenilirliktedir, $0.60 < \text{alfa} < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilir, $0.80 < \text{alfa} < 1$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Ölçeğin güvenilirliğini ölçmek için Cronbach alpha testi her bir ölçek unsuruna bağımlı değişken referans alınarak uygulanmıştır. Ölçek sorularının güvenilir olduğu test sonucunda kanıtlanmış olup, sonuçlar Tablo 3.1’de gösterildiği gibidir. Ayrıca referans alınan değişkenlere dair bu çalışma için küçük değişiklikler yapılmıştır. Referans gösterilen çalışmalar farklı teknoloji ürünlerinin kabulüyle ilgili çalışmalar olduğundan bu çalışmalardan alınan sorularda söz konusu teknoloji ile ilgili kelimenin yerine bilgi teknolojileri ürünü yazılmıştır.

Tablo 3. 1 Ölçeklerin Geliştirilmesinde Kullanılan Değişkenleri İçeren Çalışmalar

Değişkenler	Referans Çalışmalar	Soru Sayısı	Cronbach Alpha
Algılanan Fayda	Davis,1989; Venkatesh ve Davis, 2000; Moon ve Kim, 2001;Aktaş, 2007;Legris ve diğ.,2003; Chang ve diğ, 2008	11	0.72
Algılanan Kullanım Kolaylığı	Davis,1989; Venkatesh ve Davis, 2000; Moon ve Kim, 2001;Aktaş, 2007; Legris ve diğ., 2003; Chang ve diğ., 2008;	6	0.78
Kullanıma Yönelik Niyet	Moon ve Kim, 2001; Aktaş, 2007; Chau ve Hu, 2001; Hu ve diğ., 2003; Chang ve diğ., 2008	7	0.85
Kullanıma Yönelik Tutum	Moon ve Kim, 2001; Aktaş, 2007; Chang ve diğ., 2008	7	0.79
Subjektif Normlar	Hu ve diğ., 2003; Chang ve diğ., 2008;	5	0.83
Gerçekleşen Davranış	Aktaş, 2007; Yang ve Yoo, 2004; Chang ve diğ., 2008;	3	0.72
Girişimcilik	Nişancı, Oğrak ve Özmutaf, 2015: 10	15	0.97

Girişimcilerin girişimcilik algılarını ve bilgi teknolojilerini kullanımlarına yönelik davranışlarını ölçmek üzere toplam 54 soru sorulmuştur. Anketin birinci bölümü demografik sorulardan oluşmaktadır. Katılımcılara, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, iş faaliyet alanı, çalışan sayısı ve gelir düzeyleri hakkında veri elde etmek üzere 7 adet demografik soru sorulmuştur.

Bağımsız değişkenler olarak algılanan kullanım kolaylığı, kullanıma yönelik tutum, kullanıma yönelik niyet ve öznel normlar belirlenmiştir. Bağımlı değişken ise

gerçekleşen davranıştır. Sırasıyla; bilgi teknolojisi kullanımına yönelik niyet için 7, bilgi teknolojisi kullanımına yönelik tutum için 7, bilgi teknolojisi kullanımına yönelik algılanmış fayda için 11, bilgi teknolojisi kullanımına yönelik algılanmış kullanım kolaylığı için 6, öznel normlar için 5 ve gerçekleşen davranış için 3 soru sorulmuştur. Girişimcilerin girişimcilik algısını ölçmek için katılımcılara 15 soru yöneltilmiştir. Toplam 54 soru için 5’li likert tipi ölçek uygun görülmüştür (5 Kesinlikle Katılmıyorum; 4 Katılmıyorum; 3 Kararsızım; 2 Katılıyorum; 1 Kesinlikle Katılıyorum). Katılımcılardan sunulan ifadelere kendileri için en uygun rakamı likert ölçeğine göre işaretlemeleri istenmiştir. Ölçülen özelliğin evren parametresinde çok boyutlu bir değişkenden gelip gelmediğini belirlemek amacıyla, değişkenler arasında bir korelasyonun olup olmadığı konusunda bilgi veren korelasyon testi uygulanacaktır.

3.3.2. Verilerin Toplanması

Chisnall (1997:392) anketi belirlenip tanımlanmış bir soruna dair birincil veri sağlayan bir yöntem olarak belirtmektedir. Bu verilerin bilimsel olarak kullanılabilmesi için ilk önce veriyi sağlayan anketin güvenilirlik ve geçerlilik kriterlerine uyması gerekmektedir. Bu bağlamda, katılımcılar yöneltilen yargı ve/veya soruları açık ve net bir şekilde anlayabilmeli, katılımcılardan amaçlanan konu hakkında bilgi toplanılabilmeli ve son olarak katılımcılar gönüllü olarak sorulara cevap vermelidir (Chisnall, 1997: 392,393). Bu bilgiler dahilinde bilgi teknolojilerinin girişimciler tarafından kabul düzeyini belirlemek amacıyla, Türkiye sınırları içerisinde ana dili Türkçe olan girişimcilere anket uygulanması hedeflenmiştir. Araştırma için gerekli veriler Manisa Organize Sanayi Bölgesinde çeşitli şirketlerden, Manisa Girişimciler Derneği üyeleri ve Manisa Girişimci Esnaflar Derneği üyelerinden oluşan katılımcılar aracılığı ile toplanmıştır. Katılımcılar ile dernek merkezlerinde ve kendi iş yerlerinde yüz yüze görüşülerek, uygulanacak anketin amacı ve süreci anlatılmıştır. Anketler yazılı ve basılı olarak katılımcılara ulaştırılmıştır. Araştırma Ağustos 2017- Ekim 2017 tarihleri arasında toplam 188 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların 53’ü kadın 134’ü erkektir. Yaş aralığı ise 23 ila 64 arası olarak saptanmıştır. Araştırmaya katılan katılımcıların demografik bilgileri Tablo 3.3’de görüldüğü gibidir. Toplanan veriler Sosyal

Bilimler için İstatistik Paketi 13.0'a (SPSS) değişken ortalamaları, standart sapmaları, korelasyon gibi analizler yapılması için aktarılmıştır.

3.4. ARAŞTIRMANIN MODELİ

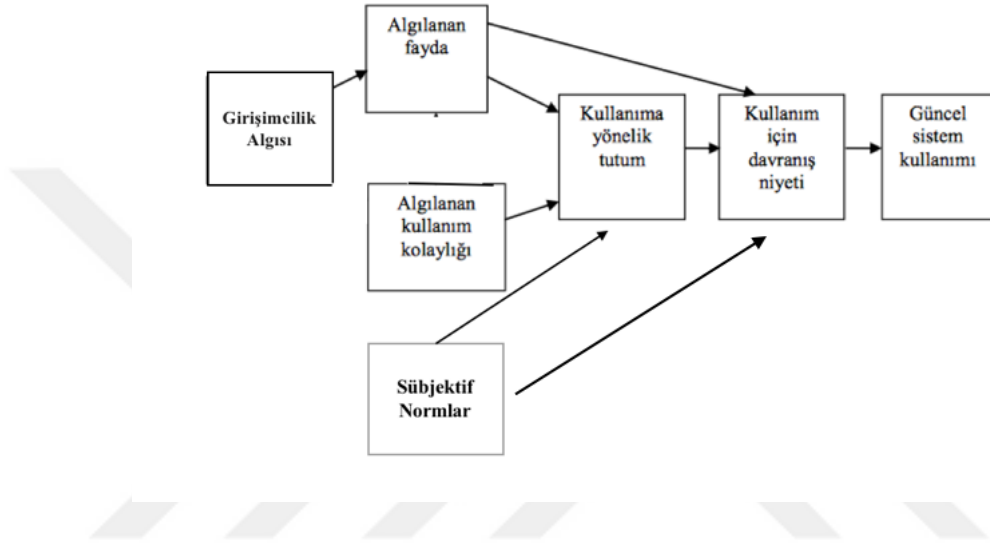
Teknoloji Kabul Modeli ilk olarak 1985 yılında J. Davis tarafından sunulmuş ve günümüze kadar etki faktörlerine eklemeler yapılmak suretiyle güncellenerek günümüze kadar gelmiştir. Bu araştırma için ilk sunulan TKM (Davis, 1989: 320) baz alınmış ayrıca güncellenen PDK'dan "sübjektif normlar" alt faktörü de eklenmiştir. Sübjektif normların araştırma modelinde kullanılmasının sebebi sübjektif normun kullanıcının kullanımına sosyal etkilerin de çalışılmasıdır. Şekil 3.1'de araştırma modeli değişkenleri ve bu değişkenler arasındaki ilişkiler gösterilmektedir. Teknoloji kullanımına yönelik niyet, kullanım kolaylığı algısı, algılanan fayda, sübjektif norm, girişimcilik algısı değişkenleri ile girişimcilerin bilgi teknolojilerine karşı gerçekleşen davranışı incelenmektedir. Şekilde görüldüğü üzere girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik algılanan fayda, kullanım kolaylığı ve sübjektif normların girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik tutumundaki etkisi öncelikli olarak ele alınmıştır. Daha sonra Davis tarafından önerilen TKM' ye göre kullanıma yönelik tutumun ve kullanıma yönelik algılanan faydanın girişimcinin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik niyeti üzerindeki etkisi incelenmektedir. Araştırma modelinin en sonunda girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik niyetinin kullanım davranışına yönelik etkisi incelenmiştir.

Bu araştırma için kullanılan birleşik modelin çıkış noktası teknoloji kabul modelidir (Davis,1989: 320). TKM, teknolojinin kabul ve yayılımı ile ilgili en çok atıf alan ve tartışılan model olduğu için tercih sebebidir. Araştırmacılar TKM'nin kullanıcı davranışını açıklayan en etkin modellerden biri olduğunu savunmaktadır (Chen ve diğ., 2002; Legris ve diğ., 2003; Venkatesh ve Davis, 2000).

Teknoloji Kabul Modeli kullanıcı niyeti ve davranışını açıklamada etkin bir model olarak kabul görse dahi ilk oluşturulduğu model hali ile kullanıcıların niyetlerindeki sosyal faktörü göz ardı ettiği ortadadır. Dolayısıyla teknoloji kabul modeline kullanıcının sosyal etkenlerinin de eklendiği geliştirilmiş bir TKM daha açıklayıcı olmaktadır (Legris ve diğ., 2003). Teknoloji kabulünü inceleyen modellerden PDK sübjektif norm gibi sosyal öğeleri değişken olarak içermektedir

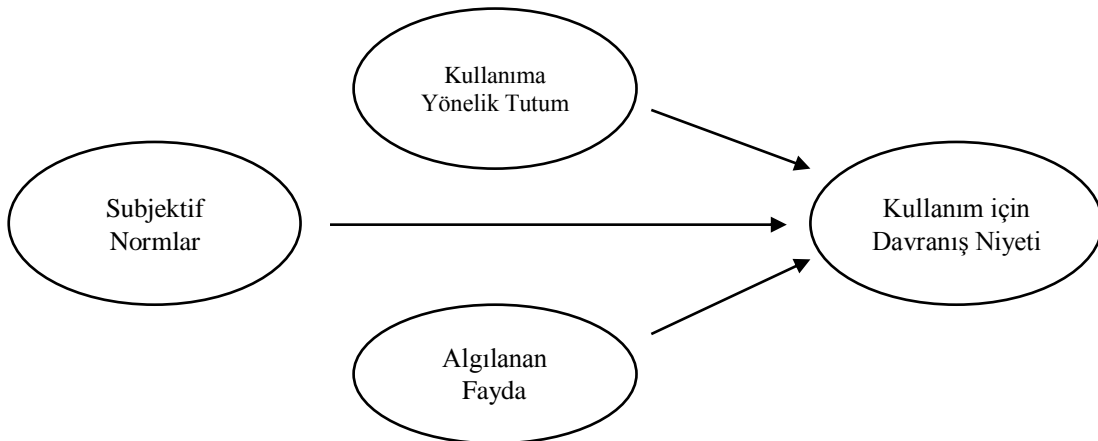
(Fu ve diğ., 2006). Dolayısıyla, bu araştırmada, TKM'ye PDK'dan değişken ilave edilmiş olan subjektif normlar Teknoloji Kabul Modeli'nin sosyal öge eksikliğini elimine etmiştir. Bu durumu destekleyen literatürde TKM ve PDK'yı birleştiren çeşitli çalışmalar mevcuttur (Chen ve diğ., 2007; Fu ve diğ., 2006; Khalifa ve Shen, 2008; Wu ve Chen, 2005).

