

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
BİLİŞİM BİLİM DALI

**KURUMSAL İLETİŞİM ARACI OLARAK WEB BİLİŞİM
SİSTEMLERİNİN KULLANILABİLİRLİĞİNDE TEKNOLOJİ KABULÜ
(HASTANE WEB SİTELERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA)**

Doktora Tezi

BAŞAK MENDİ

İstanbul, 2012

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
BİLİŞİM BİLİM DALI

**KURUMSAL İLETİŞİM ARACI OLARAK WEB BİLİŞİM
SİSTEMLERİNİN KULLANILABİLİRLİĞİNDE TEKNOLOJİ KABULÜ
(HASTANE WEB SİTELERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA)**

Doktora Tezi

BAŞAK MENDİ

Danışman. DOÇ. DR. ERHAN AKYAZI

İstanbul, 2012

Marmara Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Tez Onay Belgesi

İLETİŞİM BİLİMLERİ Anabilim Dalı BİLİŞİM Bilim Dalı Doktora öğrencisi BAŞAK MENDİ'nin KURUMSAL İLETİŞİM ARACI OLARAK WEB BİLİŞİM SİSTEMLERİNİN KULLANILABİLİRLİĞİNDE TEKNOLOJİ KABULÜ (HASTANE WEB SİTELERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA) adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun tarih ve sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliğiyle Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

Tez Savunma Tarihi : 26.03.2012

- 1) Tez Danışmanı : DOÇ. DR. ERHAN AKYAZI
2) Jüri Üyesi : PROF. DR. ÖZHAN TINGÖY
3) Jüri Üyesi : PROF. DR. SUAT GEZGİN
4) Jüri Üyesi : DOÇ. DR. CEM S. SÜTÇÜ
5) Jüri Üyesi : PROF. DR. MURAT ÖZGEN



GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı:	Başak MENDİ
Anabilim Dalı:	Gazetecilik
Programı:	Bilişim
Tez Danışmanı:	Doç. Dr. Erhan AKYAZI
Tez Türü ve Tarihi:	Doktora, 2012
Anahtar Kelimeler:	Teknoloji kabulü, internet teknolojileri kabulü, kullanılabilirlik, web kullanılabilirliği, web bilişim sistemleri, kurumsal iletişim, hastane web siteleri

ÖZET

Kurumsal İletişim Aracı Olarak Web Bilişim Sistemlerinin Kullanılabilirliğinde Teknoloji Kabulü (Hastane Web Sitelerine Yönelik Bir Araştırma)

Kurumlarda yönetimin bir fonksiyonu olarak görülen kurumsal iletişimde, yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı dolayısıyla gelişmeler yaşanmıştır. Kurumsal iletişim amacı ile web tabanlı bilişim sistemlerinden yararlanılmakta, kurumsal web siteleri ise yalnızca tanıtım amaçlı değil, etkileşime olanak veren hizmetler için de kullanılmaktadır. Web tabanlı uygulamalar için kullanılabilirlik kavramı güvenilirlik ve güvenlik gibi en önemli kalite faktörlerinden birisi olarak tanımlanmaktadır. Bilişim sistemlerinin kullanımı son yıllarda bilişim alanında yapılan araştırmalarda ele alınan temel konulardandır. Bu tez çalışmasında, kullanıcıların hastane web sitelerinin kullanılabilirliğini değerlendirmelerinde, internet teknolojilerini kabul ve kullanımlarının etkisini, oluşturulan model kapsamında belirlemek amacı ile bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname: Başak MENDİ
Field: Journalism
Programme: Informatics
Supervisor: Assoc. Prof. Erhan AKYAZI
Degree Awarded and Date: Doctorate, 2012
Keywords: Technology acceptance, internet technology acceptance, usability, web usability web information systems, corporate communication, hospital web sites

ABSTRACT

Technology Acceptance in the Usability of Web Information Systems as a Corporate Communication Tool (A Research For Hospital Web Sites)

There have been developments in the corporate communication area, which is seen as a function of management, as a result of using new communication technologies. Web based information systems have been used for corporate communication purposes and corporate web sites have been used not only for advertisement but also for services that enables interactivity. Usability of web based information systems is defined as a quality factor which is as important as reliableness and security. Use of information systems is one of the most discussed factors in information technologies research in recent years. In this study, a research have been carried out within the developed model, for determining the effects of users' acceptance and use of internet technologies on their evaluation about hospital web sites' usability.

ÖNSÖZ

Tez çalışmamın tüm aşamalarında benimle bilgi ve deneyimlerini paylaşarak yardım ve katkılarını esirgemeyen, bana cesaret veren değerli hocam ve tez danışmanım Doç. Dr. Erhan Akyazı'ya teşekkürlerimi sunarım.

Tez hazırlama sürecinde beni yönlendiren ve cesaretlendiren tez izleme jüri üyem sayın Prof. Dr. Suat Gezgin'e ve sayın Prof. Dr. Özhan Tıngöy'e teşekkür ederim.

Doktora eğitimim boyunca bilgisi ve deneyimleri ile bana farklı bakış açıları kazandıran; tez çalışmam süresince vakit ayırarak sorularımı cevaplayan ve bana yol gösterip destek olan değerli hocam Doç. Dr. Cem Sefa Sütçü'ye teşekkürlerimi sunarım.

Bana varlığı ile güç veren, her zaman yanımda olduğunu hissettiğim, beni tüm yaşantım boyunca destekleyerek bugünlere gelmemde sonsuz emekleri olan sevgili babam Tunay Durna'ya ve sevgili annem Zehra Durna'ya bana her zaman güvendikleri için teşekkür ederim. Şu an hayatta olmasa da, sevgisini ve desteğini her zaman hissederek güç kazandığım, bugünlere gelmemde büyük emekleri olan anneannem Gülsüm Akşahin'e teşekkür ederim. Ayrıca bana kızları gibi sevgi ve destek gösteren sevgili kayınvalidem Sevil Mendi ve kayınpederim Ercan Mendi'ye teşekkürü bir borç bilirim.

Doktora eğitimim boyunca her zaman yanımda olup, tüm sıkıntılarımı ve mutluluklarımı paylaşan; tez çalışmam boyunca bana destek olarak güç veren; varlığı ile beni her zaman mutlu eden eşim Onur Mendi'ye sevgisi ve sabrı için teşekkür ederim.

Bu çalışmanın gelecekteki çalışmalara faydalı olmasını dilerim.

Başak MENDİ

İstanbul, 2012

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ	iii
TABLO LİSTESİ	vii
ŞEKİL LİSTESİ	x
GRAFİK LİSTESİ	xi
FORMÜL LİSTESİ	xii
KISALTMALAR	xiii
1. GİRİŞ	1
2. İLETİŞİM VE KURUMSAL İLETİŞİM	5
2.1. İletişim.....	5
2.1.1. İletişim Kavramının Tanımı.....	5
2.1.1.1. İletişim Süreci	8
2.1.1.2. İletişim Türleri ve İletişim Şekilleri.....	9
2.1.2. İletişim Araçlarının Gelişimi.....	13
2.1.3. İletişim Biliminin Gelişimi.....	15
2.1.4. İletişimde Kuramsal Yaklaşımlar.....	17
2.2. Kurumsal İletişim.....	19
2.2.1. Kurumsal İletişim Tanımı ve Fonksiyonları.....	19
2.2.2. Kurumsal İletişim Türleri.....	28
2.2.3. Kurumsal İletişimin İşleyişi.....	29
2.2.4. Kurumsal İletişimde Kullanılan İletişim Araçları ve Yöntemler....	31
2.2.5. Kurumsal İletişim ve Bilgi Yönetimi.....	33
3. KURUMSAL İLETİŞİM ARACI OLARAK WEB BİLİŞİM SİSTEMLERİNDE KULLANILABİLİRLİK	34
3.1. Bilişim Sistemleri.....	34
3.1.1. Bilişim ve Sistem Kavramları.....	35
3.1.2. Bilişim Sistemlerinin Özellikleri.....	35
3.1.3. Bilişim Sistemleri Başarı Modelinin İncelenmesi.....	39

3.2. Kurumsal İletişimde Web Bilişim Sistemleri.....	43
3.2.1. İnternet ve Web Teknolojilerinin Gelişimi.....	43
3.2.2. Web Bilişim Sistemleri ve Özellikleri	44
3.2.3. Kurumsal İletişimde Web Bilişim Sistemlerinin Kullanımı.....	45
3.3. Web Bilişim Sistemlerinde Kullanılabilirlik.....	48
3.3.1. Kullanılabilirlik Kavramı.....	48
3.3.2. Kullanılabilirlikte Memnuniyet Faktörü.....	52
3.3.3. Kullanılabilirlik Mühendisliği.....	54
3.3.4. Web Bilişim Sistemleri ve Kullanılabilirlik.....	55
3.3.4.1. Web Sitelerinde Kullanılabilirliğin Değerlendirilmesi.....	58
3.3.5. Web Kullanılabilirliği ile İlgili Yapılan Araştırmalar.....	61
3.3.5.1. Uluslararası Araştırmalar.....	61
3.3.5.2. Ulusal Araştırmalar.....	63
4. BİLİŞİM SİSTEMLERİNİN KULLANILABİLİRLİĞİNDE	
TEKNOLOJİ KABULÜ.....	65
4.1. Teknoloji Kavramı ve Gelişimi.....	65
4.1.1. Teknoloji ile İlgili Yaklaşımlar.....	69
4.1.2. Teknoloji Yönetimi.....	73
4.1.3. Enformasyon Toplumu ve Bilişim Teknolojileri.....	76
4.2. Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisinin Gelişimi.....	82
4.2.1. Teknoloji Kabul Modeli.....	84
4.2.2. Geliştirilmiş Teknoloji Kabul Modeli.....	85
4.2.3. Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi	86
4.2.4. Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Modelinin Kullanıldığı Araştırmalar.....	98
5. HASTANE WEB SİTELERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA.....	99
5.1. Hastanelerde Kurumsal İletişim Kapsamında Web Sitelerinin Kullanımı.....	99
5.2. Hastane Web Sitelerinin İşlevleri.....	100
5.3. Araştırma.....	101

5.3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı.....	101
5.3.2. Araştırmanın Metodolojisi.....	103
5.3.2.1. Araştırmanın Kısıtları.....	103
5.3.2.2. Araştırmanın Modeli.....	103
5.3.2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	108
5.3.2.4. Veri Toplama Araçlarının Hazırlanması.....	108
5.3.2.5. Verilerin Çözümlemesi ve Değerlendirilmesi.....	109
5.3.3. Araştırmanın İstatistikî Bulguları.....	110
5.3.3.1. Güvenilirlik ve Faktör Analizleri.....	110
5.3.3.2. Tanımsal Analiz Bulguları.....	120
5.3.3.2.1. Frekans Analizleri.....	120
5.3.3.3. Çıkarımsal Analiz Bulguları.....	140
5.3.3.3.1. Fark Analizleri.....	140
5.3.3.3.2. İlişki Analizleri.....	179
5.3.4. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi.....	194
6. SONUÇ.....	200
EKLER.....	204
EK 1: Hastane Web Sitelerinin Kullanılabilirliğinde Teknoloji Kabulünün Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Anket.....	204
EK 2: WAÖE Ölçeği Kullanım İzni Belgesi	207
EK 3: BTKKT Ölçeği Kullanım İzni Belgesi	208
KAYNAKÇA.....	209

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No
Tablo 1. İletişimin Bireysel ve Toplumsal Fonksiyonları.....	7
Tablo 2. Kurumsal İletişim Yönetiminde 4 Model.....	23
Tablo 3. Kurumsal İletişimin Özellikleri.....	24
Tablo 4. Kurumsal Kimliğin Tarihsel Gelişim Süreci.....	25
Tablo 5. Kurumsal İletişim Rollerinin Sıralanması.....	26
Tablo 6. Kullanılabilirlik Nitelikleri.....	49
Tablo 7. İnsan Gereksinimleri ve ISO/IEC 25010 ile İlişkisi.....	52
Tablo 8. Kullanılabilirlik Ölçüm Yöntemleri.....	59
Tablo 9. Teknoloji Yönetiminin Ele Alınmasında Coğrafi Farklılıklar.....	75
Tablo 10. BTKKT Modelini Oluşturan Model ve Teoriler.....	87
Tablo 11. Performans Beklentisi: Temel Bileşenler, Tanımlar ve Ölçekler.....	91
Tablo 12. Çaba Beklentisi: Temel Bileşenler, Tanımlar ve Ölçekler.....	93
Tablo 13. Sosyal Etki: Temel Bileşenler, Tanımlar ve Ölçekler.....	94
Tablo 14. Kolaylaştırıcı Şartlar: Temel Bileşenler, Tanımlar ve Ölçekler.....	95
Tablo 15. Teknoloji Kullanımına Olan Tutum: Temel Bileşenler, Tanımlar ve Ölçekler.....	96
Tablo 16. WAÖE Faktörleri ve Kullanıldıkları Kaynaklar.....	105
Tablo 17. WAÖE Ölçeği Güvenilirlik Analizi.....	111
Tablo 18. WAÖE Ölçeği KMO ve Bartlett Testi.....	112
Tablo 19. WAÖE Ölçeği Faktör Analizi Sonuç Tablosu.....	114
Tablo 20. WAÖE Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	116
Tablo 21. BTKKT Ölçeği Güvenilirlik Analizi.....	117
Tablo 22. WAÖE Ölçeği KMO ve Bartlett Testi.....	118
Tablo 23. BTKKT Ölçeği Faktör Analizi Sonuç Tablosu.....	119
Tablo 24. Cinsiyete Göre Dağılım.....	120
Tablo 25. Yaş Gruplarına Göre Dağılım.....	121
Tablo 26. Yaş Dağılımı.....	121
Tablo 27. Eğitim Durumuna Göre Dağılım.....	122
Tablo 28. Meslek Gruplarına Göre Dağılım.....	123

Tablo 29. Gelir Durumuna Göre Dağılım.....	124
Tablo 30. Hastane Web Sitesi Kullanım Amacına Göre Dağılım.....	125
Tablo 31. Hastane Web Sitesinin En İlgi Çekici ve Kullanışlı Yönüne Göre Dağılım.....	126
Tablo 32. Hastane Web Sitelerinin Önemine Göre Dağılım.....	127
Tablo 33. Katılımcıların İnternet Beceri ve Bilgi Algısına Göre Dağılım.....	128
Tablo 34. Hastane Web Sitesinin En İyi Yönüne Göre Dağılım.....	129
Tablo 35. Hastane Web Sitesinin Eksiği Olma Durumuna Göre Dağılım.....	130
Tablo 36. WAÖE Ölçeği Kullanışlılık ve Kontrol Faktörü Soruları Frekans Dağılımları.....	131
Tablo 37. WAÖE Ölçeği Memnuniyet Faktörü Soruları Frekans Dağılımları.....	132
Tablo 38. WAÖE Ölçeği Etkililik ve Etkileyicilik Faktörü Soruları Frekans Dağılımları.....	133
Tablo 39. WAÖE Ölçeği Öğrenilebilirlik Faktörü Soruları Frekans Dağılımları...	134
Tablo 40. BTKKT Ölçeği Çaba Beklentisi Faktörü Soruları Frekans Dağılımları.	135
Tablo 41. BTKKT Ölçeği Performans Beklentisi Faktörü Soruları Frekans Dağılımları.....	136
Tablo 42. BTKKT Ölçeği Davranışsal Niyet Faktörü Soruları Frekans Dağılımları.....	137
Tablo 43. BTKKT Ölçeği Sosyal Etki Faktörü Soruları Frekans Dağılımları.....	138
Tablo 44. BTKKT Ölçeği Kolaylaştırıcı Şartlar Faktörü Soruları Frekans Dağılımları.....	139
Tablo 45. WAÖE Ölçeği Yaş Gruplarına Göre Anlamlılık.....	141
Tablo 46. WAÖE Ölçeği Yaş Gruplarına Göre Sıralama.....	141
Tablo 47. BTKKT Ölçeği Yaş Gruplarına Göre Anlamlılık.....	144
Tablo 48. BTKKT Ölçeği Yaş Gruplarına Göre Sıralama.....	144
Tablo 49. WAÖE Ölçeği Cinsiyete Göre Anlamlılık.....	147
Tablo 50. WAÖE Ölçeği Cinsiyete Göre Sıralama.....	147
Tablo 51. BTKKT Ölçeği Cinsiyete Göre Anlamlılık.....	150
Tablo 52. BTKKT Ölçeği Cinsiyete Göre Sıralama.....	150
Tablo 53. WAÖE Ölçeği Eğitim Durumuna Göre Anlamlılık.....	153

Tablo 54. WAÖE Ölçeği Eğitim Durumuna Göre Sıralama.....	153
Tablo 55. BTKKT Ölçeği Eğitim Durumuna Göre Anlamlılık.....	156
Tablo 56. BTKKT Ölçeği Eğitim Durumuna Göre Sıralama.....	156
Tablo 57. WAÖE Ölçeği Meslek Grubuna Göre Anlamlılık.....	159
Tablo 58. WAÖE Ölçeği Meslek Grubuna Göre Sıralama.....	159
Tablo 59. BTKKT Ölçeği Meslek Grubuna Göre Anlamlılık.....	163
Tablo 60. BTKKT Ölçeği Meslek Grubuna Göre Sıralama.....	163
Tablo 61. WAÖE Ölçeği Gelir Durumuna Göre Anlamlılık.....	166
Tablo 62. WAÖE Ölçeği Gelir Durumuna Göre Sıralama.....	167
Tablo 63. BTKKT Ölçeği Gelir Durumuna Göre Anlamlılık.....	169
Tablo 64. BTKKT Ölçeği Gelir Durumuna Göre Sıralama.....	170
Tablo 65. WAÖE Ölçeği İnternet Bilgi ve Becerisine Göre Anlamlılık.....	173
Tablo 66. WAÖE Ölçeği İnternet Bilgi ve Becerisine Göre Sıralama.....	173
Tablo 67. BTKKT Ölçeği İnternet Bilgi ve Becerisine Göre Anlamlılık.....	176
Tablo 68. BTKKT Ölçeği İnternet Bilgi ve Becerisine Göre Sıralama.....	176
Tablo 69. Performans Beklentisi ile Kullanışlılık ve Kontrol Arasındaki İlişki....	180
Tablo 70. Çaba Beklentisi ile Öğrenilebilirlik Arasındaki İlişki.....	181
Tablo 71. Çaba Beklentisi ile Etkililik ve Etkileyicilik Arasındaki İlişki.....	182
Tablo 72. Sosyal Etki ile Memnuniyet Arasındaki İlişki.....	183
Tablo 73. Kolaylaştırıcı Şartlar ile Kullanışlılık ve Kontrol Arasındaki İlişki.....	184
Tablo 74. Kolaylaştırıcı Şartlar ile Öğrenilebilirlik Arasındaki İlişki.....	185
Tablo 75. Kolaylaştırıcı Şartlar ile Memnuniyet Arasındaki İlişki.....	186
Tablo 76. Davranışsal Niyet ile Performans Beklentisi, Çaba Beklentisi, Sosyal Etki ve Kolaylaştırıcı Şartlar Arasındaki İlişki.....	187
Tablo 77. Kullanışlılık ve Kontrol ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişki....	189
Tablo 78. Öğrenilebilirlik ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişki.....	190
Tablo 79. Etkililik ve Etkileyicilik ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki.....	191
Tablo 80. Memnuniyet ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişki.....	192
Tablo 81. Davranışsal Niyet ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişki.....	193

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No
Şekil 1. Aristo iletişim modeli (Ehninger, Gronbeck and Monroe).....	15
Şekil 2. İletişim çalışmalarının tarihi modeli.....	17
Şekil 3. Shannon & Weaver Matematiksel İletişim Modeli.....	19
Şekil 4. Kurumsal iletişim değer zinciri.....	22
Şekil 5. Kurumlarda bilişim sistemleri altyapısı.....	36
Şekil 6. Farklı araştırmacılara göre VEBB hiyerarşisi.....	38
Şekil 7. DeLone & McLean Bilişim Sistemleri Başarı Modeli (1992).....	40
Şekil 8. Seddon ve Kiew tarafından BS Başarı Modelinin geliştirilmesi.....	40
Şekil 9. BS Başarı Modelinin Seddon tarafından düzenlenmiş versiyonu.....	41
Şekil 10. DeLone&McLean BS Başarı Modeli güncellenmiş 2003 versiyonu.....	42
Şekil 11. Web bilişim sistemlerinin yapısı.....	45
Şekil 12. Kullanılabilirlik testi süreci.....	61
Şekil 13. Teknoloji İtme yaklaşımı.....	67
Şekil 14. Pazar Çekme yaklaşımı.....	67
Şekil 15. Enformasyon toplumunun doğuşundaki safhalar.....	78
Şekil 16. TÜİK hane halkı bilişim teknolojileri anketi sonuçları.....	80
Şekil 17. Teknoloji Kabul Modeli.....	84
Şekil 18. Teknoloji Kabul Modeli - 2.....	85
Şekil 19. Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi Modeli.....	87
Şekil 20. Hastane Web Sitelerinin Kullanılabilirliğinde Teknoloji Kabulü Modeli.....	104
Şekil 21. WAÖE ölçeği doğrulayıcı faktör analizi.....	115

GRAFİK LİSTESİ

	Sayfa No
Grafik 1. Cinsiyete göre dağılım.....	120
Grafik 2. Yaş gruplarına göre dağılım.....	121
Grafik 3. Eğitim durumuna göre dağılım.....	122
Grafik 4. Meslek gruplarına göre dağılım.....	123
Grafik 5. Gelir durumuna göre dağılım.....	124
Grafik 6. Hastane web sitelerinin önemine göre dağılım.....	127
Grafik 7. Katılımcıların internet beceri ve bilgi algısına göre dağılım.....	128
Grafik 8. Hastane web sitesinin en iyi yönüne göre dağılım.....	129
Grafik 9. Hastane web sitesinin eksiği olma durumuna göre dağılım	130

FORMÜL LİSTESİ

	Sayfa No
Formül 1. Web Kullanılabilirlik Skoru Formülü.....	113
Formül 2. Performans Beklentisi ile Kullanışlılık ve Kontrol Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü.....	180
Formül 3. Çaba Beklentisi ile Öğrenilebilirlik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü.....	181
Formül 4. Çaba Beklentisi ile Etkililik ve Etkileycilik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü.....	182
Formül 5. Sosyal Etki ile Memnuniyet Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü	183
Formül 6. Kolaylaştırıcı Şartlar ile Kullanışlılık ve Kontrol Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü.....	184
Formül 7. Kolaylaştırıcı Şartlar ile Öğrenilebilirlik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü.....	185
Formül 8. Kolaylaştırıcı Şartlar ile Memnuniyet Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü.....	186
Formül 9. Davranışsal Niyet ile Performans Beklentisi, Çaba Beklentisi, Sosyal Etki ve Kolaylaştırıcı Şartlar Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü	188
Formül 10. Kullanışlılık ve Kontrol ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü.....	189
Formül 11. Öğrenilebilirlik ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü.....	190
Formül 12. Etkililik ve Etkileycilik ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü.....	191
Formül 13. Memnuniyet ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü.....	192
Formül 14. Davranışsal Niyet ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü.....	193

KISALTMALAR

<i>ABD</i>	Amerika Birleşik Devletleri
<i>AR-GE</i>	Araştırma Geliştirme
<i>BM</i>	Birleşmiş Milletler
<i>BS</i>	Bilişim Sistemleri
<i>BTKKT</i>	Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi
<i>CEO</i>	Chief Executive Officer
<i>DPT</i>	Devlet Planlama Teşkilatı
<i>H.F.R.G.</i>	Human Factors Research Group
<i>ISO</i>	International Organization for Standardization
<i>TDK</i>	Türk Dil Kurumu
<i>TKM</i>	Teknoloji Kabul Modeli
<i>TKM2</i>	Teknoloji Kabul Modeli 2
<i>VEBB</i>	Veri – Enformasyon – Bilgi - Bilgelik
<i>WAÖE</i>	Web Analizi ve Ölçümü Envanteri
<i>PDT</i>	Planlı Davranış Teorisi
<i>SDT</i>	Sebepli Davranış Teorisi
<i>TÜİK</i>	Türkiye İstatistik Kurumu

1. GİRİŞ

İletişim, kişilerin çevreleri ile ilişkilerine göre değişip gelişen ve insanı değiştiren bir süreçtir. İnsanın sosyal bir varlık olarak kendisini ifade edebilmesinde önem taşıyan iletişimin temelini enformasyon alışverişi oluşturmaktadır. İnsan; davranışları, konuşması, duruş biçimi aracılığı ile çevresine mesajlar göndererek kendisini ifade etmekte ve çevresi ile iletişim kurmaktadır. İletişim, bireyler arasında olduğu gibi topluluklar arasında ya da kitle iletişimi şeklinde gerçekleşebilmektedir. İnsanlık tarihi ile başlayan iletişim gereksinimi için kullanılan bireysel iletişim ve kitle iletişimi araçları, gereçleri, yöntem ve teknikleri tarih boyunca değişiklik göstermiştir.

İletişimin bir bilim olarak ele alındığı çalışmalar 20. yüzyılın başlarında Avrupa ve Amerika'da yapılmaya başlanmıştır. Uzun bir dönem boyunca iletişimin diğer bilim dallarından bağımsız bir bilim dalı olup olmadığı ile ilgili farklı görüşler ortaya atılmıştır (Tekinalp, Uzun, 2006: 19-20; Güngör, 2011: 25, 27).

1900'lü yılların başında, iletişim konusu sosyologlar, dil bilimciler, sosyal/kültürel antropologlar tarafından incelenmiştir. Daha sonra iletişime siyaset bilimciler de katılmış, iletişimin tanımlanmasına propaganda ile siyasal iletişim eklenmiştir. Sonraki dönemlerde ise iletişim Lasswell'in görüşü ile tanımlanmaya çalışılmış, İkinci Dünya Savaşı sonrası hakim olan tanımlar Lasswell formülü temel alınarak yapılmıştır (Erdoğan, 2008:33-34).

İletişim kuramları ise çizgisel, sosyo-psikolojik ve toplumbilimsel olmak üzere üç yaklaşım altında incelenmektedir. Anaakım iletişim çalışmalarının temelini, çizgisel kuramlar kapsamında tanımlanan Lasswell ile Shannon ve Weaver modeli oluşturmaktadır (Tekinalp, Uzun, 2006: 61-63).

Kurumsal iletişim ile, rekabet ve gelişimin olduğu ortamda, kurumun amaçlarını tanıtarak etkinliklerine değer katmaları hedeflenmektedir. Kurumsal iletişim uygulamalarında, hedef kitlelere iletilen bilgilerin doğruluk temeline dayanması ve kamuya karşı sorumluluk taşıyarak gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Bilbil, 2008: 69). Kurumsal iletişim ile ilgili yapılan çeşitli tanımlar, kurumun iç ve dış paydaşlara

yönelik tüm iletişim çalışmalarını, araçları ve mesajları içeren bir iletişim bütünlüğü olduğunu belirtmektedir.

Kurumsal iletişim fonksiyonları, dahili ve harici müşteriler ile iletişim kurulmasını kapsamakta, medya ilişkileri, yatırımcı ilişkileri, içsel iletişim, halkla ilişkiler, pazarlama ilişkileri, kurumsal itibar gibi alt işlevleri içermektedir. Kurumsal iletişim kanalları ise günümüzde yalnızca basılı araçları değil web sayfaları ve bloglarda yer alan enformasyonu da kapsamaktadır (Argenti, 2006: 358). Kurumsal iletişimde temel olarak sözlü, yazılı, görsel ve elektronik iletişim araçları kullanılmaktadır.

Kurumsal iletişim çalışanları, hem bireysel olarak hem de kurumsal görevler kapsamında, enformasyonu nasıl yöneteceğini bilmeye gereksinim duymaktadırlar. Bu kişilerin, internet ve diğer elektronik kaynakların zenginliklerini akıllıca kullanırken, aynı zamanda geleneksel bilgi okuryazarlığı becerilerinin önemini bilincinde olmaları gerekmektedir (Roberts, 2005: 1-2).

Kurumlarda gerekli verinin toplanması, oluşturulması ve dağıtımında kullanılan bilişim sistemleri ise, donanım, yazılım ve telekomünikasyon ağlarının birleşiminden oluşmaktadır. Donanım, monitör, klavye gibi bilgisayarın fiziksel araç gereçlerini ifade ederken, yazılım da bilgisayarın gerekli işlemleri yerine getirmesinde rol alan programlardır. Telekomünikasyon ağları, iletişim aygıtları ile birbirine bağlı olan bilgisayar sistemleridir (Valacich, Schneider, 2010: 34,36,68).

Web bilişim sistemleri bir veritabanı ile desteklenerek, web tarayıcıları aracılığı ile kullanıcı erişimi sağlanan bilişim sistemlerine verilen addır. Web erişimi olan her kişinin kullanıcı olma ihtimali olduğundan, web bilişim sistemlerinin tasarımında, kullanıcı davranışlarına yönelik tahminlere gereksinim duyulmaktadır (Schewe, Thalheim, 2005: 148,152).

Kurumsal iletişim, kurumlarda yönetimin bir fonksiyonu olarak görülmektedir. Yeni iletişim ortamlarının gelişimi, kurumlar ile paydaşları arasındaki iletişime kolaylık getirmiştir. Günümüzde birçok kurum, tanıtım ve paydaşlar ile iletişim için kurumsal web sayfalarını kullanmaktadırlar (Bilic, 2010:151). Bu web sayfalarında ise etkileşim

özelliğinin yer alması, veritabanları ile desteklenerek bilgi yönetimine katkı sağlaması, bu sayfaların bir bilişim sistemi olarak değerlendirilebilmesine olanak sağlamaktadır.

Web tabanlı uygulamalar için kullanılabilirlik kavramı, güvenilirlik ve güvenlik gibi en önemli kalite faktörlerinden birisi olarak tanımlanmaktadır. Web uygulamaları enformasyon değişiminde omurga görevi gördüğünden, ürün ve hizmet sunumunda birincil yöntem olarak kullanılmaktadır. Kullanıcıların bu uygulamaları kullanırken deneyimledikleri kolaylıklar ve zorluklar, uygulamaların başarı veya başarısızlık durumunu göstermektedir. Bu kapsamda web bilişim sistemleri için oluşturulan kullanılabilirlik ölçüm metotları kritik ve eleştirilen bir konu haline gelmiştir (Fernandez, Insfran, Abrahao, 2011:789). Kullanılabilirliğin değerlendirilebilmesi kapsamında ise birçok çalışma yapılmış, farklı ölçüm araçları geliştirilmiştir.

Bilişim sistemlerinin kullanımı son yıllarda bilişim alanında yapılan araştırmalarda ele alınan temel konulardandır. Bir bilişim sisteminin, hedeflenen kullanıcılar tarafından kullanılmadıkça başarılı olarak gösterilemeyeceği belirtilmektedir (Lin, Bhattacharjee, 2010: 163). Teknoloji kabulü ile ilgili birçok araştırma yapılmış olmasına rağmen, teknoloji kabul sürecinin işleyişi tam olarak anlaşılmış değildir.

Bu çalışmanın birinci bölümünde iletişim ve kurumsal iletişim kavramları incelenmiştir. İletişim kavramının önce tanımı yapılmış, tarihsel süreçte kullanılan iletişim araçlarına ve daha sonra da iletişimin bir bilim olarak ele alınmasındaki tarihsel sürece yer verilmiş, kuramsal yaklaşımlar çerçevesinde bir inceleme yapılmıştır. Kurumsal iletişim kavramının tanımı, türleri ve fonksiyonlarına yer verilmiştir. Ayrıca kurumsal iletişimde bilgi yönetimi ele alınmıştır.

İkinci bölümde, kurumsal iletişim aracı olarak kullanılan web bilişim sistemlerinde kullanılabilirlik faktörü incelenmiştir. Bu kapsamda öncelikle bilişim sistemleri ile ilgili tanımlar ve özelliklere yer verilmiş, web bilişim sistemleri incelenmiştir. Daha sonra ise kullanılabilirliğin tanımı yapılmış, web kullanılabilirliği konusundaki bazı araştırmalar ele alınmıştır.

Diğer bölümde ise, öncelikle teknoloji kavramı incelenmiş, daha sonra teknoloji kabul modelleri ele alınmıştır. Bunun için en çok kullanılan modellerden olan 3 farklı model incelenmiştir.

Son bölüm olan araştırma bölümünde, öncelikle hastanelerde kurumsal iletişim için web sitelerinin kullanımı ve hastane web sitelerinin işlevleri incelenmiştir. Daha sonra geliştirilen model doğrultusunda, internet teknolojilerini kabul ve kullanım faktörlerinin web sitesi kullanılabilirlik faktörleri ile ilişkisi incelenmiştir. Bunun için katılımcıların internet teknolojilerini kabulü ve hastane web sitelerinin kullanılabilirliği ile ilgili düşüncelerini değerlendirmek amacıyla anket uygulaması yapılmıştır. Bu kapsamda, teknoloji kabulünü ve web kullanılabilirliğini ölçmek amacıyla geliştirilmiş iki ölçekten yararlanılmıştır.

2. İLETİŞİM VE KURUMSAL İLETİŞİM

Bu bölümde öncelikle iletişim, daha sonra kurumsal iletişim kavramları incelenmiştir. İletişimin bilim olarak ele alınmasındaki tarihsel sürece ve farklı kuramsal yaklaşımlara yer verilmiştir. Kurumsal iletişim kapsamında ise, kurumsal iletişim sürecindeki faktörler ele alınmış, kullanılan yöntem ve araçlar incelenmiştir.

2.1. İletişim

İlk çağlardan bu yana var olan iletişim, kullanılan yöntem ve teknikler açısından zamanla gelişim ve değişim göstermiştir. Konuşması ve düşünmesi ile diğer tüm canlılardan farklı olan insan, toplu olarak yaşama gereksiniminin sonucu olarak diğer insanlarla ve doğa ile ilişki kurmak durumundadır. Bu ilişkinin temel yolu olan iletişim, bireyler arasındaki her çeşit bilgi, duygu ve düşünce paylaşımını içermektedir. Bu paylaşım ile insanlar arasında ortaklık yaratmak mümkün olmaktadır. İnsanlık tarihi boyunca iletişim kurma ihtiyacı ve isteği, bilgi, duygu ve düşüncelerin sözlü ya da sözsüz olarak iletilmesi ile karşılanmıştır (Işık, 2008:9-10).

2.1.1. İletişim Kavramının Tanımı

İngilizce “iletişim” anlamını taşıyan “communication” sözcüğünün kökeni, birçok kişiye veya nesneye ait olan ve ortaklaşa yapılan anlamlarına gelen, Latince “communis” kelimesine dayanmaktadır. İngilizce ve Fransızca dillerine de bu dilden gelerek “communication” kelimesi olarak yerleşmiştir. Bu kapsamda iletişim sözcüğünün iki kişi arasındaki yalın mesaj alışverişinin yanı sıra toplumsal etkileşimi, bilgi ve duyguların paylaşımını ifade ettiği belirtilmektedir (Dursun, 2010:233). Türkçe’deki “iletişim” kelimesi incelendiğinde ise, ulaştırmak, götürmek anlamlarını taşıyan “iletmek” eyleminden “iletiş” sözcüğü türetilmiş, daha sonra da “iletişim” sözcüğü oluşturulmuştur. İletişim kavramı Türk Dil Kurumu sözlüğünde şu şekilde tanımlanmaktadır: “1. Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyon., 2. Telefon, telgraf, televizyon, radyo vb. araçlardan yararlanarak yürütülen bilgi alışverişi, bildirişim, haberleşme, muhabere, komünikasyon” (TDK Sözlük, Türk Dilinin Etimoloji Sözlüğü).

İletişimin farklı tanımları yapılsa da, bir iletişim sürecinde yer alan temel bileşenler bulunmaktadır. Bunlar *verici*, çeşitli kelime ya da sembollerle belirlenen *mesaj*, mesajı iletmeye yarayan *kanal* ve mesajın gönderilmek istendiği *alıcı*dır. Sürecin verimli olması için, eklenmesi gereken, kodlama, kod açma ve geribildirim gibi tamamlayıcı bileşenler de bulunmaktadır (Baltacıoğlu, Demirbağ Kaplan, 2007:18).

İletişim sözlüğünde yer alan tanıma göre ise, iletişimin temel olarak 2 farklı tanımı bulunmaktadır. İlk tanım kapsamında iletişim, A'dan B'ye mesajın iletiildiği bir süreç olarak ele alınırken, ikinci tanımda mesajların, farklı kültürlere ait insanların ve gerçeklerin etkileşim içerisinde olduğu bir anlam değişimi ve uzlaşması yaklaşımı bulunmaktadır. Birinci tanımda amaç iletişimin geçtiği tüm aşamaların tanımlanarak her bir aşamanın bütün süreç üzerindeki rol ve etkisinin belirlenmesidir. İkinci tanım ise anlamın oluşturulmasında gerekli bileşenlerin arasındaki ilişkiye yoğunlaşması ile yapısal bir yaklaşım içermektedir. Bu bileşenler 3 farklı grup altında incelenebilmektedir (O'Sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery, Fiske, 1994: 50-51):

- Metin, sinyaller ve kodlar,
- Metni okuyan insanlar, insanları ve kullandıkları sinyalleri/ kodları oluşturan kültür ve sosyal deneyimler,
- İnsanların ve metinlerin adlandırdığı “harici gerçeklik”. Burada “harici gerçeklik” kavramı ile anlatılmak istenen, gerçek anlam haricinde, metin içindeki anlamlandırmadır.

İletişim, bireyin kültürel çevresi (hem doğal, hem toplumsal çevresi) ile ilişkilerine göre değişip gelişen ve buna karşılık insanı değiştiren bir süreçtir. İletişim süreci toplumsal ve kültürel gelişim ve değişim süreçleri ile bağlantılıdır (Zıllıoğlu, 2003:94-95).

İnsanın sosyal bir varlık olarak kendisini ifade edebilmesi için iletişim gereklidir. İnsan; davranışları, konuşması, duruş biçimi aracılığı ile çevresine mesajlar göndererek kendisini ifade etmektedir. Tutar tarafından belirtildiği gibi; “iletişim kurmakta asıl amaç, karşı tarafın tutum ve davranışlarında değişiklik yapmaktır, yaşam bir bakıma iletişim kurma etkinliğidir, normal zihinsel fonksiyonlara sahip olan bir

insan, iletişim kurmadan yaşayamaz”. İletişimin temel fonksiyonları ise aşağıdaki gibidir (Tutar, 2009: 40):

- İletişim yolu ile bilgi taşınır,
- İletişim ilişkilere aracılık eder,
- Etkileşimde iletişim esastır,
- Kararların uygulanmasını sağlar,
- Emir ve talimatlar taşınır,
- Geribildirim sağlar.

Tablo 1’de Tutar’ın sınıflandırması ile iletişimin bireysel ve toplumsal fonksiyonları görülmektedir (Tutar, 2009: 50).

Tablo 1. İletişimin Bireysel ve Toplumsal Fonksiyonları

Bireysel Fonksiyonlar	Toplumsal Fonksiyonlar
Enformasyon toplar ve dağıtır	Toplumunu bilgilendirir
Duygu ve düşünceler paylaşılır	Öğrenme sürecini destekler
Karar destek sistemi sağlar	Kültürel yakınlaşma sağlar
Toplumsal statü kazandırır	Kültürel aktarma sağlar
Birey kendini gerçekleştirir	Toplumsal yakınlaşma sağlar
Temsil yeteneği kazandırır	Toplumunu motive eder
Sosyalleşme sürecine katkı sağlar	Toplumunu yönlendirir

Kaynak: Tutar, H. (2009) “Örgütsel İletişim”, Seçkin Yayıncılık, Ankara, s: 50.

İletişim süreci her zaman başarılı bir şekilde gerçekleştirilememekte, aşağıdaki engellerden dolayı iletişimde kişisel engeller yaşanabilmektedir (Tutar, 2009:131):

- Birey, iletişim ihtiyacının farkında değildir.
- Birey iletişimin önemini kavramamıştır.
- Etkin iletişim yöntemleri bilinmemektedir.

2.1.1.1 İletişim Süreci

İletişim sürecinin temel öğeleri kaynak, mesaj, kodlama, kanal, kod çözme, alıcı, geribildirim ve gürültü (çevre koşulları) olarak belirtilmektedir. Bu kavramların tanımlamaları ve günümüz iletişim teknolojilerinin süreç üzerindeki etkileri aşağıdaki gibi belirtilmektedir (Dursun, 2010: 234-20):

Kaynak

İletişim sürecini başlatan kaynak, iletişim teknolojileri alanında yaşanan gelişmeler ile çeşitlenmiş, bireyin iletişim sürecinde aynı anda birden fazla kaynaktan gelen mesajlara hedef olma durumu oluşmuştur. Ayrıca iletişim sürecinde kullanıcılar hem bir mesajın yaratıcısı olan kaynak hem de mesajın alıcısı olabilmektedirler.

Mesaj

Günümüzde kaynağın iletişim sürecinde iletmek istediği duygu ve düşünceleri temsil eden mesajın gücü ve kalitesi, mesaj oluşturulurken kullanılan teknolojinin boyutu ve kalitesi ile de ifade edilebilmektedir.

Kodlama ve Kod Çözme

İletişim sürecinde mesaj; bazı semboller, sesler ve göstergeler kullanılarak kodlanmakta, daha sonra da alıcıya ulaştığında bu kodlar çözülmüş bulunmaktadır.

Kanal

Kaynak tarafından oluşturulan mesajın alıcıya ulaştırılmasında aracılık eden ortam, yöntem, araç ve gereçler ise iletişim kanallarını oluşturmaktadırlar. İletişim teknolojileri ile kanal çeşitleri artmış bulunmaktadır.

Alıcı

Kaynak tarafından iletilen mesajlara dolaylı ya da dolaysız olarak hedef olan kişi ya da gruplar alıcı olarak adlandırılmaktadırlar. Kaynak ve alıcının benzer kültürel özelliklere sahip olmasının iletişim sürecini kolaylaştırdığı belirtilmektedir.

Geribildirim

Geribildirim aşaması, mesajın alıcı tarafından doğru algılanıp algılanmadığını belirlemede yardımcı olmaktadır. İletişim teknolojileri ile farklı yollarla ve daha hızlı biçimde geribildirim alınabilmektedir.

Gürültü

İletişim sürecinin tamamlanmasını olumsuz yönde etkileyen her türlü fiziksel, psikolojik ve çevresel faktörleri temsil etmektedir. İletişim teknolojileri aracılığı ile gerçekleşen süreçlerde gürültünün kaynağı da çoğunlukla teknoloji temelli olmaktadır.

2.1.1.2. İletişim Türleri ve İletişim Şekilleri

İletişim türleri, simge kullanımını açısından sözlü, sözsüz, yazılı ve görsel olmak üzere 4 temel kategoriye ayrılabilirken, araç kullanımını açısından ise dolaylı ve dolaysız iletişim olarak ikiye ayrılabilir (Güngör, 2011: 37).

Sözlü ve sözsüz iletişim 2 temel iletişim kurma yöntemi olarak tanımlanmaktadır. İki iletişim türünde de, iletişim sürecinde anlam iletimi bulunmaktadır. Sözlü iletişim, gönderici ve alıcı arasındaki her konuşma türünü, sözsüz iletişim ise yüz ifadelerini, vücut hareketlerini, giyimi ve ses özelliklerini kapsamaktadır. Tutar'ın belirttiği üzere, yapılan araştırmalar kişilerarası karşılıklı iletişimde mesajların % 35'inin sesli, % 65'inin sessiz kanallar ile iletildiğini ortaya koymaktadır. Çoğunlukla 3 farklı biçimde sözsüz iletişim kurulmaktadır. Bunlar mekan kullanımı, beden dili ve dil yoluyla betimlemedir. Sözsüz iletişimin 5 temel fonksiyonu bulunmaktadır (Tutar, 2009:87-91):

- Sözlü mesajı pekiştirme amacı ile kullanılan olumlama hareketleri veya tekrar,
- Olumsuzluk belirten yalanlama veya aksini iddia etme,
- Sözlü mesajın yerine geçebilecek bir davranışta bulunma,
- Gözler ile mesaj iletme,
- Mesajın anlamını tamamlama veya mesajı vurgulama.

Sözsüz iletişimin özellikleri ise aşağıdaki gibidir (Tutar, 2009:92):

- Sözsüz iletişim etkilidir.
- Sözsüz iletişim duyguları belirtir.
- Sözsüz iletişim çift anlamlıdır.
- Sözsüz iletişim belirsizdir.

Yazı, insanlık tarihinde yaşanan toplumsal ve kültürel evrimin ürünüdür. Yazının bulunmasının, bürokrasinin kurulması, geliştirilmesi ve devletin siyasi örgütlenme şekline önemli katkıları olmuştur. Raporlar, basın bildirimleri, mektuplar, makaleler yazılı iletişime örneklerdir (Tutar, 2009:93).

Görsel iletişim ise, doğrudan görsel algıya seslenmektedir. Görsel iletişim ilk çağlarda mağaralarda yer alan resimlerden, günümüz televizyon, sinema ve internet teknolojilerine kadar uzanmaktadır. Görsel iletişim yazılı iletişimin temelini oluşturmaktadır. Ayrıca görsel sanatlar, mekânsal düzenlemeler, renk kullanımına dayalı semboller, beden dili gibi faktörler de görsel iletişim kapsamında değerlendirilebilmektedir. Görsel iletişim zaman içerisinde kişilerarası güç ilişkilerinin biçimlenmesinde rol oynamaya başlamıştır. Toplumsal statüler kapsamında, asalet ve gücün görkemli binalar, gösterişli giysiler ve mekânsal düzenlemeler ile sembolleştirilmesi bu kapsamda örnek oluşturmaktadır (Güngör, 2011: 41)

Dolaylı ve dolaysız iletişim ise, iletişim sürecinde bir aracın bulunup bulunmaması ile ilgilidir. Dolaysız ya da yüzyüze iletişim, ilk çağlarda bile, insanların sesi henüz söze dönüşmemişken, jest, mimik gibi bedensel hareketlere henüz simgesel anlamlar yüklenmemişken, aynı ortamda bulunan kişiler tarafından, ağlama, koşma, çığlık atma vb. yollarla sağlanmıştır. Yüzyüze iletişimde insanların aynı zamanda aynı ortamlarda olmaları beklenirken, dolaylı yani aracılı iletişimde ise birtakım araçlar kullanılmaktadır. İlk çağlarda ateş, duman, mağara resimleri araç olarak kullanılırken günümüzde teknoloji sayesinde çeşitli yollarla iletişim gerçekleştirilmektedir (Güngör, 2011: 42-43).

İletişim şekilleri ise kişinin kendisi ile iletişimi, kişilerarası iletişim, grup iletişimi ve kitle iletişimi olarak 4 gruba ayrılabilir (Tutar, 2009: 94-104, Okay, 2009:57-72):

Kişinin Kendisi ile İletişimi

Kişinin kendisi ile olan iletişimi içsel iletişim olarak da adlandırılmaktadır. Simgelerin, kişinin kendi içinde üretilmesi, iletilmesi ve yorumlanması anlamına gelmektedir. “İnsanlar başkaları ile iletişim kurdukları gibi kendileriyle de iletişim kurarlar. Buna göre, insanlar kendi kendilerine birtakım mesajlar gönderir ve sonra da bunları yorumlarlar. Aslında iletişim önce bireyin kendi içinde başlar, daha sonra isterse çevresi ile iletişim kurar.” (Tutar, 2009:94-95)

Kişilerarası İletişim

İki kişi arasında, çoğunlukla yüz yüze ya da iletişim araçları ile gerçekleştirilen iletişim biçimini ifade etmektedir. Bu süreçte göndericinin bilgi, haber, görüş ve tutumları ile alıcıya mesajı doğru olarak iletmesi önem taşımaktadır (Tutar, 2009:95-96).

Grup İletişimi

Bireyler, farklı gruplar içerisinde varlıklarını sürdürmektedirler. Küçük ve büyük gruplarda iletişim farklı yollar ile gerçekleşmektedir. Küçük gruplarda iletişim çoğunlukla yüz yüze ve sözlü ya da beden dili ile gerçekleştirilirken, daha büyük gruplarda e-posta, bilgi paylaşım forumları gibi kanallar kullanılmaktadır (Okay,2009: 68-69).

Kitle İletişimi

“Kitle” sözcüğü günümüzde üzerinde tartışılan kavramlardan biridir. Bu kavram hem olumlu hem de olumsuz olarak kullanılabilir. Olumsuz olarak çokluk veya kalabalık anlamlarında kullanılırken, olumlu olarak belirli hedeflere ulaşmada bir arada çalışan kişilerin dayanışmasını ifade etmektedir. Bu kavram 1789 Fransız İhtilali’nden

sonra yaygınlık kazanmış, farklı düşünürlerce olumlu ve olumsuz olmak üzere farklı tanımları yapılmıştır (Işık, 2008:16-17). Türk Dil Kurumu sözlüğünde ise sözcük “1.bir yerde toplanmış, biraraya gelmiş insan topluluğu, kütle. 2. belirli işleviyle özellik gösteren büyük insan kalabalığı “kitle” olarak tanımlanmaktadır (TDK Sözlük).

Friedson tarafından kitlenin dört temel özelliği aşağıdaki gibi belirtilmiştir (Işık, 2008:18): “

- Kitle heterojen bir yapıya sahiptir. Toplumdaki birçok kesim ve gruptan üyeleri bünyesinde barındırmaktadır,
- Kitlede bireysel hareket etme yetisi bulunmamaktadır,
- Kitle üyeleri birbirinden ayrılmıştır. Bireylerin birbirleriyle karşılıklı etkileşim içerisinde bulunması mümkün olmadığı gibi, her bir bireyin tecrübeleri olduğu da göze çarpmaktadır,
- Kitlede liderlik yoktur. Seyrek de olsa bir organizasyonun söz konusu olduğu durumlarda ise, bu çok gevşektir.”

“Kitle iletişimi, temel olarak kaynağını bir kişi ya da kurumun, alıcısını ise geniş çaplı kitlelerin oluşturduğu, mesajların kitle iletişim araçları da denilen kitle medyası aracılığıyla iletildiği bir iletişimi nitelendirmektedir.” Kitle iletişimi de geçmişten günümüze farklı yollarla gerçekleştirilmiş, eski yıllarda özellikle Anadolu köylerindeki duyurular davul çalarak yapılırken, daha sonra megafon kullanılmaya başlanmıştır ve günümüz teknolojileri sayesinde web sayfaları aracılığı ile duyurular yapılabilmektedir. Kitle iletişiminin toplum üzerindeki etki gücü görülmüş, kitle iletişim araçlarına “dördüncü kuvvet” yakıştırması yapılmıştır. Günümüz kitle iletişim araçlarının kolay erişim, erişilebilirlik, kullanılabilirlik, yenilik ve kalıcılık gibi üstünlükleri bulunmaktadır (Dursun, 2010: 241-252).

Schramm’ın geliştirdiği kitle iletişim modelinde (1985), kodlama, yorumlama ve kod açma olmak üzere üç unsur bulunmaktadır. Modele göre, çok sayıda kişiden oluşan hedef kitle, kod açma, yorumlama ve kodlama olaylarını gerçekleştirmektedir. Her birey diğerleri ile etkileşim içerisinde ve sosyal gruplara üye olduğu için, mesajlara verilen tepki, sosyal ilişkilerden etkilenecek gerçekleşmektedir. Bu modelde, kitle iletişimini

toplumda tamamlayıcı bir unsur olarak görme eğilimi bulunmaktadır. Kitle iletişimini sosyolojik açıdan ele alan Riley&Riley (1959) modelinde ise, geleneksel anlayıştan farklı olarak, organize olmamış bir kitle içerisinde izole olarak bulunan bir birey, mesaja nasıl tepki vereceğine akılcı bir şekilde karar vermektedir. Bu modelin kitle iletişimi alanına katkıları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Işık, 2008:49-54):

- Model, kitle iletişiminin sosyal bir süreç olarak görülmesi gerektiğini ileri sürmüştür.
- Kitle iletişim sürecinin toplum ile etkileşim içerisinde olduğunu belirterek, kitle iletişimi ile sosyolojik teoriler arasında bağlantı kurmaya yardımcı olmuştur.
- Modelde kitle iletişim araçları birey ve gruplar üzerinde etki oluştururken, psikolojik faktörlerin aracı işlev gördüğü ileri sürülmüş, sonraki çalışmalara ışık tutulmuştur.

2.1.2.İletişim Araçlarının Gelişimi

İnsanlık tarihi boyunca kullanılan iletişim araçlarının gelişimi dört ana dönem altında incelenebilmektedir. Bunlar; yazının icadı ile başlayıp 1789 Fransız ihtilali ile sona eren birinci dönem, Fransız ihtilalinden 1848 sanayi devrimine kadar süren ikinci dönem, 1914 yılındaki Birinci Dünya Savaşı'na kadar devam eden üçüncü dönem ve 1914 yılından günümüze kadar olan süreci kapsayıp “Modern Basın Çağı” olarak da ifade edilen dördüncü dönemdir (Işık, 2008:11).

Herbert Spencer, iletişim araçlarını koordine ve kontrol aygıtı ile ilişkileri kapsamında incelerken, Marks, iletişimi mal üretimi, dağıtımı ile bunun için ihtiyaç duyulan teknolojiyi ve araçları üretme, dağıtma, tüketme ve ortaya çıkan sonuç kapsamında ele almaktadır. Marks'a göre demiryolu, telgraf ve buharlı gemiler modern üretim için gerekli iletişim araçlarıdır ve imalat döneminden kalan taşıma ve iletişim araçları modern endüstriye engel olmaktadır. Bunun sonucu olarak taşıma ve iletişim araçları buharlı gemiler, demiryolları ve telgrafın ortaya çıkışı ile mekanik endüstrinin üretim tarzına uyumlu olarak ayarlanmıştır. Marks, iletişimi sosyal üretim faaliyetleri kapsamında incelemiş, insanın kendisini nasıl ürettiği ile insanın nasıl olduğunu

açıklayabileceğini ve insan değişiminin üretim biçimindeki değişikliklerle açıklanabileceğini belirtmiştir. Üretimi hem ekonomik üretim, hem de emek, düşünce, gelenekler vb. üretimi olarak incelemiş ve üretimin kişilerarası iletişimden geçerek geliştiğini vurgulamıştır (Erdoğan, 2008:31).

İlk çağlardan itibaren iletişim amaçlı kullanılan araç, gereç, yöntem ve tekniklerin temelini teknoloji oluşturmaktadır. Fakat özellikle 1876 yılında, telefonun icadının, bulunulan yer engelini ortadan kaldırması ile, iletişim sürecine büyük katkısı olmuştur. İnsanlık tarihi boyunca temel bir gereksinim olan haberleşme, tarih boyunca duman, posta güvercini, haberci gibi araçlar ile sağlanmış, hiçbir araç ile iletişim telefon kadar hızlı sağlanmamıştır. Binlerce yıldır devam eden iletişim alışkanlıkları değişmiş, insanlar fiziksel olarak aynı ortamda bulunmadan “anında” iletişim kurmaya başlamışlardır (Dursun, 2010:240-241).

1850’li yıllarda telgraf, 1850-1880 yılları arasında telefon, 1900’lü yıllara doğru elektromanyetik dalgalarla iletim, 1920-1930 yılları arasında radyo, 1950-1960 yılları arasında televizyon ve 1970’li yıllarda telekomünikasyon ve bilgisayar teknolojilerinin birleşimi ile ortaya çıkan yeni iletişim araçları dünyada önemli değişimleri başlatmıştır. İnternet 1993 yılının sonlarına doğru toplumla tanışmış ve günümüzde kullanılması kaçınılmaz hale gelmiştir (Binatlı, 2011:13).

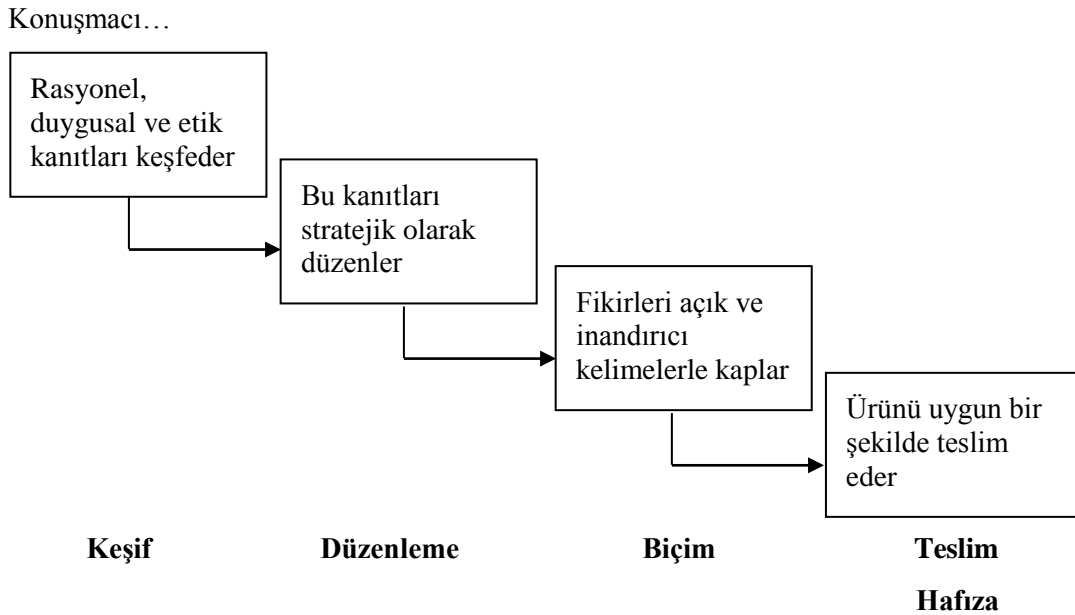
2000’li yıllarda, iletişim teknolojilerinin kitlesel kullanımının artması ile bilgi en önemli değer haline gelmiştir. Yeni iletişim teknolojileri, dünyanın politika ve iktisat kapsamında şekillenmesini etkilemektedir. Günümüzde küreselleşme, yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı imkanlar çerçevesinde tanımlanmaktadır (Binatlı, 2011:13).

Marshall McLuhan, toplumların iletişimin içeriğinden çok, iletişim araçları ile biçimlendiğini ve toplumun benliğinin medyanın elinde olduğunu “araç mesajdır” sözü ile belirtmiştir. McLuhan’a göre Kitle iletişim araçları, kişisel, siyasal, ekonomik, psikolojik, etik yaşam alanlarını derinden etkilemiş; dokunmadıkları ve değiştirmedikleri bir şey kalmamıştır (McLuhan, 2005:26).

2.1.3. İletişim Biliminin Gelişimi

19. yüzyılda iletişim ile ilgili temel teknik sistemler yaratılmış, toplumda iletişimi bütünleştirici bir etken olarak ele alan görüşün başlıca kavramları ortaya çıkmıştır. “İletişim bilimine” ilişkin ilk yaklaşımlarda toplum, belirli işlevleri yerine getiren organlar bütünü olarak ele alınmıştır (Mattelart, 2009:11).

İnsanın iletişimi açıklama ile ilgili çabaları çok eski çağlara dayanmakta, bilinen ilk bilimsel iletişim çalışmalarının Aristo tarafından milattan önce yapıldığı belirtilmektedir (Çubukçu, 2006: 76). Aristo sözlü iletişim ile ilgili bir tanım yapmıştır. İletişim ile ilgili yaptığı bu çalışmaya “rhetoric” yani “retorik, söz sanatı” ismini vermiştir. Aristo, iletişim sürecinde dinleyici üzerinde durmaktadır. Konuşmacı, mesaj ve dinleyici üçlüsünde, iletişimin gerçekleşip gerçekleşmeyeceği ile ilgili belirleyicinin dinleyici olduğunu vurgulamaktadır (<http://extension.missouri.edu/p/CM109#model>). Ehninger, Gronbeck ve Monroe tarafından Aristo'nun modeline Şekil 1'deki gibi yer verilmiştir.



Şekil 1. Aristo iletişim modeli (Ehninger, Gronbeck and Monroe)

Kaynak:<http://www.shkaminski.com/Classes/Handouts/Communication%20Models.htm>

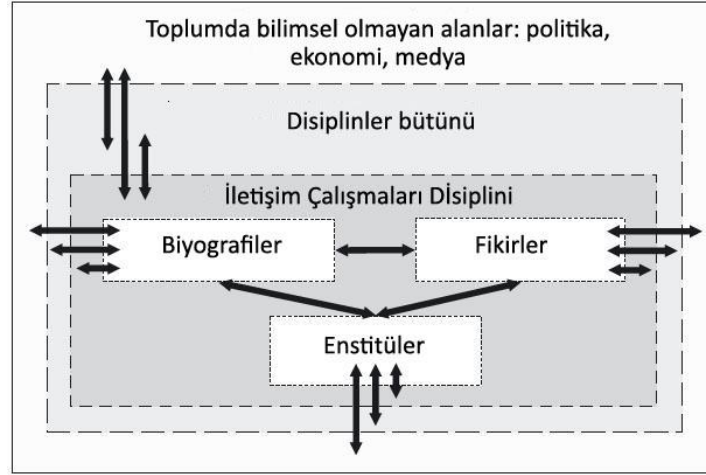
Arkeolojik araştırmalar, ilk çağlardan bu yana insanların birbirleri ile sürekli bir iletişim içinde olduklarını göstermektedir. İnsan var olduğu tüm dönemlerde, konuşma ve dinleme yanında duygu ve düşüncelerini aktarmak için görsel iletişim kullanmıştır. Mağara duvarları üzerindeki resimlerin incelenmesi sonucu, o dönem konuşma becerisine sahip olmayan insanların görsel anlatıma dayalı iletişim dili geliştirdikleri görülmüştür. İnsan var oluşu ile başlayan iletişimin bir bilim olarak ele alınması ile ilgili çalışmalara 20. yüzyılın başlarında başlandığı, 1900'lü yılların ortalarında bu yaklaşımın iyice yerleştiği belirtilmektedir. İletişim bir bilim olarak değeriendirilmeden önce de, çoğu bilim alanını doğrudan ilgilendirmesi sebebiyle, psikoloji, sosyoloji gibi disiplinler kapsamında iletişim araştırmaları yapılmıştır. İletişim alanına yönelik ilk araştırmaların fen bilimciler tarafından yapıldığı belirtilmektedir (Dursun, 2010: 231-232).

İletişimin diğer bilim dallarından bağımsız, güçlü kuramları ile tek başına durabilen bir bilim dalı olup olmadığı uzun dönem tartışılmıştır. İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu temsilcisi Stuart Hall, 1989'da yazdığı "Ideology and Communication Theory" isimli makalesinde, iletişimi kendi ayakları üzerinde duramayan bir bilim dalı olarak gördüğünü ve bu bilim dalının kuramsal olarak özerkleştirilmesine karşı olduğunu belirtmiştir. Hall aslında tüm disiplinler için benzer eleştiriler yapmış olsa da, en bağımlı ve disiplinler arası bilimin iletişim olduğunu vurgulamıştır (Tekinalp, Uzun, 2006: 19-20).

İletişim bilimindeki öncü çalışmalar Avrupa ve Amerika'da eşzamanlı olarak yapılmaya başlanmıştır. 20. yüzyılın başlarında, iletişimin insan ve toplum yaşamındaki önemini kavraması ve gelecekte önemli bir bilimsel disiplin olacağı öngörüsü ile, iletişim alanında öncü nitelikteki somut çalışmalar yapanlardan birisinin Robert Park olduğu belirtilmektedir. İletişimin bilim olmasındaki diğer öncüler ise John Dewey, C.H. Cooley ve George Mead'dir. Türkiye'de de iletişim alanındaki öncü çalışmalar 20. yüzyılın başlarında yapılmıştır. (Güngör, 2011: 25, 27) .

Löblich ve Scheu, 2011 yılında hazırladıkları bir çalışmada, iletişim çalışmalarının tarihini gösteren bir model tasarlamışlardır (Şekil 2). Modelde farklı

disiplinler ve alanlar arasındaki ilişkilere yer vermişler fakat kategorilerin birbirlerine nasıl etkilendikleri ile ilgili kesin bir anlama yer vermeyerek, bu kapsamdaki açıklığı gösteren çift yönlü oklar kullandıklarını belirtmişlerdir (Löblich, Scheu, 2011: 6-7).



Şekil 2. İletişim çalışmalarının tarihi modeli

Kaynak: Löblich, M., Scheu, A.M. (2011) “Writing the History of Communication Studies”, *Communication Theory* (21): 1-22, International Communication Association

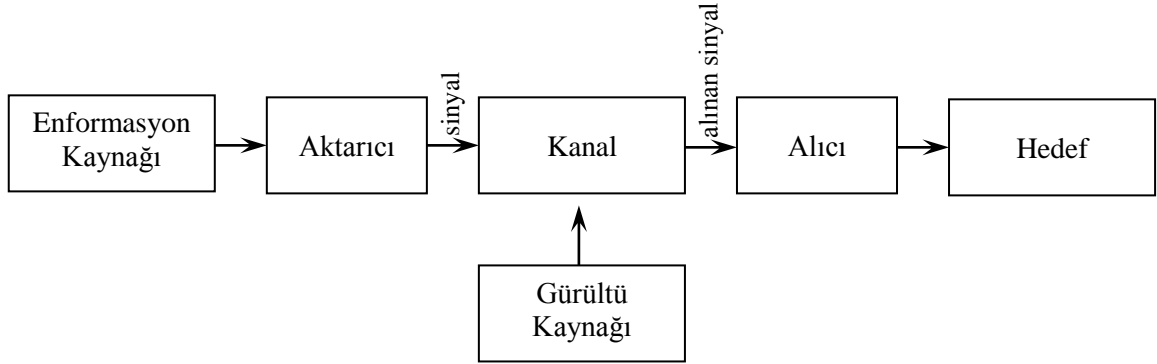
2.1.4. İletişimde Kuramsal Yaklaşımlar

1900’lü yılların başında, iletişim konusunun sosyologlar, dil bilimciler, sosyal/kültürel antropologlar tarafından incelendiği; iletişim kavramının tanımının “ikna ve konuşma” kapsamında yapıldığı belirtilmektedir. Bu eğilim 1920 ve 1930’lu yıllarda lider söylevlerinin önem kazanması ve siyasal propaganda sebebi ile yaygınlaşmıştır. Aynı dönemde iletişime siyaset bilimcilerin de katılmasıyla, iletişimin tanımlanmasına propaganda ile siyasal iletişim eklenmiştir. Sonraki dönemlerde iletişim Lasswell’in görüşü ile tanımlanmaya çalışılmış, İkinci Dünya Savaşı sonrası hakim olan tanımlar Lasswell formülü temel alınarak yapılmıştır (Erdoğan, 2008:33-34).

İletişim kuramları kapsamında *çizgisel, sosyo-psikolojik ve toplumbilimsel* olmak üzere üç yaklaşım bulunmaktadır. Anaakım iletişim çalışmalarının temelini, çizgisel kuramlar kapsamında tanımlanan Lasswell ile Shannon ve Weaver modeli oluşturmaktadır. 1948 yılında Amerikalı siyaset bilimci Harold D. Lasswell’in “The

Communication of Ideas” isimli eserinde ortaya atılan formülde iletişimde mesajı alan kişiler pasif hedefler olarak görülmektedir. Bu formül, 1936 yılında Lasswell’in siyaset biliminin temel sorusu olarak önerdiği “kim, neyi, ne zaman, nasıl elde eder” paradigmasının kitle iletişimine uyarlanmış halidir. Kim sorusu için iletişimde göndericinin toplumsal ve kişisel özellikleri, güvenilirliği gibi konular ele alınırken, iletinin içeriği ile ilgili belirttiği anlamlar, istenilen etkiyi oluşturmadaki nitelikleri, ima ettikleri ve 1970 yılından sonra ideoloji kavramları üzerinde durulmuştur. Kanal araştırmaları üretim, araç sayısı, tüketim gibi istatistikleri ifade etmektedir. Lasswell etki kavramını modelindeki en önemli sorun olarak ifade etmekte, iletişimi bir ikna etme süreci olarak görmektedir. Modelde iletiyi alan kişiler ise pasif olarak belirtilmektedir. Bu model ile ilgili yapılan bir eleştiri ise geribildirim ögesinin yer almamasıdır Lasswell formülü geribildirim ögesinin bulunmaması özelliği ile eleştirilmiştir (Tekinalp, Uzun, 2006: 61-63).

Matematikçi Claude E.Shannon ve Waren Weaver’in Matematiksel İletişim Kuramı kapsamında ise, iletişim iletinin vericiden alıcıya doğrudan aktarılması olarak tanımlanmakta, bu aktarımın tamamlanmasının kaynağın iletiyi alıcıya kabul ettirerek istediği yönde uygulatmasına bağlı olduğu vurgulanmaktadır. Matematiksel İletişim Modelinin (Şekil 3), davranış ve dilbilimciler tarafından analogik model olarak kullanıldığı belirtilmektedir. Teknolojik sorunlar, insandan kaynaklanan sorunlardan farklı olsa da, bu kuram sonraki iletişim modellerini etkilemiştir (Tekinalp, Uzun, 2006: 61-63).



Şekil 3. Shannon & Weaver Matematiksel İletişim Modeli

Kaynak: Fiske, J. (2003) “İletişim Çalışmalarına Giriş”, Çeviren: Süleyman İrvan, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, s:22

Matematiksel İletişim Modeli’nde iletişim süreci için 3 sorun düzeyi belirtilmektedir. A Düzeyi teknik sorunları kapsamakta ve iletişim simgelerinin ne kadar kusursuz olarak aktarılabilirdiği sorusuna yönelmektedir. B Düzeyi ise anlamsal sorunları ifade etmektedir. “Aktarılan simgeler istenilen anlamları ne kadar kesinlikle iletebilmektedirler?” sorusu belirtilmektedir. C Düzeyinde ise etkililik sorunları mevcuttur. “Alınan anlamlar, davranışı arzu edilen yönde ne ölçüde etkileyebilmektedir?” sorusu belirtilmektedir. Bu 3 düzeyin birbiri ile ilişkili olduğu ifade edilmiştir (Fiske, 2003: 22-23).

2.2. Kurumsal İletişim

Günümüz toplumunda, bir kurumun geleceğinin, o kurumun paydaşları tarafından nasıl görüldüğüne önemli derecede bağlı olduğuna dair bir inanç mevcuttur. Kurumsal iletişim, kurumun paydaşlarında olumlu bir itibar oluşturmak ve geliştirmek amacıyla, içsel ve dışsal iletişimde etkili bir koordinasyon sağlanmasında rol almaktadır (Cornelissen 2006, Cornelissen, 2008).

2.2.1. Kurumsal İletişim Tanımı ve Fonksiyonları

Kurumsal iletişim kavramının literatüre geçen ilk tanımlarından biri 1987 yılında Peter Jackson tarafından “bir kurum tarafından, planlanan hedeflere ulaşmak için

oluşturulan iletişim aktivitelerinin tümü” olarak yapılmıştır. Kurumsal iletişimin yükümlülükleri aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır (van Riel, Fombrun, 2007:23-25):

- Markanın arkasındaki kurumun profil özelliklerinin açık hale getirilmesi (kurumsal markalaştırma),
- Marka özellikleri ile kurumdan istenen özellikler arasındaki farklılıkları en aza indirgeyecek girişimlerde bulunulması,
- İletişim alanında kimin ne yapması gerektiğinin tanımlanması,
- İletişim ile ilgili konularda karar vermeyi kolaylaştırmak adına etkili yöntemler geliştirilmesi ve uygulanması,
- Kurumsal hedeflere dahili ve harici destek sağlamak için seferber olunması.

Kurumsal iletişim ile ilgili yapılan çeşitli tanımlar, kurumun iç ve dış paydaşlara yönelik tüm iletişim çalışmalarını, araçları ve mesajları içeren bir iletişim bütünlüğü olduğunu belirtmektedir. Hargie ve diğerleri tarafından, kurumlarda iletişim uygulamalarının artan verimlilik, yüksek kalitede ürün ve hizmetler, artan çalışan önerileri, artan iş tatmini, azalan devamsızlık ve maliyet gibi yararları olduğu belirtilmiştir (Gümüş, Öksüz, 2009:2642).

2010 yılında, Uluslararası Kurumsal İletişim dergisinde yayınlanan, Elving tarafından yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, dergide son 10 yılda yayınlanan makalelerinin yaklaşık yüzde 25'inin *içsel iletişim* ya da *değişim iletişimi* ile ilgili olduğu görülmektedir. Makalelerin yüzde 20'si ise *dış iletişim* süreçlerini konu almaktadır. Kurumsal iletişimde bilişim sistemleri ile yapılan çalışmaların oranı ise yüzde 6 olarak belirtilmiştir. Bu doğrultuda, kurumsal iletişimde bilişim sistemleri ve teknolojileri kapsamında daha fazla çalışma yapılmasına ihtiyaç olduğu gözlemlenmektedir (Elving, 2010: 5-7).

Kurum içerisindeki üyelerin birbirleri ile mesaj ve anlam paylaşımını kapsayan kurumsal iletişim, kurum dışında ise kurum üyeleri ile dış çevre arasındaki mesaj ve anlam paylaşımını ifade etmektedir. Kurumsal iletişim için “kuruma hayat veren kan” tanımlaması yapılmıştır (Gülner, 2007:43). Reklam ve imaj oluşturulması, kurum

kültürünün oluşturulması, medya ve yatırımcı ilişkilerinin geliştirilmesi, genel iletişim politikalarının belirlenmesi, kurum içi iletişim, halkla ilişkiler gibi işlevler kurumsal iletişim ile yerine getirilmektedir (Solmaz, 2007:28).

Kurumsal iletişim olgusu “kurumsal” (corporate) kavramına bağlıdır. İngilizce “corporate” sözcüğü ise Latin kökenli “esas yapı” anlamını taşıyan corpus kelimesinden türetilmiştir. Kurumsal iletişim kavramı kurumun iç ve dış hedef kitle üzerindeki algısı ve kurulmak istenen iletişim yaklaşımının içeriğinin belirlenmesi açısından önem taşımaktadır (Öngören, 2010: 8).

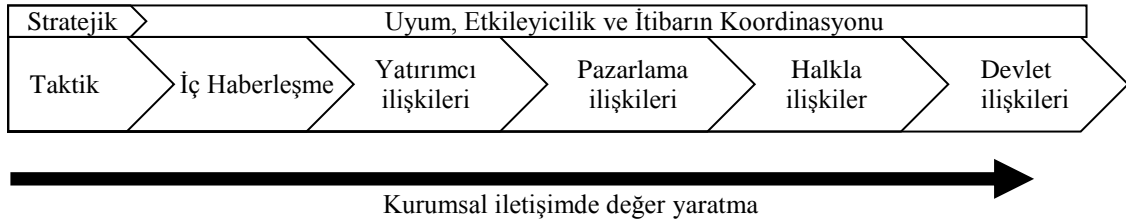
Yapılan çalışmalarda kurumsal iletişim bir stratejik yönetim fonksiyonu olarak ele alınmış, ilgili faktörlerden bazıları ise Valackiene tarafından, Goodman’ın 2006 yılında yazdığı makalesinden aşağıdaki gibi uyarlanmıştır (Valackiene, 2010:101-102):

- Tüm dahili ve harici hedef kitlelerde güven oluşturma ihtiyacı,
- Kurumların daha az ile, daha çoğu başarıma beklentisi,
- Çok uluslu şirketlere olan düşmanca ortama karşılık sorumlu bir küresel kurum kültürü oluşturma talebi,
- Kurumsal iletişim uzmanının, CEO’nun danışmanı ya da kurum itibarının yöneticisi olarak algılanması,
- Yerel harekette küresel etki ve küresel harekette yerel etki anlayışı,
- Şeffaflığa olan talebin, medya ilişkilerini daha karmaşık ve stratejik hale getirmesi,
- İtibar yönetimindeki en iyi stratejinin şeffaflık olduğu anlayışı.

Kurumsal iletişimin tarihsel gelişimine bakıldığında, Sanayi Devrimi’nde 1930’lu yıllara kadar kitle üretim ve tüketimine odaklanılmış, tanıtım ve satış tekniklerine önem verilmiştir. Devam eden süre içerisinde ise artan rekabet ve pazar şartları ile zorlaşan ekonomik koşullar sonucu, iletişim uygulamaları değişiklik göstermiştir. Tarımcılıktan sanayileşme dönemine kadar, karmaşık organizasyonel yapılara hizmet eden iletişim ihtiyaçları oluşmuştur. 19. Yüzyılda Sanayi Devrimi ile birlikte İngiltere’de büyük sanayi şirketleri oluşmuş, ardından Amerika ve Avrupa da

aynı yoldan ilerlemiş, şirket ile hedef kitle arasındaki iletişimin oluşturulması ve tanıtımda iletişim uzmanlarından yararlanılmıştır. 1900’lü yıllara kadar basın ajansları ve tanıtımcılar kiralama yolu ile iletişim faaliyetlerini sürdürmüşlerdir. Ancak bu dönemde kamuoyunu yanıltıcı reklam ve haber çalışmalarının yapıldığı belirtilmektedir. 20. Yüzyılın başlarında ise batıdaki büyük şirketler “muckrakers” adı verilen araştırmacı gazeteciler ile mücadele etmek zorunda kalmışlardır. Takip eden dönemde, başta Amerika ve İngiltere’de şirket bünyesinde iletişim uzmanlarına yer verilmeye başlanmış, bu uzmanlar hem halka hitap etme hem de pazarlama faaliyetlerinde bulunmuşlardır (Öngören, 2010:9-10).

Şekil 4’de kurumsal iletişimdeki değer zinciri özetlenmiştir. İletişim işlevi için entegrasyonun önemli olduğu ve bunun kurumsal iletişime dahil olan uzmanların planlı aktivitelerinin, kurumun stratejik hedeflerinin yerine getirilmesi için bir araya getirilmesi ile mümkün olabileceği belirtilmektedir (Van Riel, Fombrun, 2007:273).



Şekil 4. Kurumsal iletişim değer zinciri

Kaynak: Van Riel, C.B.M., Fombrun, C.J., (2007) “Essentials of Corporate Communications”, Routledge, London and New York, s:273

Tablo 2’de ise iletişim işlevinin yönetimindeki 4 temel model görülmektedir. Her model bu işlev için stratejik bir rol içermektedir (van Riel, Fombrun, 2007: 269).

Tablo 2. Kurumsal İletişim Yönetiminde 4 Model

Model	<i>Enformasyon Modeli</i>	<i>İkna Modeli</i>	<i>Aracı Model</i>	<i>Yansıtıcı Model</i>
Değişken				
<i>Odak Noktası</i>	Yeterli enformasyon yayılımı	Planların yeterli düzeyde tanımlanması	Karar verme ile yeterli destek	Kurumsal açıklıktaki çerçeveler üzerindeki dahili yansıma
<i>Girişim Stratejisi</i>	Kararların duyurulması	Hedef kitlenin ikna edilmesi	Yönetim ve paydaşlar arasındaki etkileşim	Çerçevelerin görüntülenmesi ve analizi
<i>Temel Uzman Yöntemi</i>	Yöntemler oluşturmak	Tüm iletişime hakim olmak	Stratejik karar verme sürecindeki diyalogun kontrolü	Bulunan çerçevelere yeterli cevap için stratejik tavsiye
<i>Başarı Göstergesi</i>	Tanınma, Medyanın ilgisi	Hedef kitle görünüşü	Tedarikçilerin güveni	Kamuya ait meşruluk

Kaynak: Van Riel, C.B.M., Fombrun, C.J., (2007) “Essentials of Corporate Communications”, Routledge, London and New York, s:269.

Tablo 3’de Ormeno tarafından, Lasswell formülüne göre kurumsal iletişim özellikleri belirtilmiştir. Ormeno kurumsal iletişim ile ilgili çeşitli karakteristikler belirtmiştir (Ormeno, 2007:35):

- Kurumun boyutu kurumsal iletişim yapısını önemli ölçüde etkilemektedir.
- Kurumsal iletişim finansal enformasyon, çalışan bilgisi, sosyal sorumluluk ve kurumsal yönetim gibi kurumsal mesajlar iletmektedir. Aynı zamanda ürün ile ilgili enformasyon da taşımaktadır.
- Kurumsal iletişimde mesajlar iletilirken halkla ilişkiler yöntemleri kullanılmaktadır.