Şekil 3. 1 Araştırma Modeli



Oluşturulan modelde ölçülmesi amaçlanan değişken “gerçekleşen davranış”tır. Gerçekleşen davranış girişimcinin bilgi sistemleri ürünlerini kullanma eylemini gerçekleştirmesi olarak yorumlanmaktadır. Yapılan regresyon analizinde davranışı açıklayacak en önemli unsur olarak kullanıma dair niyetin gerçekleşen davranışı tahmin etmesi beklenir. Niyeti ise etkileyen faktörler Şekil 3.2’de gösterildiği gibidir.

Şekil 3. 2 Niyeti etkileyen Faktörler



3.5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Araştırmanın ana unsuru olan 'girişimci'; kişi, kişiler ya da bir kuruluş olabilir. Kuruluşun bu noktada maddi bir varlıktan öte, insan gibi aynı amaç etrafında toplanan manevi bir topluluk gibi düşünülmesi daha doğru olur. Buradan yola çıkarak girişimcinin ilk adımından itibaren aldığı kararlar ve gerçekleştirdiği davranışlarda hangi faktörlerin önem arz ettiği sorgulanmalıdır. Son 20 yıldır girişimcilik davranışlarının sebepleri ve sonuçları araştırılmaya başlanmış ve bu davranışları açıklayacak teoriler geliştirilmiştir (Fisher, 2012: 1020). Girişimcilik teorilerine göre girişimcinin belirli özellikleri onun davranışlarını etkilemekte ve girişimcilik davranışları diye adlandırılan davranış örüntüleri oluşturmaktadır. Örneğin; Sarasvathy (2001: 246,247) tarafından sunulan nedensel (causation) girişimcilikte, girişimcilerin fırsatı belirledikten sonra müşteri ihtiyaçlarını belirlemek amacıyla bilgi topladıkları ve teknolojik trendleri araştırdıkları belirtilmiştir. Araştırmanın bütününe bakıldığında araştırma sorusundan yola çıkarak cevaplanması amaçlanan sorular şöyledir; Girişimci bilgi teknolojisi kullanımına karşı direnç gösteriyor mu? "Eğer direnç söz konusu ise davranışın sebepleri nelerdir? Girişimci bilgi teknolojisini kullanmaya başladıktan sonra gelecekte de kullanmaya devam etmeyi planlıyor mu?"

Bu araştırmanın temel modeli TKM'dir. TKM davranışı belirleyen niyet ve niyeti belirleyen ise tutum olduğunu belirtir. Buna istinaden, girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik tutumlarının davranışa yönelik niyeti olumlu etkilemesi (H₄) ve girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik niyetlerinin davranışın gerçekleşmesini arttırıcı yönde etkilemesi (H₅) beklenmektedir. Girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımını detaylı olarak incelemeyi amaçlayan bu araştırma için geliştirilen hipotezler Tablo 3.2'de sıralanmaktadır:

Tablo 3. 2 Çalışma Hipotezleri

H₁	Girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik algılanan fayda, davranışa yönelik tutumu olumlu etkilemektedir.
H₂	Girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik algılanan kullanım kolaylığı, davranışa yönelik tutumu olumlu etkilemektedir
H₃	Girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik davranışının oluşmasında etkili olan subjektif normlar, davranışa yönelik tutumu olumlu etkilemektedir.
H₄	Girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik tutumları, davranışa yönelik niyeti olumlu etkilemektedir.
H₅	Girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik niyetleri, davranışın gerçekleşmesini arttırıcı yönde etkilemektedir.
H₆	Girişimcilerin girişimcilik algıları, bilgi teknolojilerine ilişkin algılanan faydayı pozitif yönde etkilemektedir.
H₇	Girişimcilerin bilgi teknolojileri kullanımına yönelik algıladıkları fayda, kullanım niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir.
H₈	Girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik subjektif normlarının davranışın oluşmasında etkili olan niyete etkisi vardır.

3.6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Mevcut çalışma bulguları model doğrultusunda elde edilip, oluşturulan hipotezlerin test edilmesinde kullanılacaktır. Öncelikle örnekleme daha iyi tanıma amaçlı temel istatistikler sunulacaktır. Buradaki amaç girişimcilerden oluşan örnekleme dair daha detaylı ve genel bir bilgiye sahip olmaktır. Oluşturulan yedi adet hipotez değişkenlerinin birbirleri ile korelasyonuna bakılarak aralarındaki ilişki incelenmiştir ve en önemlisi doğrusal regresyon analizi yapılarak bu yedi hipotez test edilmiştir.

3.6.1. Temel İstatistikler

Tablo 3.3.'de de görüldüğü üzere katılımcıların %71'ini erkekler kalan %29'unu ise kadınlar oluşturmaktadır. Katılımcılar arasında lisans mezunları %59 ile çoğunluğa sahiptir.

Tablo 3. 3 Katılımcıların Cinsiyet Dağılımları

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	53	28
Erkek	135	72
Toplam	188	100

Tablo 3. 4. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri Dağılımı

Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzde
İlköğretim	7	3,7
Ortaöğretim	44	23,4
Lisans	111	59
Yüksek Lisans	24	12,8
Doktora	2	1,1
Toplam	188	100

Tablo 3.5'te görüldüğü üzere ankete katılanların %24'ünün aylık net geliri 5000 TL altında, %75,5'inin 5000-10000 TL arasındadır. Örneklem içerisinde 30000 TL ve yukarısı aylık gelirli katılımcı bulunmamaktadır.

Tablo 3. 5 Girişimcilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Değerleri

Aylık Net Gelir			Çalışan Sayısı		
	N	Yüzde		N	Yüzde
5000 TL altı	44	23,4	Sadece Kendim	32	17
5000 TL ve 10000 TL arası	142	75,5	1-10	87	46,3
10000 TL ve 20000 TL arası	10	5,3	11-50	51	27,1
20000 TL ve 30000 TL arası	2	1,1	51-100	15	8
30000 TL ve 40000 TL arası	0	0	100+	3	1,6
Toplam	188	100,0			

Tablo 3.6' da görüldüğü üzere ankete katılanların faaliyet alanlarına ilişkin, %23,4 ile Makine - Parça, %17 ile Gıda, %14,4 ile Ticaret ilk sıralarda görülmektedir.

Tablo 3. 6 Girişimcilerin Faaliyet Alanları

	N	Yüzde
Tekstil	21	11,1
İnşaat	8	4,3
Gıda	32	17
Elektrik	15	8
Makine-Parça	44	23,4
Otomotiv/ Eğitim	4	2,1
Bilgisayar	6	3,2
Ticaret	27	14,4
Mobilya-Beyaz Eşya	3	1,6
Hizmet	22	11,7
Diğer	2	1,1
Toplam	188	100

3.6.2. Korelasyon Matrisi

Tablo 3.7’de görüldüğü gibi faktörler arasındaki en kuvvetli ve pozitif ilişki bilgi teknolojilerini kullanıma yönelik algılanan fayda ile gerçekleşen davranış arasında gözlemlenmiştir ($r= 0.648$, $p<0.01$). Buna karşın gözlemlenen en düşük kuvvetli korelasyon ise bilgi teknolojileri kullanımına yönelik algılanan fayda ile kullanıma yönelik tutum arasında pozitif yönde gözlemlenmiştir ($r=0.010$, $p<0.01$). Değişkenler arası korelasyon genelde pozitif yönlü olup sadece algılanan kullanım kolaylığı ve kullanıma yönelik tutum arasında düşük kuvvette negatif yönlü ilişki saptanmıştır ($r=-0.067$, $p<0.01$).

Tablo 3. 7 Değişkenlere dair Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyonlar

	Ortalama	Std. Sapma	1	2	3	4	5	6
NİYET (1)	4,0077	,56344	1					
TUTUM (2)	2,8806	,44799	0,408*	1				
ALGILANAN FAYDA (3)	4,2658	,63980	0,561**	0,010	1			
ALGILANAN KULLANIM KOLAYLIĞI (4)	3,3829	,60648	0,293**	-0,067	0,445*	1		
SUBJEKTİF NORMLAR (5)	3,9060	,79278	0,362**	0,054	,488**	,331*	1	
GERÇEKLEŞEN KULLANIM (6)	3,6127	,83573	0,410**	0,022	,648**	0,483**	,506**	1

3.6.3. Algılanan Fayda ve Kullanım Kolaylığının Tutum Üzerindeki Etkisi

Girişimcilerin bilgi teknoloji ürünleri kullanımına yönelik algılanmış faydanın ve kullanım kolaylığının yine bilgi teknoloji ürünlerini kullanımına yönelik tutumlarına olan etkisi regresyon analizi ile incelenmiş ve tablo 3.8'deki sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 3. 8 Algılanan Fayda ve Kullanım Kolaylığının Tutum Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken: Kullanıma Yönelik Tutum					
		Beta	T	Sig	Sonuç
	ALGILANAN_FAYDA	0.050	0,608	0,544	RED
	ALGILANAN_KULLANIM_KOLAYLIGI	-0,089	-0,089	0,279	
	MODEL F	0,598			
	R ²	0,006			

*0.001, **0.01 ve ***0.05 hata payı ile anlamlı

Analiz sonucu göstermektedir ki girişimcilerin bilgi teknolojilerine yönelik algılanmış kullanım kolaylığı ve algılanan faydanın, bilgi teknolojilerine karşı tutumlarına etkileri istatistiki olarak anlamlı değildir (F= 0,598; p> 0.01). Bu durum girişimcilerin girişimlerinde bilgi teknolojileri ürünlerinin kullanımına dair tutumları üzerinde kullanım kolaylığı ve algılanan faydanın olumlu etkisi olduğunu savunan H₁ ve H₂ hipotezlerinin desteklenmeyip reddedildiklerini göstermektedir. Yapılan analizde Anova tablosunda ortaya çıkan t verisi ayrıca modelin uygun olmadığını da göstermektedir (t > .05).

3.6.4. Algılanan Fayda ve Tutumun Niyet Üzerine Etkisi

Tablo 3.9 göstermektedir ki, girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik davranışının oluşmasında algılanan fayda ve tutumun niyet üzerindeki etkisinin araştırıldığı model istatistiki olarak anlamlıdır (F= 45,527; p<0.001).

Regresyon analizi sonucu girişimcilerin bilgi teknolojileri kullanımına yönelik algılanan faydalarının (β : 0,560; $p<0.001$), ve tutumun (β : 0,123; $p<0.001$) niyet üzerinde pozitif ve istatistiki olarak önemli bir etkisinin olduğunu göstermektedir. Analiz sonuçları algılanan fayda ve tutumun niyet üzerinde olumlu etkisi olduğunu savunan **H₇** ve **H₄** hipotezlerinin desteklendiğini ($F=45,527$; $p<0.05$) göstermektedir. Girişimcilerin bilgi teknolojileri kullanımına yönelik algılanan fayda ve tutum değişkenlerinin, bilgi teknolojilerine yönelik niyetin yaklaşık %99,3'ini açıklama gücüne sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. 9 Algılanan Fayda ve Tutumun Niyet Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken: NİYET					
		Beta	T	sig	Sonuç
	ALGILANAN_FAYDA	0,560	9,300	0,000	KABUL
	TUTUM	0,408	2,040	0,043***	
	MODEL F	45,527			
	R²	0,330			

*0.001, **0.01 ve ***0.05 hata payı ile anlamlı

3.6.5. Niyetin Gerçekleşen Davranış Üzerine Etkisi

J.Davis TKM'de niyetin davranıştan bir önceki adım olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda gerçekleşen davranışın belirleyicisi olarak niyetin yönü tespit edilmelidir. TKM'de niyetin belirleyicisi olarak bir çok alt faktörün olduğu daha önce belirtilmiştir. Niyet bu alt faktörlerin moderatörlüğünde gelişmekte ve davranışı tahmin etmektedir (Davis, 1989: 200). Bilgi teknolojileri kullanımına yönelik niyetin gerçekleşen davranış üzerindeki etkisi girişimciler referans alınarak Tablo 3.10'da incelenmiştir.

Tablo 3. 10 Girişimcilerin Kullanıma Yönelik Niyetlerinin Gerçekleşen Davranışa Etkisi

Bağımlı Değişken: Gerçekleşen Davranış					
		Beta	T	sig	Sonuç
	NİYET	0,609	2,924	0,000	KABUL
	MODEL F	37,652			
	R²	0,168			

*0.001, **0.01 ve ***0.05 hata payı ile anlamlı

Tablo 3.10 incelendiğinde, girişimcilerin bilgi teknolojisi ürünleri kullanmaya yönelik niyetlerinin yine kullanmaya dair gerçekleşen davranışları üzerinde istatistiki açıdan belirleyici ve olumlu bir etkisi vardır ($F= 37,652$; $p<0,001$, β : 0.609). Regresyon analizi sonucuna göre niyetin gerçekleşen davranış üzerindeki olumlu etkisini savunan model hipotezi **H₅** desteklenmektedir.

3.6.6.Girişimcilik Algılarının Bilgi Teknolojileri Kullanımına Yönelik Algılanan Faydaya Etkisi

Uygulanan doğrusal regresyon analizinde katılımcıların kendilerine dair girişimcilik algıları ölçümlenmiş ve TKM’de en önemli unsurlardan biri olan kullanıma yönelik algılanan fayda bağımsız değişkeni ile ilişkilendirmiştir. Doğrusal regresyon analizine göre bireylerin girişimcilik algıları arttıkça bilgi teknolojilerinin daha faydalı olduklarını düşündükleri istatistiksel olarak onaylanmıştır ($F= 26,875$; $p<0.001$, β : 0.355). Dolayısıyla oluşturulan **H₆** hipotezi de istatistiksel olarak kabul edilmiştir. Uygulanan regresyon analiz sonucu Tablo 3.11’de gösterildiği gibidir.

Tablo 3. 11 Girişimcilik Algısının Bilgi Teknolojileri Kullanımına Yönelik Algılanan Faydaya Etkisi Analiz Sonucu

Bağımlı Değişken: BT Kullanımına Yönelik Algılanan Fayda					
		Beta	T	sig	Sonuç
	GİRİŞİMCİLİK ALGISI	0,355	5,175	0,000	KABUL
	MODEL F	26,785			
	R²	0,126			

*0.001, **0.01 ve ***0.05 hata payı ile anlamlı

3.6.7. Subjektif Normların Bilgi Teknolojileri Kullanımına Yönelik Tutumuna Etkisi

TKM ve PDK'nın birleşiminden elde edilen modelde kullanıcıların sosyal etkenlerinin de dahil edilmesi kararlaştırıldıktan sonra sübjektif normların tutuma olan etkisi incelenmiştir. Bu bağlamda, çalışma dahilinde oluşturulan **H₃** hipotezi girişimcilerin sübjektif normları ile bilgi teknolojileri kullanımına yönelik tutumlarını incelemektedir. Yapılan doğrusal regresyon analiz sonucunda görülmüştür ki girişimcilerin sübjektif normlarının değişmesi bilgi teknolojilerine yönelik tutumlarında bir değişikliğe yol açmayacaktır (F= 0,552; p>0.05). Bu durumda oluşturulan hipotez 3 reddedilmektedir.

Tablo 3. 12 Girişimcilerin Sübjektif Normlarının Bilgi Teknolojileri Kullanımına Yönelik Tutuma Etkisi

Bağımlı Değişken: BT Kullanımına Yönelik TUTUM					
		Beta	T	sig	Sonuç
	SÜBJEKTİF NORMLAR	0,054	0,743	0,458	RED
	MODEL F	0,552			
	R²	0,003			

*0.001, **0.01 ve ***0.05 hata payı ile anlamlı

3.6.8.Sübjektif Normların Bilgi Teknolojileri Kullanımına Yönelik Niyete Etkisi

Kullanıcıların bilgi teknolojileri kullanımına yönelik niyetlerini belirleyen faktörlerden biri de sübjektif normlardır (Ajzen ve Fishbein,1980; Fishbein ve Ajzen, 1975) Planlı Davranış Kuramı ve Teknoloji Kabul Modeli 2 'de sübjektif normun direkt davranış niyeti üzerindeki etkisi incelenmiş ve niyetin belirleyicisi olan alt faktörlerden biri olduğuna kanaat getirilmiştir (Ajzen ve Fishbein, 1980; Venkatesh ve diğ.,2003). Mevcut çalışmamızda yapılan veri analizi sonucunda girişimcilerin sübjektif normlarının bilgi teknolojileri kullanımına yönelik niyetlerin etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (F= 32,721; p<0.001, β : 0.698). Dolayısıyla **H₈** hipotezi doğrulanmıştır.

Tablo 3. 13 Girişimcilerin subjektif normlarının bilgi teknolojileri kullanımına yönelik niyete etkisi

Bağımlı Değişken: Niyet					
		Beta	T	sig	Sonuç
	SUBJEKTİF NORMLAR	0,698	5,146	0,000	KABUL
	MODEL F	32,721			
	R²	0,168			

*0.001, **0.01 ve ***0.05 hata payı ile anlamlı

3.7. GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİLİK ALGILARINA İLİŞKİN BULGULAR

Girişimcilik algısını ölçmek amacıyla uygulanan ölçek işletme açma amacı ve girişimcilik özellikleri olarak iki alt gruptan oluşmaktadır. G1 ile G6 önermeleri birinci kategori içerisinde, G7 ve G16 önermeleri ise ikinci kategori içerisinde değerlendirilmektedir.

Birinci kategoride yapılan analiz sonucunda girişimcilerin işletmelerin kurma nedenleri şöyle sıralanmıştır;

1. 4.42 ortalama değer ile G1 (Ekonomik fayda ve yüksek kazanç elde etmektir)
2. 4.27 ortalama değer ile G6 (En büyük idealim olan kendi işimin sahibi olmaktır)
3. 4.12 ortalama değer ile G4 (İşletme kurmanın kolay ve bürokratik işlemlerin az olmasıdır)

Bu bilgiler ışığında girişimcilerin işletme açma motivasyonlarının çoğunlukla ekonomik olduğu ve yüksek kazanç elde etmenin en onaylanan yargı olduğudur.

İkinci kategoride yapılan analiz sonucunda girişimcilerin girişimcilik algılarına ilişkin önermeler şu şekilde sıralanmıştır;

1. 4.49 ortalama değer ile G7 (Girişimcilik bir risktir)

2. 4.26 ortalama değer ile G8 (İnsanın başkalarından emir alması özgürlüğünü kısıtlar)
3. 4.13 ortalama değer ile G12 (Yenilik ve değişimlere açık olmak gerekir)

Çıkan bu sonuçlara göre girişimcileri risk alan, başkalarından emir almayan, yenilik ve değişimlere açık olan biri olarak değerlendirebiliriz.

3.8. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Araştırma sırasında karşılaşılan bazı kısıtların, araştırmanın sonuçlarını düşük derecede etkileyebileceği tahmin edilmektedir. İlk olarak, katılımcılara uygulanan ölçeklerin daha fazla yargı içermesi gerektiği düşünölmektedir. Kişilerin katılım motivasyonlarını düşürmemek ve anket içerisindeki dürüstlüklerini bu motivasyona bağlı olarak zedelememek adına anket olabilecek en az sayıda önermeden oluşturulmaya çalışılmıştır. Burada amaç, katılımcıların uzun zaman harcayacakları anketlere katılmama isteklerini törpülemek ve anket sonlarına doğru oluşacak motivasyon düşüklüğünü engellemektir. İkinci olarak, bireylerin sektörleri göz ardı edilerek çalışmaya dahil edilmişlerdir. Bir diğer deyişle, ticaret, hizmet, sağlık ve teknoloji gibi farklı sektörlerden katılımcılar “girişimci” etiketi altında toparlanıp sektörlerinden bağımsız değerlendirilmişlerdir. Bu noktada, sektörlerin bilgi teknolojileri kullanımına etkileri göz ardı edilmektedir. İleride yapılacak çalışmalarda bu kısıtın dikkate alınması önerilmektedir. Son olarak araştırma bulguları, araştırmacıların sordukları soru ve katılımcı sayısı ile sınırlıdır. Ayrıca çalışma sadece Manisa ili kapsamında gerçekleştirilmiştir.

3.9. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZ SONUÇLARI

Araştırmanın hipotez sonuçları aşağıdaki Tablo 3.14' de gösterilmiştir.

Tablo 3. 14 Araştırmanın Hipotez Sonuçları

HİPOTEZ		SONUÇ
H ₁	Girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik algılanan fayda, davranışa yönelik tutumu olumlu etkilemektedir.	KABUL EDİLMEDİ
H ₂	Girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik algılanan kullanım kolaylığı, davranışa yönelik tutumu olumlu etkilemektedir	KABUL EDİLMEDİ
H ₃	Girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik davranışının oluşmasında etkili olan sübjektif normlar, davranışa yönelik tutumu olumlu etkilemektedir.	KABUL EDİLMEDİ
H ₄	Girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik tutumları, davranışa yönelik niyeti olumlu etkilemektedir.	KABUL EDİLDİ
H ₅	Girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik niyetleri, davranışın gerçekleşmesini artırıcı yönde etkilemektedir.	KABUL EDİLDİ
H ₆	Girişimcilerin girişimcilik algıları, bilgi teknolojilerine ilişkin algılanan faydayı pozitif yönde etkilemektedir.	KABUL EDİLDİ
H ₇	Girişimcilerin bilgi teknolojileri kullanımına yönelik algıladıkları fayda, kullanım niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir.	KABUL EDİLDİ
H ₈	Girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik sübjektif normlarının davranışın oluşmasında etkili olan niyete etkisi vardır.	KABUL EDİLDİ

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bilgi teknolojileri özellikle son yüzyılda insanoğlunun gündelik hayatını kolaylaştıran yardımcı elemanlar olmaktan çıkıp zorunlu işlevselliklerini kazanmışlardır. Bu bağlamda bilgi teknolojileri hem üretim hem de hizmet sektörü için faaliyetlerin daha hızlı ve daha etkin olmasını sağlamaktadır. Konu ile ilgili önceki araştırmalar, bilgi teknolojilerinin örgütsel performansın geliştirilmesine katkıda bulunabileceğini (Mukhopadhyay ve diğerleri, 1995; Brynjolfsson ve Hitt 1996; Kohli ve Devaraj 2003); sonraki araştırmalar ise bilgi teknolojilerinin, işletmelere rekabet gücü, yenilikçilik, pazarlama kapasitesi ve girişimcilik kapasitesi olarak olumlu yönde katkı sağlayabileceğini ortaya koymuştur (Samaddar& Kardiyala,2005;Ekinci, 2006). Bu süreç içerisinde iş dünyası, kullanıcıların teknoloji kullanımına göstermiş olduğu direnci bir problem olarak yaşamaya başlamış; kullanıcıların teknoloji kullanımına yönelik davranışlarının nedenlerini belirlemeye ilişkin bir gereklilik ortaya çıkmıştır. Konu ile ilgili olarak teknoloji kullanımına yönelik gerçekleşen davranışları ele alma ve inceleme; nihayetinde nedenlerini ortaya koymaya yönelik birçok model literatürde yer almaya başlamıştır.