- Kurumsal iletişim, tüketiciler de dahil olmak üzere tüm alıcılara hitap etmektedir.
- Kurumsal iletişimde amaç kurumsal imajın geliştirilmesidir.
- Kurumsal iletişimin temel özelliklerinden birisi, kurumsal marka ya da bazı durumlarda kurumun sahip olduğu özel ürün markalarıdır.
- Birçok çalışmada belirtildiği gibi, mutlak veriler ışığında, toplam iletişim bütçesinin bir parçası ile kurumsal iletişim çalışmaları için yapılan harcamalar artış göstermiştir.

Tablo 3. Kurumsal İletişimin Özellikleri

Bileşen	Kurumsal İletişim
Sunulan	Kurumsal marka ya da birden fazla ürün markası
Mesaj	Kurum ve ürün ile ilgili enformasyon
Kanal	Basın bültenleri ve diğer halkla ilişkiler teknikleri
Alıcı	Tüketiciler de dahil olmak üzere tüm alıcılar
Etki	Kurumsal imajı geliştirmek. (Davranış açıkça izlenmez, değiştirilmez ve oluşturulmaz.)

Kaynak: Ormeno, M. (2007) “Managing Corporate Brands: A new approach to corporate communication”, Gable Edition Wissenschaft, Germany, s:35.

Kurumsal iletişimin merkezini *kurumsal kimlik* ve *kurumsal imaj* oluşturmaktadır. Kurumsal kimlik, kurumun verdiği mesajların tümü iken, kurumsal imaj bu mesajların toplumda oluşturduğu algılar bütünüdür. Kişiler kurumun kimliği ile ilgili mesajları yorumlayarak zihinlerinde kuruma ait bir imaj oluşturmaktadırlar. Dikkatle oluşturulan bir kurumsal kimlik, iyi bir imajın oluşmasını önemli ölçüde etkilemektedir. Kurumsal kimlik ile ilgili bilimsel literatürde, kurumsal kimliğin üst yönetim tarafından belirlenerek halka iletilen bir olgu olarak yer aldığı fakat halkla ilişkiler kapsamında bakıldığında uygun kimliğin belirlenmesi için paydaşlar ile yapılan görüşmelerin önem taşıdığı belirtilmektedir. Başarılı bir kurumsal kimlik için gerekenler aşağıda sıralanmaktadır (Theaker, 2005:137):

- Üst düzey yöneticiler ve paydaşların, kurumun mevcut imajı ve arzu edilen imajına dair görüşlerinin belirlenmesi için araştırmalar düzenlenmesi,

- Kurumsal kimlik unsurlarının arzu edilen imajla uyumlu olup olmadığının denetlenmesi,
- Gerekli olduğunda kurumsal kimliğin değiştirilmesi.

Kurumsal kimliğin gelişim sürecinde geçirdiği 4 temel aşama Okay tarafından Tablo 4’deki gibi özetlenmiştir. Kurumsal kimliğin öğelerinden olan kurum felsefesi kuruluşun kendi hakkındaki temel düşüncelerini, kurumsal davranış kurumun belirli karar anlarındaki tipik davranış biçimi ve tepkilerini, kurumsal dizayn ise kurumun görünümünün kurum kimliğinin hedefine uygun olarak oluşturulmasını kapsamaktadır (Okay, 2005: 11).

Tablo 4. Kurumsal Kimliğin Tarihsel Gelişim Süreci

	Geleneksel Dönem	Marka Tekniği Dönemi	Dizayn Dönemi	Stratejik Dönem
Dönem	I. Dünya Savaşının sonuna kadar	II. Dünya Savaşı arası	II. Dünya Savaşı sonrasında 1970’li yıllara kadar	1970’li yıllardan günümüze kadar
Dönemin Kimlik Anlayışı	Kuruluş sahibinin kurumun tüm kimliğini biçimlendirmesi	Kurum kimliklerinin sahip oldukları markalar ile ön plana çıkması	Kurum kimliklerinin ağırlıklı olarak kurumsal dizayna dayanılarak hazırlanması	Kurumsal kimliğin yalnızca dizayn ile gerçekleşmeyeceği, kurum felsefesi, kurumsal davranış, kurumsal iletişim ve kurumsal dizayn ile bir bütün olduğu dönem

Kaynak: Okay, A., (2005) “Kurumsal İletişim Yönetimi” “Kurumsal İletişim ve Kurum Kimliği” Editör: Rüveyde Akyürek, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir

Hutton ve arkadaşları tarafından, Fortune 500 şirketlerinde 2001 yılında yapılan araştırma sonuçları kapsamında belirlenen kurumsal iletişim rollerinin sıralanması Tablo 5’de gösterilmiştir. Araştırma katılımcıları, kurumsal iletişimin rolleri ile ilgili sorunun cevaplarına göre, itibar yönetimini ilk rol olarak görmekte, bunu imaj yönetimi

ile kurumun/politikaların desteklenmesi izlemektedir. Pazarlama ve satışların desteklenmesi ise son sırada yer almaktadır (Hutton, Goodman, Alexander, Genest, 2001: 447-261).

Tablo 5. Kurumsal İletişim Rollerinin Sıralanması

	Oran*
İtibar yönetimi	2.6
İmaj yönetimi	3.6
Kurumun/Politikalarının desteklenmesi	4.2
Paydaşlara enformasyon sağlanması	4.3
Tanıtım	4.7
Müşteri dışındaki paydaşlar ile ilişkilerin yönetilmesi	4.7
Tüm paydaşlar ile ilişkilerin yönetilmesi	5.4
Pazarlama ve satışların desteklenmesi	5.9

*En düşük sayı en yüksek orandır

Kaynak: Hutton, J.G., Goodman, M.B., Alexander, J.B., Genest, C.M. (2001) “Reputation management: the new face of corporate public relations”, Public Relations Review 27: 247-261.

Kurumsal iletişim, hedef kitle açısından ele alındığında, pazar, müşteri ve çalışan olmak üzere 3 grupta sınıflandırılabilir. Diğer bir sınıflandırma ise yönetim iletişimi, pazarlama iletişimi ve örgütsel iletişim olarak yapılmıştır. Yönetim iletişimi kurum yöneticisi tarafından uygulanan iletişim faaliyetlerini kapsarken, pazarlama iletişiminde amaç düzenli olarak iletilen mesajlar ile ekonomik hedeflere ulaşmaktır. Örgütsel iletişim ise örgütün varlığını sürdürmesi ve gelişmesi için gerekli olan örgüt içi ve çevresi ile olan faaliyetleri ifade etmektedir. Yönetim iletişimi faaliyetleri aşağıdaki amaçlar için uygulanmalıdır (Okay, 2005: 6-8).

- Kurum içerisinde, kurum vizyonunu geliştirmek,
- Kurum liderliğinde güven yaratmak ve sürdürmek,

- Süreç değişimi başlatmak ve yönetmek,
- Çalışanların motivasyonunu sağlamak.

Okay'a göre çağdaş kurumsal iletişim uygulamaları aşağıdaki özelliklere sahip olmalıdır (Okay, 2005:10): “

- Kuruma ilişkin belirli bir iletişimin belirlenmesi,
- Somut ve gerçekçi hedef ve hedef kitleler ile iletişim stratejisinin yönetilmesi,
- Zaman yönetimi kurallarını dikkate alarak çağdaş iletişim araçlarının etkili bir biçimde kullanılması,
- Kurumsal hedeflerin kesin olarak ifade edilmesi ve stratejik olarak uygulanması,
- Kullanılan iletişim araçlarının başarısının kontrolünü sağlayacak ölçülerin özenli bir biçimde saptanması,
- Nitelikli iletişim yöneticilerinin seçimi ve bunların kurum içerisinde anlamlı konumlara, görevlere getirilmesi.”

Kurumsal iletişim uygulamalarının oluşturulması ve geliştirilmesinin; kriz, ekonomik durgunluk veya gerileme gibi zor dönemlerde önem taşıyan marka, kurumsal imaj, kurumsal itibar üzerinde kuvvetli etkisi bulunmaktadır. Modern yönetimlerin kurumsal iletişimi stratejik bir yönetim fonksiyonu olarak algılamaları gerekmektedir (Bilic, 2010:152).

Uluslararası Kurumsal İletişim (Corporate Communication International-CCI) kuruluşu tarafından, 2009 yılında yapılan kurumsal iletişim uygulamaları ve yönelimleri ile ilgili çalışmanın sonuçları ve kurumsal iletişim uzmanları ile araştırmacılarının geleceği ile ilgili tartışmaların yer aldığı bir makale, Uluslararası Kurumsal İletişim dergisinde (Corporate Communications: An International Journal) yayınlanmıştır. 2009 yılında yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, tüm dünyadaki profesyonel uygulamalara büyük etkisi olacak, bir yönetim fonksiyonu olarak kurumsal iletişimin merkezinde yer alan 10 adet “bulgudan bazıları aşağıdaki gibidir: (Goodman, 2010: 133-139):

1. Şebekeli kurumun dağılımı, iş modeli dönüşümü ve küresel finansal kriz, kurumsal iletişim yöneticileri arasında endişeye neden olmaktadır. Ekonomik kriz, kurumlarda güven oluşturma ihtiyacını öne çıkarmaktadır.
2. Bütçedeki çarpıcı düşüşler, küresel ekonomik çöküşe karşı kurum tepkisinin yansımaları olumsuz etkilemektedir. Buna rağmen iletişim yöneticilerinin %90.8'i bütçelerin ilk kesintiye uğrayan faktör olmaması gerekçesi ile iyimser düşünmektedirler. Kurumlar kurumsal iletişim çalışanlarından gitgide azalan kaynaklara rağmen daha başarılı olmalarını beklemektedirler.
3. Sosyal medya, kurumsal iletişim uygulamalarının yer aldığı medya alanını çarpıcı biçimde değiştirmiştir. Kurumsal iletişim çalışanlarının önemli bir kısmı sosyal medya uygulamaları ve bütçesinden sorumludur. Bazı kurumlarda ilgili firmalar sosyal medya fonksiyonları için görevlendirilmektedir. Kurumsal iletişim çalışanlarına taktik yerine stratejik teknoloji kullanımına odaklanma görevi düşmektedir.
4. Kurumsal iletişim yöneticileri, kurumdaki temel görevlerini CEO (Chief Executive Officer) danışmanlığı ve kurumsal itibar yöneticiliği olarak görmeye devam etmektedirler. İtibar yönetimi, CEO ile stratejik bir ortaklık ve danışmanlık gerektirmektedir.
5. Kurumsal iletişim çalışanlarının yatırımcı ilişkileri ve bütçe yönetimine yönelik sorumlulukları artmaktadır.
6. 2007 yılında yapılan çalışmalar ile kıyaslandığında, kurumsal iletişim çalışanlarının daha uzman kişiler olduğu görülmektedir. Çalışanlarda erkek oranının fazla olduğu görülmüştür.

2.2.2. Kurumsal İletişim Türleri

Kurumsal iletişim türleri, *kurum içi* ve *kurum dışı* olmak üzere 2 ana grup altında incelenmektedir. Örgüt içerisindeki bilgi, duygu, düşünce, inanç ve tutumların iletilmesi içsel iletişim (kurum içi iletişim) kapsamında iken, müşteriler, rakipler ve diğer etkileşimde bulunulan gruplar ile olan iletişim kurum dışı iletişim kapsamındadır. İçsel iletişimin, bilgi sağlama, ikna ve etkileme, emredici ve öğretici iletişim kurma ve birleştirme fonksiyonları bulunmaktadır (Tutar, 2009: 163-164). Kurumsal iletişim

kapsamında, içsel ve dışsal iletişim amaçları değişmektedir. Fakat kurumsal iletişimde ana amaç, tüm kurumsal faaliyetlerin temelini oluşturan bilginin aktarılması ve kurumsal hedeflere ulaşılmasıdır (Güllüoğlu, 2011:23).

İçsel iletişim ile temel olarak kurumun sınırları içerisindeki kişilerarası iletişim akışı belirtilmek istenmektedir. Çoğu uzman tarafından, olumlu kurumsal imaj ve kurumsal itibar için etkili içsel iletişimin esas olduğu vurgulanmaktadır (Mazzei, 2010:221). Kurumlar içsel iletişim ile, çalışanları kurum değerlerine sahip olmada cesaretlendirmeyi ve daha rekabetçi olmalarını sağlamayı amaçlamaktadırlar. İçsel iletişim, tanıtım, dağıtım, kabul, yeni değerlerin içselleştirilmesi (değişim) ve kurumsal gelişime destek olan yönetim ilkelerine olanak sağlamaktadır. İçsel iletişim kavramı literatürde *çalışan iletişimi*, *çalışan ilişkileri*, *içsel halkla ilişkiler* gibi farklı ifadeler ile de belirtilmektedir. Uygulayıcılar tarafından, simetrik 2 yönlü iletişimin, içsel iletişimde başarıda ve kurum çalışanlarının çalışma memnuniyetlerinde önem taşıdığı belirtilmektedir (Garica-Morales, Matias-Reche, Verdu-Jover, 2011:150-151).

Bazı durumlarda çalışanlar, kurumsal iletişim ve markalaşma çabaları için en önemli hedef kitle olabilmektedirler. Bir kurumun çalışanları, kurum ile ilgili en güvenilir enformasyon kaynağı olarak görülmektedirler. Kurumsal markalaşmanın etkili olabilmesi ise, çalışanların kurumun çekirdek değerlerini benimseyerek bu doğrultuda davranmalarını gerektirmektedir. Değerler kurumsal markanın temelinde yer aldığından önem taşımaktadır. Değerler, kurumun ve çalışanların kontrol edilemez veya zor durumların özünde yer alan belirsizlik ile nasıl baş edileceğine rehberlik etmektedir. Çalışanlar bu değerleri anladığında ve benimsediğinde, kendi rolleri ile ilgili daha fazla memnuniyet duyarak kurum vaatlerini iletmede daha çok sorumluluk hissederler. Bu durum da, marka performansında artış ile sonuçlanmaktadır (Chong, Chian, 2007: 201-202).

2.2.3. Kurumsal İletişimin İşleyişi

Kurumlar, kurum içi ve kurum dışındaki paydaşları ile iletişimde farklı yöntemler kullanmaktadırlar. Bu kapsamda iletişim yapısal açıdan *biçimsel (formel)* ve

doğal (informel), mesajın akış yönü açısından ise *dikey, yatay, çapraz, çok yönlü ve açık* olarak gruplandırılabilir (Sabancı, 2008:52-56, Çelik, 2008:12-14):

Biçimsel İletişim

Biçimsel iletişim, iletişim yönteminin kurumsal hiyerarşi kapsamındaki kurallar ile belirlenerek uygulandığı iletişim faaliyetlerini kapsamaktadır. Biçimsel iletişimde kişilerin kurumdaki rollerine uygun davranmaları beklenmektedir.

Doğal İletişim

Doğal iletişim, kişilerin insani amaçlar için iletişim kurma gereksinimleri sonucu gerçekleşmektedir. Kurum içi resmi olmayan gruplaşmalar, kurum dışı sosyal birlikelikler, liyezon diye tabir edilen ve iki tarafı birbirine bağlayan elemanlar doğal iletişim kanallarının örneklerindedir.

Dikey İletişim

Dikey iletişim ise kurumsal hiyerarşide yukarıdan aşağı veya aşağıdan yukarıya doğru kurulabilmektedir. Yukarıdan aşağıya iletişimde yöneticiler çalışanlarına belirlenen kurumsal hedefler doğrultusunda mesajlar iletmektedirler. Dikey iletişimde temel sorunlardan biri aracı konumundaki mesaj iletici kişilerin, mesajın içeriğini değiştirme ihtimalidir.

Yatay İletişim

Yatay iletişim kurum içerisinde benzer konumlarda olan kişiler arasında gerçekleşmektedir. Yatay iletişim, çalışanların günlük faaliyetleri sürecinde gerçekleşmektedir.

Çapraz İletişim

Çapraz iletişim kurum içerisinde farklı konumlardaki kişilerin basamaksal kanalları kullanmadan kurdukları iletişimdir. Karmaşık ve uzun olabilen dikey

kanalların dezavantajlarının giderilmesi ve bazı olağan dışı durumlarda hızlı işbirliği sağlanması için önem taşımaktadır.

Çok Yönlü ve Açık İletişim

Kurum dışı iletişimde çok yönlü ve açık iletişim kanalları ile bilgi alışverişinde bulunmaktadır. Çok yönlü iletişimde amaç, kurum içerisinde veya dışında dürüst ve samimi mesajlar vererek kurumu tanıtmak ve güven yaratmaktır.

21. yüzyıl kurumsal iletişim yaklaşımı kapsamında, etkileşim, entegre yaklaşımlar, küresellik, soyut değerler, müşteri değeri, ortaklıklar ve ilişkiler, iletişim ile liderlik etme ve kurumsal marka bulunmaktadır. Kurumsal iletişimin işleyişi kapsamında, kurumsal iletişim yöneticileri bu kavramları kendi kurumları ile uyumlaştırarak ele almalıdırlar (Schultz, Kitchen, 2004: 358).

2.2.3. Kurumsal İletişimde Kullanılan İletişim Araçları ve Yöntemler

Kurumsal iletişim kavramı, iletişimin 4 farklı boyutunu tanımlamak için kullanılmaktadır. Bunlar; bir fonksiyon (pazarlama vb.), bir iletişim kanalı, bir iletişim süreci, tutum ya da inançlar bütünü olarak tanımlanmaktadır. Kurumsal iletişim fonksiyonları, dahili ve harici müşteriler ile iletişim kurulmasını kapsamakta, medya ilişkileri, yatırımcı ilişkileri, içsel iletişim, halkla ilişkiler, pazarlama ilişkileri, kurumsal itibar gibi alt işlevleri içermektedir. Kurumsal iletişim kanalları ise günümüzde yalnızca basılı araçları değil web sayfaları ve bloglarda yer alan enformasyonu da kapsamaktadır (Argenti, 2006: 358).

Kurumsal iletişimde toplantı, seminer, hizmet içi eğitim, personel formu, anket gibi yöntemler kullanılabilir. Her yöntemin bazı avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Kullanılacak yöntem, iletişimin içeriği ve amacına göre seçilmektedir (Yatkın, 2003:84). Kullanılacak iletişim araçlarının ve yöntemlerin seçiminde aşağıdaki kriterler göz önünde bulundurulabilir (Sabancı, 2008:58):

- Kurum politikası, hedefleri,
- Kurum kültürü,

- Finansal kaynaklar,
- Kurumda çalışanların niteliği,
- Kurum içi iletişime kurumda verilen önem.

Kurumsal iletişim araçları kurumsal iletişim faaliyetlerinin verimli olarak gerçekleştirilmesinde önem taşımaktadır. Kurumlarda iletişimin akışını sağlayacak araçlara ihtiyaç duyulmaktadır. Kurumsal iletişimde temel olarak sözlü, yazılı, görsel ve elektronik iletişim araçları kullanılmaktadır (Sabancı,2008:47-50):

Yazılı İletişim Araçları: El kitapları, bültenler, dergiler, kurum gazetesi, duyuru panosu, tanıtım broşürü, yıllıklar ve raporlar, afişler.

Sözlü İletişim Araçları: Konferanslar, görüşme ve toplantılar, telefon görüşmeleri.

Görsel İletişim Araçları: Çizgi, şekil, renk gibi temel görsel elemanların etkin olduğu, kitap, televizyon, gazete gibi araçlar.

Elektronik İletişim Araçları: Bilgisayarlar aracılığı ile ulaşılabilen kurumsal web sayfası, e-posta, forumlar, intranet sistemi ile yapılan duyurular, video konferans, mesajlaşma, tartışma grupları.

İletişim araçlarında yaşanan dönüşüm sebebi ile, müşteriler, rakipler ve halkın enformasyona ve kurum çalışanlarına ulaşma olanaklarındaki artış, kurumların iletişim üzerinde daha az kontrol sahibi olmalarına neden olmaktadır. Değişken araçlar ve yeni imkanlar ile iletişim daha az durağan ve daha fazla dinamik hale gelmiştir. Önceki dönemlerde, kurumsal iletişim kapsamındaki mesajlar, önceden planlanıp tasarlanarak sunum, kitle iletişim araçları ya da toplantılar aracılığı ile seçilen zamanda ve seçilen yöntemlerle iletilmekte iken günümüzde, önceden hazırlık olmaksızın müşterinin talep ettiği zamanda talep ettiği şekilde iletişim kurma gereklilikleri oluşabilmektedir. Müşteriler istedikleri enformasyona, bir hazırlık yapılmasına olanak sağlamadan, hızlı bir biçimde ulaşmayı talep etmektedirler. İnternet aracılığı ile kurumlar müşterilerine

istedikleri enformasyonu sunabilmekte fakat yine internet kullanımı sebebi ile, enformasyon dağılımı üzerindeki kontrolü kaybetmektedirler (Argenti, 2006: 358-359).

2.2.4.Kurumsal İletişim ve Bilgi Yönetimi

Bilim insanları tarafından enformasyon terimi, bir iletişim sisteminde yer alan belirsizliğin azaltılması olarak ele alınmaktadır. Bilgi ise enformasyon terimi ile bir yandan örtüşürken bir yandan da farklı anlamlar taşımaktadır. Bilgi, insan aklının kavrayarak içselleştirdiği düşünce ve veriler ile ilgilidir. Bilgi elde etmek için beyinde çok miktarda enformasyonun yığılması gerekmektedir. Günümüzde enformasyona erişmek oldukça önem kazanmıştır. Eğitim eski dönemlerde bilgi edinme odaklı iken günümüzde araştırma becerileri kazanmaya yönelik hale gelmiştir. Yanıtın ne olduğunu değil, nerede aranacağını bilmek önem taşımaktadır. Gelişen teknoloji, farklılaşan ihtiyaçlar, küreselleşme ve artan rekabet gibi faktörler dolayısı ile son yıllarda bilgi gereksinimi ilk plana alınmıştır. Bilgi, insanların, kurumların ve devletlerin sahip olması gereken en stratejik kaynak haline gelmiştir (Tecim, Gökşen, 2009: 2238-2239).

Kurumsal iletişim çalışanları da, hem bireysel olarak hem de kurumsal görevler kapsamında, enformasyonu nasıl yöneteceğini bilmeye gereksinim duymaktadırlar. Bu kişilerin, internet ve diğer elektronik kaynakların zenginliklerini akıllıca kullanırken, aynı zamanda geleneksel bilgi okuryazarlığı becerilerinin öneminin bilincinde olması gerekmektedir. Kurumsal iletişim uygulamalarında bilgi yönetiminin yeri kapsamında aşağıdaki ifadeler vurgulanmıştır (Roberts, 2005:1-2):

- Kurumsal iletişim uzmanları enformasyon ve bilgi yönetimi becerileri ile ilgili temel bilgiye sahip olmalıdır.
- İletişim becerilerini içeren mesleki eğitimin yanında, uzmanların transfer edilebilen enformasyon ve iletişim becerilerini de geliştirmeleri gerekmektedir.
- Kalite yönetiminin kapsamında müşteri ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla bilgi yönetimi becerileri gerekmektedir.

- Kurumsal iletişim çalışanlarının, enformasyon stratejisi ve planı kapsamında, kurum içerisindeki enformasyon ve bilgi kaynaklarını etkili bir biçimde yönetmesi önem taşımaktadır. Böylece enformasyon ve bilgi kaynaklarının değeri artmakta, hem çalışanın kendisi hem de müşteri için enformasyon, bilgi çalışmaları ve iletişim aktivitelerinden kaynaklanan riskler azaltılabilmektedir.

Gelişen iletişim ve bilişim teknolojileri sayesinde, kurum çalışanlarının da bilgiyi saklama, aktarma ve üretme becerileri gelişmektedir. Bilgi, önemli kaynakların etkin kullanımında temel oluşturmaktadır. İletişim teknolojileri, kurumların sahip olduğu bilgiyi yönetme becerisini artırarak, bilgiye dayalı görüşün oluşturulmasında önemli rol oynamaktadır. Bu sebeple kurumlarda bilgi yönetimini destekleyen Bilgi Yönetim Sistemleri geliştirilmiştir. Bilgi Yönetim Sistemleri ise 4 grup altında incelenmektedir (Benbya, Passiante, Belbaly, 2004: 202,204): içerik yönetimi araçları, bilgi paylaşım araçları, bilgi arama ve kurtarma sistemleri, genel bilgi yönetim sistemleri

3. KURUMSAL İLETİŞİM ARACI OLARAK WEB BİLİŞİM SİSTEMLERİNDE KULLANILABİLİRLİK

Bu bölümde, öncelikle bilişim sistemleri ele alınmış ve bu kapsamda Bilişim Sistemleri Başarı Modeli” incelenmiştir. Daha sonra web bilişim sistemlerinin özellikleri ve kurumsal iletişimde kullanımına yer verilmiştir. Son olarak ise “kullanılabilirlik” kavramı ele alınmıştır. Bu kapsamda kullanılabilirlik ile ilgili yapılan farklı tanımlara ve web bilişim sistemlerinde kullanılabilirliğin değerlendirilmesine; son bölümde ise web kullanılabilirliği ile ilgili yapılan ulusal ve uluslar arası çalışmalara yer verilmiştir.

3.1.Bilişim Sistemleri

Bilişim sistemleri veri ya da bilginin rakam, sayı, yazı, resim, ses ve görüntü olarak elde edilmesi, depolanması, düzenlenmesi, geri çağırılması, iletilmesini sağlayan; teknoloji, yazılım ve insan kaynaklarının bir araya gelmesi ile oluşan bir bütün olarak

tanımlanabilmektedir. Bilişim sistemleri kurumlarda; algı, kayıt, işleme, aktarma, depolama, geri çağırma, sunma, raporlama, iletişim ve karar verme fonksiyonlarını yerine getirmektedir. Karar verme, problemlerin analiz edilmesi, yeni ürün geliştirme, çalışanların performansını değerlendirme, müşteri tercihlerini belirleme, örgüt içi ve örgüt dışı iletişim sağlama gibi konularda bilişim sistemleri büyük kolaylıklar sağlamaktadır (Güleş, Özata, 2005: 36-37).

3.1.1.Bilişim ve Sistem Kavramları

Bilişim sözcüğü Türk Dil Kurumu tarafından, “İnsanoğlunun teknik, ekonomik ve toplumsal alanlardaki iletişimde kullandığı ve bilimin dayanağı olan bilginin özellikle elektronik makineler aracılığıyla düzenli ve akla uygun bir biçimde işlemesi bilimi, enformatik” olarak tanımlanmaktadır (TDK Sözlük).

Bilişim teknolojileri kurumsal ve kişisel olarak farklı biçimlerde kullanılmaktadır. 90’lı yılların sonlarında internet erişiminin evlerde yaygınlaşması ile birlikte, bilişim teknolojileri bireyin hayatında önemli ölçüde etkili olmaya başlamıştır. Bilişim teknolojileri kurumsal olarak tüm iş süreçlerinde ve kurumların yönetiminde kullanılmaktadır (Kuleyin, 2006:246-248).

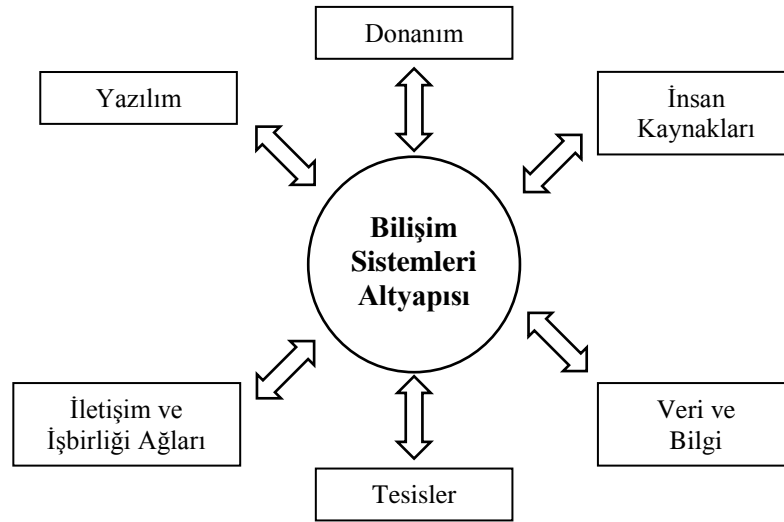
Sistem kavramı ise Türk Dil kurumu tarafından, “1. Düzen, 2. Bir sonuç elde etmeye yarayan yöntemler düzeni” olarak tanımlanmaktadır (TDK Sözlük). Kalıpsız ve diğerleri tarafından yapılan tanım ise “sistem, bir hedef veya amacı gerçekleştirmek üzere bir arada çalışan birbiriyle ilişkili parçalardan oluşan girdi ve çıktıları olan sınırları belirlenmiş bir bütündür”. Sistem tanımındaki üç temel kavram; bileşen, ilişki ve amaçtır. Bileşen sistemin elemanı, ilişki sistem bileşenleri arasındaki ilişki ve amaç gereksinimlerin karşılanması anlamlarını taşımaktadır (Kalıpsız, Buharalı, Biricik, 2008:17).

3.1.2.Bilişim Sistemlerinin Özellikleri

Bilişim teknolojilerinin tanımı ile ilgili kavram karmaşaları devam etmekte fakat bilişim sistemleri araştırmalarında, bu kavram, bilgisayar, donanım vb. araçlar, bu

araçlarda kullanılan veri/yazılım, yeni bir süreç ya da bunların birleşimi olarak ele alınmaktadır. Son kullanıcı açısından bakıldığında ise, programlama cihazının yer aldığı bir görevi başarma süreci olarak algılanmaktadır (Varma, 2010:5).

Özellikle kurumlarda gerekli verinin toplanması, oluşturulması ve dağıtımında kullanılan bilişim sistemleri, donanım, yazılım ve telekomünikasyon ağlarının birleşiminden oluşmaktadır. Donanım monitör, klavye gibi bilgisayarın fiziksel ekipmanını ifade ederken, yazılım da bilgisayarın gerekli işlemleri yerine getirmesinde rol alan programlardır. Telekomünikasyon ağları, iletişim aygıtları ile birbirine bağlı olan bilgisayar sistemleridir. Şekil 5’de günümüzde kurumlarda yer alan bilişim sistemlerinin altyapısı görülmektedir (Valacich, Schneider, 2010:34,36,68).



Şekil 5. Kurumlarda bilişim sistemleri altyapısı

Kaynak: Valacich, J., Schneider, C. (2010) “Information Systems Today: Managing in the Digital World”, Pearson, Fourth Edition

Bilişim teknolojileri uygulamalarının kurumsal etkileri ile ilgili ilk çalışmaların 1958 yılında Leavitt ve Whisler tarafından hazırlanan doküman olduğu düşünülmektedir. Leavitt ve Whisler çalışmalarında bilişim teknolojilerinin orta kademedeki yöneticilerin rol ve tanımlarını değiştireceği ve büyük kurumları merkezileşmeye teşvik edeceği öngörüsünde bulunmuşlardır (Doherty, Champion, Wang, 2010: 118; Leavitt, Whisler, 1958:41-48).

Kurumlarda kullanılan bilişim sistemleri türleri aşağıdaki gibidir (Valacich, Schnedier, 2010: 47):

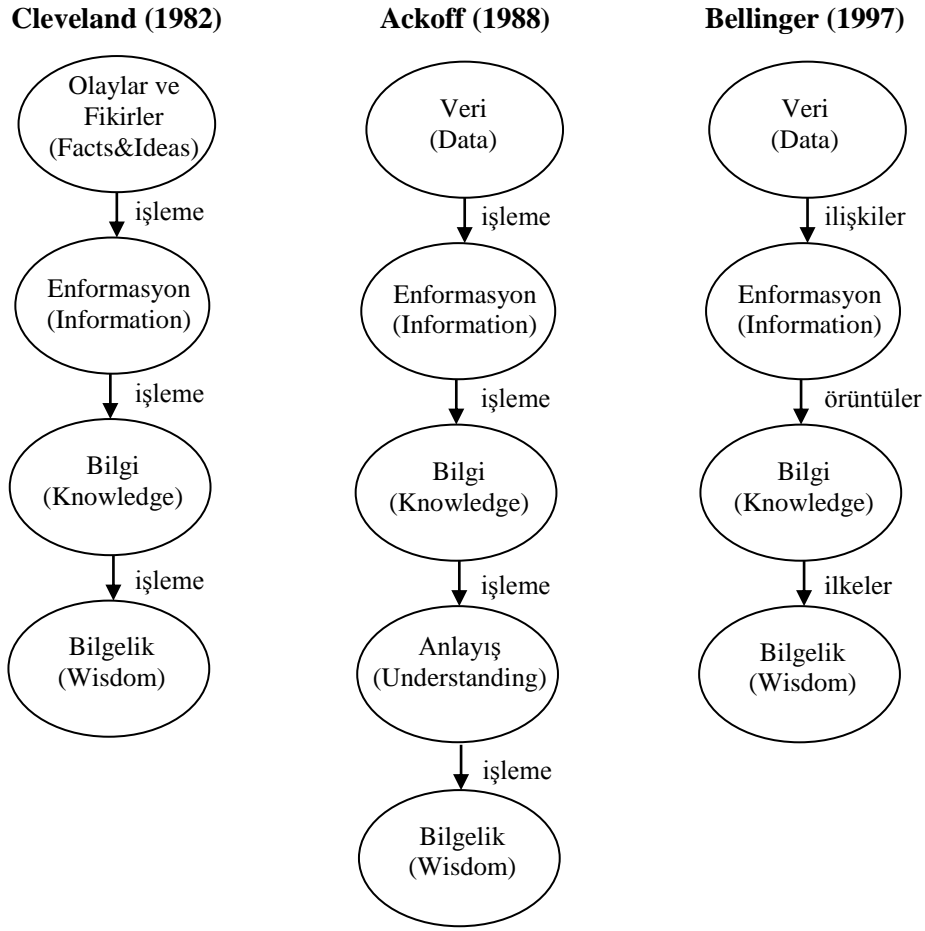
- Hareket işleme sistemi
- Yönetim bilişim sistemi
- Üst yönetim bilişim sistemi
- Karar destek sistemi
- Akıllı sistem
- Veri madenciliği ve görselleştirme sistemi
- Ofis otomasyon sistemi
- Birlikte çalışma sistemi
- Bilgi yönetim sistemi
- Coğrafi bilgi sistemi
- Fonksiyonel bölge bilişim sistemi
- Müşteri ilişkileri yönetim sistemi
- Kurumsal kaynak planlama sistemi
- Tedarik zinciri yönetim sistemi
- Elektronik ticaret sistemi

VEBB (DIKW) Hiyerarşisi

Bilişim sistemlerinin çalışma prensibini anlamak için veri, enformasyon bilgi ve bilgelik kavramlarını içeren *VEBB (DIKW) hiyerarşisini* incelemek gerekmektedir (Valacich, Schneider, 2010:34).

DIKW (Data, Information, Knowledge, Wisdom) olarak bilinen hiyerarşi Türkçe’de *VEBB (Veri, Enformasyon, Bilgi, Bilgelik) hiyerarşisi* olarak bilinmektedir. İlk olarak 1982 yılında Harlan Cleveland tarafından ileri sürülmüş, Daniel Bell’in “veri” düzeyi eklentisiyle, günümüzdeki halini almıştır (Bellinger, Castro, Mills, 2004).

Şekil 6’da *VEBB* hiyerarşisinin farklı araştırmacılar tarafından ele alınmış biçimleri görülmektedir.



Şekil 6. Farklı araştırmacılara göre VEBB hiyerarşisi

Kaynak: Bellinger, G., Castro, D., Mills, E. (2004) "Data, Information, Knowledge, and Wisdom". Systems Thinking.

Türk Dil Kurumu tarafından veri, enformasyon, bilgi ve bilgelik için yapılan birinci tanımlar aşağıdaki gibidir (TDK Sözlük):

Veri: Bir araştırmanın, bir tartışmanın, bir muhakemenin temeli olan ana öge, muta, done.

Enformasyon: Danışma, tanıtma.

Bilgi: İnsan aklının erebileceği olgu, gerçek ve ilkelerin bütünü, bili, malumat.

Bilgelik: Bilme olma durumu ve niteliği.

Sistem teorisi uzmanı ve kurumsal değişim profesörü olan Russell Ackoff'a göre, insan aklının içeriği 5 kategoriye ayrılmaktadır (Bellinger, Castro, Mills, 2004):

Veri: Semboller. Veri hamdır. Sadece oluşur ve oluşmasının arkasında bir anlam yoktur. Kullanılır ya da kullanılamaz olarak her formda oluşabilmektedir. Tek başına bir anlam ifade etmemektedir.

Enformasyon: Faydalı olması için işlenmiş veri; “kim”, “ne”, “nerede” ve “ne zaman” sorularına cevap sağlar. İlişkiel bağlantılar ile anlamlandırılmış veridir. Bu anlam faydalı olabilir fakat olmak zorunda değildir.

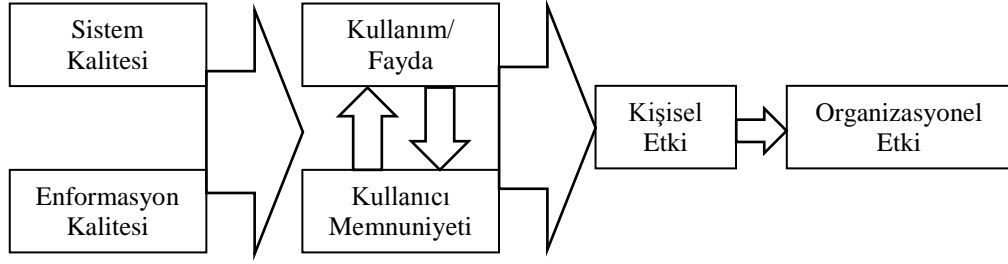
Bilgi: Veri ve enformasyonun uygulanması; “nasıl” sorusunu cevaplar. Enformasyonun uygun bir biçimde toplanması ile oluşur ve amacı faydalı olmaktır.

Anlayış: “Neden”in cevabı. Olasılıksal bir süreçtir. Bilişçi ve çözümcüdür. Bu süreçte bilgi alınır ve varolan bilgi ile yeni bilgi oluşturmak için sentez yapılır. Anlayış ve bilgi arasındaki fark, öğrenmek ve ezberlemek arasında farka benzemektedir.

Bilgelik: Değerlendirilmiş anlayış. Bilgelik sürecinde, yanlış ve doğru ile iyi ve kötü arasında yargılama yapılmaktadır.

3.1.3.Bilişim Sistemleri Başarı Modelinin İncelenmesi (IS Success Model)

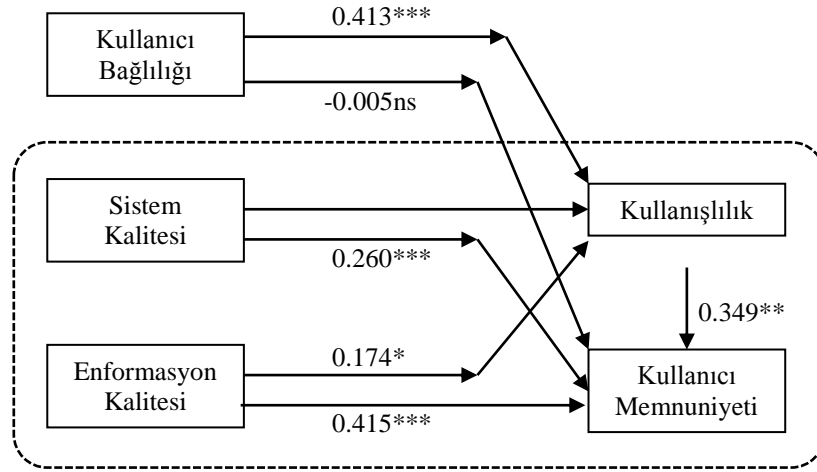
DeLone ve McLean tarafından 1992 yılında geliştirilen Bilişim Sistemleri Başarı Modeli, bilişim sistemlerinin başarısı ile ilgili literatürde yer alan faktörleri, 6 kategori içeren bir şemada toplamıştır. Bu kategoriler arasında ise zamana bağlı ve nedensel bağlılıklar yer almaktadır. DeLone ve McLean Bilişim Sistemleri (BS) Başarı Modeli Şekil 7’de görülmektedir (DeLone, McLean, 1992:83).