Gün geçtikçe kullanıcı alanı ve sayısı artan bilgi teknolojileri bütün sektörleri dolaylı ya da doğrudan etkilerken, girişimciler de bundan nasibini almıştır. Literatürde girişimciler, başarı ihtiyacı içinde, özgürlüklerine düşkün, başkalarını etkileme yeneğine sahip/lider özellikli, iç kontrol odaklı, risk üstlenebilen, yüksek enerjili, yenilikçi ve bilgi işlem kapasitesine sahip bireyler olarak ele alınmaktadır. Bu özellikleri ile girişimciler, bugüne değin hiç olmadığı kadar bilgi teknolojilerine muhtaç konumdadır. Günümüzde değişimin ritmi hızlanmakta, değişime uyum girişimciler için hayati önem taşımaktadır. Girişimcilerin faaliyetlerinin temelini oluşturan bilgi ve iletişim süreçleri, bilgi teknolojileri tarafından gittikçe artan bir şekilde desteklenmektedir. Bunun sonucunda bilgi teknolojileri, girişimcilerin hayatında başarının anahtarı olarak zirveye konumlanmaktadır.

Diğer taraftan tüm teknoloji kullanıcılarının yaşamakta olduğu problemler girişimcilerde de yaşanabilmekte ve girişimcilerin teknoloji kullanımına yönelik algı, tutum, niyet ve gerçekleşen davranışları literatürde sorgulanmaya muhtaç bir alan olarak yer almaktadır. Girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanma davranışı ve bu davranışın nedenleri ile ilgili yazında bir kıtlık olduğu gözlenmektedir. Buradan

hareketle bu araştırmanın amacı, yeni sektör ve pazarların öncüsü olan girişimcilerin, bilgi teknolojilerini kullanmaya yönelik davranışlarını Teknoloji Kabul Modeli ve Planlı Davranış Kuramı kapsamında incelemek ve girişimcilerin teknoloji kabul nedenlerini ortaya koymaktır.

Araştırma için gerekli veriler Manisa ili sınırları içerisinde çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren girişimcilerden toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmış, anketler yazılı ve basılı olarak katılımcılara ulaştırılmıştır. Araştırma, toplam 188 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya 53 kadın (%28); 135'i erkek (%72) girişimci katılmıştır. Katılımcıların yaşları 23 ila 64 yaş aralığındadır. Katılımcılar arasında lisans mezunları %59 ile çoğunluğa sahiptir. Katılımcı girişimcilerin %24'ünün aylık net geliri 5000 TL altında, %75,5'inin 5000-10000 TL arasındadır.

Araştırma bulguları, girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanmaya yönelik tutumları üzerinde kullanım kolaylığı ve algılanan faydanın olumlu etkisi olmadığını göstermiştir. Teknoloji Kabul Modeli (Davis, 1989) öncelikli olarak bireylerin teknolojiyi kabul edebilmeleri için ondan bir fayda gözetmeleri ve kullanımını kolay algılamaları gerektiğini belirtmektedir. Bu bağlamda sonuçlarımız TKM ile örtüşmemektedir. Ancak Venkatesh ve Davis (2000) ve Venkatesh'in (2000) çalışmalarında tutum değişkenini modellerine dahil etmedikleri gözlemlenmiştir. Ayrıca TKM'den sonra geliştirilen TKM2 modelinde(Venkatesh ve Davis,2000) tutum değişkeni bulunmamaktadır. Tutum değişkeninin davranışı açıklamada güçlü bir faktör olmaması Venkatesh'in çalışmalarında olduğu gibi, bu çalışmada da istatistiksel olarak anlamsız çıkarak desteklenmiştir.

Araştırma kapsamında oluşturulan modele göre, niyeti şekillendiren üç faktör vardır; teknoloji kullanımına yönelik tutum, algılanan fayda ve subjektif normlar. Araştırma sonuçları, girişimcilerin bilgi teknolojileri kullanımına yönelik algılanan fayda ve tutumunun, niyet üzerinde pozitif ve istatistiki olarak önemli bir etkisinin olduğunu göstermektedir. Sözkonusu değişkenlerin bilgi teknolojilerine yönelik niyetin yaklaşık %99,3'ini açıklama gücüne sahip olduğu anlaşılmıştır. Zaten araştırma kapsamında oluşturulan modelde, algılanan fayda ve tutumun niyet üzerinde etkili olduğu varsayılmıştır. TKM de, bizlere niyetin davranıştan bir önceki unsur olduğunu ve belirleyici bir faktör olduğunu söylemektedir(Davis,1989).

Davis (1985; 1989) ve Venkatesh ve diğ. (2000)'in çalışmalarında da belirtildiği gibi davranışın en büyük açıklayıcısı niyettir ve bu çalışmada da bu sonuç desteklenmiştir.

Çalışma sonucunda yapılan analizler göstermektedir ki girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanmaya yönelik niyetlerinin yine kullanmaya dair gerçekleşen davranışları üzerinde istatistiki açıdan belirleyici ve olumlu bir etkisi vardır. Yani, girişimcilerin bilgi teknolojilerine ilişkin niyetleri olumlu ise bu teknolojiyi kullanma ihtimalleri yüksek olacaktır. Ele alınması gereken bir diğer faktör, subjektif normlardır. Araştırma bulgularına göre, girişimcilerin subjektif normlarının, bilgi teknolojileri kullanımına yönelik niyetlerine etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır. Kullanıcıların bilgi teknolojileri kullanımına yönelik niyetlerini belirleyen faktörlerden birinin subjektif normlar olduğu ifade edilmektedir (Ajzen ve Fishbein,1980; Fishbein ve Ajzen, 1975). Planlı Davranış Kuramı'nda subjektif normun direkt davranış niyeti üzerindeki etkisi incelenmiş ve niyetin belirleyicisi olan alt faktörlerden biri olduğu kanaatine varılmıştır (Ajzen ve Fishbein, 1980: Venkatesh ve diğ.,2003).

TKM ve PDK'nın birleşimi ile oluşturulan araştırma modelinde subjektif normların, girişimcilerin bilgi teknolojisi kullanımına yönelik tutumunu olumlu etkilediği varsayılmıştı. Ancak elde edilen araştırma sonuçlarına göre, girişimcilerin subjektif normlarınının, bilgi teknolojilerine yönelik tutumlarını etkilemediği anlaşılmıştır. Yani, girişimcilerin subjektif normlarınının değişmesi bilgi teknolojilerine yönelik tutumlarında bir değişikliğe yol açmayacaktır. Decarlo ve Lyons (1979:371) ve Hornaday ve Aboud (1971:150)'un belirttiği gibi girişimciler açık fikirli, özgür yapılı ve lider ruhlu kişilerdir. Bu kişilik özellikleri Decarlo ve Lyons (1979: 372) ve Meek ve diğ. (2010:6) tarafından düşük oranda sosyal onamla ilişkilendirilmiş ve girişimcilerin sosyal çevrelerine karşı düşük onam gösterdiklerini belirtmiştir. Bu bilgiler ışığında girişimcilerin kişilik özellikleri gereğince subjektif norm düzeylerinin önemsiz olacağı da söylenilebilir. Zira girişimci kişisi çevresini onaylamada diğer insanlara göre başarısızdır ve bu durum da onun lider ve özgür ruhlu kişilik özellikleri ile uyumsuzdur. Araştırma sonuçları, literatüre de uygun bir biçimde, subjektif normların girişimcilerin bilgi teknolojilerine dair tutumlarını şekillendireceği varsayımını desteklememiştir.

Araştırmanın bir diğer bulgusu, katılımcı bireylerin girişimcilik algıları ile bilgi teknolojilerine ilişkin algılanan fayda arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğudur. Antoncic (2009:298) girişimcilerin genel kişilik özellikleri ile teknolojik gelişmelere olan ilgilerini araştırdığı çalışmasında açıklık ve uzlaşmacı kişilik özelliklerinin teknolojiyi takip etmekle pozitif ilişkisi olduğunu ortaya koymuştur. Buna ek olarak Oly ve diğ. (2005:36) TKM'nin ana unsurları olan algılanan fayda ve kullanım kolaylığı ile girişimcilerin yine kişilik özelliklerinden yenilikçilik (innovativeness), risk alma eğilimi ve tahammül düzeyini ilişkilendirmişler, sonuç olarak girişimci kişilik özelliklerinin bu iki unsur ile pozitif ilişki içerisinde olduğunu belirtmişlerdir.

Son olarak araştırmada girişimcilerin, girişimciliğe ilişkin algıları da belirlenmeye çalışılmıştır. Girişimcilik algısı kapsamında katılımcıların algısını ölçmek amacıyla hazırlanan ölçüm aracı, işletme kurma nedeni ve girişimcilik özellikleri olarak iki alt gruptan oluşmaktadır. İlk altı önerme (G1-G6), birinci kategori içerisinde; sonraki on önerme (G7-G16) ise ikinci kategori içerisinde değerlendirilmektedir.

Birinci kategoride yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre, girişimcilerin işletmelerini kurma nedenleri sırasıyla, “Ekonomik fayda ve yüksek kazanç elde etmek”; “En büyük idealim olan kendi işimin sahibi olmak” ve “İşletme kurmanın kolay ve bürokratik işlemlerin az olması” şeklinde sıralanmaktadır. Bu bilgiler ışığında, girişimcilerin işletme kurma motivasyonlarının çoğunlukla ekonomik olduğu söylenebilir. Buna göre “yüksek kazanç elde etmek”, girişimciler açısından en çok onaylanan önermedir.

İkinci kategoride yapılan analiz sonucunda girişimcilerin girişimcilik algılarına ilişkin önermeler şu şekilde sıralanmıştır; “Girişimcilik bir risktir”; “İnsanın başkalarından emir alması özgürlüğünü kısıtlamaktadır”; “Yenilik ve değişimlere açık olmak gerekmektedir”. Bu sonuçlara göre, girişimcilerin risk alan, başkalarından emir almak istemeyen/bağımsız kişiliğe sahip, yenilik ve değişimlere açık bireyler olduğu söylenebilir. Bu bulgular, girişimcilerin risk alan bireyler olduğu (Gartner,1988:12; Sharma&Chrisman,1999; Akt. Yang and Goralski, 2011:158); bağımsız kişiliğe sahip bireyler olduğu (Baycan Levent ve Kundak, 2006:415;

DEcarlo ve Lyons,1979:371; Hornaday ve Aboud, 1971:150); yenilikçi bireyler olduğu (Sexton ve Bowman, 1983:230; EU Commision Report 2008:10), şeklindeki bulgulara sahip önceki araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir.

Son olarak, girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanmaya yönelik davranışlarını açıklamada algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan faydanın tutumlar üzerinde etkili olmadığı; girişimcilerin bilgi teknolojileri kullanımına yönelik algılanan fayda ve tutumunun, niyet üzerinde pozitif ve istatistiki olarak önemli bir etkisinin olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanmaya yönelik niyetlerinin yine kullanmaya dair gerçekleşen davranışlar üzerinde belirleyici ve olumlu bir etkisinin olduğu; sübjektif normların, girişimcilerin bilgi teknolojilerine yönelik tutumlarını etkilemediği görülmüştür. Girişimcilik algıları ile bilgi teknolojilerine ilişkin algılanan fayda arasında pozitif yönlü bir ilişki de tespit edilmiştir. Ayrıca araştırma bulgularına göre girişimcilerin işletmelerini kurmalarındaki temel neden, ekonomik fayda ve yüksek kazanç elde etmektir. Girişimciliğe ilişkin algılarında ise girişimciliğin bir risk olduğuna ilişkin inançları öne çıkmaktadır.

Girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanmaya ilişkin niyetleri, onların bu davranışı gerçekleştireceklerine işaret etmektedir. Buradan, girişimci bireylerin girişimcilik algılarının, bilgi teknolojilerinin faydalarına ilişkin algılarını etkileyeceği ve kullanmaya dair niyetlerin o denli olumlu oluşacağı söylenebilir. Daha sonra girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanmaya dair niyetleri olumlu yönde geliştikten sonra iş faaliyetlerinde bilgi teknolojilerini kullanma davranışını gerçekleştirme ihtimallerinin yüksek olacağı ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

- Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? innovations. 1(1). 97-107.
- Adamides E. D. Ve Karacapilidis N. (2006), "Information Technology Support For The Knowledge And Social Processes of Innovation Management", *Technovation*, (26):50–59.
- Adams, D. A., Nelson, R. R., & Todd, P. A. (1992). Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: A replication. *MIS quarterly*, 227-247.
- Aidis, R. (2003) Entrepreneurship and Economic Transition, Tinbergen Institute Discussion Paper, Amsterdam.
- Ajzen, I. ve Fishbein, M., (1980). Understanding attitudes and predicting social behaviour, Prentice Hall.
- Aktaş, S.(2007). Teknoloji Kabul Modeli İle Muhasebecilerin Bilgi Teknolojisi Kullanımına Yönelik Bir Uygulama. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Anderson, M. C., Banker, R. D., & Ravindran, S. (2003). The new productivity paradox. *Communications of the ACM*, 46(3), 91-94.
- Antoncic, B. (2009). The entrepreneur's general personality traits and technological developments. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 53(3), 236-41.
- Arıkan, S. (2001), Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Aslan, Ş., & Özata, M. (2007). Kobi'lerde Bilgi Teknolojisi Kullanımının Rekabet Gücü Yenilikçilik Girişimcilik Ve Pazarlama Kapasitesiyle ilişkileri: Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2).
- Atılğan, D. (2009). Bilgi yönetimi kavramı ve gelişimi. *Türk Kütüphaneciliği*, 23(1), 201-212.
- Aulet, W., & Murray, F. (2013). A tale of two entrepreneurs: Understanding differences in the types of entrepreneurship in the economy.

- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
- Bagozzi, R. P. (1992). The self-regulation of attitudes, intentions, and behavior. *Social psychology quarterly*, 178-204.
- Bandura, A., Adams, N. E., Hardy, A. B., & Howells, G. N. (1980). Tests of the generality of self-efficacy theory. *Cognitive therapy and research*, 4(1), 39-66.
- Batur, Z., & Uygun, K. (2012). İki neslin bir kavram algısı: teknoloji. Bensghir, T. K. (1996). Bilgi teknolojileri ve örgütsel değişim. Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü.
- Baycan L.,T.; Kundak,S.(2006), "İsviçre'nin Girişimci Türkleri", Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Manas Üniversitesi Bildiri Kitabı, Bışkek, s.405-418.
- Bettman, J. R., & Sujan, M. (1987). Effects of framing on evaluation of comparable and noncomparable alternatives by expert and novice consumers. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 141-154.
- Bhuiyan, Shahid N., Menguc, B. ve Bell, S. J., (2005), "Just Entrepreneurial Enough: The Moderating Effect of Entrepreneurship on The Relationship Between Market Orientation and Performance", *Journal of Business Research*, (58):9- 17.
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik eğiliminde kişilik özelliklerinin önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, C.1, S.2. 2006, ss. 93-111
- Bozkurt, R. (2000), Girişimci ve Rol Bilinci. *İş Fikirleri Dergisi*, Sayı: 12.
- Brynjolfsson, E. (1993). The productivity paradox of information technology. *Communications of the ACM*, 36(12), 66-77.
- Brynjolfsson, E., & Hitt, L. (1996). Paradox lost? Firm-level evidence on the returns to information systems spending. *Management science*, 42(4), 541-558.
- Brynjolfsson, E., Hitt, L. M., & Yang, S. (2002). Intangible assets: Computers and organizational capital. *Brookings papers on economic activity*, 2002(1), 137-181.
- Buttner, E. H., & Gyskiewicz, N. (1993). Entrepreneurs' problem-solving styles: an empirical study using the Kirton adaption/innovation theory. *Journal of Small Business Management*, 31(1), 22.

- Canbaz, M., Çankır, A. G. B., & Çevik, A. G. E. (2014). İşletme Ve Muhasebe Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesinde Bölgesel Farklılık Etkisi. *Business And Management Studies: An International Journal*, 1(3), 229-248.
- Carbonell, P. Ve Rodriguez, A. I., (2006), “The Impact of Market Characteristics and Innovation Speed on Perceptions of Positional Advantage and New Product Performance”, *International Journal of Research in Marketing*, (23):1–12.
- Chau, P. Y. K. and Hu, P. J., (2001). Information technology acceptance by individual professionals: A model of comparison approach, *Decision Sciences*, 32(4), 699-719.
- Chen, C., Fan, Y. and Farn, C. (2007). Predicting electronic toll collection service adoption: An integration of the technology acceptance model and the theory of planned behavior, *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 15(5), 300-311.
- Chisnall, P. M. (1993). Questionnaire design, interviewing and attitude measurement. *Journal of the Market Research Society*, 35(4), 392-393.
- Cole, A. H. (1946). An approach to the study of entrepreneurship: A tribute to Edwin F. Gay. *The Journal of Economic History*, 6(S1), 1-15.
- Compeau, D. R., & Higgins, C. A. (1995). Computer self-efficacy: Development of a measure and initial test. *MIS quarterly*, 189-211.
- Cooper P. (2000). Towards a model of safety culture. *Safety science*, 36(2), 111-136.
- Çalık, Ü., & Düzü, G. (2009). İktisat ve Psikoloji. *Akademik Bakış, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E- Dergisi*. 18
- Çetin,C. (1996) Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi. *Der Yayınları, İstanbul*
- Çakmak, O. (2003). Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi. *İktisat Tarihi*, sayı 8 ,s. 61-77
- Davis, F. D. (1985). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology).
- Davis, F.D., 1986. A technology acceptance model for empirically testing new end- user information systems: Theory and results, Doctoral dissertation, Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.

- Davis F., (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Q, Maintenance Information System for Quality*, (13):3: 319–42.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. and Warshaw, P. R., (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models, *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Day, J., D., Aftab, A. Ve Reynolds, P. L. (1998), *Relationship Marketing: Its Key Role in Entrepreneurship, Long Range Planning*, (31):6:828–837.
- DeCarlo, J. F., & Lyons, P. R. (1979, August). A Comparison of Selected Personal Characteristics of Minority and Non-Minority Female Entrepreneurs. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 1979, No. 1, pp. 369-373). Academy of Management.
- Dees, J. G. (1998). *The meaning of social entrepreneurship*. Entrepreneur in Residence Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership Ewing Marion Kauffman Foundation. Stanford University .
- Demirez, M. (2005). *Girişimciliğin Tarihçesi*, KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Merkezi Müdürlüğü Yayınları, Ankara
- Demirez, M., & Cebeci, R. (2005). *Türkiye’de Girişimciliğin Tarihçesi Ve Girişimcilerin Sosyolojik Profili*. KOSGEB GGM Ulusal Girişimcilik Raporu
- Deniz S. (2005). “Bilgi Teknolojilerinin Türk İşletmelerindeki Durumu ve Kullanımında Ortaya Çıkan Olumsuzluklar”, İstanbul: Bilişim 98 Fuarı, Bildiriler Kitabı.
- Derry, T. K., & Williams, T. I. (1960). *A short history of technology from the earliest times to AD 1900* (Vol. 231). Courier Corporation.
- Dewan, S., & Kraemer, K. L. (2000). Information technology and productivity: evidence from country-level data. *Management Science*, 46(4), 548-562.
- Dollinger, M. J. (2008). *Entrepreneurship: Strategies and resources*. Marsh Publications.
- Durukan, T. (2006). Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2006 (cilt 1, sayı 2), 25-37.
- Ekinci, H. (2006). Bilgi Teknolojilerinin Rekabet Açısından Önemi ve Değişim Yönetimindeki Etkilerine İlişkin Yöneticilerin Algılarını Ölçmeye Yönelik Bir

- Araştırma. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (11) 2006 / 1 : 54-70
- Elibol, H. (2005). Bilişim Teknolojilerikullanımının İşletmelerin Organizasyon Yapıları Üzerindeki Etkileri. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (13), 155-162.
- Emre S.(2007). Girişimcilik Kültürü: Hofstede'in Kültür Boyutlarının Malatya Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, Ğnönü Üniversitesi S.B.E., Malatya, 2007.
- Enterprise. (1989). Oxford English Dictionary online (2nd ed.),
- Erdem, H. K. (2011). Kurumsal Kaynak Planlama Sistemlerinin Kullanımında Etkili Olan Faktörlerin Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli İle İncelenmesi (Doctoral dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Eren E. (1998) Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, Beta..
- Ercan, S., & Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin gelişim süreci ve girişimcilik açısından Kazakistan. Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi, 49, 59-82.
- EU Commision Report. (2008)
- Fazio, R. H. (1989). On the power and functionality of attitudes: The role of attitude. Attitude structure and function, 153-179.
- Field, A. (2013). Discovering statistics using IBM SPSS statistics. Sage.
- Fisher, G. (2012). Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. Entrepreneurship theory and practice, 36(5), 1019-1051.
- Fu, J., Farn, C. and Chao, W., 2006. Acceptance of electronic tax filing: A study of taxpayer intentions, Information & Management, 43(1), 109-126.
- Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. American journal of small business, 12(4), 11-32.
- Gefen, D., & Straub, D. W. (1997). Gender differences in the perception and use of e-mail: An extension to the technology acceptance model. MIS quarterly, 389-400.
- Gentry, L. and Calantone, R., 2002. A comparison of three models to explain shop- bot use on the web, Psychology & Marketing, 19(11), 945-956.

- Güler,K. B. (2011). Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Ashoka Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar.Dokuz Eylül Üniversitesi,Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 13(3), 79-111. ISSN: 1302-3284
- Gümüşsoy, Ç. A. and Çalıçır, F., 2009. Understanding factors affecting e-reverse auction use: An integrative approach, *Computers in Human Behavior*, 25(4), 975-988
- Güney S.(2011). Örgütsel Davranış, Nobel Yayınları,İstanbul.
- Hansen, T., Jensen, J. M. and Solgaard, H. S., 2004. Predicting online grocery buying intention: A comparison of the theory of reasoned action and the theory of planned behavior. *International Journal of Information Management*, 24(6), 539-550.
- Harari, Y. N., & Perkins, D. (2014). *Sapiens: A brief history of humankind* (p. 443). London: Harvill Secker.
- Hartwick, J., & Barki, H. (1994). Explaining the role of user participation in information system use. *Management science*, 40(4), 440-465.
- Hassinger, E. (1959). Stages in the adoption process. *Rural sociology*, 24(1), 52.
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (1989). In search of the meaning of entrepreneurship. *Small business economics*, 1(1), 39-49.
- Hebert R. ve LINK A. N. (1988). *The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques*, 2nd Edition, New York: Praeger, s: 19-26.
- Helson, H. (1964). *Adaptation-level theory: an experimental and systematic approach to behavior*.
- Hisrich, R. D. ve Michael P. P. .R; (1995) *Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing*”, “A New Enterprise, Donnelley And Sons Company, United State Of America.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (1984). Internal venturing in large corporations. *Frontiers of entrepreneurship research*, 321-346.
- Hısrich, R.D. ve Peters, M.P., *Entrepreneurship*, Boston Burr Ridge, IL: MC- Graw Hill, 2002.
- Hobsbawn,E. (1998). *Sanayi ve İmparatorluk*. Çev. Abdullah Ersoy, Dost Kitabevi Yayınları Ankara.