Şekil 7. DeLone & McLean Bilişim Sistemleri Başarı Modeli (1992)

Kaynak: DeLone, W.H., McLean, E.R. (1992) “Information Systems Success: The Quest for the Dependent variable”, Information Systems Research, 3 (1), s:88.

Seddon ve Kiew, DeLone ve McLean’ın modellerini geliştirme çağrısından yola çıkarak, 1994 yılında bu modeli test etmişler; sistem kalitesi, enformasyon kalitesi, kullanım ve kullanıcı tatmini değişkenleri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Kullanım (Use) değişkenini kullanışlılık ile değiştirmiş, kullanıcı bağlılığı değişkeni eklemiştir (Şekil 8). Modeli test ederken, üniversite muhasebe kayıt sistemini kullanan 102 kişi değerlendirmeye alınmıştır. 1995 yılında, Fraser ve Salter, aynı değerlendirmeyi yaparak benzer sonuçlar elde etmişlerdir (Seddon, 1997: 240-241).

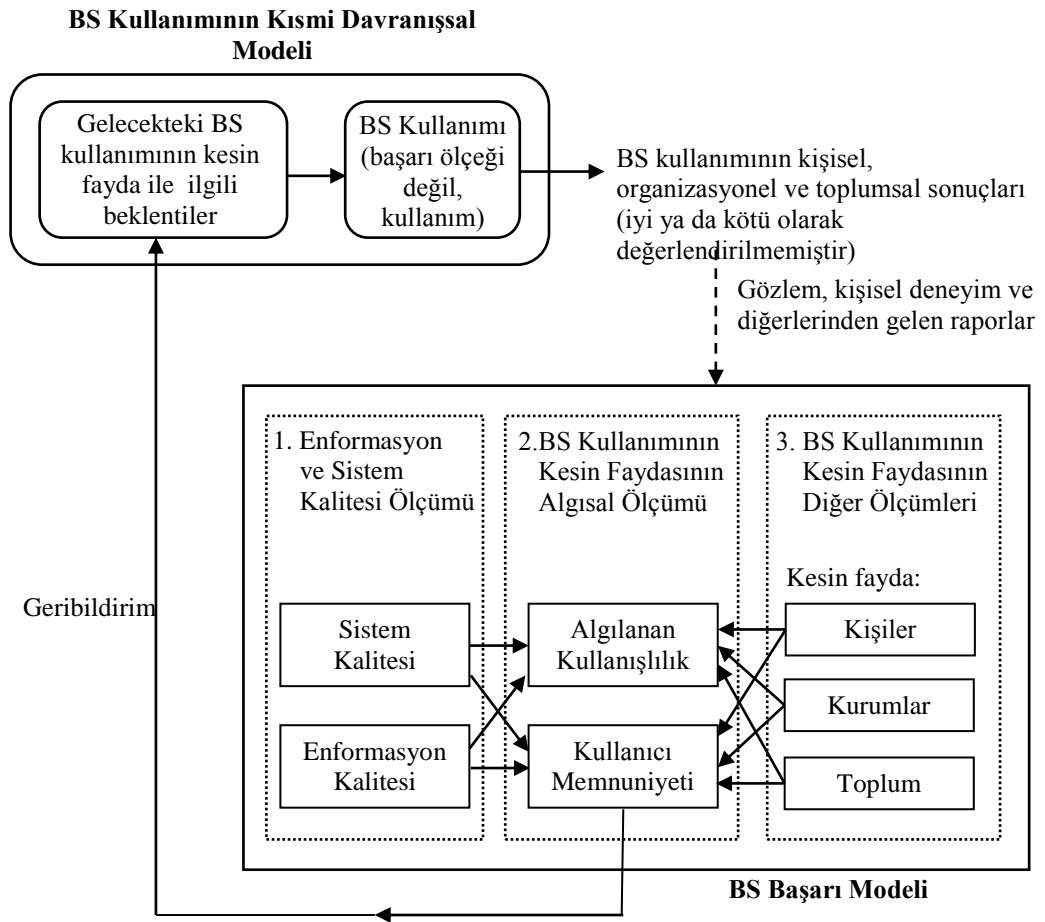


Not: Doğruluk Seviyeleri: *** $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$

Şekil 8. Seddon ve Kiew tarafından BS Başarı Modelinin geliştirilmesi

Kaynak: Seddon, P.B. (1997) “A Respecification and Extension of the DeLone and McLean Model of IS Success”, Information Systems Research, 8(3): 241

Seddon, bu model ile ilgili eleştirisinde, modelin temel zorluklarından birisini “kullanım” değişkeninin farklı anlamları olabileceği şeklinde belirtmiştir. Seddon’a göre “kullanım” değişkeni 1. kullanımın sağladığı faydaların temsilcisi, 2. gelecekteki bilişim sistemi kullanımına göre değişen bağımlı bir değişken, 3. kişisel ya da kurumsal etkiye öncülük eden süreçteki bir olgu anlamlarına gelebilmektedir. Seddon 1997 yılındaki makalesinde, DeLone ve McLean başarı modelinin tekrar düzenlenmiş bir versiyonunu sunmuştur (Şekil 9) (Seddon, 1997:245).



Şekil 9. BS Başarı Modelinin Seddon tarafından düzenlenmiş versiyonu

Kaynak: Seddon, P.B. (1997) “A Respecification and Extension of the DeLone and McLean Model of IS Success”, Information Systems Research, 8(3): 245

3.2. Kurumsal İletişimde Web Bilişim Sistemleri

Kurumsal iletişim aracı olarak web tabanlı bilişim sistemlerinden yararlanılmaktadır. Bu kapsamdaki temel araçlardan birisi kurumsal web siteleridir. Bu çerçevede internet ve web teknolojilerinin gelişim süreci ele alınmış, web bilişim sistemleri ile ilgili tanımlamalar ve kurumsal iletişimde web bilişim sistemlerinin kullanımı incelenmiştir.

3.2.1. İnternet ve Web Teknolojilerinin Gelişimi

Web'in gelişimi düşünüldüğünde ve web iletişim sürecinin bir parçası olarak ele alındığında, öncelikle internetin gelişimini incelemek gerekmektedir. İnternet kelimesi, arası ya da arasında anlamına gelen İngilizce "inter" sözcüğü ile, ağ anlamına gelen İngilizce "network" sözcüğünün kısaltılması olan net ekinin birleşimi sonucu oluşmuştur. İnternet milyonlarca insanı, enformasyon değişiminde bulunan bilgisayarlar aracılığı ile birbirine bağlayan bir iletişim ağıdır. Dünyadaki ilk bilgisayar ağı 1960'lı yılların sonunda Amerika tarafından desteklenerek geliştirilen ARPAnet olarak belirtilmektedir. İlerleyen yıllarda ARPAnet kapsamındaki bazı bilgisayarlar birbirlerine bağlanarak MILNET ağı oluşturulmuş, bunun sonucu olarak ise farklı ağlara sahip iki bilgisayarın enformasyon değişiminde bulunabileceği görülmüştür. Böylelikle bilgisayarları biraraya getirerek ağ oluşturulmasının yanında ağlar da birbirine bağlanmıştır. Bu durumu tanımlamak için de, anlamı birbirine bağlanmış ağlar seti olan "internetwork" sözcüğü geliştirilmiştir. Daha sonra ise bu sözcük kısaltılarak günümüzde kullanılan "İnternet" halini almıştır. Kullanmakta olduğumuz internet enformasyonel hizmetler ve iletişim hizmetlerini kapsamaktadır (Burnett, Marshall, 2003:46-47).

İnternetin yaratılması kapsamındaki en önemli aşamalardan biri de "world wide web" in keşfidir. 1991 yılında, Mayıs ayında, Tim Berners-Lee ve Robert Cailliau tarafından, İsviçre'deki CERN laboratuvarında HTML isimli belge formatı ve beraberinde de belge erişim protokolü olan HTTP piyasaya sunulmuştur. HTML, belge metinlerinin arasına resim ve grafiklerin koyulmasına imkan sağlamıştır. HTML protokolü, belirli kelimeler, cümleler ya da resimlerin okuyucuyu başka belgelere

yönlendirmesine olanak sağlayan hiper metnin uyarlanması ile oluşturulmuştur. HTML ve HTTP ile internet, multimedya belgelerinin birbirine referans olduğu çok büyük bir koleksiyon haline gelmiştir. Bu buluşun adı, yaratıcıları tarafından “www” olarak belirlenmiştir. İlk internet tarayıcısı olmamakla beraber, “www”nun çalışmasını sağlayan yazılım, Marc Andreessen tarafından oluşturulan “Mosaic” olarak belirtilmektedir (Mowery, Simcoe, 2002: 1378).

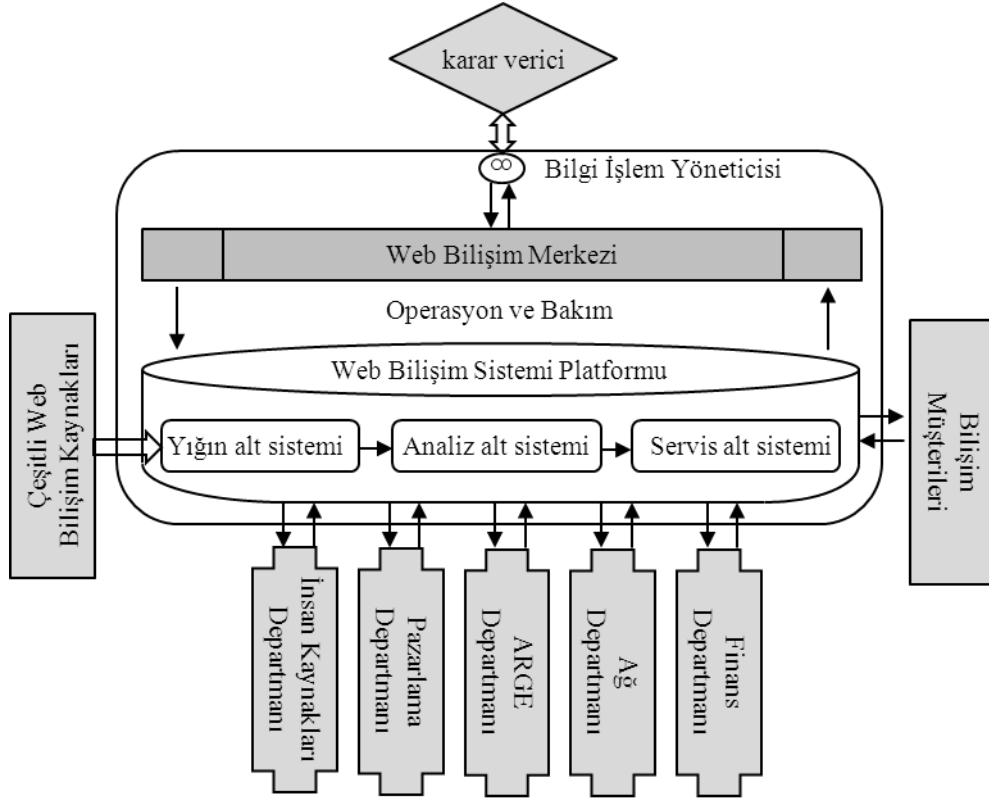
3.2.2. Web Bilişim Sistemleri ve Özellikleri

Bir veritabanı ile desteklenerek, web tarayıcıları aracılığı ile kullanıcı erişimi sağlanan bilişim sistemlerine “web bilişim sistemleri” denilmektedir. Sistemden verinin alınması ve veritabanının güncellenmesi için işlemlere gerek duyulmaktadır. Web erişimi olan her kişinin kullanıcı olma ihtimali olduğundan, web bilişim sistemlerinin tasarımında, kullanıcı davranışlarına yönelik tahminlere gereksinim duyulmaktadır (Schewe, Thalheim, 2005: 148,152).

Kurumlarda web bilişim sistemleri, internet, intranet ve bazı diğer ağ programlama dilleri ile tasarlanmakta ve kullanıma sunulmaktadır. Bir web bilişim sistemi 3 katmanlı bir ağ kurmalı ve geliştirmelidir. Bunlar:

- Kurum ağı (sistem fonksiyonlarının işleyişi kurum ağı yapısına ve personeline bağlıdır)
- Enformasyon ağı (sistemin işleyişinde temel rolü bulunmaktadır, enformasyonun toplanması, analizi ve enformasyon servisi olmak üzere 3 alt sistem içermektedir)
- İnsan ilişkileri ağı (kurumların değerli enformasyonu edinmeleri için önemli bir araçtır) olarak gruplandırılmaktadır (Guo, 2008:284-285).

Şekil 11’de kurumlardaki web bilişim sistemlerinin yapısı görülmektedir:



Şekil 11. Web bilişim sistemlerinin yapısı

Kaynak: Guo, W. (2008) “Development of Web information Systems of Corporation: An Exploring Research”, International Symposium on Intelligent Information Technology Application Workshops, 285

Web bilişim sistemleri kapsamında yer alan web sayfalarına, bir yazılım uygulaması olan web tarayıcıları ve www (World Wide Web) grafik arayüzleri aracılığı ile ulaşılmaktadır. İnternet sunucuları ağı (www) nın tarihçesine bakıldığında, 1991 yılında Tim Berners-Lee'nin webi keşfinden önce, internet üzerindeki içeriğe “Gopher” aracılığı ile ulaşıldığı belirtilmektedir. Gopher, internet sunucuları üzerinde dosyaların düzenlenmesi için hiyerarşik bir arayüz sunmaktadır (Valacich, Schneider, 2010:95).

3.2.3. Kurumsal İletişimde Web Bilişim Sistemlerinin Kullanımı

Stepherd ve Fell tarafından, kurumların internet teknolojilerini kullanımına yönelik 4 yönetim faktörü tanımlanmıştır (Sanchez, Donati, 2000: 90):

- İnternet hizmetinin dahili yönetimi
- Çalışanların eğitimi
- Yeni pozisyonların yaratılması
- Dışarı kaynaklı görevler ve kurum içi yönetilen görevler

Kurumsal iletişim, günümüz örgütlerinde, yönetimin bir fonksiyonu olarak önemli yere sahiptir. Yeni iletişim ortamlarının gelişimi, kurumlar ile paydaşları arasındaki iletişime kolaylık getirmiştir. Günümüzde birçok kurum, tanıtım ve paydaşlar ile iletişim kurmak için kurumsal web sayfalarını kullanmaktadırlar (Bilic, 2010:151).

Dünya çapında internet, e-posta göndermek/almak, haberleri okumak, tıbbi, siyasi ve da ekonomik bazı bilgilere ulaşmak, alışveriş yapmak gibi amaçlar doğrultusunda kullanılmaktadır. Kullanıcılar aynı zamanda web sayfaları, çevrimiçi sohbet odaları ve bloglar aracılığı ile kurumlar ile iletişim kurmaktadırlar (Argenti, 2006: 357).

1960'lı yıllarda, Marshall McLuhan gelişmekte olan yeni teknolojiler sonucu dünyanın “küresel köy” (global village) haline geleceği öngörüsünde bulunmuştur. Geçen zaman içerisinde, özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin, kurumsal iletişim uygulamalarına güçlü etkileri olmuştur. 19 Ocak 1996 yılında, New York Times gazetesinin web sayfasını oluşturmasının ardından, diğer gazeteler, dergiler ve kurumlar resmi web sayfalarını oluşturmaya başlamışlardır (Bilic, 2010:152). İnternetin ortaya çıkışı ile, kurumsal halkla ilişkilerin anlamı ve yöntemleri bazı değişiklikler göstermiştir. İnternet gibi teknolojiler, iletişimin küresel yönüne vurgu yapmaktadır (Ihator, 2001, Goodman, 2000). İnternet aracılığı ile günün her saati, kurumlar ile paydaşları arasında iletişim mümkün olmaktadır.

İnternet ve en önemli parçası olan web sayfalarının gelişimi ile, kurumlar ve paydaşları arasında yeni bir iletişim dönemi başlamış, tüm dünyadaki kurumların çoğu resmi web sayfaları oluşturmuş, web bilişim sistemleri kurumlar için vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Kurumlar web sayfalarını mevcut müşteriler, çalışanlar, yatırımcılar, medya ve tüm halk ile iletişim ve etkileşim adına kullanmaktadırlar. Web

sayfaları kurumlarda temel olarak kurumsal tanıtım ve çevrimiçi satış olmak üzere 2 amaç için kullanılmaktadır (Bilic, 2010:153).

Kurumlar için, web sayfasına sahip olmak büyük önem taşımaktadır; ancak web sayfalarını hazırlama aşamasına özen gösterilmelidir. Dijital müşterilerin istekleri ve beklentileri değişiklik gösterdiğinden, kullanıcıları memnun edecek, etkileşimli web sayfalarının oluşturulması için, gelişen bilişim teknolojileri, donanım, yazılım ve programlama dillerinin seçimi önem taşımaktadır (Özmen, 2009:39,41).

Kurumsal İletişim Enstitüsü'nün yakın dönemde gerçekleştirdiği bir araştırmanın sonuçları, internetin, etkilerinin 2 kat fazla görülmesi (strateji ve hızın bir arada olması vb.) özelliği ile tek olduğunu göstermektedir. İlgili literatür teorik olarak incelendiğinde, kurumsal web sayfaları ile yapılan iletişim çalışmalarının, modern stratejik kurumsal iletişim fonksiyonlarının gelişen biçimi olduğu görülmektedir (Bilic, 2010:153-154).

Kurumsal web sayfaları düşük maliyet, güncelleme kolaylığı ve etkileşim gibi üstünlüklere sahiptir. Kurumsal web sayfaları ile ilgili çalışmaların bir kısmı içerik analizine yoğunlaşırken diğer çalışmalar da web sayfası ziyaretçilerinin deneyim ve algılarını ele almaktadır. Olumlu web sayfası deneyiminin, iyi bir itibar, tekrar ziyaretlere teşvik, satış yapma, ve en önemlisi müşteri devamlılığını sağlama gibi özellikleri olduğu uzmanlarca tartışılmaktadır. Kullanıcıların kurum web sayfalarında olumlu deneyimler yaşaması; düzenli güncelleme, kullanıcılarda güncellemelerle ilgili farkındalık yaratma ve kullanıcı dostu tasarımlar kullanma ile mümkün olmaktadır. Web aracılığı ile iletişimde, etkileşim temel unsurdur (Waters, Lemanski, 2010:151-152).

Kurumlarda internet, bir tanıma ve tanıtma aracı olarak önemli etkiye sahiptir. Müşteriler ile hızlı ve kesintisiz iletişim kurmak, hedef kitleler ile ilgili enformasyon edinmek ve bu doğrultuda veritabanları oluşturmak, kurumun ürün ve hizmetlerinin tanınmasını sağlamak veya artırmak, iletişim faaliyetlerinin daha hızlı ve ekonomik olarak gerçekleştirilebilmesi, “olumlu fikir virüsleri yaratmak ve bunları etkili biçimde kullanmak”, oluşabilecek krizler ile ilgili gerekli önlemleri almak gibi avantajlar

sağlamaktadır. Vural ve Akıncı tarafından 2006 yılında gerçekleştirilen araştırmanın sonuçları, kurumların çoğunun web sayfalarının olumlu etkilerine inandıklarını göstermektedir (Akıncı Vural, Coşkun, 2006:180, 192). 2010 yılında yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre ise, müşterilerin kurumsal web sayfalarını kullanımı, kurum ile olan ilişkilerini ve kuruma olan güvenlerini artırmaktadır (Hong, Rim, 2010: 390).

Kurumsal bir web sitesi temel olarak şu unsurları içermektedir (Karayel Bilbil, 2008: 70):

- Genel şirket tanımları
- Ürün/hizmet tanımlamaları
- Şirket haberleri ve aktivite takvimi
- Yatırımcı bilgileri
- İş fırsatları
- İletişim bilgileri
- Ofis ve site haritası
- Geribildirim
- Sıkça sorulan sorular ve cevapları
- Arama motoru, site haritası, ihtiyaç duyulabilecek dosya indirme programları
- Gizlilik deklarasyonu

3.3. Web Bilişim Sistemlerinde Kullanılabilirlik

Web tabanlı geliştiren uygulamalarda temel amaç, kullanıcıların uygulamayı sorunsuz ve memnuniyet ile kullanabilmesi, işine katkı sağlanmasıdır. Bu kapsamdaki sistemlerin geliştirilebilmesinde kullanılabilirlik faktörü önemli noktalardan biridir.

3.3.1. Kullanılabilirlik Kavramı

ISO 9241 tanımına göre kullanılabilirlik *“bir ürünün belirlenmiş kullanıcılar tarafından, belirlenmiş hedeflere, etkililik, etkinlik ve memnuniyet kapsamında ulaşmak için, belirlenmiş kullanım şartlarında kullanılabilmesi”* olarak tanımlanmaktadır.

Etkililik, kullanım sonucu belirlenen hedeflere ulaşma derecesini, etkinlik bu hedeflere ulaşmada ihtiyaç duyulan kaynakları, memnuniyet ise kullanıcının kullanımı kabul edilebilir bulma derecesini ifade etmektedir (Quesenbery, 2003; Bevan, 1995: 1-2).

Kullanılabilirlik kavramı ile ilgili, ISO tarafından yapılan tanıma ek olarak en çok alıntı yapılan diğer bir tanım, 1993 yılında Nielsen tarafından yapılmıştır. Kullanılabilirliği bir ürün ya da sistemle kullanıcı arasındaki etkileşimi etkileyen etmenlerin birleşimi olarak ele alan Nielsen, daha kullanılabilir sistemlerin tasarlanması için:

- kolay öğrenilebilirlik,
- etkin kullanılabilirlik,
- hatırlanabilirlik,
- düşük hata oranı,
- kullanım memnuniyeti

faktörlerine önem verilmesi gerektiğini belirtmiştir (Nielsen, 1993: 26-27).

Kullanılabilirlik ile ilgili farklı alanlarda, birçok farklı çalışma yapılmış, kullanılabilirlik kavramı değişik bakış açıları kapsamında ele alınmıştır. Bu çalışmalardan birinde kullanılabilirlik için 5 boyut belirlenmiştir. Bunlar etkili, etkin, cazip, hata toleranslı, öğrenimi kolay olarak belirtilmiştir. Etkililik, kullanıcının amaçlarına ulaşma sürecindeki bütünlük ve tutarlılık; etkinlik, işin yapılma sürecindeki hız; caziplik, arayüz kullanımının memnun edici veya ilgi çekici olma düzeyidir. Hata toleransı, ürünün hataları ne kadar iyi engellediği ve oluşan hatalardan kullanıcıyı ne kadar iyi kurtardığı, öğrenim kolaylığı ise ürünün başlangıçtaki uyumu ve daha derin öğrenmeyi ne kadar desteklediği ile ilgilidir (Quesenbery, 2003).

Tablo 6’da kullanılabilirlik ile ilgili yapılan çeşitli tanımlardaki farklı nitelikler görülmektedir (Jeng, 2005: 49).

Tablo 6. Kullanılabilirlik Nitelikleri

Yazar	Nitelikler
Booth (1989)	Fayda, etkililik, öğrenilebilirlik, tutum

Brinck ve diğerleri (2002)	İşlevsel olarak doğru, verimli kullanım, kolay öğrenilebilir, kolay hatırlanabilir, hata toleransı, memnun edici
Clairmont ve diğerleri (1999)	Hedefe ulaşmak için bir ürünün başarılı bir biçimde öğrenilmesi ve kullanılması
Dumas ve Redish (1993)	Görevlerin hızlı ve kolayca yerine getirilmesi
Furtado ve diğerleri (2003)	Kullanım, öğrenim kolaylığı
Gluck (1997)	Kullanışlılık, faydalılık
Guillemette (1995)	Görevlerin yerine getirilmesinde hedef kullanıcılar tarafından etkili biçimde kullanılması
Hix ve Hartson (1993)	Başlangıç performansı, uzun vadeli performans, öğrenilebilirlik, gelişmiş özellikte kullanım, ilk izlenim, uzun vadeli kullanıcı memnuniyeti
ISO (1994)	Etkileycilik, etkililik, memnuniyet
Kengeri ve diğerleri (1999)	Etkileycilik, sevilebilirlik, öğrenilebilirlik, kullanışlılık
Kim (2002)	Arayüz etkileyciliği
Nielsen (1993)	Öğrenilebilirlik, etkililik, hatırlanabilirlik, hatalar, memnuniyet
Oulanov ve Pajarillo (2002)	Etki, etkililik, kontrol, yardımseverlik, uyarlanabilirlik
Shackel (1986)	Etkileycilik, öğrenilebilirlik, esneklik, kullanıcı tutumu
Usability.gov (Amerika Sağlık ve İnsan Servisleri Departmanı)	Öğrenme kolaylığı, kullanım etkinliği, hatırlanabilirlik, hata sıklığı ve büyüklük derecesi, öznel memnuniyet

Kaynak: Jeng, J. (2005) “What is Usability in the Context of the Digital Library and How Can It Be Measured”, Information Technology and Libraries, s:49

Lee ve Koubek tarafından 2010 yılında yapılan, web sayfaları ile ilgili bir çalışmada ise kullanılabilirlik, kullanım öncesi kullanılabilirlik ve kullanıcı performansı olmak üzere 2 kriter kapsamında değerlendirilmiştir. Kullanım öncesi kullanılabilirlik, kullanıcıların bir web sayfasının, asıl kullanım öncesi temel özelliklerini gördüklerinde algıladıkları kullanılabilirliği; kullanıcı performansı ise kullanıcıların belirli bir süredeki aktivitelerinin sonucunu ve belirli bir görevi yerine getirmedeki başarı derecelerini ifade etmektedir (Lee, Koubek, 2010: 330).

Fang ve Holsapple tarafından Karar Destek Sistemleri ile ilgili yapılan bir çalışmada, kullanılabilirliği etkileyen kullanıcıya ilişkin özellikler tanımlanmıştır (Fang, Holsapple, 2007: 478):

- Kişisel
 - Kullanım gerekçesi
 - Kabiliyet
 - Bilgi/deneyim
 - Fiziksel özellikler
 - Ekonomik durum
 - Yakınlık (çalışan, tüketici)
 - Dil akıcılığı
 - Aşinalık (eski kullanıcı, yeni kullanıcı)
- Rol
 - Ekonomik durum (bütçe boyutu)
- Bağlantı
 - İş kategorisi (yönetici, mühendis)
 - Görev gereksinimleri
 - Eğitim gereksinimleri
 - Görevlendirilen diğer sistemler
 - Ağ
 - Donanım (kapasite, hız)
 - Yazılım (işletim sistemi, tarayıcı)

3.3.2. Kullanılabilirlikte Memnuniyet Faktörü

Kullanılabilirlik kriterlerinde yer alan “memnuniyet” faktörü, 1997 yılında yapılan ISO 9241-11 tanımında da yer almaktadır. Hornbaek tarafından yapılan, 2000 ve 2001 yılında yayınlanan kullanılabilirlik ölçümünün yer aldığı makalelerin incelendiği araştırmanın sonuçlarına göre, makalelerin %62’sinde memnuniyet ölçümü yer almaktadır (Hornbaek, 2006). Memnuniyet sözcüğü, Türk Dil Kurumu sözlüğünde “memnun olma, sevinç durma, sevinme” olarak tanımlanmaktadır (TDK Sözlük). Bu sözcüğün İngilizcede karşılığı olan “satisfaction” kelimesi ise Cambridge “Online” sözlükte “istenilen bir şey elde edildiğinde veya istenilen bir şey yapıldığında hissedilen keyif” olarak tanımlanmaktadır (Cambridge Dictionaries Online).

ISO 9241-11 memnuniyeti “rahatsızlıktan gelen özgürlük ve ürün kullanımına olan olumlu tutumlar” olarak tanımlamaktadır. ISO/IEC FCD 25010, yazılım ürünlerinde kalite ölçümünde kullanılabilirlik niteliklerinin bulunduğu bir model içermektedir. Memnuniyet kavramı, ISO/IEC 25010’da, tüm kullanıcı deneyimini kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Memnuniyet, ISO/IEC 25010 kullanılabilirlik tanımının bir parçasını oluşturmaktadır. Buradaki memnuniyet tanımı ise, amaçların elde edilmesi, keyif, güven, rahatlık niteliklerini içermektedir. Bevan, Sheldon ve arkadaşları tarafından ele alınan 10 insan gereksiniminden 7 tanesinin ISO/IEC FCD 25010 ile ilişkisini Tablo 7’deki gibi göstermiştir. Bu gereksinimler, yeterlilik-etkililik, ilişki-ait olma, etki-popülerlik, öz-gerçekleştirme-anlam, keyif-teşvik, güvenlik-kontrol, fiziksel gelişim, otonomi-bağımsızlık, öz saygı, para-lüks olarak belirtilmektedir (Bevan, 2010; Sheldon, Elliot, Kim, Kasser, 2001).

Tablo 7. İnsan Gereksinimleri ve ISO/IEC 25010 ile İlişkisi

Gereksinim	Tanım	ISO/IEC FCD 25010
Yeterlilik-etkililik	Kişinin eylemlerinde kendini yeterli ve etkili hissetmesi	Amaçları elde etme
İlişki-ait olma	Kişinin kendisini önemseyen insanlar ile düzenli ve yakın bir ilişki içinde olduğunu hissetmesi	

Etki-popülerlik	Kişinin sevildiği ve saygı duyulduğunu, başkaları üzerinde etkisi olduğunu hissetmesi	Keyif
Özgerçekleştirme-anlam	Kişinin güçlerini geliştirdiğini ve hayatı anlamlı kıldığını hissetmesi	
Keyif-teşvik	Kişinin zevk duyduğunu hissetmesi	
Güvenlik-kontrol	Kişinin güvende ve hayatının kontrolünün elinde olduğunu hissetmesi	Güven
Fiziksel gelişim	Kişinin vücudunun sağlıklı olduğunu ve ona iyi bakıldığını hissetmesi	Rahatlık

Kaynak: Bevan, N. (2010) “Extending the Concept of Satisfaction in ISO Standards”, **International Conference on Kansei Engineering and Emotion Research**, Paris.

Kullanıcı memnuniyeti ile ilgili yapılan araştırmalar uzun yıllar önce başlamıştır. İlk yapılan çalışmalardan birisi, 1983 yılında Bailey ve Pearson tarafından, kullanıcı memnuniyetini ölçmek için bir araç geliştirme girişimidir. Kritik olay geliştirme görüşmesi tekniğini kullanarak memnuniyeti etkileyen faktörleri tanımlamaya çalışmışlardır. Bu görüşmeler ve literatür taraması sonucu 39 faktör tanımlanmış ve daha sonra anket formu geliştirilmiştir. İlerleyen sürede ise, anket formu eleştirilmiş ve bu doğrultuda analizler yaparak geliştirilmiştir (Griffiths, Johnson, Hartley, 2007: 144).

Memnuniyet faktörünün ölçüm açısından bazı zor yönleri bulunduğu ifade edilmektedir. Bunlar şu şekilde sıralanmıştır (European Primer on Customer Satisfaction Management, 2008: 15):

- Sabit değildir ve zamanla değişiklikler göstermektedir. Yeni deneyimler ve değişen farkındalık düzeyleri ulaşılacak memnuniyet derecelerini değiştirecektir.
- Ölçümden önceki, sonraki ve ölçüm anında yaşanabilecek karışık deneyimler sebebi ile karmaşık olabilmektedir.
- Değişken olan toplumsal bağlam içinde gerçekleşmektedir.
- Memnuniyet nedenlerini ifade etmek zor olabilir.
- Memnuniyetsizlik nedenlerini ifade etmek daha kolay olabilir.

3.3.3.Kullanılabilirlik Mühendisliği

Kullanılabilirlik alışmaları kapsamında, “kullanılabilirlik mühendisliği” alanı ile ilgili yapılan araştırmalara da rastlanmaktadır. Ülkemizde çok fazla kullanılmayan bu kavramla ilgili yapılan bir çalışmada, insan-bilgisayar etkileşimi mühendisliği ile aynı anlamı taşıdığı belirtilmektedir. Kullanılabilirlik mühendisliği, insanların kullanımı için etkileşimli hesaplama sistemlerinin tasarımı, değerlendirilmesi, uygulanması ve bunları çevreleyen temel fenomenlerin incelenmesi ile ilgilenen bir disiplin olarak tanımlanmaktadır (Folmer, Bosch, 2004: 61-62)

Nielsen’e göre kullanılabilirlik mühendisliği, ürün geliştirme döneminde gerçekleşen bir adımı değil, ürünün yaşam döngüsü boyunca devam etmesi gereken işlemler toplamını ifade etmektedir. Bu kapsamda mühendislik yaşam döngüsü için aşağıdaki aşamaları önermiştir (Nielsen, 1993: 72):

- Kullanıcıyı tanıma: planlanan kullanıcılar ve kullanım ile ilgili inceleme
- Rekabetçi analiz: var olan ürünlerin analizi
- Hedef belirleme: kullanılabilirlik özellikleri için performans seviyelerinin düzenlenmesi
- Paralel tasarım: farklı tasarımcıların ilk tasarımlar ile ilgili paralel süreçlerde alışması
- Katılımcı tasarım: kullanıcıların tasarım sürecine dahil edilmesi
- Tüm ara yüzlerin koordineli tasarımı: tüm kullanıcı ara yüzlerinin tutarlılığından emin olunması
- Kılavuzlar ve bulgusal değerlendirme: bulgusal değerlendirme için arka planda genel, kategoriye özel ve ürüne özel kılavuzların kullanılması
- Prototip alışması: erken kullanılabilirlik değerlendirmeleri için sistemin hızlı üretilmiş versiyonları
- Deneysel test: arayüzün kullanıcı testi ile değerlendirilmesi
- Tekrarlayan tasarım: deneysel test sonucu tanımlanan kullanılabilirlik problemleri dikkate alınarak yeni ara yüzlerin retilmesi

- Kullanım sonrası geribildirim: ürünün piyasaya sunulmasından sonra kullanılabilirlik verilerinin toplanması

Nielsen'in "Kullanılabilirlik Mühendisliği" kitabında yer verdiği bu adımlar, kullanılabilir, kabul edilebilir ve kullanım memnuniyeti ile sonuçlanan sistemler oluşturulması adına önem taşımaktadır.

3.3.4. Web Bilişim Sistemleri ve Kullanılabilirlik

Bilişim sistemleri ile ilgili araştırmalar, bilişim teknolojileri haricinde de çok geniş bir kapsamda ele alınmaktadır. Bilişim sistemleri, insan, süreç, teknoloji ve kurumların, kişisel, grupla ilgili ve kurumsal çıktılarının geliştirilmesi amacı ile bir araya getirilmesini kapsamaktadır (Lowry, Zhang, Zhou, Fu, 2010: 297).

Web tabanlı bilişim sistemleri kullanımı kapsamında enformasyona en hızlı ve en uygun yol ile ulaşma beklentisi bulunmaktadır. Fakat bu sistemlerin bazıları halen kullanıcıda memnuniyetsizliğe sebep olabilmektedir. Bilgisayar bilimi, bilişim bilimi ve insan-bilgisayar etkileşimi bilimi uzmanları tarafından web bilişim sistemlerinde bulunan tasarım sorunlarının çözülmesi için çalışmalar yapılmaktadır. Bu sistemlerin hizmet kalitesinin ölçümünde en çok kullanılan araçlar 1988 yılında oluşturulan ServQual modeli ve bu modelin web tabanlı bilişim sistemleri için değiştirilmiş versiyonudur. ServQual modeli çok sayıda akademisyen ve uygulayıcı tarafından kullanılmakta fakat bazı çalışmalarda fazla kapsamlı olmadığı için sistem kalitesini ölçmede yetersiz kaldığı gerekçesi ile eleştirilmektedir (Öztekin, Nikov, Zaim, 2009: 2038).

Web tabanlı uygulamalar için kullanılabilirlik kavramı, güvenilirlik ve güvenlik gibi en önemli kalite faktörlerinden birisi olarak tanımlanmaktadır. Web uygulamaları enformasyon değişiminde omurga görevi gördüğünden, ürün ve hizmet sunumunda birincil yöntem olarak kullanılmaktadır. Kullanıcıların bu uygulamaları kullanırken deneyimledikleri kolaylıklar ve zorluklar, uygulamaların başarı veya başarısızlık durumunu göstermektedir. Bu kapsamda web bilişim sistemleri için oluşturulan

kullanılabilirlik ölçüm metotları kritik ve eleştirilen bir konu haline gelmiştir (Fernandez, Insfran, Abrahao, 2011:789).

1990'lı yıllarda webin gelişimi sonucu web sayfalarının kullanılabilirliğini arttırmak için birçok farklı öneri oluşturulmuştur. İlk zamanlarda web sayfaları, müşterilerin ilgisini çekmede yararlı olacak fırsatlar sunduğunun algılanmaması sebebi ile, basılı araçlar olan ilan ya da broşürler gibi tasarlanmıştır. İlerleyen zamanlarda kullanılabilirlik kapsamında, tasarım, içerik tasarımı ve sayfa tasarımı gibi bileşenlerin geliştirilmesi üzerine odaklanılmaya başlanmıştır (Massey, Khatri, Montoya-Weis, 2007: 279).

Satış, eğitim ya da bilgilendirme gibi farklı amaçlar kapsamında oluşturulan web sayfalarının doğru işlemesi için, son kullanıcı ihtiyaçları doğrultusunda geliştirilmesi gerekmektedir. Kullanılabilirlik üzerine odaklanması, kullanıcı memnuniyetsizliğinin engellenmesine ve web sayfalarının işlevselliğinin geliştirilmesine katkıda bulunacaktır. Bu sebeple web kullanılabilirlik rehberi/standartları olmasının faydalı olabileceği belirtilmektedir (Chen, Germain, Yang, 2009: 953).

2010 yılında John Pogas web kullanılabilirliği adına yapılmaması gereken 5 hata tanımlamıştır. Bu hatalar; kullanıcının soru sorma gibi işlemlerden önce kayıt olma zorunluluğu, farklı şekillerde soru sorma bölümlerinin bulunmaması, basılı kurum broşürlerinin yüklenme hızını düşürecek şekilde, değiştirilmeden web sayfasına yerleştirilmesi, web sayfası ile ilgili yalnızca bilişim uzmanlarının yetkilendirilmesi ve en çok kullanılan tarayıcılar vb. gibi ilgili faktörlerin güncel durumunun takip edilmemesi olarak belirtilmiştir (Pogas, 2010:18).

2009 yılında yayınlanan bir bildiriye kullanılabilirlik ve web kullanılabilirliği ile ilgili önceki makalelerde yer alan tanımlar ele alınmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, kullanılabilirlik ve web kullanılabilirliği ile ilgili yaklaşık 11 nitelik bulunduğu bildirilmektedir. En çok ele alınanları öğrenilebilirlik, etkililik, kullanıcı ile ilgili özellikler, kullanıcı tutumu/memnuniyeti ve verimlilik olan bu niteliklerin açıklamaları aşağıdaki gibidir (Chen, Germain, Rorissa, 2009):

Öğrenilebilirlik: Kullanıcının vakit kaybetmeden işlem yapmaya başlayabilmesi amacı ile sistemin, öğrenim ve kullanım açısından kolay ve sezgisel olarak anlaşılır olması.

Verimlilik: Kullanıcının sistemi öğrenip kullanmaya başladığında performansta artış olması için sistem kullanımının verimli olması.

Etkililik: Sistemin işlevsel olarak hatasız ve faydalı olması, kullanıcıların işlemlerini tamamlayıp hedeflerine ulaşmalarına olanak sağlaması.

Hatırlanabilirlik: Kullanıma ara verildiğinde unutulup tekrar öğrenme ihtiyacının oluşmaması için sistem kullanımının hatırlanması kolay olması.

Düşük hata oranı: Kullanıcıların yıkımsal hataları daha az yapmaları ve yaptıkları hataları kolayca geri alabilmeleri için sistemin hata oranının düşük olması.

Tutum/Memnuniyet: Kullanıcıların sistemi sevmeleri için sistem kullanımının sıkıcı olmaması.

Yararlılık: Kullanıcıların içeriği/enformasyonu ihtiyaçları ve görevleri adına yararlı bulmaları.