- Hornaday, J. A., & Aboud, J. (1971). Characteristics of successful entrepreneurs. *Personnel psychology*, 24(2), 141-153.
- Hung, S. and Chang, C., 2005. User acceptance of WAP services: Test of competing theories, *Computer Standards and Interfaces*, 27(4), 359- 370.
- Igbaria, M., Guimaraes, T., & Davis, G. B. (1995). Testing the determinants of microcomputer usage via a structural equation model. *Journal of management information systems*, 11(4), 87-114.
- İraz, R. (2000). “Bilişim Teknolojilerinin Örgütsel Yapı ve Süreçler Üzerindeki Etkileri Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama”, 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi’nde sunulan bildiri, Nevşehir, 25-27 Mayıs 2000.
- İraz, R. (2005). Küresel Rekabet Ortamında Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Ulusal Sosyo-Ekonomik Sisteme Katkıları Açısından Değerlendirilmesi”, T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 13, ss: 223-236.
- Janson, M. A. Ve Wrycza, S., (1999), “Information Technology and Entrepreneurship: Three Cases from Poland”, *International Journal of Information Management* (19):351–367.
- Joshi, K. (2005). Understanding user resistance and acceptance during the implementation of an order management system: A case study using the equity implementation model. *Journal of Information Technology Case and Application Research*, 7(1), 6-20.
- Juang, B. H., & Rabiner, L. R. (2005). Automatic speech recognition—a brief history of the technology development. Georgia Institute of Technology. Atlanta Rutgers University and the University of California. Santa Barbara, 1, 67.
- Kaya, S. ve P., Şenel Tekin, 2003, “Zonguldak İlindeki Bazı Hastanelerde Çalışan Doktorların Elektronik Tıbbi Kayıtlara Hazırlık Durumlarının Değerlendirilmesi”, <http://ab.org.tr/ab05/tammetin/187.doc>
- Kao, J. J. (1989). *Entrepreneurship, creativity & organization*. Prentice Hall.
- Khalifa, M. and Shen, K. N., 2008. Explaining the adoption of transactional B2C mobile commerce, *Journal of Enterprise Information Management*, 21(2), 110-124.
- Kohli, R., & Devaraj, S. (2003). Measuring information technology payoff: A meta-analysis of structural variables in firm-level empirical research. *Information systems research*, 14(2), 127-145.

- Kongar, E., İmparatorluk'tan Günümüze Türkiye'nin Toplumsal Yapısı, Cilt:1, Remzi Kitapevi, İstanbul, 1985, s.26
- Korkmaz,S. (2000). Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi Sayı 18-1, s. 163-69
- Kruger, M.E. (2004). Creativity In The Entrepreneurship Domain, University Of Pretoria
- Kuhl, J. (1985). Volitional mediators of cognition-behavior consistency: Self-regulatory processes and action versus state orientation. In Action control (pp. 101-128). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Lam, S.Y., Chiang, J., & Parasuraman, A. 2008. The effects of the dimensions of technology readiness on technology acceptance: an empirical analysis. Journal of Interactive Marketing, 22(4): 19-39.
- Langlois, G. Vd. (2000) 20. Yüzyıl Tarihi, Nehir Yayınları, Çev. Ömer Turan, İstanbul.
- Lazear, E. P. (2004). Balanced skills and entrepreneurship. American Economic Review, 94(2), 208-211.
- Legris, P., Ingham, J., & Collette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. Information & management, 40(3), 191-204.
- Leidner, D. E., & Jarvenpaa, S. L. (1995). The use of information technology to enhance management school education: A theoretical view. MIS quarterly, 265-291.
- Lin, H., 2007. Predicting consumer intentions to shop online: An empirical test of competing theories, Electronic Commerce Research and Applications, 6(3), 433-442.
- Llewellyn, D. J. and K. M. Wilson: 2003, 'The Controversial Role of Personality Traits in Entrepreneurial Psychology', Education + Training 45(6), 341-345.
- Loasby, B. J.: 2007, 'A Cognitive Perspective on Entrepreneurship and the Firm', Journal of Management Studies 44(7), 1078-1106.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H. Ve Backman, M., (2005), "The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism", Journal of Cleaner Production, (13):8:787-799.
- Lowe, R., & Marriott, S. (2006). Enterprise: entrepreneurship and innovation: concepts, contexts and commercialization. Routledge.

- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- Malecki, E. J. (1997). Technology and economic development: the dynamics of local, regional, and national change.
- Marangoz, M. (2016). Girişimcilik, Genişletilmiş ve Güncellenmiş 3. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.
- Mathieson, K., 1991. Predicting user intentions: Comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior, *Information Systems Research*, 2(3), 173-191.
- McCarthy, B., & Leavy, B. (1998). The entrepreneur, risk-perception and change over time: a typology approach. *Irish Journal of Management*, 19(1), 126.
- McGaffey, T. N., & Christy, R. (1975). Research Notes. *Academy of Management Journal*, 18(4), 857-863.
- McNeil, I. (Ed.). (2002). *An encyclopedia of the history of technology*. Routledge.
- Meek, W. R., Pacheco, D. F., & York, J. G. (2010). The impact of social norms on entrepreneurial action: Evidence from the environmental entrepreneurship context. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 493-509.
- Mehmed Cavid Bey (2001). İktisat İlmi, Çev. Sema-Orhan Çakmak, Liberte Yayınları, Anka
- Mervis, C. B., & Rosch, E. (1981). Categorization of natural objects. *Annual review of psychology*, 32(1), 89-115.
- Miles, J. A. (2012). *Management and organization theory: A Jossey-Bass reader* (Vol. 9). John Wiley & Sons.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Information systems research*, 2(3), 192-222.

- Mowlana, H. (1994). "Civil society, information society and Islamic society" Information Society and Civil Society içinde (208-232) West Lafayette: Purdue University press.
- Mukhopadhyay, T., Kekre, S., & Kalathur, S. (1995). Business value of information technology: a study of electronic data interchange. *MIS quarterly*, 137-156.
- Murphy, A. E. (1986). Richard Cantillon: entrepreneur and economist. Oxford University Press.
- Müftüoğlu, T. (2003). Girişimciler için İşletme Yönetimi (Türkiyede Girişimcilik). Gazi Kitabevi,
- Müftüoğlu, t. (1997), Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Sorunlar-Öneriler. EGS Bank Yayınları, Ankara.
- Ndubisi, N. O., Jantan, M., & Richardson, S. (2001). Is the technology acceptance model valid for entrepreneurs? Model testing and examining usage determinants. *Asian Academy of Management Journal*, 6(2), 31-54.
- Ndubisi, N., Gupta, O. K., & Ndubisi, G. C. (2005). The moguls' model of computing: Integrating the moderating impact of users' persona into the technology acceptance model. *Journal of Global Information Technology Management*, 8(1), 27-47.
- Ndubisi, N. O., & Richardson, S. (2002). The entrepreneurs technology acceptance model. *Academy of entrepreneurship journal*, 8(2), 95-113.
- Nijkamp, P. (2003). Entrepreneurship in a modern network economy. *Regional Studies*, 37(4), 395-405.
- Nişancı, Z. N. (2016). Bilgi Teknolojilerinin Kalite Kapsamında İşletme İmajına Etkileri: Reklamcılık Sektörü Örneği. *International Journal of Social Science* Doi number: <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS3522> Number: 47
- Northcraft, G. B., & Neale, M. A. (1987). Experts, amateurs, and real estate: An anchoring-and-adjustment perspective on property pricing decisions. *Organizational behavior and human decision processes*, 39(1), 84-97.
- Onur, Bekir ;(1997), Gelişim Psikolojisi, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Özdamar, K., 2004. Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi, Genişletilmiş Beşinci Baskı. Kaan Kitabevi, Eskişehir.

- Özer,G., Özcan, M., Aktaş S.(2010). Muhasebecilerin Bilgi Teknolojisi Kullanımının Teknoloji Kabul Modeli (Tkm) İle İncelemesi. Journal of Yaşar University, 5(19), 3278-3293.
- Özkuş, G. (2008). Girişimcilik teorileri ve girişimci tipleri: Antalya-Burdur-Isparta illerinde (İBBS düzey 2 TR61 bölgesinde) imalat sanayi KOBİ'lerindeki girişimciler üzerine bir inceleme (Doctoral dissertation, Sosyal Bilimler).
- Paksoy, S., Aydoğdu, M. (2010) Bölgesel Kalkınmada Girişimciliğin Geliştirilmesi: GAP-GİDEM Örnekleri, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (5:1). s. 114-134.
- Papazoglou M. ve Tsalgatidou A., (2000), "Business-to-Business Electronic Commerce Issues and Solutions", Decision Support Systems, Vol 29.
- Parasuraman, A. 2000. Technology readiness index (TRI) a multiple item scale to measure readiness to embrace new Technologies. Journal of Service Research, 2(4): 307-320.
- Philipsen, K., "Entrepreneurship As Organizing" DRUID Summer Conference, Bornholm, 1998.
- Michael Porter ve Victor E. Millar, "How Information Gives You Competitive Advantage", Harvard Business Review, July-August 1985, s. 149-160
- Reynolds,P.D., Camp, S. M., Bygrave, W. D., Autio, E. , Hay, M. (2001) Global Entrepreneurship Monitor, 2001 Executive Report. United Nations Association of the United States of America.
- Riemer, M. J. (2007). Communication skills for the 21st century engineer. Global J. of Engng. Educ, 11(1), 89-100.
- Ripsas, S. (1998). Towards an interdisciplinary theory of entrepreneurship. Small Business Economics, 10(2), 103-115.
- Ritter, T. Ve Gemunden, H. G., (2004), "The Impact of A Company's Business Strategy on Its Technological Competence, Network Competence and Innovation Success", Journal of Business Research, (57):548– 556.
- Rogers, E. M., 1983. Diffusion of Innovations, (3th edition), New York: Free Press.
- Rogers, E. M., & Kincaid, D. L. (1981). Communication networks: Toward a new paradigm for research.
- Rosenberg, N. Ve Birdzell,L.E. (1992). Batı Nasıl Zengin Oldu- Endüstri Dünyasının Ekonomik Değişimi, Form Yayınları, İstanbul.

- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of management Review*, 26(2), 243-263.
- Samaddar, S., & Kadiyala, S. (2006). Information systems outsourcing: Replicating an existing framework in a different cultural context. *Journal of Operations Management*, 24(6), 910-931.
- Sarihan, H. (1999), *Teknoloji Yönetimi*, Desnet Yayınları, İstanbul.
- Sciascia, S. And De Vita, R. (2004) *The Development of Entrepreneurship Research*, Liuc Papers, No: 146, Serie Economia Aziendale 19,
- Schaupp, L. C. and Carter, L., 2005. E-voting: From apathy to adoption, *The Journal of Enterprise Information Management*, 18(5), 586-601.
- Sexton, D. L., & Bowman, N. B. (1983). Comparative entrepreneurship characteristics of students: Preliminary results. *Frontiers of entrepreneurship research*, 3, 213-232.
- Sexton, D. L., & Bowman-Upton, N. (1990). Female and male entrepreneurs: Psychological characteristics and their role in gender-related discrimination. *Journal of business venturing*, 5(1), 29-36.
- Shang, R.-A., Y.-C., Chen ve L., Shen, 2005, “Extrinsic Versus Intrinsic Motivations For Consumers Tos Hop On-Line”, *Information & Management*, 42.
- Shimp, T. A., & Kavas, A. (1984). The theory of reasoned action applied to coupon usage. *Journal of consumer research*, 11(3), 795-809.
- Slovic, P., & Lichtenstein, S. (1971). Comparison of Bayesian and regression approaches to the study of information processing in judgment. *Organizational behavior and human performance*, 6(6), 649-744.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (2007). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Entrepreneurship: Concepts, theory and perspective*, 155-170.
- Stratopoulos, T., & Dehning, B. (2000). Does successful investment in information technology solve the productivity paradox?. *Information & management*, 38(2), 103-117.
- Swedberg, R. (2000) *The Social Science View of Entrepreneurship: Introduction and Practical Applications*, (Edt.) R. Swedberg, *Entrepreneurship: The Social Science*

View, Oxford U. Pres, ss: 7-44

- Sun, H. and Zhang P., 2006. The role of moderating factors in user technology acceptance, *International Journal of Human-Computer Studies* 64(2), 53-78.
- Taylor, S. and Todd, P., 1995a. Decomposition and crossover effects in the theory of planned behavior: A study of consumer adoption intentions, *International Journal of Research in Marketing*, 12(2), 137-155.
- Tekin, M. , Güleş, H.K. ve Burgess, T. (2003). *Değişen Dünyada Teknoloji Yönetimi*, Konya: Damla Yayınevi.
- Tekin, M., Zerenler, M., & Bilge, A. (2005). Bilişim teknolojileri kullanımının işletme performansına etkileri: lojistik sektöründe bir uygulama. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 4(8), 115-129.
- Tezel, Y.S. (1994). *Cumhuriyet Dönemi İktisadi Tarihi*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 3. Baskı, İstanbul
- Thurik, R., & Wenckers, S. (2004). Entrepreneurship, small business and economic growth. *Journal of small business and enterprise development*, 11(1), 140-149.
- Titiz, T. (1996). *Girişimcilik*. İnkılâp Kitabevi, İstanbul.
- Toffler, A. (1981). *Üçüncü Dalga*. (çev. Ali Saban) İstanbul: Altın Kitaplar
- TOP, S., *Girişimcilik Keşif Süreci*, Beta Yayınları, İstanbul, 2006.
- Tosunoğlu, B. T. (2003), *Girişimcilik ve Türkiye'nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri*, T.C. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Triandis, H. C. (1979). Values, attitudes, and interpersonal behavior. In *Nebraska symposium on motivation*. University of Nebraska Press.
- Tung, F. and Chang, S., 2008a. A new hybrid model for exploring the adoption of online nursing courses, *Nurse Education Today*, 28(3), 293-300.
- Tung, F. and Chang, S., 2008b. Nursing students' behavioral intention to use online courses: A questionnaire survey, *International Journal of Nursing Studies*, 45(9), 1299-1309.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *science*, 185(4157), 1124-1131.

- Wagner, M. (2009). Eco-entrepreneurship: An empirical perspective based on survey data. In *Frontiers in eco-entrepreneurship research* (pp. 127-152). Emerald Group Publishing Limited.
- Weerawardena, J. Ve O'cass, A., (2004), "Exploring The Characteristics Of The Market-Driven Firms And Antecedents to Sustained Competitive Advantage", *Industrial Marketing Management*, (33):419– 428.
- Whittaker, B. (1999). What went wrong? Unsuccessful information technology projects. *Information Management & Computer Security*, 7(1), 23-30.
- Wiklund, J. (2006). The sustainability of the entrepreneurial orientation–performance relationship. *Entrepreneurship and the growth of firms*, 7(3), 141-155.
- Wu, I. and Chen, J., 2005. An extension of trust and TAM model with TPB in the initial adoption of on-line tax: An empirical study. *International Journal of Human–Computer Studies*, 62(6), 784-808.
- Wu, J. Wang, S. and Lin, L., 2007. Mobile computing acceptance factors in the healthcare industry: A structural equation model, *International Journal of Medical Informatics*, 76(1), 66-77.
- Venkatesh, V. and Davis, F. D., (2000). A theoretical Extension of the Technology Acceptance model: Four Longitudinal Field Studies, *Management Science*, 46(2), 186-208
- Venkatesh, V. and 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 Quarterly*, 24(1), 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), 425-78.
- Yalçın, A. (1991). *İktisadi Doktrinler ve Sistemler Tarihi*, Aydoğdu Ofset, Ankara.
- Yang, C., Goralski, M. A. (2011), "A Comprative Study On Native-Born And Foreign-Born Female Entrepreneurs: A narrative Approach", *Business Research Yearbook*, Goralski, Margaret A.; Leblanc III, H. Paul; Adams, Marjorie G., Volume: XVIII, Number 1,2011:158-163.

Yıldız, B., Ilgaz, H., Seferoğlu, S.S. (2010), “Türkiye’de Bilim ve Teknoloji Politikaları: 1963’den 2013’e Kalkınma Planlarına Genel Bakış”, Akademik Bilişim 2010, Muğla Üniversitesi, s.457.

Yılmaz,M. (2009). Enformasyon ve Bilgi Kavramları Bağlamında Enformasyon Yönetimi ve Bilgi Yönetimi. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih- Coğrafya Fakültesi Dergisi 49, 95-118.



EKLER

EK 1. ANKET



Değerli katılımcı, bu anket ve demografik form İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde **Mustafa Murat ÇAKAR** tarafından “Girişimcilerin Bilgi Teknolojilerini Kullanma Nedenlerinin Teknoloji Kabul Modeli Kapsamında Analizi” isimli yüksek lisans tezi için hazırlanmıştır. . Anketin amacı, girişimcilerin teknolojiye karşı geliştirmiş oldukları davranışları ve tutumları belirleyen temel değişkenlerin saptanması, bunlar arasındaki ilişkilerin ortaya konması için gerekli olan verilerin toplanması ve analiz edilmesidir. Bu çalışmaya katılım tamamen gönüllülük esaslıdır ve bilgileriniz akademik amaçlar dışında kesinlikle kullanılmayacaktır. Çalışmayı istediğiniz an durdurabilir ve çalışmayı terk edebilirsiniz. Anket ve demografik form ile ilgili sorularınızı araştırma projesini yürüten sorumlulara yöneltmeniz yeterlidir. Anketi oluşturan soruları cevaplamak, şüphesiz çok kıymetli zamanınızın bir kısmını alacaktır. Ancak ankete katılarak bilimsel bir araştırmaya destek vermiş olacaksınız.

İlginiz ve desteğiniz için çok teşekkür ederiz.

“Girişimcilerin Bilgi Teknolojilerini Kullanma Nedenlerinin Teknoloji Kabul Modeli Kapsamında Analizi” başlıklı çalışma sözlü ve/veya yazılı olarak açıklandı. Çalışma ile ilgili tüm sorularınıza tatmin edici cevaplar aldım. Çalışmaya kendi rızamla gönüllü olarak katılmayı kabul ediyorum.

Yrd. Doç. Dr. Zehra Nuray NİŞANCI

Mustafa Murat ÇAKAR

Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Öğretim Üyesi

Yüksek Lisans Öğrencisi

Anketin Doldurulması:

Ankette kişisel bilgilerinizle ilgili soruların karşısında yer alan seçeneklerden size en uygun olanın yanına **işaret (örneğin; ×,√)** koymanız yeterlidir. Bilgi teknolojisi ve kullanımı ile ilgili bir takım ifadeler yer almaktadır. Bu bölümde de; lütfen **her bir cümleye ne ölçüde katıldığınızı ya da katılmadığınızı ilgili sayıyı yuvarlak içine alarak belirtiniz.**

DEMOGRAFİK FORM

Değerli Katılımcı, Bu anket çalışması İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Programı kapsamında Bitirme Tezi için hazırlanmıştır. Bu çalışmada, girişimcilerin bilgi teknolojisi ürünlerini kullanım nedenleri ‘Teknoloji Kabul Modeli’ ile incelenecektir. Demografik Form ‘da vereceğiniz kişisel cevaplar ve ölçekte verdiğiniz cevaplar sadece akademik amaçlı kullanılacaktır. Katılımınız için teşekkür ederiz. Lütfen aşağıdaki soruları cevaplayınız:

Yaşınız :					
Cinsiyetiniz:	Kadın <input type="checkbox"/>	Erkek <input type="checkbox"/>				
Eğitim Düzeyiniz:	İlköğretim <input type="checkbox"/>	Ortaöğretim <input type="checkbox"/>	Üniversite (Lisans) <input type="checkbox"/>	Üniversite (Yüksek Lisans) <input type="checkbox"/>	Doktora <input type="checkbox"/>	
Faaliyet Alanı:	Tekstil <input type="checkbox"/>	İnşaat <input type="checkbox"/>	Sağlık <input type="checkbox"/>	Gıda <input type="checkbox"/>	Hukuk <input type="checkbox"/>	Elektrik <input type="checkbox"/>
	Ayakkabı <input type="checkbox"/>	Makine-Parça <input type="checkbox"/>	Finans <input type="checkbox"/>	Otomotiv <input type="checkbox"/>	Bilgisayar <input type="checkbox"/>	Temizlik <input type="checkbox"/>
	Eğitim <input type="checkbox"/>	Ticaret <input type="checkbox"/>	Mobilya-Beyaz Eşya <input type="checkbox"/>	Hizmet <input type="checkbox"/>	Diğer <input type="checkbox"/>	
Çalışan Sayısı	Sadece Kendim <input type="checkbox"/>	1-10 <input type="checkbox"/>	11-50 <input type="checkbox"/>	51-100 <input type="checkbox"/>	100+ <input type="checkbox"/>	
Çalışma Hayatı Süresi	0-1 yıl <input type="checkbox"/>	1-3 yıl <input type="checkbox"/>	3-5 yıl <input type="checkbox"/>	5-10 yıl <input type="checkbox"/>	10+ <input type="checkbox"/>	
Aylık Net Geliriniz	5.000 TL altı <input type="checkbox"/>	5.000 TL-10.000 TL arası <input type="checkbox"/>	10.000 TL-20.000 TL arası <input type="checkbox"/>	20.000 TL-30.000 TL arası <input type="checkbox"/>	30.000 TL-40.000 TL arası <input type="checkbox"/>	

BİLGİ TEKNOLOJİSİ KULLANIMINA YÖNELİK NİYET

Değerli katılımcı, bu ölçek girişimcilerin bilgi teknolojisi ürünlerini kullanma nedenlerini araştırmak amacı ile oluşturulmuştur. Her bir ifade “**1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum**” şeklinde derecelendirilmiştir. Lütfen size en uygun olanı **yuvarlak içine alınız**.