Kontrol/Esnelik: Sistemin çeşitli araçlar kullanılarak işletilmeye, uyarlanmaya ve bireyselleştirmeye elverişli olması ve çeşitli uygulamalar ile uyumlu olması.

Kullanıcı ile ilgili özellikler: Sistemin kullanıcıların enformasyon işleme kapasitesi, zihinsel modeli, bilgi-beceri seviyesi ve demografik özelliklerine uygun olması.

Bağlam/Amaç: Sistemin yer aldığı çevre ve kullanıcının sistemi kullanım amacı.

Arayüz/Tasarım: Sistem ya da web sayfası arayüzünün tasarım unsurları, tasarımın uyumluluğu gibi teknik ve görsel tasarım faktörleri.

Kullanılabilirlik kavramına bazı kaynaklarda, “kullanıcı merkezli tasarım” olarak da yer verilmektedir. Web sitelerinde kullanılabilirliğin temelinde ziyaretçilere karşı nazik olunarak, istediklerini yapmalarının ya da bulmalarının kolaylaştırılması bulunmaktadır. Bu kapsamdaki bir web sitesi restorandaki bir garsona benzetilmiştir. Yardım gerektiğinde kullanıcının yanında olan, yardım gerekmediğinde ise yolundan çekilerek işlemleri yapmasına izin veren bir sistem söz konusudur. Sempatik olmalı ve kullanıcının deneyimine izinsiz dahil olmamalıdır. Yine aynı kaynaktan kullanılabilirliğin esasları olarak açıklık, hız, geribildirim ve hatasızlık belirtilmiştir (McIntire, 2008: 21-22).

3.3.4.1. Web Sitelerinde Kullanılabilirliğin Değerlendirilmesi

Kurumsal web sitelerinin temel görevlerinden biri, sağlayıcı ile site kullanıcıları arasında vasıta görevi görmektir. Kurumlar web sitelerinin müşteriler, rakipler ve ortaklar ile ilgili bilgi toplamadaki önemini farkındadırlar. Ayrıca kurumsal web siteleri ile, kullanıcıların kurum aktiviteleri, ürünleri ve hizmetleri ile ilgili bilgileri almalarını kolaylaştırmak amaçlanmaktadır. Bu sebeple, kurumsal bir web sitesinin yüksek kullanılabilirlikte oluşturulması önem taşımaktadır (Fang, Holsapple, 2007: 476).

Kullanılabilirlik ile ilgili çalışmalar yapan ilk yazarlardan olan Shackel, kullanılabilirliğin 2 yönü olduğunu belirtmektedir. Bir tarafta sistemin kullanıcı özellikleri ile ilgili olması, diğer tarafta ise etkileşimin tarafsız ölçümü yer almaktadır. Bu iki özelliğin nasıl ölçülebileceği ile ilgili açık bir ifadeye yer vermeyen Shackel, bir sistemin kullanılabilir olması için 4 düzeyde başarılı olması gerektiğini belirtmiştir. Bu düzeyler, etkililik, öğrenilebilirlik, esneklik ve tutumdur (Folmer, Bosch, 2004: 66).

Kullanılabilirlik ile ilgili yapılan çalışmalarda, değerlendirme için farklı araçlar ve teknikler kullanılmaktadır.

Kullanılabilirliğin değerlendirilmesinde kullanılan temel anket ölçüm yöntemlerinden bazıları QUIS (questionnaire for user interface satisfaction), ISONORM 9241/10, SUMI (software usability measurement inventory), MUMS (measuring the

usability of multi-media software), PUEU (perceived usefulness and ease of use), NHE (Nielsen's heuristic evaluation), PSSUQ (post-study system usability questionnaire), ASQ (after scenario questionnaire), PUTQ (purdue usability testing questionnaire) ve WAMMI (website analysis and measurement inventory) olarak belirtilmektedir (Folmer, Bosch, 2002: 70, Green, 2005: 23).

Ayrıca, Green tarafından belirtilen temel ölçüm yöntemleri ve tanımları Tablo 8'de görülmektedir (Green, 2005: 23).

Tablo 8. Kullanılabilirlik Ölçüm Yöntemleri

Kullanılabilirlik ölçüm	Yazar	Tanım
QUIS (Questionnaire for User Interface Satisfaction)	Chin, Diehl, Norman, 1988; Harper, Norman, 1993	Etkileşimli bilgisayar sistemlerinde kullanıcı değerlendirmesi için tasarlanmıştır.
ISONORM 9241/10	Prümper, Anft, 1993	ISO 9241 10.bölüm ilkelerindeki 5 maddeden oluşturulmuştur.
SUMI (Software Usability Measurement Inventory)	Kirakowski, Corbett, 1994; Kirakowski, 1996; H.F.R.G.	SUMI, kullanıcıların yazılımın genel kalitesi ile ilgili algı ve duygularını belirlemek amacıyla geliştirilmiştir.
MUMMS (Measuring the Usability of Multi-Media Software)	H.F.R.G.	Multimedya yazılımları hedef alınmıştır.
WAMMI (Website Analysis and MeasureMent Inventory)	H.F.R.G.	Web sitelerinde kullanılabilirlik ve kullanıcı memnuniyetini ölçmede kullanılan kısa ve güvenilir bir araçtır.
Computer Usability Satisfaction Questionnaire	Lewis, 1995	Kullanılabilirlik değerlendirmesinin farklı aşamalarında kullanılan kamuya açık anket formları serisidir.
PUTQ (Purdue Usability Testing Questionnaire)	Lin ve diğerleri, 1997	İnsan bilgisinin işlenmesi teorisine dayanarak, yazılım kullanılabilirliği ile ilgili 8 insan faktörü değerlendirmesi tanımlanmıştır.

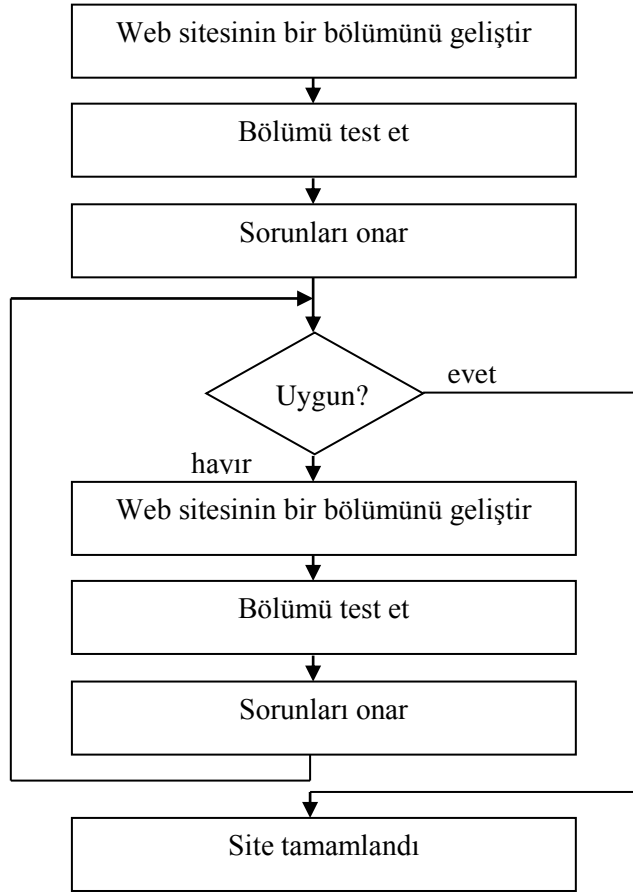
IsoMetrics	Gediga ve diğeri, 1999	Özetleyici ve biçimlendirici bir değerlendirme ve yapının belgelenmesi için kullanılabilirlik verisi toplar.
------------	---------------------------	--

Kaynak: Green, D.T. (2005) “The Inclusion of Web Site Usability in an Electronic Commerce Acceptance Model”, Southern Illinois University Carbondale, Doktora Tezi, s.23.

Kullanılabilirlik değerlendirmesi için 3 çeşit metot belirlenmiştir. Bunlar aşağıdaki gibidir (Zhang, 2007: 210):

- Model/Ölçübirim tabanlı: Kullanılabilirlik ölçümleri için ilgili araç ya da modelin kullanımı.
- Deneme yapma: Kullanıcıların sistem kullanımı sırasında gözlenmesi, sorunların belirlenmesi için verilerin toplanarak analiz edilmesi.
- Denetleme: Kullanıcı arayüzünün yeniden gözden geçirilerek sorunların saptanmaya çalışılması.
- Sorgulama: Kullanılabilirlik sorunlarının iç yüzünü anlamak için kullanıcılar ile iletişim kurulması.

Web sitesinin kullanılabilirliğinin test edilmesindeki adımlar Şekil 12’deki döngüde gösterilmektedir. Buradaki adımlar web sitesini tamamlamadan önce gerçekleştirilmelidir.



Şekil 12. Kullanılabilirlik testi süreci

Kaynak: MCINTIRE, P. (2008) “Visual Design for the Modern Web”, New Riders, United States of America, s: 23.

3.3.5. Web Kullanılabilirliği ile İlgili Yapılan Araştırmalar

Web sitelerinin ve web bilişim sistemlerinin kullanılabilirliği ile ilgili ulusal ve uluslararası olarak birçok araştırma yapılmıştır. Bu çalışmalardan son yıllarda yapılanlardan bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

3.3.5.1. Uluslararası Araştırmalar

2011 yılında Dickinger ve Stangl tarafından yapılan araştırmada, seyahat eden kişilerin web siteleri ile etkileşimlerinin nasıl olduğunu ve hangi web siteleri için bu kişilerin sürekli kullanıcılar haline geldiği incelenmiştir. Çalışmada, web sitelerinin performansı için alternatif ve geliştirilebilir, teorik bir model önerilmiştir. Bu model yapısının 8 boyutu bulunmaktadır. Bu boyutlar; sistem erişilebilirliği, kullanım

kolaylığı, fayda, navigasyonel sorgulama, web sitesi tasarımı, içerik kalitesi, güven ve hoşlanmadır. Araştırma kapsamında seyahat eden 455 kişilik örneklem grubuna değerlendirme anketleri uygulanmıştır. 316 kişilik ikinci bir örneklem grubu ile de bulguların çapraz geçerliliği yapılmıştır (Dickinger, Stangl, 2011).

Web kullanılabilirliği değerlendirme yöntemleri ile ilgili Fernandez ve arkadaşları tarafından yapılan bir çalışmada ise, son 14 yılda web uygulamalarını değerlendirmeye yönelik uygulanan yöntemler araştırılmıştır. İnceledikleri araştırmaların % 39'unda yalnızca Web için geliştirilmiş yöntemler kullanıldığı, kullanıcı testi kapsamına giren yöntemlerin çoğunluğu oluşturduğu görülmüştür. Çalışmanın sonuçlarına göre, araştırmaların % 90'ında değerlendirme, tamamlama aşamasında yapılmıştır. Çalışmada, bu aşama değişikliklerin yapılması açısından maddi olarak en fazla gideri olan aşama olduğunda, bu durum araştırmalardaki eksiklik olarak ele alınmıştır (Fernandez, Insfran, Abrahao, 2011: 789).

36 farklı işletme kategorisindeki web sitelerinin kapsama alındığı bir diğer araştırma, öğrenciler için önemli web kullanılabilirlik faktörlerini tanımlamaya yönelik olarak yapılmıştır. 2011 yılında yayınlanan araştırmada, 400 katılımcı ile çalışılmış, 7 adet kullanılabilirlik faktörü test edilmiştir. Her katılımcının 40 farklı web sitesi seçerek değerlendirdiği bu kapsamlı çalışmadaki faktörler önem sırası ile; renk ve yazı tipi kullanımı, web sitesindeki hedeflerin anlaşılabilirliği, web sitesinin güvenilirliği, grafik ve multimedya kullanımı, etkileşim, web navigasyonunun kolaylığı ve sitenin yüklenme hızı olarak belirtilmiştir. Sonuçlara göre her işletme tipinin farklı faktörlere sahip olduğu belirtilmiştir. Araştırmada özellikle yalnızca öğrenciler ile çalışılmış, ayrıca öğrencilerin web kullanılabilirliği ile ilgili tercihleri diğer internet kullanıcılarının tercihleri ile kıyaslanmış, öğrenciler için daha kullanılabilir web siteleri tasarlanması için önerilerde bulunulmuştur (Nathan, Yeow, 2011: 151, 172).

2009 yılında ise web tabanlı bilişim sistemlerinin kullanılabilirliği için değerlendirme yönteminin önerildiği bir araştırma yayınlanmıştır. Bu yöntem, web tabanlı hizmet kalitesi ile bilişim sistemlerinde kullanılabilirlik boyutlarının birleştirilmesi ile oluşturulmuştur. "UWIS" olarak adlandırılan yöntemin, kalite ile

kullanılabilirlik arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya çıkardığı belirtilmektedir. Önerilen yöntemin oluşturulması kapsamında, 179 üniversite öğrencisi ile çalışılmış, ServQual kalite ölçüm modeli ile Nielsen ve ISO 9241-10 tarafından oluşturulan kullanılabilirlik faktörleri temel alınmıştır (Öztekin, Nikov, Zaim, 2009: 2038, 2049).

2010 yılında, e-ticaret web sitelerine yönelik bir çalışma yayınlanmıştır. 10 katılımcı ile 9 “online” kitabevinin araştırma kapsamına alındığı çalışmada, kullanım öncesi algılanan kullanılabilirlik, bir görevin tamamlanma süresi ve tasarım özelliklerinin kullanıcıların e-ticaret web siteleri ile ilgili tercihlerine olan etkileri incelenmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre: 1.kullanım öncesi kullanılabilirlik ile görev tamamlama süresi arasında ilişki bulunmaktadır; 2. kullanım öncesi kullanılabilirlik ve tercih arasındaki ilişki, görev tamamlama süresi ve tercih arasındaki ilişkiden büyüktür; 3. kullanım sonrası yapılan, tasarım özellikleri ile ilgili değerlendirmeler birbiriyle bağıntılıdır; 4. kurumsal yapının, kullanıcı tercihi üzerinde, renk ve tipografi gibi estetik özelliklerden daha fazla etkisi bulunmaktadır (Lee, Koubek, 2010: 329).

2012 yılında yayınlanan, kullanılabilirlik uzmanlarının kullanılabilirlik ile ilgili tanımlamalarını incelemek adına yapılmış bir çalışmada, Çin, Danimarka ve Hindistan’dan 24 uzman ile görüşülmüştür. Çalışmanın sonuçlarına göre uzmanlar kullanılabilirliği fayda ve tecrübe kapsamında tanımlamakta, ayrıca kurumsal ya da çevresel düzeyde değil bireysel düzeyde ele almaktadırlar. Bunlara ek olarak üç farklı ülkeden olan uzmanların kullanılabilirlik ile ilgili anlamlandırmalarının birbiri ile benzer olduğunun görüldüğü belirtilmiştir (Hertzum, Clemmensen, 2012: 26).

3.3.5.2. Ulusal Araştırmalar

Çakmak ve arkadaşlarının 2011 yılında yayınlanan çalışmaları kapsamında web siteleri için kullanılabilirlik ölçeği geliştirilmiştir. Çalışma kapsamında Gazi Üniversitesi Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulu öğrenme yönetim sistemi web sitesini kullanan 245 öğrenciye geliştirilen form uygulanmıştır. Yapılan istatistik testleri ile soruların geçerlik ve güvenilirliği değerlendirilmiştir. Analizler sonucu, 4 faktörden oluşan 25 maddelik bir “kullanıcı algısına dayalı web sitesi kullanılabilirlik ölçeği”

geliştirmişlerdir. Geliştirilen ölçek, 239 uzaktan eğitim öğrencisine uygulanmış ve sonuçlar değerlendirilmiştir (Çakmak, Güneş, Çiftçi, Üstündağ, 2011: 31).

2009 yılında, Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü web sayfası örneği ile web sayfası kullanılabilirliği ile ilgili bir çalışma yapılmıştır. Bölüm web sayfası kullanıcısı olan farklı düzeyde yedi denek ile gerçekleştirilen araştırmada web sayfasının kullanımı ile ilgili sorular sorulduğu, sesli düşünme tekniği ile veriler elde edildiği, tıklama sayıları ile yanıtlama sürelerinin kaydedildiği belirtilmiştir. Bu çalışmanın amacı kullanıcıların web sayfası ile ilgili olumlu ve olumsuz görüşlerinin yanında beklentilerini de ölçmek olarak belirlenmiştir. Araştırmanın sonuçlarının ise web sayfasının yeniden düzenlenmesinde kullanılacağı belirtilmektedir (Çakmak, Özenç Uçak, 2009: 278, 294).

2011 yılında, Yeniad ve arkadaşları tarafında yapılan, e-öğrenme amaçlı hazırlanan bir web sitesinin kullanılabilirliği ile ilgili bir araştırma yayınlanmıştır. Bunun için hem öğrenci hem de akademisyenlerden oluşan bir katılımcı grubu ile çalışıldığı, katılımcıların web sitesinde otantik görevleri gerçekleştirme süreçlerinin bilgisayarda kaydedildiği ve iki katılımcının göz hareketlerinin izlendiği belirtilmektedir. Çalışmanın amacına kullanılabilirlik sorunlarının belirlenmesi ve bunlara çözüm önerileri getirilmesi olarak yer verilmektedir. Ayrıca çalışmada, farklı kullanılabilirlik yöntemlerinin bir arada kullanılması ile elde edilen verilerin birbirini desteklediği vurgulanmaktadır (Yeniad, Mazman, Tüzün, Akbal, 2011: 147, 167).

Abant İzzet Baysal Üniversitesi web sitesinin kullanılabilirliğinin saptanması amacıyla, öğrencilerin katıldığı bir başka araştırma da 2011 yılında yayınlanmıştır. “WAMMI (Website Analysis and Measurement Inventory)” ölçeğinin kullanılarak verilerin toplandığı araştırmanın bulgularına göre memnuniyetsizlik, sitede gezinme zorluğu, sitenin yavaş oluşu ve kullanıcıları rahatsız edecek özelliklere sahip olduğu belirtilmiştir (Ateş, V., Karacan, H., 2009: 33). Ayrıca, yine “WAMMI” kullanılabilirlik değerlendirme ölçeğinin kullanıldığı bir çalışma, 2011 yılında, Gazi Üniversitesi Bilişim Enstitüsü Web Sayfasının kullanılabilirliğinin ölçülmesi amacıyla yapılmıştır (Işık, Karakış, Güler, 2011).

4. BİLİŞİM SİSTEMLERİNİN KULLANILABİLİRLİĞİNDE TEKNOLOJİ KABULÜ

Bu bölümde öncelikle teknoloji kavramı ele alınmıştır. Bu çerçevede teknolojinin gelişimi, teknoloji ile ilgili farklı yaklaşımlar ve teknoloji yönetimi, ayrıca enformasyon toplumunun gelişimi ve bu kapsamda bilişim teknolojileri incelenmiştir. Daha sonra ise araştırmada kullanılan ölçeklerden biri ile ilgili olarak Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisinin oluşturulma aşaması ele alınmıştır. Bu aşamada öncelikli olarak geliştirilen teknoloji kabul modelleri de incelenmiştir.

4.1. Teknoloji Kavramı ve Gelişimi

Teknoloji kelimesinin kökeni, eski Yunanca dilinde inşa etmek, zanaat, yapmak anlamlarını taşıyan “tekhne” sözcüğüne dayanmaktadır. Bu sözcük aynı dilde bilgi anlamını taşıyan “logos” sözcüğü ile birleştirilmiş ve teknoloji kavramı ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda bakıldığında teknoloji sözcüğü “üretim bilgisi” anlamını taşımaktadır. Teknoloji kavramı “bilimsel ve diğer sistematik bilgilerin pratik alanlarda sistemli bir şekilde uygulanması”, “üretim faaliyetlerinde bulunurken insanların kullandığı yol ve yöntemler”, “insanın çevresini değiştirmek için sahip olduğu ve kullandığı tekniklerin tümü” gibi benzer şekillerde tanımlanmaktadır (Tuncel, 2010:21; Doğan,2010:41). Türk Dil Kurumunun teknoloji tanımı ise “bir sanayi dalı ile ilgili yapım yöntemlerini, kullanılan araç, gereç ve aletleri, bunların kullanım biçimlerini kapsayan uygulama bilgisi, uygulamaya bilimi” ve “insanın maddi çevresini denetlemek ve değiştirmek amacıyla geliştirdiği araç gereçlerle bunlara ilişkin bilgilerin tümü” şeklindedir (TDK Sözlük).

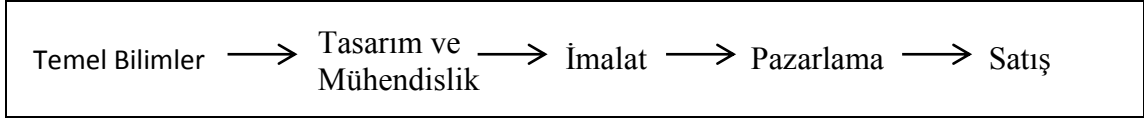
James B. McOmber’e göre, teknoloji kelimesi, 3 yaklaşım kapsamında tanımlanabilmektedir. Bunlardan ilki teknolojiyi toplumsal ve kültürel faktörlerden bağımsız, yalnızca bir araç olarak ele alır. Diğer tanım Batı’daki sanayileşme süreci kapsamında yapılırken, üçüncü tanım ise teknolojiyi insanın hayal gücünün son noktası olan bir yenilik olarak ele almaktadır. Akademik çalışmalarda çoğunluklu sanayileşme sürecini temel alan tanım kullanılmaktadır (Hepkon, 2011: 133).

Teknoloji evriminin insanlık tarihinin biçimlenmesinde büyük etkisi olduğu ve bu biçimlenme kapsamında, özellikle aşağıdaki 5 alandaki teknolojik başarıların, büyük değişimlerin kaynağı olduğu belirtilmektedir (Kiper, 2004:63):

- Yiyecek üretimi
- Metal üretimi ve şekillendirilmesi
- Ulaşım metotları
- Enerji üretim ve kullanım yöntemleri
- İletişim ve bilgi kayıt yöntemleri

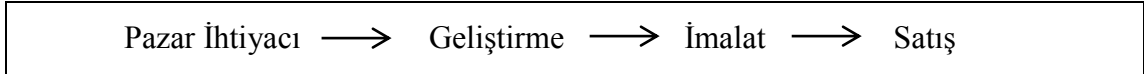
Teknolojinin uygulanması aşamasında değişim, süreçlerin yeniden tasarlanması, personel eğitimi, kurum kültürünün yeniden biçimlendirilmesi, kurumsal yapının düzenlenmesi, ödül sisteminin oluşturulması, yeni bir izleme ve değerlendirme sisteminin geliştirilmesi gibi gereklilikleri getirmektedir. İnsanların değişime karşı duruş doğası, günlük rutin işlerin yarattığı baskı, finansal sorunlar, başarısız olma korkusu ve yorgunluk gibi faktörler değişimi zorlaştıran etmenlerdendir. Kurum içerisinde farklı birimlerde aynı yaklaşım ile uyumlu olarak uygulanması, sonuçların hemen görülebilmesi için uygulamaya hızla geçilmesi, yönetimin gelen tepkilere duyarlı olması, değişimin faydaları ile ilgili sürekli bilgilendirme yapılması, yetki ve sorumlulukların devredilerek çalışanların katkı sağlayabileceği bir kültür oluşturulması değişimin başarılı sonuçlanmasında yardımcı olacak faktörlerdendir (Bayhan, 2004:297).

Tarihsel süreçte teknolojinin gelişimi ile ilgili 2 yaklaşım öne sürülmüştür. Teknoloji İtme yaklaşımına göre (Şekil 13), teknoloji bilimin uygulamalı şeklidir. Bilimde yaşanan gelişmeler yeni teknolojilerin kaynağını oluşturmaktadır. Bu kapsamda, teknolojinin gelişmesi için üniversiteler ve Ar-Ge kurumları büyük önem taşımaktadır. Diğer bir yaklaşım olan Pazar Çekme yaklaşımına göre (Şekil 14) ise teknolojik gelişmeler müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ortaya çıkmaktadır (Karadal, Türk, 2008: 60).



Şekil 13. Teknoloji İtme yaklaşımı

Kaynak: Karadal, F., TÜRK, M. (2008) “İşletmelerde Teknoloji Yönetiminin Geleceği”, **Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi** 1(1), s. 60.



Şekil 14. Pazar Çekme yaklaşımı

Kaynak: Karadal, F., TÜRK, M. (2008) “İşletmelerde Teknoloji Yönetiminin Geleceği”, **Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi** 1(1), s. 60.

İlerleyen tarihlerde ise yeni modeller öne sürülmüştür. Bunlar; *Eşleştirme Modeli*, *Entegre Model* ve *Öğrenme Modeli* olarak belirtilmektedir. *Eşleştirme Modeli*, Teknoloji İtme ve Pazar Çekme modellerinin birleşiminden oluşmaktadır. Fikir geliştirme, ar-ge, prototip üretim, imalat ve pazarlama-satıştan oluşan klasik ürün geliştirme zinciri kullanılarak ve pazar aşamaları, yeni teknolojiler, yeni ihtiyaçlar gibi gelecek ile ilgili öngörüler vurgulanarak gerçekleştirilmektedir. 1980’li yıllar itibari ile ise, uluslararası pazarlardaki rekabet artmıştır. Küreselleşme hız kazanmış, küresel pazarlara en yeni ve yararlı ürünleri olabilecek en düşük maliyetle sunmak önem kazanmıştır. Bazı yazarlar tarafından “eş zamanlı mühendislik” olarak da isimlendirilen *Entegre Model* kapsamında şirket kaynakları ile tasarım, geliştirme, pazarlama, üretim, servis ve satışlardaki tecrübesi dizayn çevriminde olabildiğince erken bir araya getirilerek başarılı yeni ürünler yaratmak için çalışılmaktadır. Bu model, pazar veya müşteri ihtiyacını karşılayacak yüksek kaliteli, düşük maliyetli ürünlerin dizaynı, üretimi, geliştirilmesi ve dağıtılması için uygulanabilmektedir. 1990’lı yıllardan itibaren de küresel pazardaki rekabet oldukça fazla artış göstermiştir. Bu yüzden işletmelerin bu rekabet ortamında var olabilmeleri, “öğrenme” ve “yaratıcılık” kavramları sayesinde olabilmektedir. *Öğrenme Modeline* göre, işletmenin etkileşim içinde olduğu iç ve dış

dinamiklerden öğrenme temeline dayanmaktadır. Bu dinamikler işletme içi ve işletme dışı öğrenme kaynakları olarak sınıflandırılabilir (Karadal, Türk, 2008: 60-62).

Kurumsal olarak, iş sistemleri içerisinde teknolojinin kullanım türleri aşağıdaki gibidir (Betz, 2011: 88):

- Ürün teknolojileri: ürün ve hizmetlerin tasarımında kullanılır.
- Üretim teknolojileri: imalat ve hizmet tesliminde kullanılır.
- İşlem teknolojileri: işlemlerde kullanılır.
- Bilgi teknolojileri: iş faaliyetlerini bilgilendirmek için kullanılır.
- İletişim teknolojileri: iletişimde kullanılır.
- Sermaye teknolojileri: finansal faaliyetlerde kullanılır.

Başka bir kaynakta ise işletmelerde teknolojinin kullanımının 3 şekilde sınıflandırılabilirliği belirtilmektedir. Bunlar; işletme için temel nitelikte olan teknolojiler, önemli yeni rekabet anlayışı sunan teknolojiler ve devrimsel olma potansiyeline sahip teknolojilerdir (Semiz, Okay, Emirza, 2008: 62-63).

Teknoloji ile ilgili tartışılan konulardan biri, yeni teknolojilerin nasıl ortaya çıktığı, nelerin yeni teknoloji olarak sayılabildiği ile ilgilidir. Brian Arthur “Teknolojinin Doğası” isimli kitabında, yeni teknolojilerin yeni ilkeler kullanılarak oluştuğunu belirtmiştir. İlke ise bir kavramın kullanımındaki etki veya olgu fikri olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda, yeni bir ilke ile geliştirilen yeni bir teknolojinin temelini, bir etkinin yeni ya da farklı bir kullanımı oluşturmaktadır. Yeni teknolojiler için “icat” sözcüğünü de kullanan Arthur, “...icat, bir ihtiyacın başarıyla üstesinden gelebilmek için bu ihtiyacı belirli bir etkiyle bağlamaktan oluşur” tanımını yapmıştır. Bu ihtiyacın ise 2 yolla ortaya çıktığını belirtmektedir. Bu yollardan ilkinde, bu ihtiyacın dışarıdan bir uyarıcının etkisi ile değil, teknolojinin kendi içerisinden kaynaklandığı belirtilmektedir. Bu kapsamda uçak tasarımı ile ilgili verilen bir örnek, uçak tasarımcılarının 1920’li yıllarda daha yüksek irtifalarda ve daha ince havalarda, çok daha yüksek bir hıza ulaşabildiklerini fark etmeleri ile ilgilidir. Fakat bu irtifalardaki pistonlu motorların yeterli oksijeni çekme konusunda sorun yaşadığı,

pervanelerin etkisinin azaldığı, bu sebeple pervane ve pistondan farklı bir ilkeye ihtiyaç duyulmaktadır. Jet motorunun iki yaratıcısı Frank Whittle ve Hans von Ohain, eski piston ve pervane ilkesinin kısıtlamalarının farkında olduklarından, bunları teknik bir sorun olarak yeniden ifade ederek, bu kapsamda bir güç ünitesi aramışlar, çözüm yolları üretmişler, yani ihtiyacı iyi tanımlanmış bir soruna dönüştürmüşlerdir. Dolayısıyla sorun uygun bir çözüme ulaşmak için öne çıkmakta ve zihin soruna odaklanmış hale gelmektedir (Arthur, 2011: 122-126).

Yeni bir teknolojinin oluşmasındaki ikinci yaklaşım kapsamında ise bir olgudan yola çıkılmaktadır. Bu kapsamda kullanımdaki bir etki, bir amaca bağlanır. Etki fark edilir ya da ortaya konulur ve kullanım fikri ileri sürülür. Yine ilkeyi işleyen bir teknolojiye dönüştürmek için destekleyici parça ve bölümler ile ilgili çalışma gerekmektedir. Buna örnek olarak da Alexander Fleming'in 1928 yılında küfün içerisindeki bir maddenin bir çeşit bakterinin büyümesini engellediğini ve bunun enfeksiyonların tedavisinde kullanılabileceğini ileri sürmesi verilebilmektedir. Fleming bu ilkeyi, Birinci Dünya Savaşında doktorluk yaptığı sürede, enfeksiyon sebebiyle birçok kayıp yaşanmasına şahit olması sonucu görebilmiştir (Arthur, 2011: 134).

Her yeni teknolojinin ömründe 4 aşamalı bir süreçten bahsedilmektedir. Birincisi teknolojinin bir buluş, süreç ya da yönetim tarzı olarak ortaya çıktığı *doğuş dönemi*; yeni teknolojinin tanıtımının yapıldığı, uygulama alanı bulduğu ve çeşitli faydalarının sağlandığı *gelişme dönemi*, teknolojinin genelde bilindiği ve kullanıldığı **olgunlaşma dönemi** ve teknolojiye alternatiflerin ortaya çıktığı, kullanım alanının azaldığı *gerileme ve sona erme* dönemleridir (Semiz, Okay, Emirza, 2008: 62).

4.1.1. Teknoloji ile İlgili Yaklaşımlar

İnsanın zihinsel gücünün toplumsal hayata yansması olan teknolojinin tarihi, insanla başlamaktadır. İnsan var olduğu günden itibaren, çevresini değiştirmeye ve diğer canlıları egemenliği altına almaya çalışmaktadır. Birinci Sanayi Devriminin ürünü olan buhar makinasının bulunmasına kadar geçen süreçte teknoloji çok yavaş gelişme göstermiştir. Günümüzde ise büyük bir hızla gelişen teknolojinin çevredeki, toplumdaki ve insandaki etkileri de hızla artmaktadır. Teknolojik gelişmelerin bir sorunu çözerken,

başka alanlarda bazı sorunları beraberinde getirdiği düşünülmektedir (Gürdoğan, 2011: 15-17).

Teknoloji, modernite ürünlerinin tipik bir örneği olarak modern toplum ve kültürü simgelemektedir. Teknoloji sanayi devriminden itibaren, içeriğini, toplumsal etkilerini ve sahasını aralıksız olarak genişletmeyi sürdürmüştür. Toplum, doğa ve bilim kapsamında teknolojiye geçiş, modern toplumu modern öncesi toplumdan ayıran örneklerden bazılarıdır (Kim, 2011: 54).

“Teknoloji, insani amaçlar için doğayı yönlendirmenin bilgisidir. Bilim doğayı anlar, teknoloji ise doğayı güçlendirir.” Bu tanımlamalara kitabında yer veren Frederick Betz, teknolojiyi bilim ve doğa kapsamında ele almaktadır. Bilim için “doğanın keşfi ve açıklanması”, doğa için ise “tecrübe edilebilir evren fenomeninin temel niteliklerinin bütünü” tanımlarını yapan Betz, bilim ile teknoloji arasındaki temel bağlantının ikisinin de doğa ile uğraşması olduğunu belirtmektedir. Teknolojik değişimler ise her zaman toplumsal değişimleri zorunlu kılmaktadır (Betz, 2010: 4-5).

Teknolojinin toplumsal etkileri kapsamında teknolojik iyimserlik ve teknolojik kötümserlik olmak üzere iki farklı görüş yer almaktadır.

Teknolojik İyimserlik (Teknolojik Determinizm)

Bu görüşe göre, teknoloji doğal, teknolojik değişme de doğal bir süreçtir. Teknolojik iyimserliğin en ileri boyutu, teknoloji hayranlığı (technophilia) olarak adlandırılmaktadır. Bu kavram ise, gerekliliğine bakılmadan, bütün yeni teknolojilerin kullanılarak, güç simgesi gibi gösterilmesi olarak tanımlanmaktadır (Kabakçı, Odabaşı, 2004: 21).

Teknolojik Kötümserlik

Bu görüş, teknoloji aracılığı ile bazı egemen güçler tarafından insanların ve doğanın denetlendiğini savunmaktadır. Bu sebeple toplumun sömürülerek ele geçirilmeye başlanacağı görüşü bulunmaktadır. Teknoloji, kullanıcılarda sürekli tüketime, uyuşukluk ve bağımlılığa neden olmaktadır. Teknoloji kötümserliğinin en ileri

boyutu da teknoloji korkusu (technophobia) olarak adlandırılmakta, teknolojiye uyum sağlayamama, teknolojik ürünlere karşı korku ve kaygı hissetme olarak tanımlanmaktadır. Bu korkuya sahip kişiler ise bütün teknolojilerden uzak durmaya çalışmaktadırlar (Kabakçı, Odabaşı, 2004: 21).

Bu görüşler doğrultusunda, teknolojinin olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğu görülmektedir.

Freud, “Civilization and Its Contents (Medeniyet ve Hoşnutsuzluklar)” adlı eserinde, teknolojik ve bilimsel gelişmelerin yüzeysel olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Freud teknolojinin olumlu etkilerini aşağıdaki gibi ifade etmiş, aynı eserde olumsuz etkilere de yer vermiştir (Postman, 2006: 16):

“Bir insan şunu sorabilir: Benden yüzlerce kilometre uzakta yaşayan çocuğumun sesini duymam ya da mümkün olan en kısa zamanda arkadaşımın uzun ve zor yolculuğunu kazasız belasız atlattığını öğrenmem, memnuniyetimin ve mutluluğumun artmasına vesile değil mi? Tıbbın bebek ölümlerini ve doğum sırasında enfeksiyon kapma riskini büyük ölçüde azaltmış olması ve hatta ortalama hayatı bir hayli uzatmış olması bir şey ifade etmiyor mu?”

Naisbitt ise teknolojik olarak zehirlenmiş bir bölge içerisinde yaşadığımızı belirtmiş ve bu bölgenin özelliklerine aşağıdaki gibi yer vermiştir (Naisbitt, 2004: 13):

- Beslenmeye kadar her alanda hızlı çözümler tercih edilmektedir.
- Teknolojiden korkulur ya da teknolojiye tapılır.
- Gerçek ve sahte bulanık olarak görülür.
- Şiddet normal kabul edilir.
- Teknoloji oyuncak gibi sevilir.
- Yaşamlar mesafeli ve çılgın bir hal alır.

Enformasyon teknolojileri ile ilgili yanlış bilinenlerden bazıları ise aşağıdaki gibidir (Marx, 1996; Kesim Güven, 2008:78):

- Müdahaleci teknolojiden rahatsız olanlar suçlu olanlardır yanılgısı.

- Kişisel bilgilerin herhangi bir ofis eşyası gibi satılabileceği bir şey olduğu yanılgısı.
- Verilerin toplanmak veya dağıtılmak üzere beklediklerine dair yanılgı.
- Gerçeklerin kendi kendilerine var olduklarına dair yanılgı.
- Teknoloji güçlendikçe göreceli olan gizlilik beklentilerimizin azalacağına dair yanılgı.
- Bir değer dünya nüfusunun yalnızca küçük bir kesiminde uygulanabiliyorsa önemsizdir şeklindeki yanılgı.

Teknoloji, insanoğlunun çevresini yönetme gereksinimi doğrultusunda sürekli değişim göstermektedir. Teknoloji üretme becerisi insanı diğer canlılardan ayıran önemli bir özellik olarak nitelendirilebilmektedir. Mesthen'e göre teknoloji, sosyal değişimi fırsatlar yaratma ve bireyler ve toplumlar için yeni sorunlar oluşturma yolları ile eyleme geçirmektedir. Bu bakış açısına göre, toplumlarda değer değişimine neden olan teknolojinin temel misyonu toplumları sosyal değişime zorlamaktır. Mesthen ve aynı yaklaşımları içeren çalışmalar yapan Norman, teknolojik değişimlerin rastlantısal olarak oluştuğunu vurgulamaktadırlar. Littler'in görüşüne göre ise, teknolojik gelişme bir diğerini tetikler ve teknolojik değişimler zinciri oluşur (Çalgüner, 2008).

Bu tür yaklaşımlar, "gereksinim çekmesi" ve "teknoloji itmesi" bakış açıları kapsamında değerlendirilebilir. Gereksinim çekmesi bakışına göre kullanılan teknolojiler büyük ölçüde sosyal ve ekonomik baskıların sonucu iken, teknoloji itmesi bakışına göre teknolojik değişimler, değişimleri tetiklemek ve kendi kullanımlarına yönelik fırsatlar oluşturmak amacı ile uygulamalı bilimlerin sınırlarını zorlamaktadır. Teknolojiyi açıklayan geleneksel yaklaşım "gereksinim" ve "yarar" faktörlerinin üzerinde durmakta, bazı farklı yaklaşımlarda yalnızca "insan gereksinimleri" vurgulanmaktadır. Dolayısıyla teknolojinin gelişiminin açıklanmasında "gereksinim" faktörü önem taşımaktadır (Çalgüner, 2008).

Teknoloji ile ilgili olarak yapılan, zıt iki uçta bulunan yorumlara karşı, kendileri için "teknogerçekçi" ya da "teknoloji eleştirmeni" ifadelerini kullanan 12 yazar bir araya gelerek, 12 Mart 1998'de "teknogerçekçilik" hareketini başlatmışlardır. Bu

hareket teknolojik iyimserlik ve kötümserlik arasında dengeli bir yaklaşım oluşturma amacıyla gerçekleştirilmiştir. Teknogerçekçilik, teknoloji korkusu ve teknoloji hayranlığı arasında bir denge noktası olarak ifade edilmekte, teknolojiden uzak durulmaması gerektiğini fakat aynı zamanda teknolojiye hayran da olunmaması gerektiğini savunmaktadır. Teknogerçekçilik ile ilgili zaman içerisinde 8 ilke geliştirilmiştir (Kabakçı, Odabaşı: 2004: 21-25):

1. Teknoloji nötr bir olgu değildir.
2. İnternet, bir devrim fakat bir ütopya değildir.
3. Hükümetler, elektronik boyutu sınırlandırmada önemli hak ve sorumluluklara sahiptir.
4. Enformasyon bilgi değildir.
5. Eğitim kurumlarına internet ağına bağlamak, eğitim sorunlarını tamamen çözmez.
6. Enformasyon korunmalıdır.
7. Hava kamunundur ve frekans spektrumları kamu yararına kullanılmalıdır.
8. Teknolojiyi anlamak, küresel yuttaşlığın önemli bir bileşenidir.

4.1.2. Teknoloji Yönetimi

Teknoloji yönetimi, bir kuruluşun stratejik ve işlevsel amaçlarının şekillendirilmesi ve gerçekleştirilmesi kapsamında, teknolojik kabiliyetlerin geliştirilmesinin planlanması, yönlendirilmesi, kontrolü ve koordinasyonunu içeren bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca aşağıdaki maddeleri içermektedir (Liao, 2005: 381):

1. Teknoloji becerilerinin geliştirilmesi için planlama,
2. Anahtar teknolojiyi ve ilgili alanları tanımlama,
3. “Yapma” ya da “satın alma” gibi süreçlerde karar verme,
4. Teknoloji becerilerinin geliştirilmesinin yönlendirilmesi ve koordinasyonu için kurumsal mekanizmalar oluşturulması.

Teknoloji yönetiminin aşamaları ise aşağıdaki gibi belirtilmektedir (Semiz, Okay, Emirza: 2008: 63):

1. Yeni teknoloji seçimi: teknolojik planlama için sürecin oluşturulduğu, ölçülebilir sonuçların hesaplanarak kontrolün sağlandığı dönemdir.
2. Yeni teknolojiye uyum: yeni teknolojiye geçiş sürecinde iş tanımları, üretim akışı ve iş gören farklılaşması olduğundan, yönetici, çalışan ve çevre için yeni teknolojinin etkilerinin olumlu olması sağlanmalıdır.
3. Ürün ve pazarın geliştirilmesi: Ürünlerin pazar stratejileri ile uyumlu üretilebilmesi için işletmenin finansman, mühendislik yetenekleri, ürün çeşitlendirme becerisi, üst yönetimin yetenekleri ve organizasyon yapısı gibi faktörlerde gerekli yeterliliğe sahip olması gerekmektedir.

Teknoloji yönetimi ile ilgili 2 yaklaşım bulunmaktadır. *Mikro yaklaşım*, teknolojinin firma kapsamında planlanması, koordinasyonu ve yönlendirilmesini içerirken, diğer bir yaklaşım olan *makro yaklaşım* ülke genelindeki teknolojik tahmin, planlama, bilim-teknoloji politikasının tespiti, uygulanması ve kontrolü ile ilgilidir. Mikro yaklaşımda temel amaç, firmanın karını ve üretimini artırmak için teknik imkanlarla insan gücünün koordine edilmesiyle yönetim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesidir. Makro yaklaşımdaki amaç ise, ülkenin sosyo-ekonomik kalkınma hedeflerine uygun biçimde bilim-teknoloji planlaması, politika belirlenmesi, teknolojik yatırımlar ve teknolojik altyapıyla ilgili faaliyetlerin gerçekleştirilmesidir. Teknoloji yönetiminin kapsamındaki konular aşağıdaki gibidir (Doğan, 2010: 46-47):

1. Teknolojik Tahmin
2. Teknolojik Planlama
3. Teknolojik Risk Analizleri
4. Ar-Ge Yönetimi
5. Teknolojik Yeniliklerin Yönetimi
6. Teknolojik Rekabet Stratejileri
7. Teknoloji Transferi
8. Teknolojinin Ticarileştirilmesi

9. Mühendislerin ve Bilim Adamlarının Yönetimi

10. Teknoloji ve Kurumsal Değişimler

Teknoloji yönetimi ile ilgili ilk çalışmaların 1989 yılında Allen ve Varghese, yine 1989 yılında Adler tarafından yapıldığı belirtilmektedir. Daha sonra 2000’li yıllara kadar çalışmalar azalmış, 2000’li yıllarda tekrar artış göstermiştir. Son 20 yılda “Uluslar arası Teknoloji Yönetimi Birliği (IAMOT-International Association for Management of Technology)” ve “Portland Uluslar arası Mühendislik ve Teknoloji Yönetimi Merkezi (PICMET-Portland International Center for Management of Engineering and Technology)” gibi kuruluşların oluşturulması, yapılan yayınlarda ve ilgili eğitim programlarındaki artış gibi faktörler sonucu Teknoloji Yönetimi kendi ayakları üzerinde duran bir disiplin haline gelmiştir. Teknoloji Yönetiminin farklı coğrafyalarda ele alınış biçimine Tablo 9’deki gibi yer verilmiştir (Cetindamar, Wasti, Ansal, Beyhan, 2009: 45-47; Pilkington, Teichert, 2006: 298).

Tablo 9. Teknoloji Yönetiminin Ele Alınmasında Coğrafi Farklılıklar

Kuzey Amerika	Avrupa	İngiltere	Dünyadaki diğer bölgeler
Dinamik kuruluşlar	Birleşmeler ve öğrenme	Operasyon stratejisi	Yayıma
Kaynağa dayalı inceleme	Öğrenen örgütler	Inovasyon süreci	Pazar
Teknoloji stratejisi	Kaynağa dayalı inceleme	Masaüstü bilgisayarlar ve elektronikler ile ilgili örnek olay incelemeleri	Yeniliklere uyum
Gelişim ve yayılma	Bilgi yönetimi Patentler Araştırma-Geliştirme ağlarının ölçülmesi	Belirsizlik durumunda Araştırma-Geliştirme yanıtları	Ulusal sistemler ve farklılıklar

Kaynak: Pilkington, A., Teichert, T. (2006) “Management of Technology: Themes, Concepts and Relationships”, Technovation 26:288-299.

Teknik yönetimden farklı olan teknoloji yönetiminin bazı avantajları aşağıdaki gibidir (Karadal, Türk, 2008: 63):

- Disiplinler arası uygun bilgiyi birleştirmek,
- Teknoloji, organizasyon ve yönetim arasında, makro bakış açısı geliştirmek,
- Kendi teknik orijininin sınırlarını aşan, teknoloji bakış açısı sınırı yaratmak,
- Hem endüstriyel hem de endüstriyel olmayan alanlarda kullanılabilir, teknoloji yönetimi becerileri geliştirmek.

Teknoloji yönetimi, işletmeye teknolojik alanda üretim teknolojisi, ürün teknolojisi ve yönetim teknolojisi konularında sürekli öğrenme, geliştirme ve gelişen teknolojileri takip etme becerisi kazandırması ile ortaya çıkabilecek içsel ya da dışsal sorunlara karşı daha duyarlı olmasını ve bu sorunlardan an az zararla kurtulmasını sağlayabilmektedir (Doğan, 2010: 47).

4.1.3. Enformasyon Toplumu ve Bilişim Teknolojileri

Enformasyon toplumu sürecinde bilimsel bilgi ve teknoloji ile ilgili büyük gelişmeler yaşanmıştır. Öncelikle iletişim teknolojileri olmak üzere, teknoloji ve bilim alanındaki ilerlemeler, “bilgi” ye büyük güç kazandırmıştır. Günümüzde bilgi, ekonomiden siyasete birçok alanı etkilemektedir. Siyasal ve ekonomik açıdan güçlü olan ülkelerdeki kazanımların, bilim ve teknoloji alanındaki gelişmeler sonucu elde edildiği belirtilmektedir. Enformasyon toplumu, donanımlı ve vasıflı insan sermayesi, beyin gücü, küresel oluşumları takip etme ve gerçekleştirme, hızlı değişim ve dönüşüme uyum sağlama gibi esaslara dayanmaktadır (Şentürk, 2008:488).

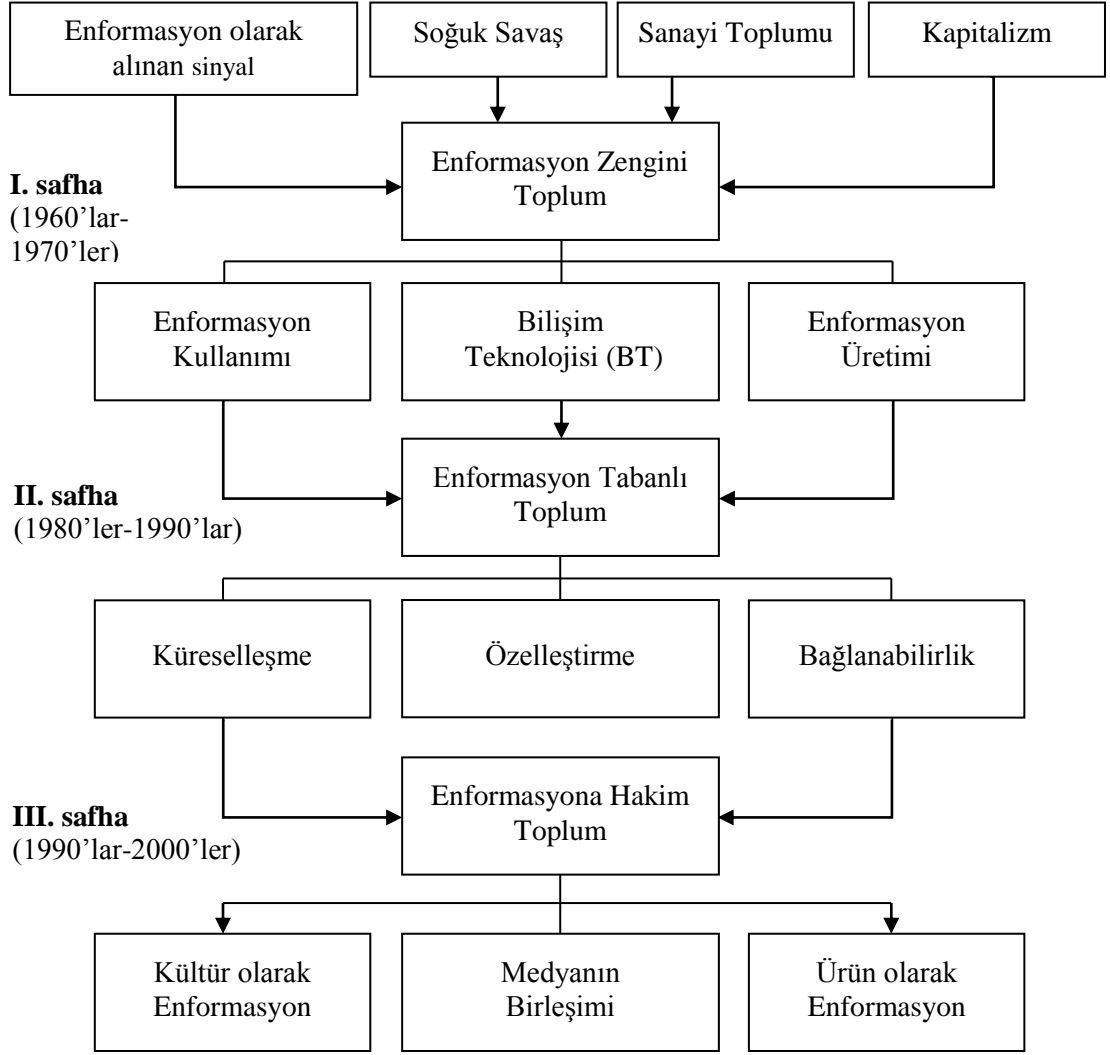
Joneji Masuda'nın “Plan for an Information Society: A National Goal Toward 2000” adlı raporunda enformasyon toplumu kavramının ilk kez 1971 yılında kullanıldığı kabul edilmektedir (Güven, 2007: 35).

Enformasyon toplumunun tanımının ekonomik ve kültürel olmak üzere iki yüzü bulunmaktadır. Avrupa Komisyonu “enformasyon, enformasyon toplumundaki en önemli maldır” diyerek ekonomik tarafın üzerinde dururken, “gelişen entelektüel yaratıcılığın beraberinde getiren bir toplum” tanımını yaparak kültürel olarak ele almıştır. Castells ise enformasyon toplumunun soyut enformasyonu işlemenin maddesel gücü ile toplumun anlamlı bir kültürel kimlik arayışı arasındaki tarihsel gerilime dayandığını belirterek iki bakış açısı arasında bağlantı kurmuştur. Kellerman ise enformasyon toplumunda üretim ve tüketim olmak üzere 2 temel süreç olduğunu belirtmiştir. Bu süreçler, bilgisayar, telekomünikasyon cihazları, internet siteleri, televizyon programları gibi araçları ve enformasyonu kapsamaktadır. Şekil 14’de enformasyon toplumunun oluşumdaki 3 aşama görülmektedir. Bu aşamaların açıklamaları ise aşağıdaki gibidir: (Kellerman, 2000: 537).

Enformasyon Zengini Toplum: Bu aşama kapsamında, bilişim teknolojilerinin gelişmesi ile enformasyon üretimine ve kullanımına verilen önemde artış yaşanmıştır.

Enformasyon Tabanlı Toplum: Bu aşama 3 temel faktör çerçevesinde tanımlanmıştır: küreselleşme, uzmanlaşma ve bağlanabilirlik. Yeni iletişim teknolojileri ve cihazları aracılığı ile enformasyonun dünya üzerinde hareket etmesi mümkün olmuş ve uluslar arası sınırlar ortadan kalkmıştır. Her amaç için özel enformasyon cihazları üretilmiş, internet teknolojileri ile farklı formlardaki verilerin kayıt ve transferi mümkün olmuştur.

Enformasyona Hakim Toplum: Bu aşamada enformasyon toplumuna üç nitelik eklenmiştir: enformasyonun ana ürün haline gelmesi, iletişim araçlarının birbirleri ile birleşmeye başlaması ve enformasyonun bir kültür haline gelmesi.



Şekil 15. Enformasyon toplumunun doğuşundaki safhalar

Kaynak: Kellerman, A. (2000) "Phases in the Rise of the Information Society", Info December 2000, Vol-2/No-6: 537-541, Camford Publishing Ltd

Gelecek bilimci Toffler, insanlık tarihinin geçirdiği dönemleri 3 grup altında toplamış, bu dönemleri dalga olarak ifade etmiştir. Birinci dalga MÖ 8000 yıllarında başlayan tarım devrimi, ikinci dalga 1650-1750 yılları itibari ile başlayan sanayileşme dönemidir. Ekonominin sektörel dağılımında aktif olan kesimin büyük bir kısmının hizmet sektöründe çalışmasının belirtisi olduğunu belirttiği üçüncü dalga olan enformasyon toplumunun ise ABD'de başladığını belirtmektedir (Güven, 2008: 70).

Enformasyon çağının kesin bir başlangıcı olmadığını, fakat tarih boyunca bazı dönemlerde enformasyon miktarının ve kullanılan sistemlerin arttığını belirtmiştir. Yazı ya da matbaanın kullanımının da o dönemlerde enformasyonun hızlanmasına katkısı olmuş, tarihte birkaç kez enformasyon devrimi yaşanmıştır. Headrick enformasyon çağının başlangıcı tarihçiler için önem taşımaktadır ve onlar da başlangıç tarihini farklı olarak göstermektedirler (Headrick, 2002: 17-18).

Castells'e göre ise teknoloji toplumu belirlemez, toplum teknolojik değişimin yönünü oluşturamaz. "Teknoloji toplumu belirlemez: Onu temsil eder. Ama toplum da teknolojik yenilikleri belirlemez, kullanır. Toplum ve teknoloji arasındaki bu diyalektik ilişki, Fernand Braudel gibi en iyi tarihçilerin çalışmalarında mevcuttur"(Castells, 2008:6).

Frank Webster tarafından, enformasyon toplumunu inceleyenlerin görüşlerinin, oluşum sürecine yaklaşımları kapsamında 2 gruba ayrıldığı belirtilmektedir. Bunlar; eski toplumsal özelliklerden sıyrılmış, yeni bir toplum olarak ele alan yaklaşım ile bir yenilik olarak değil, önceki özelliklerin devamı olarak ele alan yaklaşımdır (Webster, 2006: 7). Yeni bir toplum olarak ele alan görüşler aşağıda belirtilmiştir:

- Sanayileşme sonrası (Post-industrialism): Daniel Bell ve onun izinden gidenler
- Postmodernizm (Postmodernism): Jean Baudrillard, Mark Poster, Paul Virilio
- Esnek özelleşme (Flexible specialisation): Michael Piore ve Charles Sabel, Larry Hirschhorn
- Gelişimin enformasyonel biçimi (The informational mode of development): Manuel Castells

Enformasyon toplumunu bir devam süreci olarak gören yaklaşımlar ise aşağıdaki gibidir:

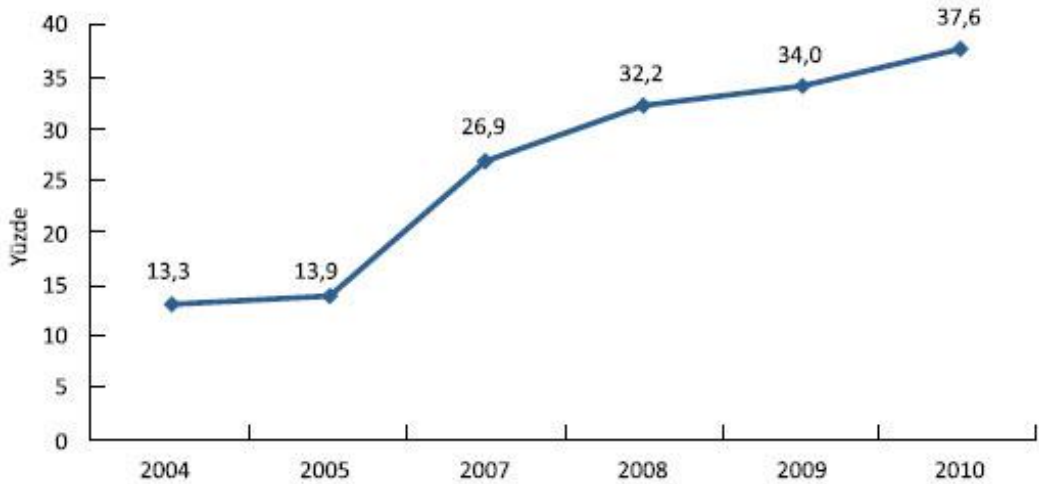
- Neo-Marksizm (neo-Marxism): Herbert Schiller
- Regülasyon Teorisi (Regulation Theory): Michel Aglietta, Alain Lipietz
- Esnek yığılma (Flexible accumulation): David Harvey

- Dönüşümsel modernizasyon (Reflexive modernisation): Anthony Giddens
- Kamusal küre (the public sphere): Jurgen Habermas, Nicholas Garnham

Bilişim sistemlerinin temelini bilgisayar-tabanlı teknolojiler oluşturmaktadır. Bilişim teknolojileri, enformasyon tarafından kontrol edilen ya da onu kullanan bilgisayar teknolojisi olarak tanımlanmaktadır. Bilişim teknolojileri diğer teknolojilerden farklı olarak daha fazla enformasyonu çok yönlü olarak kullanabilmektedir. Bilişim sistemlerinin bilişim teknolojilerinden farkı, amacının kullanıcılara faydalı veri sağlamak olmasıdır (Valacich, Schneider, 2010: 37-38).

Bilişim teknolojilerinin, enformasyonun birikimi ve yayılması, grup etkileşimi, iletişim ve işbirliği gibi faktörleri kolaylaştırıcı rolü bulunmaktadır. Bu sebeple, profesyonel ve sosyal yaşamda, iş geliştirmede, kullanıcılar için kritik önem taşımaktadır (Pazalos, Loukis, Nikolopoulos, 2012: 123).

Şekil 16'da TÜİK hane halkı bilişim teknolojileri kullanım anketinin sonuçlarına göre oluşturulan grafik görülmektedir. Araştırmada son 3 aydaki kullanımın baz alındığı, 17-74 yaş grubu katılımcılar ile çalışıldığı belirtilmiştir (DPT, Bilgi Toplumu İstatistikleri 2011: 14) . Görüldüğü üzere, bilişim teknolojileri kullanım oranı gitgide artış göstermektedir.



Şekil 16. TÜİK hane halkı bilişim teknolojileri anketi sonuçları

Kaynak: DPT, Bilgi Toplumu İstatistikleri 2011: 14

Bilişim teknolojilerinin gelişimi temel olarak 3 aşamada gerçekleşmiştir. Bunlar *bilgi işlem dönemi*, *mikro dönem* ve *ağ dönemidir*. Ana bilgisayarlar ile bunlara bağlı donanım ve yazılım sistemlerinin temel unsurlar olduğu dönem bilgi işlem dönemidir. 1960 yıllarında başlayan bu dönemde işletmeler alt düzey muhasebe ve fabrika işlerinin otomasyonunda bilgisayarlardan yararlanmışlardır. Mikro dönem ise 1970'lerin sonunda başlamış 1980'lerin başında sona ermiştir. Bu dönemde bilgisayarlar orta kademe yöneticilerin yerini almak amacıyla değil, profesyonellere yardımcı olmak amacıyla kullanılmıştır. Ayrıca bilgisayarlar bireysel kullanıcılar arasında yaygınlaşmıştır. İlk elektronik çip de bu dönemde, 1971 yılında bulunmuştur. Ağ döneminde, bilgi işçilerinin desteklenmesi, zeki ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi ve alt kademe işlerin otomasyonu gibi alanlarda artan yatırımlar, bilgisayarlar arasındaki ağların kurulup yaygınlaşmasına zemin oluşturmuştur (Şahin, Çetin, Yıldırım, 2009: 557-558).

Bilişim teknolojileri ile ilgili temel kaygılardan biri gizlilik faktörüdür. “Gözetim Toplumu” kavramı kapsamında birçok çalışma yapılmakta, bilişim teknolojilerinde kişisel bilgi güvenliği ile ilgili farklı bakış açıları bulunmaktadır. Bilişim teknolojileri kullanımı dolayısı ile bazı kişisel ya da kurumsal bilgiler şeffaflaşmış, ulaşılabilirliği kolay olmuş, bu da bazı güvenlik sorunlarını beraberinde getirmiştir. Fakat yine bu teknolojiler, güvenlik sağlamak amacı ile de kullanılagelmiştir.

Enformasyon toplumunun şeffaf bir toplum olduğu, bilişim teknolojileri kullanıcılarının evlerinden, işyerlerinden çift yönlü olarak sürekli bir enformasyon akışı olduğu belirtilmektedir. Gary T. Marx'a göre, bilişim teknolojileri bazı soruları da beraberinde getirmiştir. Bu soruları, sosyal bilimler, kültür, karşılaştırma ve etik olarak gruplandırılmış, bu kapsamdaki bazı sorulara açıklık getirilmesi gerektiğini belirtmiştir. (Marx, 1996).

4.2.Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi'nin Gelişimi

Bilişim sistemleri kullanımı son yıllarda bilişim alanında yapılan araştırmalarda ele alınan temel konulardandır. Bir bilişim sisteminin, hedeflenen kullanıcılar tarafından kullanılmadıkça başarılı olarak gösterilemeyeceği belirtilmektedir (Lin, Bhattacharjee, 2010: 163).

Teknoloji kabulü ile ilgili birçok araştırma yapılmış olmasına rağmen, teknoloji kabul sürecinin işleyişi tam olarak anlaşılmış değildir. Kullanıcı açısından ele alındığında, teknoloji ile ilgili bir uygulamanın kabul edilip edilmemesi, son aşamada o uygulamanın kullanımı ile ilişkilidir. Bilişim teknolojileri ile ilgili birçok uygulama, son kullanıcıların isteksiz ve bilgisiz olmaları sebebi ile doğru olarak kullanılmayabilmektedir (Turan, Özgen, 2009: 138).

Bilişim sistemlerinin pozitif ve negatif etkilerini araştıran kapsamlı araştırmalar, son 20 yıldır devam etmektedir. Araştırmaların sonuçları kapsamında, bilişim sistemlerinin değerlendirilmesinin; bilişim sistemlerinin çoğu kategorileri tarafından yaratılan değer ve yararların çok boyutlu, somut ve soyut, mali ve mali olmayan özellikler taşıması nedeni ile, karmaşık olduğu belirtilmektedir. Değerlendirme kapsamında neyin nasıl ölçüleceğine karar verilmesi önemli ve zor bir süreçtir (Pazalos, Loukis, Nikolopoulos, 2012: 125).

Farklı kategorilerdeki bilişim sistemleri farklı amaçlar için oluşturulmakta, bu durum farklı değerlendirme metod ve ölçümlerinin kullanımını gerekli kılmaktadır. 1995 yılında Farbey tarafından, bilişim sistemleri, değerlendirme için gerekli metodlar göz önünde bulundurularak, 8 kategori altında toplanmıştır. Bunlar aşağıdaki gibidir. (Pazalos, Loukis, Nikolopoulos, 2012: 125):

- Zorunlu bilişim sistemleri
- Otomasyon bilişim sistemleri
- Katma değer bilişim sistemleri
- Yönetim bilişim sistemleri ve karar destek sistemleri
- Altyapı bilişim sistemleri

- Örgüt içi bilişim sistemleri
- Stratejik bilişim sistemleri
- İş dönüşümü bilişim sistemleri

Smithson ve Hirscheim ise, 1998 yılında, mevcut bilişim sistemleri değerlendirilme metodlarını 3 temel kategoriye ayırmışlardır. Bu kategoriler ise:

- Etkililiğe yönelik yöntemler,
- Verimliliğe yönelik yöntemler,
- Anlamaya yönelik yaklaşımlar

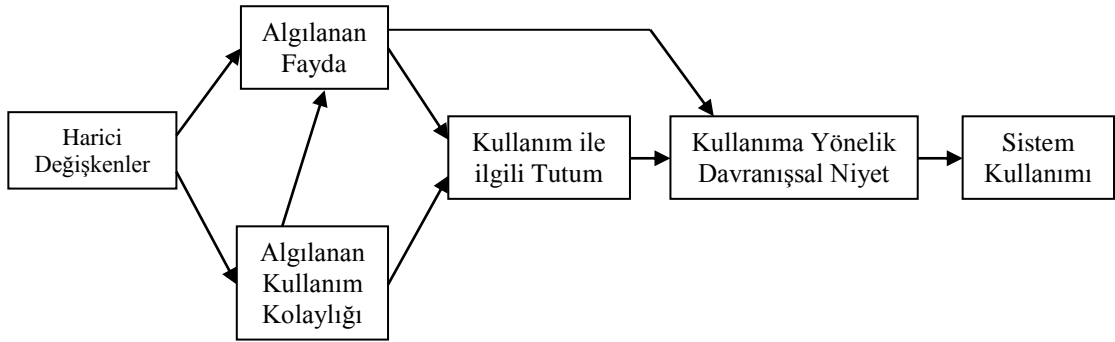
olarak belirtilmiştir. Etkililiğe yönelik yöntemler ile önceden belirlenen teknik ve fonksiyonel özelliklere göre sistemin performansı ya da kalitesinin ölçümü; verimliliğe yönelik yöntemler ile ise, görevlerin ve amaçların yerine getirilmesinde bilişim sistemlerinin sağladığı destek ölçümü ifade edilmektedir. Anlamaya yönelik yaklaşımlar kapsamında ise değer oluşum mekanizmaları ile ilgili daha derin bir anlayış saptanarak bu mekanizmaların örgütsel bağlam ile uyumu ölçülmektedir (Pazalos, Loukis, Nikolopoulos, 2012: 125).

Teknolojiye uyum ve kabul ile ilgili yapılan önceki çalışmaların internet bankacılığı, uzaktan eğitim, mobil ticaret, ilan panosu, işletme sistemleri, masaüstü bilgisayarlar, kablosuz teknoloji, anlık mesajlaşma, avuç içi bilgisayarlar, fatura ödeme sistemi, kişisel bilgisayar ve mobil internet uygulamaları alanında olduğu belirtilmektedir (Im, Hong, Kang, 2011: 2).

Teknoloji kabulü ve kullanımı ile ilgili en çok kullanılan temel modeller *Teknoloji Kabul Modeli-1989*(Technology Acceptance Model-TAM), *Teknoloji Kabul Modeli 2-2000* (TAM 2) ve *Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisidir-2003* (UTAUT). Teknoloji kabulü ile ilgili diğer temel modeller Sebep Davranış Teorisi, Planlı Davranış Teorisi, Motivasyon Modeli, Sosyal Bilişsel Teori, Kişisel Bilgisayarlardan Yararlanma Teorisi, Tüketicilerin Teknoloji Kabulü, Yenilik Yayılımı Teorisi olarak belirtilebilmektedir.

4.2.1. Teknoloji Kabul Modeli

Bilişim teknolojileri, çalışma performansının artırılmasında büyük imkanlar sağlamakta fakat bu imkanlardan yararlanabilmek kullanıcıların bilişim sistemlerini kabul ve kullanmadaki isteğine bağlı olmaktadır. Kullanıcıların yeni bilişim sistemlerini kabulünü etkileyen faktörleri araştıran birçok teori oluşturulmuştur. Bilişim sistemlerinin kullanımı kapsamında, Teknoloji Kabul Modeli'nin (TKM) bireyin bilişim sistemlerini kabulünü tanımlayan en etkili ve en çok kullanılan model olduğu belirtilmektedir (Şekil 17). Ajzen ve Fishbein tarafından oluşturulan Sebepli Davranış Teorisi'nden uyarlanan TKM'nin, 1985 yılında Davis tarafından doktora tezinde temelleri atılmış, 1989 yılında tasarımı tamamlanmıştır. Modelde, bireyin bilişim sistemlerini kabulünün Algılanan Fayda (Perceived Usefulness) ve Algılanan Kullanım Kolaylığı (Perceived Ease of Use) olmak üzere 2 temel değişken tarafından belirlendiği savunulmaktadır (Lee, Kozar, Larsen 2003:752, King, He, 2006:740, Davis, 1985:24, Davis, Bagozzi, Warshaw, 1989). Algılanan fayda, kullanıcıların teknolojiyi kullandıklarında performanslarının geliştiğine olan inancını, algılanan kullanım kolaylığı ise teknolojiyi kullanım esnasında hissedilen çabayı ifade etmektedir (Lu, Zhou, Wang, 2009:31).



Şekil 17. Teknoloji Kabul Modeli

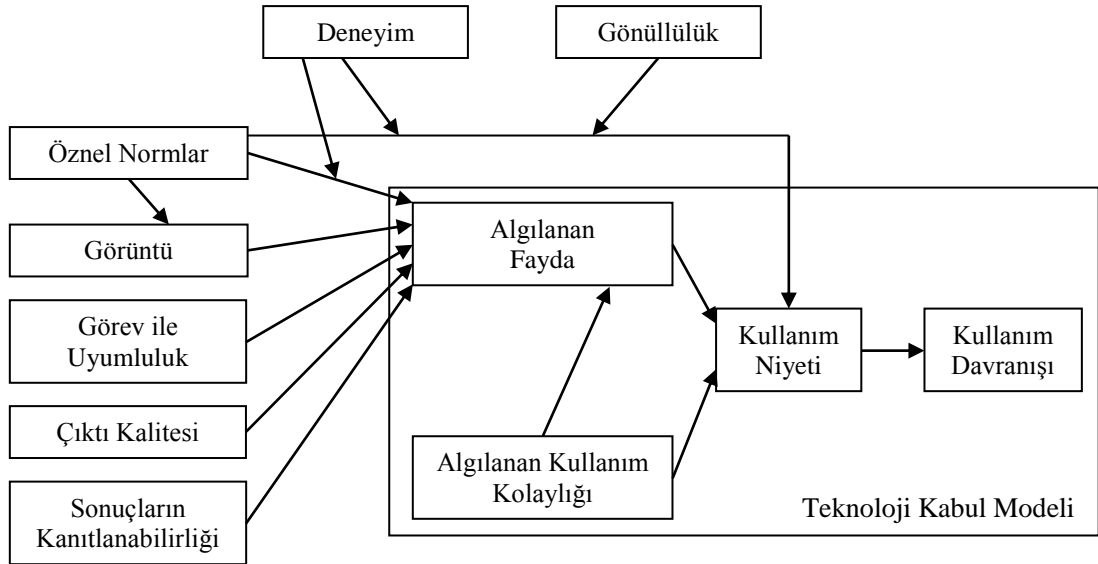
Kaynak: http://www.vvenkatesh.com/organizations/Theoretical_Models.asp

Teknoloji Kabul Modeli öncelikle Davis, daha sonra da Davis ve diğerleri tarafından, bir grup veya kurum içerisinde, yeni bir teknolojiyi kabul etme olasılığının önceden tahmini amacı ile önerilmiş bir araçtır. Teknoloji kabulü ve kullanımının, kullanıcının içsel inançları, tutumları ve niyetleri kapsamında açıklanabileceği hipotezi üzerine temeli atılmıştır (Turner, Kitchenman, Brereton, Charters, Budgen, 2010:464).

Teknoloji Kabul Modeli, kişinin bir teknoloji ile ilgili tutumlarının, bu teknolojiyi benimsemesini ve kullanımını etkilediğini öne sürmektedir. Modele göre, kişinin bir teknolojiyi kullanabilme becerisi ile ilgili inancı ve bu teknolojinin sağladığı fayda ile ilgili kişisel değerlendirmeleri, davranışsal niyeti belirleyen temel faktörlerdir (Morgan-Thomas, Veloutsou, 2011).

4.2.2. Teknoloji Kabul Modeli 2

Venkatesh ve Davis, 2000 yılında TKM'yi tekrar gözden geçirerek, modelin çekirdek yapısını değiştirmeden, “kullanıma ilişkin tutum” aşamasını içermeyen, “deneyim” ve “özel norm” gibi değişkenlerin eklendiği TKM 2 modelini ortaya atmışlardır (Şekil 18) (Turner, Kitchenman, Brereton, Charters, Budgen, 2010: 464, Venkatesh, Davis, 2000).



Şekil 18. Teknoloji Kabul Modeli - 2

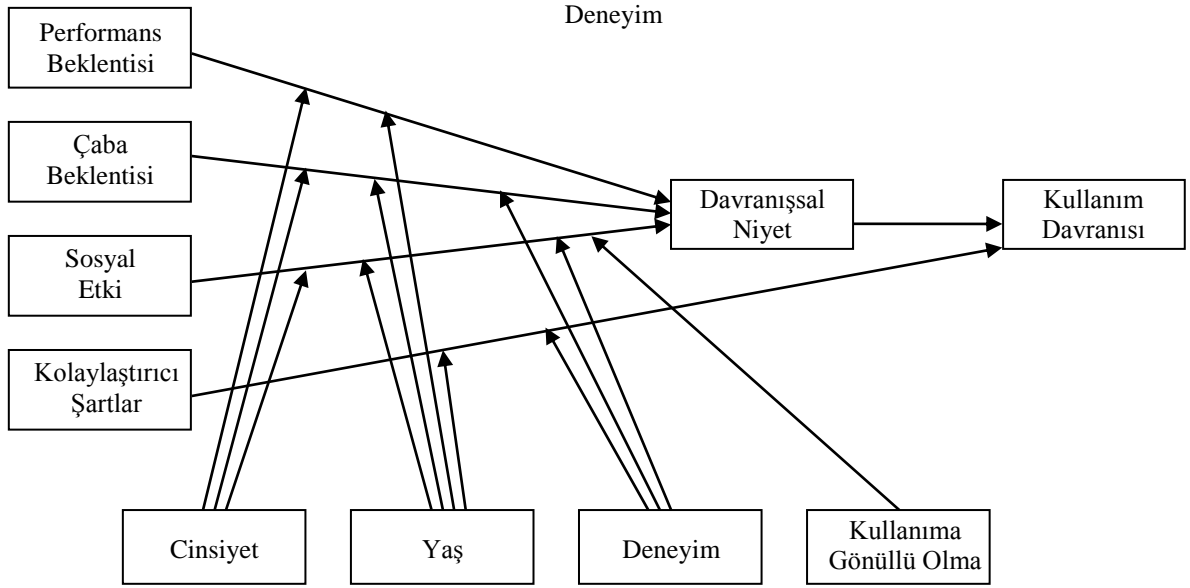
Kaynak: http://www.vvenkatesh.com/organizations/Theoretical_Models.asp

Venkatesh ve Davis Teknoloji Kabul Modelinde, kullanıcının bir sistemi faydalı olarak algılamasının nedenlerinin açıklanmasında bazı kısıtlamalar olduğunu saptamışlardır. Bu sebeple yeni değişkenler ekleyerek TKM 2 (TAM 2) adını verdikleri modeli oluşturmuşlardır. Bu yeni modeli değerlendirmek için ise ikisi gönüllü geri kalanı ise zorunlu olarak birtakım farklı sistemleri kullanan 156 bilgi işçisi ile alan araştırması gerçekleştirmişlerdir. Böylelikle Venkatesh ve Davis, kullanıcıların bir sistemi faydalı bulma nedenlerine daha kapsamlı açıklamalar getirmişlerdir (Chutter, 2009:14).

4.2.3. Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi

Temel Teknoloji Kabul Modeli, algılanan fayda ile algılanan kullanım kolaylığının aracı rolünü ve harici değişkenler ve bilişim sistemlerine uyum olasılığı ile aralarındaki ilişkileri değerlendirmektedir. Uzun bir süre boyunca, bilişim sistemlerinin uygulanmasında kullanıcı davranışlarının açıklanması ve anlaşılmasına yardım eden teorik bir model olarak kullanılmıştır. Bir süre sonra Venkatesh ve Davis öznel normları ekleyerek TKM 2'yi oluşturmuşlar, fakat yapılan bir meta analiz çalışmasında yer alan (Legris ve ark., 2003) Teknoloji Kabul Modeli'nin kullanıcı davranışlarını açıklamada yetersiz olduğu ve modelin öngörü kapasitesinin artırılmasının zor olduğu eleştirileri sebebi ile Venkatesh ve ark. 2003 yılında Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi'ni (BTKKT) geliştirmişlerdir (Yang, Lu, Gupta, Cao, Zhang, 2012: 130).

Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Modelinin tasarlanması aşamasında, Venkatesh ve diğerleri bireysel kabul faktörünü ele alan 8 modeli incelemişlerdir. Bu 8 model; Sebepli Davranış Teorisi, Teknoloji Kabul Modeli, Motivasyon Modeli, Planlı Davranış Teorisi, Birleştirilmiş Teknoloji Kabul Modeli ve Sebepli Davranış Teorisi, Kişisel Bilgisayardan Yararlanma Teorisi, Yenilik Yayılımı Teorisi ve Sosyal Bilişsel Teoridir. Bu 8 modelin ele alınıp karşılaştırıldığı bir çalışmadan sonra BTKKT Modeli oluşturulmuştur (Şekil 19). Bu model kurumlarda yeni teknolojilerin başarılı kullanılma olasılığını değerlendirmede faydalı bir araç görevi görmektedir (Venkatesh, Morris, Davis, Davis, 2003: 425-426).



Şekil 19. Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi Modeli

Kaynak: http://www.vvenkatesh.com/organizations/Theoretical_Models.asp

Modelde, *davranışsal niyet* ve *kolaylaştırıcı şartlar* faktörlerinin kullanım davranışı üzerine direkt etkileri bulunmaktadır. *Davranışsal niyet* ise, *performans beklentisi*, *çaba beklentisi* ve *sosyal etki* olmak üzere 3 faktör tarafından belirlenmektedir.

San Martin ve Herrero 2011 yılında yayınlanan çalışmalarında, BTKKT modelinde bütünleştirilen 8 modeli Tablo 10'daki gibi göstermişlerdir (San Martin, Herrero, 2011: 3).

Tablo 10. BTKKT Modelini Oluşturan Model ve Teoriler

Teori/Model	Temel Yapılar	Tanımlar
Sebepli Davranış Teorisi (Fishbein & Ajzen, 1975)	Davranışa karşı tutum Öznel norm	Amaçlanan davranışı gerçekleştirme ile ilgili kullanıcının olumlu veya olumsuz duyguları. Kişinin söz konusu davranışı gerçekleştirme ile ilgili, önem verdiği insanların olumlu veya olumsuz düşünceleri.