N1	Mesleğim söz konusu olduğunda gelecekte de bilgi teknolojisi ürünlerini kullanmaya niyetliyim.	1	2	3	4	5
N2	Bundan sonra da mesleğimde bilgi teknolojisi ürünlerini kullanmaya gayret edeceğim.	1	2	3	4	5
N3	Bilgi teknolojisinde meydana gelecek değişiklikleri mesleğime uygulamaya çalışacağım.	1	2	3	4	5
N4	Bilgi teknolojisinde meydana gelecek yenilikleri takip etmeye çalışacağım.	1	2	3	4	5
N5	Gelecekte bilgi teknolojisi kullanımımın artacağını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
N6	Bilgi teknolojisi kullanımını, meslektaşlarıma da tavsiye edeceğim.	1	2	3	4	5
N7	Mesleğimde bilgi teknolojisi ürünlerini kullanacağımı pek sanmıyorum.	1	2	3	4	5

BİLGİ TEKNOLOJİSİ KULLANIMINA YÖNELİK TUTUM

T1	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımını sıkıcı buluyorum..	1	2	3	4	5
T2	Bilgi teknolojisinin kullanımının zor olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
T3	Girişimimin başarılı olması için bilgi teknolojisi kullanımını gereksiz buluyorum.	1	2	3	4	5
T4	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımı girişimim için faydalıdır.	1	2	3	4	5
T5	Mesleğimde bilgi teknolojisini kullanmak oldukça iyi bir fikir.	1	2	3	4	5
T6	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımı girişimim için gereklidir.	1	2	3	4	5
T7	Bilgi teknolojisini kullanmak beni gerginleştiriyor.	1	2	3	4	5

BİLGİ TEKNOLOJİSİ KULLANIMINA YÖNELİK ALGILANMIŞ FAYDA

AF1	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımı görevlerimi daha çabuk tamamlamamı sağlıyor.	1	2	3	4	5
AF2	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımı bilgi edinmedeki performansımı artıracak.	1	2	3	4	5
AF3	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımı işteki verimliliğimi artıracak.	1	2	3	4	5
AF4	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımı, kontrol imkânı sağlıyor.	1	2	3	4	5
AF5	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımı iş performansımı arttıracak.	1	2	3	4	5

AF6	Bilgi teknolojisi ürünlerini kullanarak işlerimi daha kolay yapabilirim.	1	2	3	4	5
AF7	Bilgi teknolojisi ürünlerini kullanarak daha fazla insana işimi tanıtabilirim.	1	2	3	4	5
AF8	Bilgi teknolojisi ürünlerini kullanarak tam zamanında bilgiye ulaşabilirim.	1	2	3	4	5
AF9	Bilgi teknolojisi ürünlerini kullanmak maliyetlerimi azaltacak.	1	2	3	4	5
AF10	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımı açık ve anlaşılırdır.	1	2	3	4	5
AF11	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımı, benim için faydalıdır.	1	2	3	4	5
BİLGİ TEKNOLOJİSİ KULLANIMINA YÖNELİK ALGILANMIŞ KULLANIM KOLAYLIĞI						
AKK1	Bilgi teknolojisi ürünlerine ulaşmanın kolay olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
AKK2	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımı açık ve anlaşılırdır.	1	2	3	4	5
AKK3	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımı, benim için kolaydır.	1	2	3	4	5
AKK4	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımında istersem uzmanlaşabileceğimi düşünüyorum.	1	2	3	4	5
AKK5	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımı fazla zihinsel çaba gerektirmez.	1	2	3	4	5
AKK6	Bilgi teknolojisi ürünlerini kullanarak işlerimi takip etmekte zorlanacağım.	1	2	3	4	5
GERÇEKLEŞEN DAVRANIŞ						
GK1	Bilgi teknolojisi ürünlerinin kullanımına çok zaman ayırıyorum.	1	2	3	4	5
GK2	Bilgi teknolojisi ürünlerini sık kullanırım.	1	2	3	4	5
GK3	İhtiyaç duyduğum hizmetlerle ilgili bilgi teknolojisi ürünlerini satın alıyorum ya da ediniyorum.	1	2	3	4	5
ÖZNEL NORMLAR						
ÖN1	Çevremdeki kişiler bilgi teknolojisi ürünleri kullanmamın iyi bir fikir olduğunu düşünüyor.	1	2	3	4	5
ÖN2	Çevremdeki kişiler bilgi teknolojisi ürünleri kullanmam gerektiğini düşünüyor.	1	2	3	4	5
ÖN3	Çevremdeki kişiler beni bilgi teknolojisi ürünleri kullanmaya teşvik ediyor.	1	2	3	4	5
ÖN4	Bilgi teknolojisi ürünleri kullanmam konusunda çevremdekiler ısrarcı olabiliyor.	1	2	3	4	5
ÖN5	Çevremdeki kişiler, girişimcilerin bilgi teknolojisi ürünlerini kullanmasının faydalı olduğunu düşünüyor.	1	2	3	4	5

GİRİŞİMCİLİK

Kendi işletmemi kurmamdaki temel amaç...

G1	Ekonomik fayda ve yüksek kazanç elde etmektir.	1	2	3	4	5
G2	İşletme eğitimi almış olmamdır.	1	2	3	4	5
G3	Özgüveni ve enerjisi olan, fırsatları değerlendirebilen, yenilikçi, yaratıcı, azimli, sorumluluk almayı seven kişilik özelliklerimin sonucudur.	1	2	3	4	5
G4	İşletme kurmanın kolay ve bürokratik işlemlerin az olmasıdır.	1	2	3	4	5
G5	Başarılı girişimcileri örnek almamdır.	1	2	3	4	5
G6	En büyük idealim olan kendi işimin sahibi olmaktır.	1	2	3	4	5
Aşağıdaki önermelere ne derece katılmaktasınız?						
G7	Girişimcilik bir risktir.	1	2	3	4	5
G8	İnsanın başkalarından emir alması özgürlüğünü kısıtlar.	1	2	3	4	5
G9	Başarı için doğru zamanda doğru işi yapmak gerekir.	1	2	3	4	5
G10	Dürüst ve güvenilir olmak, verdiği sözü yerine getirmek çok önemlidir.	1	2	3	4	5
G11	Katılımcı liderlik anlayışına sahip olmak gerekir.	1	2	3	4	5
G12	Yenilik ve değişimlere açık olmak gerekir.	1	2	3	4	5
G13	İnsan ilişkileri çok önemli bir faktördür.	1	2	3	4	5
G14	Bir işe başlarken iyi bir iş planı hazırlamak gerekir.	1	2	3	4	5
G15	Girişimcilik atıl kaynakları farklı kombinasyonlarla birleştirmektir.	1	2	3	4	5
G16	Girişimciler kullanılmayan potansiyelleri kullanarak bunların atıl olmalarını önlerler.	1	2	3	4	5

EK 2. ÖZGEÇMİŞ



M. MURAT ÇAKAR

PERSONAL INFORMATION

Sex : Male
Date of Birth : 09.02.1984
Place of Birth : İzmir
Marital Status : Single
Nationality : Turkish
Driving License : B (2003)
Military Service : Completed (30.05.2009)

CONTACT INFORMATION

Address : Atilla Mah. 480 sok. No:7 D:3 Altıntaş - Konak - İzmir
Home : 0 (232) 256 32 49
GSM : 0 (535) 638 42 49
E-mail : m.muratcakar@gmail.com

WORK EXPERIENCE

05.2011 - Working

**Vestel White Goods - Refrigerator Factory
R&D Department - R&D Specialist**

Responsible of Plastic Raw Materials for 2 years and 8 months

- Responsible of Plastic Raw Materials Used in Refrigerator Factory (follow, tests, quality and solve mass production problems)
- Alternative Plastic Raw Materials and Suppliers Projects (responsibility of all process - injection/extrusion trials, tests, zero and pre-series- and adaptation to mass production)
- Establish New Connection with Plastic Raw Material Suppliers and Follow Developments in Plastic Raw Materials Sector.
- Replacement Projects

- Optimization Projects
- Prepare Specification of Plastic Raw Materials and Adaptation New Tests Procedures
- Prepare Plastic Raw Material Lists for New Products.

**Responsible of Colors & Paints of Products for 2 years
(Also Responsible of Packaging for 6 months)**

- Prepare Specification of Paints (powder paint, wet paint and other coatings)
- Adaptation of Tests and Measurement Methods of Paints to Factory
- Coordinate New Projects (new color products)
- Coordinate Improvement and Cost Down Projects (main projects are "Passing to Automation in Painting of Plastic Parts", "Water Based Wet Paint")
- Optimization Projects
- Alternative Paint and Supplier Projects
- Improvements and Projects of Packaging

Product & Development Engineer for 2 years

- Quality and Mass Production Improvement Projects (finding solutions out to feedbacks of quality dept. and mass production, designing new parts and introduce in mass production, adaptation of alternative components and suppliers to mass production)
- Cost Down Projects (main projects are "Cabinet Bottom Project", "To Reduce the Thickness of Packaging Bags" and "Condenser Improvements")
- Spare Molds Projects (preparing data of parts, trials and approval of molds, introduce parts in mass production)

01.2010 - 03.2011

Vardarcı Makina Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.

Mechanical Engineer

- Preparation of Machine and Plant Projects
- Designing New Parts and Introduce in Mass Production
- Quality Control and CE Marking Projects

EDUCATION

University (Master's Degree)

09.2014- ...

İzmir Katip Çelebi University - (Formal Education)

Institute Of Economic And Social Sciences

Entrepreneurship & Innovation Management (Turkish)

In thesis phase.

University (Bachelor's Degree)

09.2002-04.2008

Dokuz Eylül University - (Formal Education)

Engineering Faculty, Mechanical Engineering (Turkish)

2.30 / 4

University (Bachelor's Degree)

10.2005-09.2011

Anadolu University - (Open Education)

Open Learning Faculty, Business Administration (Turkish)

59.7 / 100

High School
06.2002

Selma Yiğitalp Lisesi (YDA)
4.48 / 5

LANGUAGE SKILLS

English
German

Reading: Advanced, Writing: Advanced, Speaking: Advanced
Reading: Basic, Writing: Basic, Speaking: Basic

COMPUTER SKILLS

Microsoft Windows, Word, Excel, Powerpoint, Access, Visual Basic, I-deas, AutoCad, Solid Works, Creo, Pro - Engineer, Windchill, SAP

ADDITIONAL EDUCATION & CERTIFICATES

Certificate Information

Plastic Injection Molding and Applications	Brightworks Engineering - 02.2017
General Powder Paint Applications	Akzo Nobel Interpon Akademi - 12.2014
First Aid Training	TC. Sağlık Bakanlığı & Vestel - 01.2014
Color Measurement	Hedef Kimya - 01.2014
Color Training	Colour Clinic & Jotun - 09.2013
General Knowledge of Paint	Kanat Boya - 04.2013
Test Methods and Test Equipment of Paint	Akzo Nobel Kemipol - 03.2013
General Knowledge of Paint	Akzo Nobel Kemipol - 03.2013
Windchill	Informatik & Vestel - 08.2011
Pro Engineer	Informatik & Vestel - 05.2011
Customer Relationship Management	Asko Kariyer - 01.2011
ISO / TS 16949: 2002 Quality Management System	BAMER - 05.2008
Quality - Audit (Internal Auditor Certification)	BAMER - 05.2008
General Metrology and Calibration	Isodem - 04.2008
CE Marking	Isodem - 04.2008
ISO / TS 9001: 2000 Quality Management System	BAMER - 04.2008
MS Access	Elginkan Vakfi - 01.2006
MS Office	Elginkan Vakfi - 09.2005
Basic Electronic	Elginkan Vakfi - 05.2005

Seminars and Courses

Cost Down Training	Vestel Internal Training - 10.2013
SPC	Vestel Internal Training - 05.2013
FMEA	Vestel Internal Training - 01.2013
Poke Yoke	Vestel Internal Training - 07.2012
5S	Vestel Internal Training - 04.2012
Kaizen	Vestel Internal Training - 02.2012

PATENTS

Water Drain Cap to Use Instead of the Diaphragm	Vestel White Goods
EPS Part to Prevent Leakage of Polyurethane in Door Caps	Vestel White Goods

SOCIAL ACTIVITIES

Cinema, Music, Book, Theatre

CLUB & ASSOCIATION MEMBERSHIPS

Konak Kent Konseyi (Member); Aegean Youth Community (Member); Sümhoter Halk Oyunları Derneği (Member)

REFERENCES

Available Upon Request