<p>Teknoloji Kabul Modeli (Davis, 1989; Davis ve diğerleri, 1989)</p>	<p>Algılanan fayda</p> <p>Algılanan kullanım kolaylığı</p> <p>Öznel norm</p>	<p>Bir sistemi kullandığından iş performansını artıracığı ile ilgili kişinin inanma derecesi.</p> <p>Kişinin sistemi kullandığında çaba göstermesi gerektiği ile ilgili inancı.</p> <p>SDT ve PDT’den uyarlanmıştır, yalnızca TAM 2’de yer almaktadır.</p>
<p>Motivasyon Modeli (Davis ve diğerleri, 1992)</p>	<p>Dışsal güdüleme</p> <p>İçe yönelik güdüleme</p>	<p>Aktiviteden bağımsız, değerli çıktılarının (artan iş performansı, ödeme, promosyon, vb.) elde edilmesinde etkili olarak algılandığı için kullanıcıların işlemi gerçekleştirmeyi isteyeceği algısı.</p> <p>İşlemi kendi başına yapma haricinde bilinen başka teşvik olmadan işlemi gerçekleştirme isteği algısı</p>
<p>Planlı Davranış Teorisi (Ajzen, 1991;Schiffer&Ajzen, 1985)</p>	<p>Davranışa karşı tutum</p> <p>Öznel norm</p> <p>Algılanan davranışsal kontrol</p>	<p>SDT’den uyarlanmış</p> <p>SDT’den uyarlanmış</p> <p>İşlemi yerine getirmede algılanan kolaylık ya da zorluk algısı</p> <p>Bilişim sistemleri araştırmaları kapsamında: davranış üzerindeki dahili ve harici baskılar</p>
<p>Birleştirilmiş Teknoloji Kabul Modeli ve Sebep Davranış Teorisi (Taylor&Todd, 1995)</p>	<p>Davranışa karşı tutum</p> <p>Öznel norm</p> <p>Algılanan davranışsal kontrol</p> <p>Algılanan fayda</p>	<p>SDT ve PDT’den uyarlanmış</p> <p>SDT ve PDT’den uyarlanmış</p> <p>SDT ve PDT’den uyarlanmış</p> <p>TKM’den uyarlanmış</p>
<p>Kişisel Bilgisayarlardan Yararlanma Teorisi (Thompson ve diğerleri, 1991)</p>	<p>İş uyumu</p> <p>Karmaşıklık</p>	<p>Bir teknolojiyi kullanmanın iş performansını artırması ile ilgili inanç.</p> <p>Yeniliğin anlaşılması ve kullanılması ile ilgili algılanan zorluk derecesi.</p>

	Uzun vadeli sonuçlar	Gelecekte de faydası olacak çıktılar.
	Kullanıma karşı etki	Belirli bir eylem ile ilgili kişinin hissettiği mutluluk, haz, nefret ya da memnuniyetsizlik gibi duygular.
	Sosyal faktörler	Kişinin hedef grubun kültürünü ve belirli kişilerarası anlaşmaları içselleştirmesi.
	Kolaylaştırıcı koşullar	Bir eylemin tamamlanmasını kolaylaştırdığı tüm gözlemciler tarafından kabul edilen objektif faktörler.
Yenilik Yayılımı Teorisi	İlgili avantaj	Yeniliğin, bir önceki ile kıyaslandığında daha iyi algılanma derecesi.
	Kullanım Kolaylığı	Yeniliğin kullanımı ile ilgili algılanan zorluk derecesi.
	İmaj	Yeniliğin, kişinin bulunduğu sosyal sistemdeki imaj ya da statüsünü geliştireceği ile ilgili algının derecesi.
	Görünürlük	Yeniliğin, örgüt içerisindeki diğer kişiler tarafından kullanılma oranı.
	Uyumluluk	Yeniliğin mevcut değerler, ihtiyaçlar ve geçmiş deneyimler ile uyumlu algılanma derecesi.
	Sonuçların kanıtlanabilirliği	Yeniliğin kullanımı ile ilgili sonuçların, gözlemlenebilir, ifade edilebilir ve somut olması.
	Kullanıma gönüllülük	Yeniliği kullanmanın gönüllü ya da özgür irade ile gerçekleşme algısı derecesi.

Sosyal Bilişsel Teori	Çıktı beklentileri- performans	Davranışın performans ile ilgili sonuçları.
	Çıktı beklentileri- kişisel	Davranışın kişisel sonuçları.
	Öz yeterlilik	Kişinin bir görevi yerine getirmek amacı ile teknolojiyi kullanma becerisinin değerlendirilmesi.
	Arzu	Belirli bir davranış ile ilgili kişinin ilgisi.
	Anksiyete	Bir davranışın gerçekleştirilmesi gerektiğinde çağrışım yapan endişe ya da duygusal tepkiler.

Kaynak: San Martin, H., Herrero, A. (2011) “Influence of the User’s Psychological Factors on the Online Purchase Intention in Rural Tourism: Integrating Innovativeness to the UTAUT Framework”, *Tourism Management*, doi: 10.1016/j.tourman.2011.04.00

İm ve arkadaşları, BTKKT Modelinin en önemli kısmının kullanım davranışı ile 2 bağımsız yapı olan performans beklentisi ve güç beklentisi arasındaki ilişki olduğunu belirtmektedirler. BTKKT, Temel Teknoloji Kabul Modeli’nden 2 yapı dolayısı ile farklılık göstermektedir. Bunlar kolaylaştırıcı şartlar ve sosyal etkidir (İm, Hong, Kang, 2011:3).

BTKKT Modeline göre, teknoloji kabulünde temel belirleyiciler olan 4 değişken bulunmaktadır ve diğer 4 değişken temel ilişkilerin yönlendiricisi durumundadırlar. Temel Teknoloji Kabul Modeli’ndeki “Faydalılık” değişkeninin genişletilmiş hali olan “Performans Beklentisi”, “Kullanım Kolaylığı” değişkeninin genişletilmiş hali olan “Çaba Beklentisi”, Sosyal Etki ve Kolaylaştırıcı Şartlar “Davranışsal Niyet” ve “Kullanım Davranışı”nın belirleyicileridir. “Cinsiyet”, “Yaş”, “Deneyim” ve “Kullanıma Gönüllü Olma” ise teknoloji kabulünde yönlendirici etkiye sahip değişkenlerdir (Terzis, Economides, 2011: 1033). Bu model, kişisel farklılıkların teknoloji kullanımını nasıl etkilediğini açıklamaya çalışmaktadır.

Modeldeki temel yapılar Venkatesh ve diğerleri tarafından aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır (Venkatesh, Morris, Davis, Davis, 2003: 447-454):

Performans beklentisi: Niyetin en güçlü öngörücüsü olarak belirtilen performans beklentisi, kullanıcının bir sistemi kullanmanın, onun iş performansına katacakları ile ilgili inancı olarak tanımlanmaktadır. Performans beklentisi faktörünün temel bileşenleri, tanımlar ve ilgili ölçek maddeleri Tablo 11’de görülmektedir.

Tablo 11. Performans Beklentisi: Temel Bileşenler, Tanımlar ve Ölçekler

Bileşen	Tanım	Maddeler
Algılanan Fayda (Davis 1989, Davis ve diğerleri, 1989)	Kişinin belirli bir sistemi kullanımının iş performansını geliştireceğine yönelik inancının derecesi.	1.Sistemi işimde kullanmak, görevlerimi daha hızlı tamamlamama olanak sağlar. 2.Sistemi kullanmam iş performansımı geliştirir. 3.Sistemi işimde kullanmam, üretkenliğimi artırır. 4.Sistemi kullanmam işimdeki etkililiğimi artırır. 5.Sistemi kullanmam işimi yapmamı kolaylaştırır. 6.Sistemi işimde kullanışlı buluyorum.
Dışsal Motivasyon (Davis ve diğerleri, 1992)	Kullanıcıların bir aktiviteyi, gelişen iş performansı, terfi, maaş artışı gibi önemli çıktılara ulaşmada etkili olarak algılanması sebebiyle gerçekleştirmek istemelerine ilişkin algı.	Dışsal motivasyon için, TKM’deki “Algılanan Fayda” bileşenindeki maddeler kullanılmıştır. (yukarıdaki 1-6 arası maddeler)
İş Uyumu (Thompson ve diğerleri, 1991)	Sistemin kabiliyetlerinin kişinin iş performansını nasıl artırdığı ile ilgili algı.	1.Sistem kullanımının iş performansım ile ilgili bir etkisi olmayacaktır. 2.Sistem kullanımı görevimle ilgili sorumluluklarım için gerekli zamanı azaltabilir. 3.Sistem kullanımı işimdeki çıktının kalitesini önemli derecede artırabilir.

		<p>4.Sistem kullanımı işimdeki görevlerimi yerine getirmemdeki etkililiğimi artırabilir.</p> <p>5.Sistem kullanımı aynı miktarda çaba ile daha fazla çıktıya ulaşmamı sağlayabilir.</p> <p>6.Tüm görevler dikkate alındığında, sistem kullanımının işimi destekleme miktarı. (bu madde için farklı ölçeklendirme kullanılmıştır.)</p>
Göreceli Fayda (Moore ve Benbasat, 1991)	Bir yeniliği kullanmanın, öncekinin kullanımından daha iyi olarak algılanma derecesi.	<p>1.Sistem kullanımı görevlerimi daha hızlı yerine getirmeme olanak sağlamaktadır.</p> <p>2.Sistem kullanımı yaptığım işin kalitesini yükseltmektedir.</p> <p>3.Sistem kullanımı işimi daha kolay yapmamı sağlamaktadır.</p> <p>4.Sistem kullanımı işimdeki etkililiğimi artırmaktadır.</p> <p>5.Sistem kullanımı üretkenliğimi artırmaktadır.</p>
Çıktı Beklentileri (Compeau ve Higgins 1995b; Compeau ve diğerleri, 1999)	Sonuç beklentileri, davranışın sonuçları ile ilgilidir. Ampirik bulgulara göre, sonuç beklentileri performans beklentileri ve kişisel beklentiler olmak üzere ikiye ayrılmıştır.	<p>Sistemi kullanırsam...</p> <p>1.İşimdeki etkililiğimi artırırım.</p> <p>2.Rutin işlere daha az zaman harcarım.</p> <p>3.İşimdeki çıktı kalitesini artırırım.</p> <p>4.Aynı çaba ile daha fazla çıktı elde ederim.</p> <p>5.Birlikte çalıştığım kişiler</p>

		beni uzman olarak görürler. 6.Terfi alma şansımı artırırım. 7.Zam alma şansımı artırırım.
--	--	---

Kaynak: Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. (2003) “User Acceptance of Information Technology; Toward a Unified View”, MIS Quarterly 27 (3): 448-449.

Çaba beklentisi: Sistemin kullanımı ile ilgili kolaylık derecesidir. Çaba beklentisi faktörünün temel bileşenleri, tanımlar ve ilgili ölçek maddeleri Tablo 12’de görülmektedir.

Tablo 12. Çaba Beklentisi: Temel Bileşenler, Tanımlar ve Ölçekler

Bileşen	Tanım	Maddeler
Algılanan Kullanım Kolaylığı (Davis, 1989; Davis ve diğerleri, 1989)	Kişinin bir sistemi çaba harcamadan kullanabileceğine olan inancının derecesi.	1.Sistemi çalıştırmayı öğrenmek benim için kolaydır. 2.Sistemin istediklerimi yapmasını sağlamak kolaydır. 3.Sistem ile olan etkileşimim açık ve anlaşılırdır. 4.Sistemi etkileşim için esnek buluyorum. 5.Sistemi kullanımında beceri kazanmam kolaydır. 6.Sistemin kullanımını kolay buluyorum.
Karmaşıklık (Thompson ve diğerleri, 1991)	Bir sistemin anlaşılma ve kullanım açısından zor olarak algılanma derecesi.	1.Sistemi kullanmak normal görevlerim için gereken zamanımı harcamaktadır. 2.Sistem ile çalışmak çok karmaşık ve olup biteni anlamak zordur. 3.Sistem kullanımını

		kapsamında mekanik işler çok zaman almaktadır. 4.Sistemi harcanılan çabaya değecek kadar öğrenmek çok zaman alıyor.
Kullanım Kolaylığı (Moore ve Benbasat, 1991)	Bir yeniliğin kullanımının zor olarak algılanma derecesi.	1.Sistem ile olan etkileşimim açık ve anlaşılırdır. 2.Sistemin istediklerimi yapmasını sağlamanın kolay olduğuna inanıyorum. 3.Sistemin genel olarak kullanımı kolay olduğunu düşünüyorum. 4.Sistemi çalıştırmayı öğrenmek benim için kolaydır.

Kaynak: Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. (2003) “User Acceptance of Information Technology; Toward a Unified View”, MIS Quarterly 27 (3): 451.

Sosyal etki: Kişinin sistemi kullanımı kapsamında, onun için önemli olan kişilerin inancı ile ilgili algısının derecesidir. Sosyal etki faktörüne ilişkin temel bileşenler, tanım ve maddeler Tablo 13’de görülmektedir.

Tablo 13. Sosyal Etki: Temel Bileşenler, Tanımlar ve Ölçekler

Bileşen	Tanım	Maddeler
Öznel Norm (Ajzen, 1991; Davis ve diğerleri, 1989; Fishbein ve Ajzen, 1975; Mathieson, 1991; Taylor ve Todd, 1995a, 1995b)	Kişinin, kendisi için önemli olan insanların, söz konusu davranışı gerçekleştirip gerçekleştirilmemesi yönündeki düşüncelerine yönelik algısı	1.Davranışımı etkileyen kişiler sistemi kullanmam gerektiğini düşünüyorlar. 2.Benim için önemli olan kişiler sistemi kullanmam gerektiğini düşünüyorlar.
Sosyal Faktörler (Thompson ve diğerleri, 1991)	Kişinin referans grubun öznel kültürünü içselleştirmesi ve diğerleri ile belirli sosyal durumlarda	1.Sistemi kullanan iş arkadaşlarımla miktarı sebebi ile sistemi kullanıyorum.

	yaptığı anlaşmalar.	2.Üst yönetim sistem kullanımında yardımcı olmuştur. 3.Danışmanım işim için sistemi kullanmam konusunda çok destekleyicidir. 4.Kurum genel olarak sistem kullanımını desteklemiştir.
İmaj (Moore ve Banbasat, 1991)	Bir yeniliğin kullanımının kişinin sosyal sitemdeki imaj ve statüsünü geliştireceğine yönelik algısının derecesi.	1.Kurumumda sistemi kullanan kişiler kullanmayanlardan daha fazla prestij sahibi. 2.Kurumumda sistemi kullanan kişiler yüksek profile sahiptir. 3.Sisteme sahip olmak kurumumda bir statü sembolüdür.

Kaynak: Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. (2003) “User Acceptance of Information Technology; Toward a Unified View”, MIS Quarterly 27 (3): 452.

Kolaylaştırıcı şartlar: Kişinin, sistem kullanımını destekleyen kurumsal ya da teknik yapının varlığı ile ilgili inancının derecesidir. Kolaylaştırıcı şartlar faktörüne ilişkin temel bileşenler, tanımlar ve maddeler Tablo 14’de belirtilmiştir.

Tablo 14. Kolaylaştırıcı Şartlar: Temel Bileşenler, Tanımlar ve Ölçekler

Bileşen	Tanım	Maddeler
Algılanan Davranışsal Kontrol (Ajzen, 1991; Taylor ve Todd, 1995a, 1995b)	Davranış üzerindeki içsel ve dışsal baskılara yönelik algıları yansıtır, öz-yeterlilik, kaynak kolaylaştırıcı şartlar ve teknoloji kolaylaştırıcı şartları kapsar.	1.Sistem kontrolü üzerinde kontrolüm var. 2.Sistemi kullanmak için gerekli kaynaklara sahibim. 3.Sistemi kullanmak için gerekli bilgiye sahibim. 4.Sistem kullanımı için gerekli kaynak, olanak ve

		bilgiye sahip olursam sistemi kullanmam kolay olurdu. 5.Sistem kullandığım diğer sistemler ile uyumlu değildir.
Kolaylaştırıcı Şartlar (Thompson ve diğerleri, 1991)	Gözlemcilerin bir davranışın gerçekleştirilmesinin kolay olması konusunda aynı fikirde olduklarına dair çevredeki objektif faktörler.	1.Sistem seçiminde rehberlik olanağı bulunmaktadır. 2.Sistem ile ilgili özel talimatlar bulunmaktadır. 3.Sistemde meydana gelen zorluklar ile başa çıkmada yardımcı olmak için bir kişi ya da grup mevcuttur.
Uyumluluk (Moore ve Benbasat, 1991)	Bir yeniliğin potansiyel kullanıcıların mevcut değerleri, ihtiyaçları ve deneyimleri ile uyumlu olarak algılanma derecesi.	1.Sistemi kullanmak işim ile tüm açılardan uyumludur. 2.Sistem kullanımının sevdiğim çalışma şekli ile uyumlu olduğunu düşünüyorum. 3.Sistemi kullanmak çalışma tarzım ile uyumludur.

Kaynak: Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. (2003) “User Acceptance of Information Technology; Toward a Unified View”, MIS Quarterly 27 (3): 454.

Teknoloji kullanımına olan tutum ise kişinin bir sistem kullanımına karşı kişinin tüm duygusal reaksiyonlarını kapsamaktadır. Bu kapsamdaki değişkenler doğrudan belirleyiciler olarak ele alınmamaktadır. Tablo 15’te ilgili bileşenler yer almaktadır.

Tablo 15. Teknoloji Kullanımına Olan Tutum: Temel Bileşenler, Tanımlar ve Ölçekler

Bileşen	Tanım	Maddeler
Davranışa Karşı Tutum	Bir davranışı gerçekleştirme ile ilgili	1.Sistemi kullanmak

	kişinin olumlu veya olumsuz duyguları.	iyi/kötü bir fikirdir. 2.Sistemi kullanmak akıllıca/akılsızca bir fikirdir. 3.Sistemi kullanma fikrini seviyorum/sevmiyorum. 4.Sistemi kullanmak hoştur/hoş değildir.
İç Motivasyon	Kullanıcıların bir eylemi, herhangi bir destek olmadan, kendiliğinden gerçekleştirmeyi istemesi il ilgili algı.	1.Sistem kullanımını eğlenceli buluyorum. 2.Sistem kullanımındaki mevcut süreç hoştur. 3.Sistemi kullanırken eğleniyorum.
Kullanıma Karşı Etki	Kişinin bir davranışı gerçekleştirmesi ile ilgili eğlence, coşku, memnuniyet veya bezginlik, nefret, memnuniyetsizlik duyguları.	1.Sistem iş yapmayı daha ilginç kılıyor. 2.Sistem ile çalışmak eğlencelidir. 3.Sistem bazı işler için uygundur fakat benim istediğim işler için uygun değildir.
Etki	Kişinin davranışı sevmesi.	1.Sistem ile çalışmayı seviyorum. 2.İşimin sistem kullanımını gerektiren kısımlarını sabırsızlıkla bekliyorum. 3.Sistem kullanımını benim için faydasızdır. 4.Sistem üzerinde çalışmaya başladığı zaman durmak zor geliyor. 5.Sistemi kullanırken çabuk sıkılıyorum.

Kaynak: Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. (2003) "User Acceptance of Information Technology; Toward a Unified View", MIS Quarterly 27 (3): 456.

4.2.4. Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Modelinin Kullanıldığı Araştırmalar

Teknoloji kabulü ile ilgili uluslararası ve ulusal kapsamda birçok araştırma yayınlanmıştır. Bu araştırmalarda kullanılan modellerden birisi de Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi'dir (BTKKT). Aşağıda bu modele dayandırılan bazı araştırmalara yer verilmiştir.

2007 yılında, BTKKT kullanılarak öğrencilerin web tabanlı bir ders yönetim yazılımı olan "Blackboard" uygulaması ile ilgili algılarını tanımlamayı hedefleyen bir çalışma yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre, BTKKT modelinden farklı olarak, yaşın kullanım üzerinde bir etkisi olmadığının bulunduğu belirtilmektedir. Bu durum ise, katılımcıların büyük çoğunluğunun günlük yaşantılarında teknolojiyi kullandığı ve bu sebeple yaşın önemli bir faktör olarak alınmayabileceği yorumu ile açıklanmıştır. Araştırmanın diğer bir sonucuna göre ise, cinsiyetin teknoloji kabulünde önemli bir etkisi olduğunun saptandığı belirtilmektedir (Marchewka, Liu, Kostiwa, 2007: 93, 103).

2011 yılında, kırsal turizm hizmetlerinden yararlanan kişilerin, yeni bilişim teknolojilerine uyumunu ve kırsal konaklama yerlerinin web sitelerinden rezervasyon yaptırma niyetlerini açıklayan psikolojik faktörleri sorgulayan bir araştırma yayınlanmıştır. 1083 katılımcı ile yapılan çalışmada, BTKKT'ne temel alınarak, "online" alışveriş niyetini açıklayan 5 faktör oluşturulmuştur. Bunlar, performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki, kolaylaştırıcı şartlar ve yenilikçilik olarak belirtilmiştir. Araştırma bulgularına göre, "online" satın alma niyetinin 1-yapılan işleme bağlı performans seviyesi ve beklenen çaba, 2-kullanıcıların yenilikçilik seviyeleri olmak üzere 2 faktörden olumlu bir biçimde etkilendiğinin saptandığı belirtilmektedir (San Martin, Herrero, 2011: 1).

2011 yılında yapılan başka bir çalışmada ise modeldeki yapılar arasındaki ilişki incelenerek kültür farklılıklarının bu yapılar üzerinde nasıl bir etkisi olduğu saptanmaya çalışılmıştır. Veriler Kore ve Amerika Birleşik Devletlerinden 2 teknolojiyi (mp3 oynatıcı ve internet bankacılığı) incelemek için toplanmıştır. Araştırmanın sonuçlarının BTKKT'nin çalışmaları ile uyumlu olduğunu gösterdiği ve iki ülkede çaba

beklentisinin kullanım niyetine olan etkisi ile kullanım niyetinin kullanma davranışı üzerine olan etkilerinde farklılıklar çıktığı belirtilmektedir (Im, Hong, Soo Kang, 2011: 1).

5. HASTANE WEB SİTELERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

5.1.Hastanelerde Kurumsal İletişim Kapsamında Web Sitelerinin Kullanımı

1999 yılı itibari ile 70 milyonun üzerinde insan, sağlık ve sağlık bakımı ile ilgili bilgi aramak için interneti kullanmaya başlamıştır. Bu rakam seneler geçtikçe artış göstermiştir. Bu gelişmeler doğrultusunda hastaneler, pazarlama faaliyetleri kapsamında kurumsal web siteleri oluşturmaya başlamışlardır. Web sitesine sahip hastanelerin oranı 1995 yılında %12 iken, 1999 yılında %50'ye yükselmiştir (Gruca, Wakefield, 2004: 1021).

Sağlık alanında, enformasyon yoğun olarak kullanılmaktadır. Kendi sağlık bakım kararları ile ilgili daha fazla sorumluluk alan hastalar için internet, hastalar ve hizmet vericiler arasındaki enformasyon alışverişi için kolaylık sağlayan bir araçtır. Hastaneler, internet aracılığı ile mümkün olan çok geniş kapsamdaki iletişim teknolojilerini, hasta bakımının kalitesini yükseltme gibi pazarlama amaçlarını gerçekleştirmek için de kullanabilmektedirler. Hastane web sitelerinde hedef kitle ile olan iletişimi kolaylaştıran etmenler aşağıdaki gibi belirtilmiştir (Gruca, Wakefield, 2004: 1022-1024):

- *Çok aboneli hedef belirleme:* Farklı gruplardaki hedef kitlelere ulaşma
- *Elektronik dokümanlar:* Daha az maliyet ile güncel bilgiler sunma
- *Self servis enformasyon:* Arama motorlarının yer alması
- *Tartışma forumları:* Site ziyaretçilerinin birbiri ile iletişim kurabileceği forumlar oluşturulması
- *Kolaylaştırıcı işlemler:* Çeşitli çevrimiçi hizmetlerin kullanımı
- *Karar yardımcıları sağlama:* En iyi servis ya da ürün için rehber sağlama
- *Ortaklar ile bağlantı kurma:* Hastane ile ilişkisi olan hekimler ile bağlantı oluşturma
- *Harici doğrulama ile güven oluşturma:* İlgili kuruluşlara yer verilmesi

5.2.Hastane Web Sitelerinin İşlevleri

Hastane web sitelerinin temel amaçları şu şekilde belirtilmektedir (Sanchez, Maier-Donati, 2000: 92):

- Genel sağlık enformasyonu kaynağı gibi hizmet sunmak,
- Çevre halkı ile ilişki içinde olmak,
- Mevcut pazarlama programlarına destek olmak,
- Potansiyel tüketiciler ile ilişki oluşturmak,
- Mevcut hastalar ile ilişki oluşturmak,
- Hastaya enformasyon sağlamak.

2006 yılında yapılan bir çalışmada, hastane web siteleri değerlendirme kriterleri ve kriter grupları oluşturulmuştur. Bu kriterler aşağıdaki gibidir (Bilsel, Büyüközkan, Ruan, 2006: 1189):

- Somut
 - Sunum: Uygun arka plan, renk, yazı tipi, simge, resim, boyut,düzen, metin. Düzenli ve tutarlı bir plan, güvenilir linkler, az ve öz özellikte bir ana sayfa.
 - İzlenen yolun uygunluğu: Anlaşılır site haritası, süper ortam dizini, çevrimiçi kataloğa ulaşmada az klik sayısı, referans araçları, veritabanları.
 - Grafik tasarım: Yanıp sönen görüntüler, italik ve diğer dikkat dağıtıcı araçların limitli kullanımı.
- Güvenilirlik
 - Kadronun özgeçmişi: Doktorların özgeçmişlerinin ve iletişim bilgilerinin ulaşılabilirliği.
 - Kurumsal enformasyon: Kurum ile ilgili kapsamlı, güncel ve tutarlı enformasyon.
 - Harici tanınma: Ödüller, ziyaretçi sayıları
- Cevap Verme Yeteneği

- Hız: Hızlı bağlantı ve servis, büyük ve parlak grafiklerin asgari kullanımı, linklere kolay ulaşım.
- Müşteriye olan özen: Müşteri e-postalarına cevap verme.
- Güvence/Teminat
 - Yetki: Bilgili bir web sorumlusu.
 - Gizlilik: Kullanıcıların gizlilik haklarının korunması. Kullanıcı haklarının nasıl korunduğuna dair net ifadeler yer verilmesi.
- Empati
 - Kişiselleştirme: Kişiye özel uyarlanabilir web arayüzü.
 - Linkler: Diğer sağlık kuruluşlarına veya sağlık ile ilgili web sitelerine linklerin bulunması
- Enformasyon Kalitesi
 - Uygunluk: Enformasyon içeriğinin uygunluğu
 - Verim: Detaylı enformasyon içeriğinin kapsamı
 - Sirkülasyon: Güncel enformasyon içeriği
- İletişim Entegrasyonu
 - Sıkça sorulan sorular ve yardım: Sıkça sorulan sorular ve yardım bölümlerin bulunması
 - Özel hizmetler: Özel hizmetlerin bulunması (çevrimiçi hasta ziyareti, e-kart, çevrimiçi randevu, sanal tur, vb.)

5.3. Araştırma

Bu bölümde, kullanıcıların web sitelerinin kullanılabilirliği ile ilgili algılarının internet teknolojilerini kabul ve kullanımları ile ilişkisini belirlemeye yönelik yapılan araştırma yer almaktadır. Kişilerin internet teknolojilerini kabulü ve kullanımı ile ilgili faktörlerin, kurumsal web sitelerindeki kullanılabilirlik faktörleri ile ilgili düşüncelerini etkileyip etkilemediğini belirlemek amacıyla bu araştırma yapılmıştır.

5.3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Kurumlar, kurumsal iletişim çalışmaları kapsamında düşük maliyet, güncelleme kolaylığı ve etkileşim gibi üstünlükleri olması sebebi ile kurumsal web sayfalarından

yararlanmaktadır. Kurumsal web sayfalarına yönelik yapılan çalışmalarda çoğunlukla içerik analizi ve kullanıcıların deneyim ve algıları incelenmektedir. Yapılan çalışmalar, kullanıcıların kurumsal web sayfalarında olumlu deneyimler yaşamasındaki en önemli faktörlerden birisinin kullanılabilir nitelikte sayfalar hazırlanması olduğunu göstermiştir (Waters, Lemanski, 2010: 151-152).

Web bilişim sistemleri kurumlar için önemli bir tanıma ve tanıtma araçlarıdır. Web tabanlı sistemlerin kullanılabilirliği birçok çalışmada incelenmiş, web kullanılabilirliğinin ölçümü için farklı yöntemler geliştirilmiştir. Kullanılabilirlik ile ilgili yapılan farklı tanımlarda bazıları ortak olmak üzere, farklı kullanılabilirlik nitelikleri yer almaktadır.

Kişiler sağlık ve sağlık hizmetleri ile ilgili doğru ve faydalı bilgilere ulaşmak için internetten faydalanmaktadır. Bu noktada hastane web sayfaları devreye girmektedir. Ayrıca artan rekabet sonucu, sayısı gün geçtikçe artan özel hastaneler hem en iyi hizmeti verebilmek hem de kurumlarını en iyi biçimde tanıtılabilmek için çaba göstermektedirler. Hastane web sayfaları bu kapsamda, kurumsal iletişim aracı olarak kullanılmaktadır.

Hastane web sitelerinde yer alan temel bilgiler şu şekilde sıralanabilir:

- Hastanenin iletişim bilgileri
- Hastane hizmetleri
- Doktorlar
- Sağlık ve hastalıklar ile ilgili bilgiler
- Anlaşmalı kurumlar
- “Online” hizmetler
 - E-Randevu
 - E-Geçmiş Olsun
 - E-Bebek
 - Sağlık danışma
 - Sağlık dosyası

Bu araştırma, kullanıcıların internet teknolojilerini kabulü ve kullanımı ile hastane web sitelerinin kullanılabilirliği ile ilgili algıları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik planlanmıştır. Bu kapsamda BTKKT-Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisine ait *çaba beklentisi*, *performans beklentisi*, *davranışsal niyet*, *sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar* değişkenlerinin, WAMMI-WAÖE (Web Analysis and MeasureMent Inventory-Web Analizi ve Ölçümü Envanteri) ölçeği için oluşturulan *kullanışlılık ve kontrol*, *memnuniyet*, *etkililik ve etkileycilik*, *öğrenilebilirlik* faktörleri ile ilişkisi, öne sürülen model doğrultusunda değerlendirilmiştir.

5.3.2. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın metodolojisi bölümünde araştırmanın kısıtları, araştırma modeli, araştırmanın evreni ve örnekleme, veri toplama araçları ve verilerin çözümlenmesi ve değerlendirilmesi hakkında bilgiler yer almaktadır.

5.3.2.1. Araştırmanın Kısıtları

Bu çalışmada aranan kısıtlardan biri, kullanıcıların en son kullanmış oldukları hastane web sitesinin belirtilen özel hastane web sitelerinden birisi olmasıdır. Ayrıca BTKKT ölçeğinde çalışanlara yönelik sorular bulunmaktadır. Bu yüzden araştırmadaki diğer kısıt katılımcıların çalışıyor olmaları olarak belirlenmiştir. Bu şartları sağlamayan katılımcıların anketleri değerlendirme dışında bırakılmıştır.

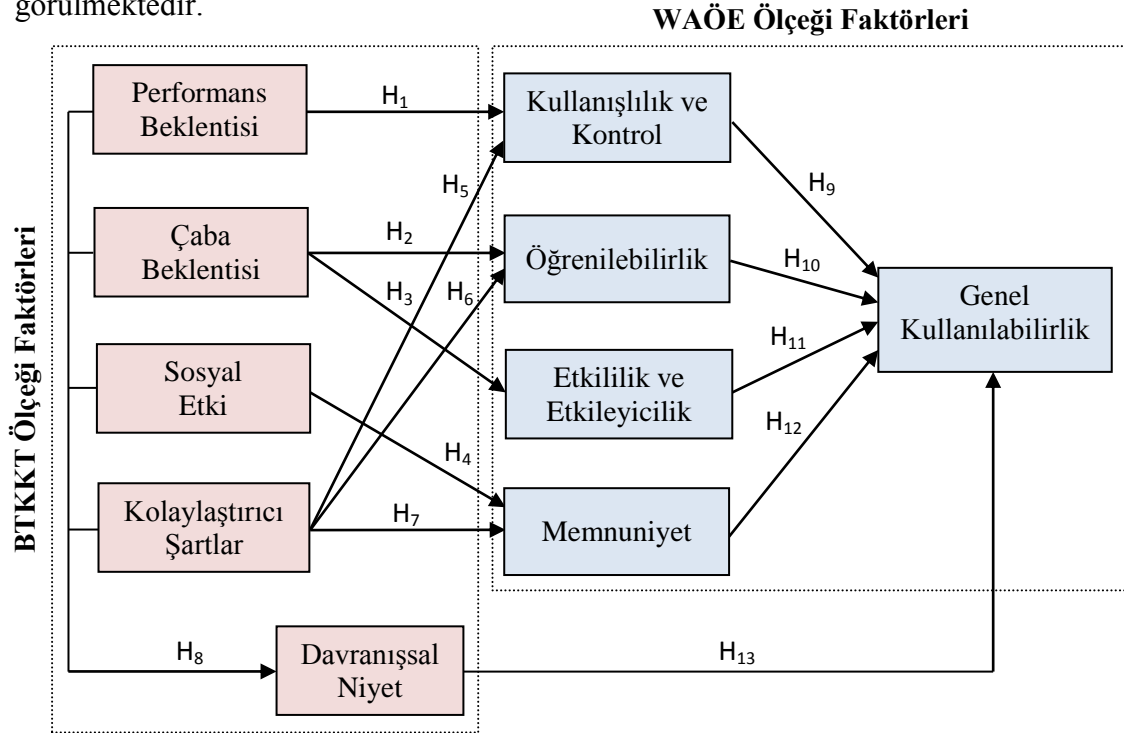
5.3.2.2. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada BTKKT ile WAÖE ölçeklerinden yararlanılmıştır. 20 maddeden oluşan bu ölçek, web sitelerinin kullanılabilirliğinin değerlendirilmesi amacıyla Nigel Claridge ve Jurek Kirakowski tarafından geliştirilmiştir. Ölçek kapsamında ziyaretçilerden beklentileri ile web sitesinde bulduklarını karşılaştırmalarına imkan veren sorular yer almaktadır. Hem ticari hem de akademik amaçlar ile kullanılabilen bu ölçek, eğitim amacıyla ücretsiz olarak kullanılabilir (http://www.wammi.com). Veri toplama aşamasından önce, akademik olarak kullanımında yetkili kişi olan Jurek Kirakowski'den izin alınmıştır (Ek 2). Daha sonra, tercüme işlemleri sürecinde, ölçek Türkçe diline tercüme edilmiş, Türkçe olan ölçek, anadili Türkçe olan ve çok iyi

düzeyde İngilizce bilen bir kişi tarafından tekrar İngilizce diline tercüme edilmiştir. Bu işlem, Kirakowski onaylayana kadar, 2 kez yapılmıştır.

Bilişim sistemlerinin kullanımında kullanıcı davranışlarının açıklanması ve anlaşılmasına yardımcı olması amacıyla kullanılan TKM (Teknoloji Kabul Modeli) ve TKM 2'den sonra, 2003 yılında Venkatesh ve diğerleri tarafından BTKKT geliştirilmiştir. Bu model kurumlarda yeni teknolojilerin başarılı kullanılma olasılığını değerlendirmede faydalı bir araç görevi görmektedir (Venkatesh, Morris, Davis, Davis, 2003: 425-426). BTKKT'nin geliştirilmesinde kullanılan ölçek için Viswanath Venkatesh'den e-posta aracılığı ile kullanım izni alınmıştır.

İnternet teknolojilerini kabul ile hastane web sitelerinde kullanılabilirlik algısı arasındaki ilişkiyi açıklamak için Şekil 20'deki model oluşturulmuştur. Modelde BTKKT-Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Modeli değişkenlerinin, WAÖE-Web Analizi ve Ölçümü Envanteri kapsamında oluşturulan değişkenler ile ilişkisi görülmektedir.



Şekil 20. Hastane Web Sitelerinin Kullanılabilirliğinde Teknoloji Kabulü Modeli

BTKKT değişkenleri olan performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar, modelin bağımsız değişkenleridir. BTKKT değişkenlerinden olan davranışsal niyet ile, WAÖE ölçeğindeki kullanışlılık ve kontrol, öğrenilebilirlik, etkililik ve etkileyicilik, memnuniyet ve genel kullanılabilirlik ise bağımlı değişkenlerdir.

WAÖE ölçeğine uygulanan faktör analizi sonrası belirlenen faktörlerin isimleri aşağıdaki kaynaklardaki çalışmalar ve tanımlar doğrultusunda oluşturulmuştur:

Tablo 16. WAÖE Faktörleri ve Kullanıldıkları Kaynaklar

Faktör	Kaynak
<i>Kullanışlılık ve kontrol</i>	Kirakowski, Claridge, Whitehand (1998) Gluck (1997) Kengeri ve diğerleri (1999)
<i>Memnuniyet</i>	ISO (1994) Nielsen (1993)
<i>Etkililik ve etkileyicilik</i>	Kirakowski, Claridge, Whitehand (1998) Booth (1989) ISO (1994) Kengeri ve diğerleri (1999) Nielsen (1993) Oulanov ve Pajarillo (2002) Shackel (1986)
<i>Öğrenilebilirlik</i>	Kirakowski, Claridge, Whitehand (1998) Booth (1989) Furtado ve diğerleri (2003) Kengeri ve diğerleri (1999) Nielsen (1993) Shackel (1986) Usability.gov

Modelde yer alan faktörlerin tanımları, araştırma çerçevesinde, aşağıda belirtilmektedir (Venkatesh, 2003:448-454; Chen, Germain, Rorissa, 2009):

BTKKT Ölçeği

Performans Beklentisi: Kullanıcının internet teknolojilerini kullanmasının, onun iş performansına katacakları ile ilgili inancı.

Çaba Beklentisi: İnternet teknolojilerinin kullanımı ile ilgili kolaylık derecesi.

Sosyal Etki: Kişinin internet teknolojilerini kullanımına yönelik, onun için önemli olan kişilerin düşünceleri ile ilgili algısı.

Kolaylaştırıcı Şartlar: Kişinin, internet teknolojilerinin kullanımını destekleyen kurumsal ya da teknik yapının varlığı ile ilgili inancı.

Davranışsal Niyet: Kişinin internet teknolojilerini gelecekteki işlerinde kullanma durumu ile ilgili inancı.

WAÖE Ölçeği

Kullanışlılık ve Kontrol: Hastane web sitelerinin çeşitli araçlar kullanılarak işletilmeye, uyarlanmaya ve bireyselleştirmeye elverişli olma durumu.

Öğrenilebilirlik: Kullanıcının vakit kaybetmeden işlem yapmaya başlayabilmesi amacı ile hastane web sitelerinin, öğrenim ve kullanım açısından kolay anlaşılır olması.

Etkililik ve Etkileycilik: Hastane web sitelerinin işlevsel olarak hatasız ve faydalı olması, kullanıcıların işlemlerini tamamlayıp hedeflerine ulaşmalarına imkan vermesi.

Memnuniyet: Hastane web siteleri kullanımının sıkıcı değil memnun edici olması, kullanıcıların web sitesini sevmesi durumu.

Genel Kullanılabilirlik: Hastane web sitelerinin kullanılabilir nitelikte olması.

Araştırma modeli çerçevesinde geliştirilen araştırma hipotezleri şu şekildedir:

- H₁:** Performans beklentisi ile kullanışlılık ve kontrol faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₂:** Çaba beklentisi ile öğrenilebilirlik faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₃:** Çaba beklentisi ile etkililik ve etkileycilik faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₄:** Sosyal etki ile memnuniyet faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₅:** Kolaylaştırıcı şartlar ile kullanışlılık ve kontrol faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₆:** Kolaylaştırıcı şartlar ile öğrenilebilirlik faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₇:** Kolaylaştırıcı şartlar ile memnuniyet faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₈:** Performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar ile davranışsal niyet faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₉:** Kullanışlılık ve kontrol faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₁₀:** Öğrenilebilirlik faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₁₁:** Etkililik ve etkileycilik faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₁₂:** Memnuniyet faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H₁₃:** Davranışsal niyet faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki vardır.

5.3.2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın örneklemini en son kullandığı web sitesi belirtilen özel hastane web sitelerinden olan ve çalışmakta olan kişiler oluşturmaktadır. Katılımcılar rastlantısal örneklem yoluyla seçilmiştir.

Devlet Planlama Teşkilatı'nın Haziran 2011 verileri 31 Aralık 2010 itibarıyla Türkiye nüfusunun 73.722.988 kişi olduğunu göstermektedir (DPT, 2011). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yapılan "2011 Yılı Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması" sonuçlarına göre, Türkiye'de İnternete erişim imkânı olan hane oranının %42,9 olduğu belirtilmektedir. 2011 yılının ilk üç ayında internet kullanan bireylerin ise %54,1 oranında sağlık ile ilgili bilgi aramak için kullandıkları ifade edilmektedir.

Ana kütle ve örnek kütle büyüklükleri hesabına göre yeterli sayıya ulaşılması gerekmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın hesaplanan ana kütle sayısına göre hesaplanan formüller ile örnek kütle sayısının en az 384 olması gerektiği görülmektedir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu, Yıldırım, 2007:127). Yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen 400 sayısı gerekli örnek kütle oluşturulmuştur.

5.3.2.4. Veri Toplama Araçlarının Hazırlanması

Araştırmanın kapsamında bir anket çalışması yapılmıştır. WAÖE ve BTKKT ölçeklerinden oluşan anket çalışmasında toplam 50 soru bulunmaktadır. Katılımcılara 5 soru ile demografik bilgiler sorulurken ayrıca hastane web sitelerini kullanım amaçları da sorulmuştur. WAÖE ölçeğinde 4 faktör, BTKKT ölçeğinde ise 5 faktör bulunmaktadır.

WAÖE ölçeğini değerlendirebilmeleri için kullanıcıların belirtilen hastanelerden birini kullanmış olmaları şartı aranmıştır. Seçilen hastaneler, İstanbul'da yer alan, benzer niteliklerde ve Alexa'da ziyaretçi sayısı en yüksek olan beş özel hastanedir (www.alexa.com).

WAÖE ölçeği memnuniyet faktörü altındaki 1 soru, etkililik ve etkileyicilik faktörünün tüm soruları ve öğrenilebilirlik faktörü altındaki 2 soruda negatif puanlama uygulanmıştır.

Anket çalışması İstanbul'da bulunan iki özel hastanenin polikliniklerine başvuruda bulunan hasta ve hasta yakınlarına uygulanmıştır. Anket çalışması uygulanmadan önce katılımcılara çalışıp çalışmadıkları sorulmuş, çalışmayan kişilere uygulanmamıştır.

Araştırmada anketlerin geri dönüşü için belirlenen bir aylık süre sonunda toplam 450 anket verisi elde edilmiştir. Anketlere verilen cevapların uygunluğu kontrol edilmiş, cevapsız bırakılmış veya yanlış olarak doldurulmuş anketler değerlendirme dışı bırakılmıştır. Sonuç olarak, 400 anket değerlendirme kapsamına alınmıştır.

5.3.2.5. Verilerin Çözümlemesi ve Değerlendirilmesi

Çözümleme aşamasında katılımcılar tarafından doldurulan anket verileri, SPSS (Statistical Packages for Social Sciences) paket programına girilmiştir. Programa girilen veriler uygun şekilde kodlanarak analize hazır hale getirilmiştir. Ayrıca doğrulayıcı faktör analizi için LISREL paket programı kullanılmıştır.

Demografik cevapların karşılaştırmalı analizlerde daha tutarlı olmasını sağlamak amacıyla, katılımcı yaşları ve meslekleri kendi içlerinde gruplanmıştır. Bu kapsamda 18 ve 82 arasındaki yaşlar 4 grupta toplanmıştır. Meslekler ise, ait oldukları sektöre göre ve çalışmanın önem arz edebileceği yönde 10 grupta toparlanarak değerlendirmeye alınmıştır.

Bu gruplamanın ardından ilk olarak bağımlı ve bağımsız değişkenler faktör analizi yapılarak gruplanmış ve faktörler oluşturulmuştur. Faktör analizi sonucunda her bir faktör grubu altındaki sorular ortancaları alınarak gruplanmış, faktörler ve faktörleri oluşturan sorular güvenilirlik ve tutarlılık testlerine tabi tutulmuştur. Ortaya çıkan faktörler doğrulayıcı faktör analizi ile değerlanmıştır.

Bu grublamanın ardından tanımsal bulgular ortaya konulmuştur. Verilerin çözümlenmesinde frekans, aritmetik ortalama, ortanca, standart sapma, yüzde gibi betimsel istatistiklerden faydalanılmıştır. İleri düzey çözümlenmelerde ise parametrik olmayan testlerden iki bağımsız değişken için Mann-Whitney U testi, ikiden fazla bağımsız değişken için ise Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır.

Faktör analizi sonucu ortaya çıkan faktörler ile kullanıcıların demografik bilgileri arasında anlamlı bir bulgu olup olmadığını belirleyebilmek için parametrik olmayan istatistik testler kullanılmıştır. İki bağımsız değişkene sahip demografik bilgiler ile faktör karşılaştırmalarında Mann-Whitney U testi; ikiden fazla bağımsız değişkene sahip demografik bilgiler ile faktör karşılaştırmalarında ise Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır. Son olarak model doğrultusunda birbirleri üzerinde etkisi olan faktörler arasında regresyon analizleri yapılarak bu faktörler arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

5.3.3. Araştırmanın İstatistikî Bulguları

Anket yoluyla elde edilen bulgular SPSS programı kullanılarak istatistikî testlere tabi tutularak analiz edilmiştir. İlk olarak araştırmaya ait güvenilirlik ve faktör analizleri sonuçları verilmiş daha sonra bulgular tanımsal ve çıkarımsal olmak üzere iki kısımda sunulmuştur.

5.3.3.1. Güvenilirlik ve Faktör Analizleri

WAÖE - Web Kullanılabilirlik Ölçeğinin güvenilirliğini test etmek için, Cronbach's Alfa (α) Katsayısı hesaplanmıştır. Alfa değeri 0 ile 1 arası değerler almakta ve kabul edilebilir bir değer en az 0,70 olması istenmektedir (Sekaran:1992:253).

Tablo 17. WAÖE Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Madde	Madde Çıkarıldığında Ölçek Ortalama Puanı	Madde Çıkarıldığında Ölçek Varyans Değeri	Düzeltilmiş Madde-Toplam Puan Korelasyonu	Madde Çıkarıldığında Cronbach's Alfa Katsayısı
Madde 8	63,04	84,966	0,396	0,846
Madde 9	63,04	83,269	0,518	0,841
Madde 10	62,86	82,141	0,609	0,837
Madde 11	62,56	84,227	0,516	0,841
Madde 12	64,09	88,877	0,186	0,855
Madde 13	63,32	85,976	0,420	0,845
Madde 14	63,12	85,603	0,380	0,846
Madde 15	63,20	84,082	0,449	0,844
Madde 16	62,73	85,787	0,474	0,843
Madde 17	63,08	83,368	0,494	0,842
Madde 18	62,96	84,271	0,407	0,846
Madde 19	63,00	83,649	0,460	0,843
Madde 20	62,96	85,171	0,475	0,843
Madde 21	63,50	87,018	0,347	0,848
Madde 22	63,17	84,845	0,385	0,847
Madde 23	63,45	84,458	0,398	0,846
Madde 24	63,06	83,451	0,505	0,841
Madde 25	62,71	85,742	0,378	0,847
Madde 26	62,98	85,546	0,404	0,845
Madde 27	63,10	83,576	0,529	0,840
Cronbach's Alfa (α) = 0,851				

Tablo 17'de görüldüğü üzere madde-toplam puan korelasyonu oldukça düşük seviyede olan 12. soru, ölçek güvenilirliğine olumsuz etki yapmaktadır. Faktör analizinde ortaya çıkabilecek olumsuzlukların önlenmesi için soru değerlendirmeden çıkarılarak ölçeğe tekrar güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Buna göre; 0,05 anlamlılık düzeyinde yapılan güvenilirlik analizi sonucunda, ölçeğin tamamı için Cronbach's Alfa (α) Değeri 0,855 olarak bulunmuştur. Cronbach's Alfa (α) Değeri 0.70'in üzerinde olduğundan ölçek oldukça güvenilirdir.

Bir sonraki aşamada veri setinin faktör analizine uygunluğunu tespit etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik testi ve Bartlett küresellik testi yapılmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik testi, faktör analizinin

uygunluğunu göstermektedir. KMO değeri olarak 0.5-1.0 arası değerler kabul edilebilir olarak değerlendirilirken 0.5'in altındaki değerler faktör analizinin söz konusu veri seti için uygun olmadığını göstermektedir. Ancak, genel olarak araştırmacılarca tatminkar olarak düşünülen asgari KMO değeri 0.70'dir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu, Yıldırım, 2007:226).

WAÖE ölçeğine uygulanan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik testi ve Bartlett küresellik testi sonuçları Tablo 18'deki gibidir.

Tablo 18. WAÖE Ölçeği KMO ve Bartlett Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Ölçek Geçerliliği	0,869	
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki - Kare	2055,433
	Serbestlik Derecesi (df)	171
	Anlamlılık (p)	0,000

0,869 olarak bulunan KMO değerinin 0.50'nin üzerinde olması ve Bartlett testinin de 0.05 önem derecesinde anlam ihtiva etmesiyle veri setinin faktör analizi yapılması için yeterli olduğu düşünülmektedir.

Faktör analizi, birbiriyle ilişkisi olduğu düşünülen çok sayıdaki değişkenler arasındaki ilişkiyi analiz etmede kullanılan bir istatistiksel yaklaşımdır. Faktör analizinin genel amacı, aralarında ilişki bulunan çok sayıda değişkenden oluşan bir veri setine ait temel faktörlerin (ilişkinin yapısının) ortaya çıkarılarak araştırmacı tarafından veri setinde yer alan kavramlar arasındaki ilişkilerin daha kolay anlaşılmasına yardımcı olmaktır (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu, Yıldırım, 2007:222).

Araştırmada yer alan ölçeğe öncelikle faktör analizi yapılmış ve bulunan faktör gruplarına ayrı ayrı güvenilirlik testleri uygulanmıştır. Faktör analizi sonucunda, ortaya çıkan boyut sayısı belirlenirken belirli bir toplam açıklanan varyans seviyesine ulaşmayı sağlayacak faktör sayısı tercih edilmelidir. Pratikte açıklanan varyans seviyesinin %60'tan daha az olmaması istenmektedir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu, Yıldırım, 2007:233).

Soruların analizi, faktör yapılarını incelemek amacıyla varimax döndürme yöntemi (Varimax Rotation) temel bileşenler (Principal Component) analizi kullanılarak yapılmıştır.

WAÖE ölçeğine uygulanan faktör analizi doğrultusunda ölçek: “Kullanışlılık ve Kontrol”, “Memnuniyet”, “Etkililik ve Etkileyicilik” ve “Öğrenilebilirlik” olmak üzere dört faktöre ayrılmıştır. Faktör grupları, orijinal WAÖE faktörlerinden farklı çıkmıştır. “Kullanışlılık ve Kontrol” faktörünün açıklayıcılığı %28,345, “Memnuniyet” faktörünün açıklayıcılığı %9,948, “Etkililik ve Etkileyicilik” faktörünün açıklayıcılığı %8,001, “Öğrenilebilirlik” faktörünün açıklayıcılığı %5,504 ve bu dört faktörün toplam açıklayıcılığı ise %51,787 olarak elde edilmiştir.

Buna ek olarak anket katılımcılarının WAÖE ölçeği kapsamında genel kullanılabilirlik skorları hesaplanmıştır. Bu kapsamda her katılımcı için, WAÖE ölçeğinde faktörleri oluşturan sorulara verilen cevaplar soruların ilgili faktördeki yükleri ile çarpılmış, aynı faktördeki sorulara ait sonuçlar toplanıp ortalamaları alınarak faktör skorları hesaplanmıştır. Her bir faktör için elde edilen bu sonuçlar toplanmak suretiyle bireye ait “Web Kullanılabilirlik Skoru” elde edilmiştir.

Web kullanılabilirlik skorunu aşağıdaki gibi formülize etmek mümkündür.

$$W.K.S. = \frac{\sum_{i=0}^{n_1} v_i x_{i_{f_1}}}{n_1} + \frac{\sum_{i=0}^{n_2} v_i x_{i_{f_2}}}{n_2} + \dots + \frac{\sum_{i=0}^{n_k} v_i x_{i_{f_m}}}{n_k}$$

W.K.S.: Web Kullanılabilirlik Skoru

V : Sorunun ilgili faktördeki yükü

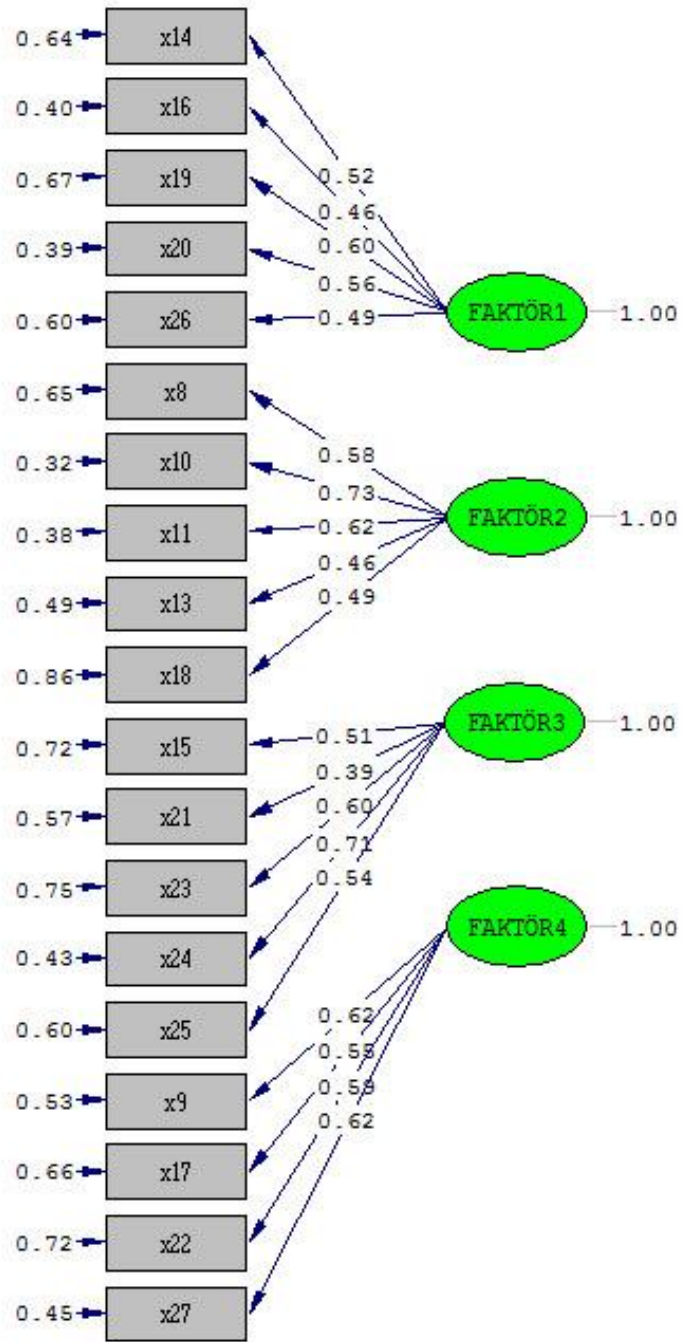
X : Anket sorularına verilen cevap değeri

f : Faktör

Formül 1. Web Kullanılabilirlik Skoru Formülü

Tablo 19. WAÖE Ölçeği Faktör Analizi Sonuç Tablosu

Faktörün Adı	Faktörün Açıklayıcılığı	Faktörün Güvenilirliği	Soru İfadesi	Faktör Yükleri
F1. Kullanışlılık ve Kontrol	%28,345	0,718	20. Hastane web sitesini kullanırken kendimi etkin hissediyorum.	0,700
			19. Hastane web sitesinde istediğim kişilerin iletişim bilgilerine kolayca ulaşabiliyorum.	0,648
			14. Hastane web sitesini kullanırken kontrolün bende olduğunu hissediyorum.	0,607
			26. Hastane web sitesinde linklere tıkladığımda umduğum sonucu alıyorum.	0,565
			16. Hastane web sitesi aradığımı bulmamda bana yardımcı oluyor.	0,537
F2. Memnuniyet	%9,948	0,753	8. Hastane web sitesi ilgi alanıma çok uymaktadır.	0,711
			11. Hastane web sitesi bana mantıklı görünüyor.	0,696
			10. Hastane web sitesinde istediğimi hızlı bir biçimde bulabilirim.	0,638
			18. Hastane web sitesini kullanmaktan hoşlanmıyorum.	0,638
			13. Hastane web sitesindeki sayfalar çok çekicidir.	0,532
F3. Etkililik ve Etkileyicilik	%8,001	0,703	23. Hastane web sitesinin bazı sinir bozucu özellikleri bulunmaktadır.	0,767
			24. Hastane web sitesinde nerede olduğumu hatırlamak zordur.	0,714
			21. Hastane web sitesinin istediğim şeylere sahip olup olmadığını söylemek zordur.	0,601
			25. Hastane web sitesini kullanmak zaman kaybıdır.	0,548
			15. Hastane web sitesi çok yavaştır.	0,454
F4. Öğrenilebilirlik	%5,504	0,706	9. Hastane web sitesinde sayfalar arasında gezinmek zordur.	0,739
			17. Hastane web sitesinde gideceğim yönü bulmayı öğrenmem bir problemdir.	0,603
			27. Hastane web sitesindeki herşeyi anlamak kolaydır.	0,581
			22. Hastane web sitesini ilk kez kullanmak kolaydır.	0,571
Tüm Faktörler	%51,787	0,855	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Değeri: 0,869	



Chi-Square=374.08, df=146, P-value=0.00000, RMSEA=0.063

Şekil 21. WAÖE ölçeği doğrulayıcı faktör analizi

Açımlayıcı faktör analizi ile belirlenen model doğrulayıcı faktör analiziyle test edilmiştir. Analiz sonucuna ilişkin uyum indeksleri Tablo 20’de verilmiştir. Tablo 20’de yer alan Ki-kare istatistiği indeks uyum eksikliği olarak belirtilmektedir (Stapleton, 1997). Bu bağlamda küçük test istatistiği modelin gözlemsel yapıya uygun olduğunu,

büyük istatistik değeri ise modelin gözlenen yapıyı yeterince açıklayamadığını ve gözlemsel yapıya uygun olmadığını göstermektedir. Ancak ki-kare istatistiği toplamalı bir istatistik olduğundan değişken sayısı arttıkça yüksek çıkacağından Ki-kare / serbestlik derecesinden yararlanılmaktadır. Bu değer 5 değerinden küçük olduğu durumlarda modelin iyi bir uyuma sahip olduğu, 3 değerinden daha küçük olduğu durumlarda ise modelin çok iyi bir uyuma sahip olduğu kabul edilmektedir (Byrne, 1998). WAÖE ölçeği modelinin Ki-kare / serbestlik derecesi sonucu 2,56 çıktığından modelin gözlenen yapıya çok iyi bir uyuma sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 20. WAÖE Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

İstatistikler	Sonuçlar	İstatistikler	Sonuçlar
Ki-kare	374.08	CFI	0.95
Serbestlik Derecesi	146	NFI	0.92
Ki-kare/SD	2,56	NNFI	0.95
GFI	0.91	SRMR	0.057
AGFI	0.88	RMSEA	0.063

Uyum iyiliği indekslerinin değeri 1'e ne kadar yaklaşırsa modelin veriye o kadar uyumlu olduğu söylenebilir. Uyum iyiliği indeksleri için 0,90-0,95 kabul edilebilir ve 0,95 üzerinde olması ise yüksek bir uyumu göstermektedir (Doğan, Başokçu, 2010: 69). Tablo 20'deki değerlere bakıldığında AGFI dışındaki uyum indekslerinin 0.90'dan büyük olduğu gözlemlenmektedir.

Bunun yanı sıra modelin hata (uyumsuzluk) indekslerinin 0,08-0,05 değerleri arasında olması modelin kabul edilebilir; 0,05 değerinden küçük olması ise modelin iyi olduğunu göstermektedir. Özellikle Ortalama Karekök Hata Tahmini (RMSEA) indeks değerinin 0,00 a yakın olması iyi uyumu göstermektedir. RMSEA'nın 0,05 den düşük çıkması gözlenen ve üretilen matrisler arasında minimum hata olduğunu ve mükemmel bir uyumun olduğunu göstermektedir (Doğan, Başokçu, 2010: 70). Döndürülmüş faktör analizine ilişkin model için hesaplanan 0.063 ortalama karekök hata tahmini (RMSEA) değeri, 0,08 ile 0,05 arasında bulunduğundan model için gözlenen ve üretilen matrisler arasındaki hata oranının kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir.

İnternet Teknolojileri için Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Ölçeğine de öncelikle güvenilirlik analizi yapılmıştır.

Tablo 21. BTKKT Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Madde	Madde Çıkarıldığında Ölçek Ortalama Puanı	Madde Çıkarıldığında Ölçek Varyans Değeri	Düzeltilmiş Madde-Toplam Puan Korelasyonu	Madde Çıkarıldığında Cronbach's Alfa Katsayısı
Madde 32	66,85	98,967	0,629	0,878
Madde 33	66,88	98,886	0,680	0,877
Madde 34	66,92	98,352	0,692	0,876
Madde 35	67,29	97,678	0,624	0,878
Madde 36	66,95	100,281	0,661	0,878
Madde 37	66,92	101,507	0,644	0,879
Madde 38	67,00	102,195	0,579	0,881
Madde 39	66,98	101,568	0,597	0,880
Madde 40	67,51	102,526	0,424	0,885
Madde 41	67,48	100,706	0,496	0,883
Madde 42	67,64	101,986	0,373	0,888
Madde 43	67,40	101,073	0,456	0,884
Madde 44	67,11	99,692	0,556	0,881
Madde 45	67,04	101,174	0,555	0,881
Madde 46	67,59	105,881	0,233	0,892
Madde 47	67,43	106,657	0,209	0,892
Madde 48	67,21	100,627	0,477	0,883
Madde 49	67,13	101,061	0,473	0,884
Madde 50	67,07	99,988	0,551	0,881
Cronbach's Alfa (α) = 0,888				

Tablo 21'de görüldüğü üzere madde-toplam puan korelasyonu oldukça düşük seviyede olan 46. ve 47. soru, ölçek güvenilirliğine olumsuz etki yapmaktadır. Faktör analizinde ortaya çıkabilecek olumsuzlukların önlenmesi için soru değerlendirmeden çıkarılarak ölçeğe tekrar güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Buna göre; 0,05 anlamlılık düzeyinde yapılan güvenilirlik analizi sonucunda, ölçeğin tamamı için Cronbach's Alfa (α) Değeri 0,896 olarak bulunmuştur. Cronbach's Alfa (α) Değeri 0.70'in üzerinde olduğundan BTKKT ölçeği güvenilirlidir.

BTKKT ölçeğine uygulanan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik testi ve Bartlett küresellik testi sonuçları ise şu şekildedir:

Tablo 22. WAÖE Ölçeği KMO ve Bartlett Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Ölçek Geçerliliği	0,869	
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki - Kare	4173,091
	Serbestlik Derecesi (df)	136
	Anlamlılık (p)	0,000

0,869 olarak bulunan KMO değerinin 0.50'nin üzerinde olması ve Bartlett testinin de 0.05 önem derecesinde anlam ihtiva etmesiyle veri setinin faktör analizi yapılması için yeterli olduğu düşünülmektedir.

BTKKT ölçeği sorularının analizi, faktör yapılarını incelemek amacıyla varimax döndürme yöntemi (Varimax Rotation) temel bileşenler (Principal Component) analizi kullanılarak yapılmıştır.

BTKKT ölçeğine uygulanan faktör analizi doğrultusunda ölçek: “Çaba Beklentisi”, “Performans Beklentisi”, “Davranışsal Niyet”, “Sosyal Etki” ve “Kolaylaştırıcı Şartlar” olmak üzere beş faktöre ayrılmıştır. “Çaba Beklentisi” faktörünün açıklayıcılığı %39,979, “Performans Beklentisi” faktörünün açıklayıcılığı %12,380, “Davranışsal Niyet” faktörünün açıklayıcılığı %10,626, “Sosyal Etki” faktörünün açıklayıcılığı %6,343, “Kolaylaştırıcı Şartlar” faktörünün açıklayıcılığı %6,132 ve bu beş faktörün toplam açıklayıcılığı ise %75,460 olarak elde edilmiştir.

Tablo 23. BTKKT Ölçeği Faktör Analizi Sonuç Tablosu

Faktörün Adı	Faktörün Açıklayıcılığı	Faktörün Güvenilirliği	Soru İfadesi	Faktör Yükleri
F1. Çaba Beklentisi	%39,979	0,885	39. İnternet teknolojilerini çalıştırmayı öğrenmem kolaydır.	0,830
			38. İnternet teknolojileri kullanımını kolay buluyorum.	0,791
			37. İnternet teknolojileri kullanımında beceri kazanmam kolaydır.	0,756
			36. İnternet teknolojileri ile olan etkileşimim açık ve anlaşılırdır.	0,643
F2. Performans Beklentisi	%12,380	0,868	33. İnternet teknolojilerini kullanmam görevlerimi daha hızlı tamamlamama olanak sağlar.	0,832
			32. İnternet teknolojilerini işimde kullanışlı buluyorum.	0,801
			34. İnternet teknolojilerini kullanmam üretkenliğimi artırıyor.	0,786
			35. İnternet teknolojilerini kullanırsam, işimde yükselme şansım artar.	0,526
F3. Davranışsal Niyet	%10,626	0,902	49. İnternet teknolojilerini gelecekteki işlerimde kullanacağımı tahmin ediyorum.	0,910
			50. İnternet teknolojilerini gelecekteki işlerimde kullanmayı planlıyorum.	0,880
			48. İnternet teknolojilerini gelecekteki işlerimde kullanmaya niyet ediyorum.	0,869
F4. Sosyal Etki	%6,343	0,791	40. Davranışımı etkileyen kişiler internet teknolojilerini kullanmam gerektiğini düşünüyorlar.	0,837
			41. Benim için önemli olan kişiler internet teknolojilerini kullanmam gerektiğini düşünüyorlar.	0,787
			42. Çalıştığım kurumdaki üst yönetim, internet teknolojileri kullanımında yardımcı olmuştur.	0,670
			43. Çalıştığım kurum, genel olarak internet teknolojileri kullanımını desteklemiştir.	0,574
F5. Kolaylaştırıcı Şartlar	%6,132	0,747	44. İnternet teknolojilerini kullanmak için gerekli kaynaklara sahibim.	0,742
			45. İnternet teknolojilerini kullanmak için gerekli bilgiye sahibim.	0,649
Tüm Faktörler	%75,460	0,896	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Değeri: 0,869	

5.3.3.2. Tanımsal Analiz Bulguları

5.3.3.2.1. Frekans Analizleri

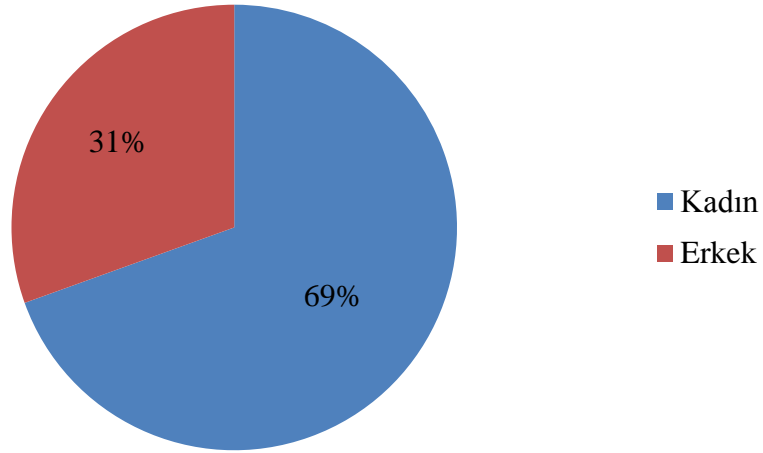
Yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslek ve gelir durumu olmak üzere 5 grup demografik bulgu bulunmaktadır. Hastane web sitelerini kullanım amacı, hastane web sitesinin en ilgi çekici veya kullanışlı yönü, hastane web sitesinin önemi, kullanıcıların internet beceri ve bilgi algısı, hastane web sitesinin en iyi yönü, hastane web sitesinin eksikliği olma durumu dağılımları verilmiştir. Bunlara ek olarak faktörlere göre WAÖE ölçeği ve BTKKT ölçeği sorularının dağılımları incelenmiştir.

Cinsiyete Göre Dağılım

Ankete katılan toplam 400 kişinin 278'ini %69,5 oranla kadınlar oluştururken, 122'sini %30,5 oranla erkekler oluşturmaktadır.

Tablo 24. Cinsiyete Göre Dağılım

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	278	69,5
Erkek	122	30,5
Toplam	400	100



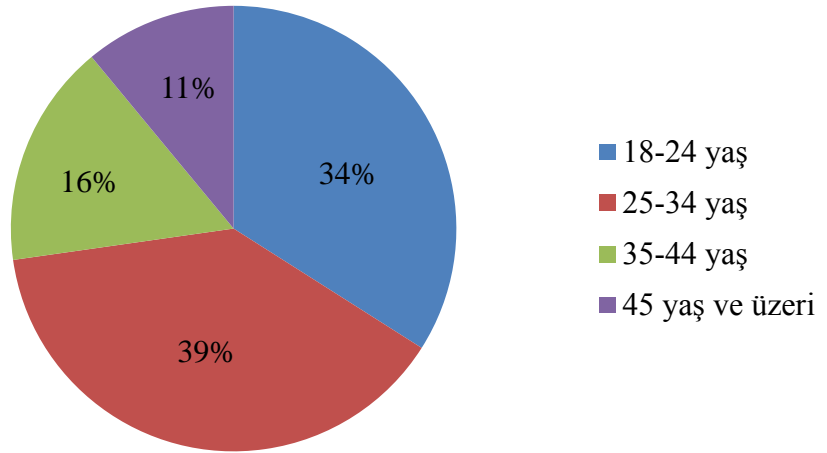
Grafik 1. Cinsiyete göre dağılım

Yaş Gruplarına Göre Dağılım

Ankete katılan kişilerin yaş dağılım tablosu aşağıda yer almaktadır.

Tablo 25. Yaş Gruplarına Göre Dağılım

Yaş	Frekans	Yüzde (%)
18-24 yaş	135	34,0
25-34 yaş	155	38,8
35-44 yaş	65	16,2
45 yaş ve üzeri	44	11,0
Toplam	400	100



Grafik 2. Yaş gruplarına göre dağılım

Tablo 26. Yaş Dağılımı

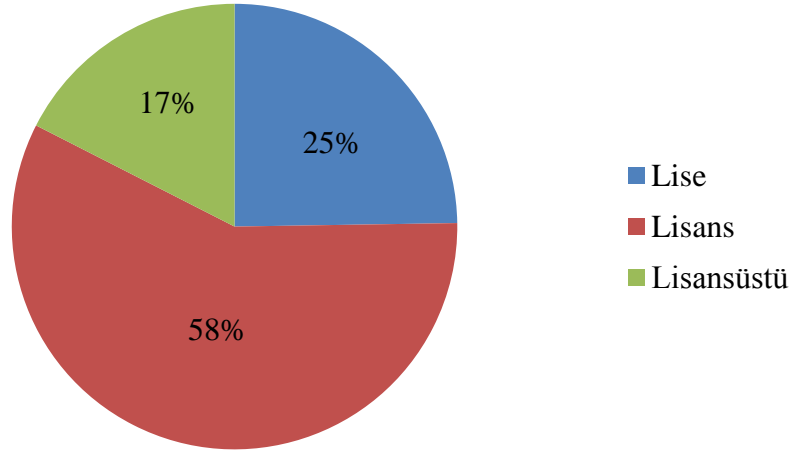
Kişisel Özellik	\bar{x}	$\pm ss$	Ortanca	En az	En çok
Yaş	30,74	9,972	27	18	82

Eğitim Durumuna Göre Dağılım

Ankete katılan kişilerin eğitim durumlarını gösteren tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 27. Eğitim Durumuna Göre Dağılım

Eğitim	Frekans	Yüzde (%)
Lise	99	24,8
Lisans	231	57,8
Lisansüstü	70	17,5
Toplam	400	100



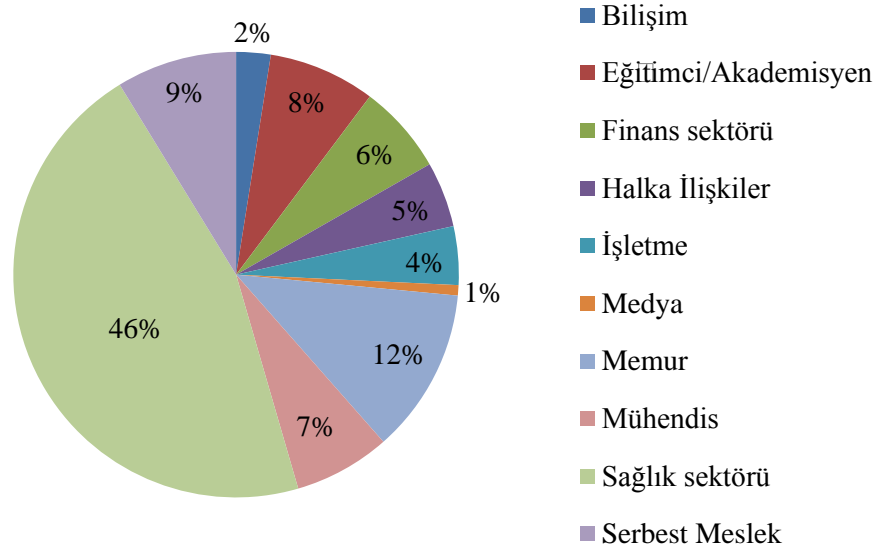
Grafik 3. Eğitim durumuna göre dağılım

Meslek Gruplarına Göre Dağılım

Ankete katılan kişilerin meslek gruplarını gösteren tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 28. Meslek Gruplarına Göre Dağılım

Meslek Grubu	Frekans	Yüzde (%)
Bilişim	10	2,50
Eğitimci/Akademisyen	31	7,80
Finans sektörü	26	6,50
Halka İlişkiler	19	4,80
İşletme	17	4,20
Medya	3	0,80
Memur	48	12,00
Mühendis	28	7,00
Sağlık sektörü	183	45,80
Serbest Meslek	35	8,80
Toplam	400	100



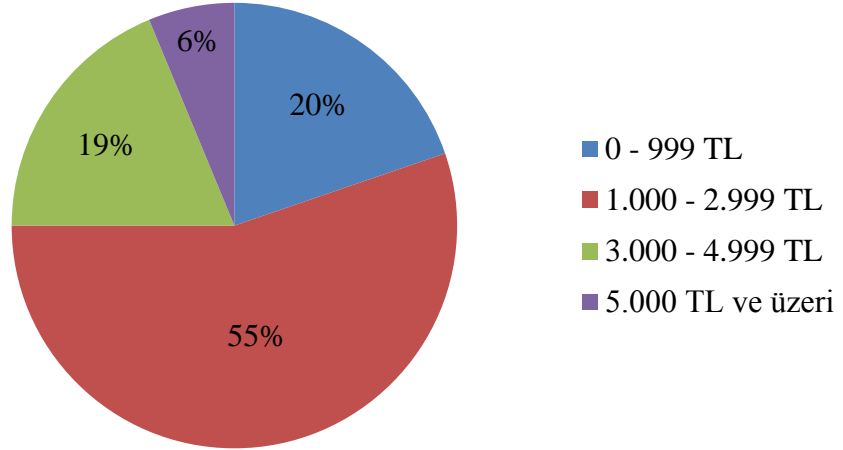
Grafik 4. Meslek gruplarına göre dağılım

Gelir Durumuna Göre Dağılım

Ankete katılan kişilerin gelir durumlarını gösteren tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 29. Gelir Durumuna Göre Dağılım

Gelir Durumu	Frekans	Yüzde (%)
0 - 999 TL	79	19,8
1.000 - 2.999 TL	221	55,2
3.000 - 4.999 TL	75	18,8
5.000 TL ve üzeri	25	6,2
Toplam	400	100



Grafik 5. Gelir durumuna göre dağılım

Hastane Web Sitesi Kullanım Amacına Göre Dağılım

Ankete katılan kişilerin hastane web sitesi kullanım amaçlarını gösteren tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 30. Hastane Web Sitesi Kullanım Amacına Göre Dağılım

Kullanım Amacı	Frekans
“Online” hizmetler	166
Belirli bir konu ile ilgili bilgi almak için	194
Hastane hizmetleri ile ilgili bilgi almak için	197
Doktorlar ile ilgili bilgi almak için	116

Araştırma sonuçlarına göre Tablo 30’da görüldüğü üzere katılımcılar hastane web sitesini en çok hastane hizmetleri ile ilgili bilgi almak için ziyaret etmektedirler (197 kişi). Bunu 194 kişi ile belirli bir konu ile ilgili bilgi almak amacı ve 166 kişi ile “online” hizmet kullanımını izlerken, doktorlar ile ilgili bilgi almak amacıyla hastane web sitelerini ziyaret eden katılımcılar 116 kişi ile en düşük sayıdadır.

Hastane Web Sitesinin En İlgi Çekici ve Kullanışlı Yönüne Göre Dağılım

Ankete katılan kişilerin hastane web sitesinin en ilgi çekici ve kullanışlı yönünü gösteren tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 31. Hastane Web Sitesinin En İlgi Çekici ve Kullanışlı Yönüne Göre Dağılım

En İlgi Çekici ve Kullanışlı Yönü	Frekans
“Online” hizmetler	148
Hastane ve tıbbi birimler ile ilgili bilgilere ulaşmak	217
Doktorlar ile ilgili bilgilere ulaşmak	128
Sağlık ile ilgili bilgilere ulaşmak	151
Diğer	17

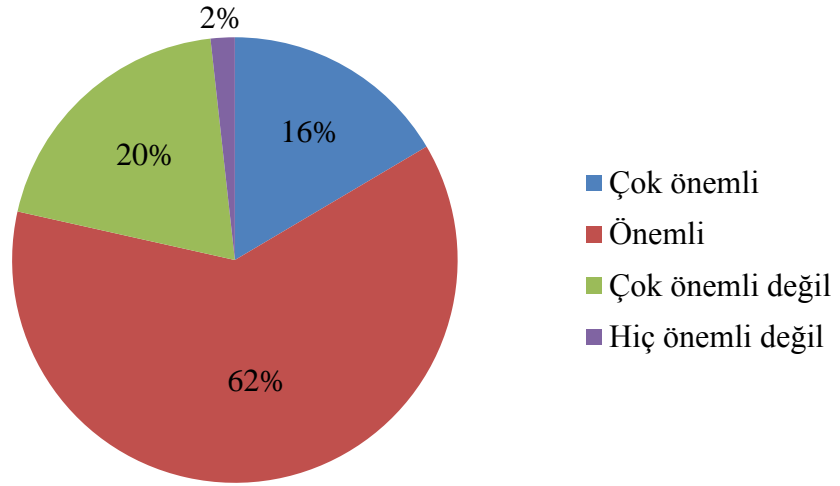
Araştırma sonuçlarına göre Tablo 31’de görüldüğü üzere hastane web sitelerinin katılımcılara göre en ilgi çekici ve kullanışlı yönü hastane ve tıbbi birimler ile ilgili bilgilere ulaşmaktır (217 kişi). Bunu sırasıyla sağlık ile ilgili bilgilere ulaşmak, “online” hizmetler ve doktorlar ile ilgili bilgilere ulaşmak izlemektedir.

Hastane Web Sitelerinin Önemine Göre Dağılım

Ankete katılan kişiler için hastane web sitelerinin önemini gösteren tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 32. Hastane Web Sitelerinin Önemine Göre Dağılım

Önem Derecesi	Frekans	Yüzde (%)
Çok önemli	66	16,5
Önemli	248	62,0
Çok önemli değil	79	19,8
Hiç önemli değil	7	1,8
Toplam	400	100



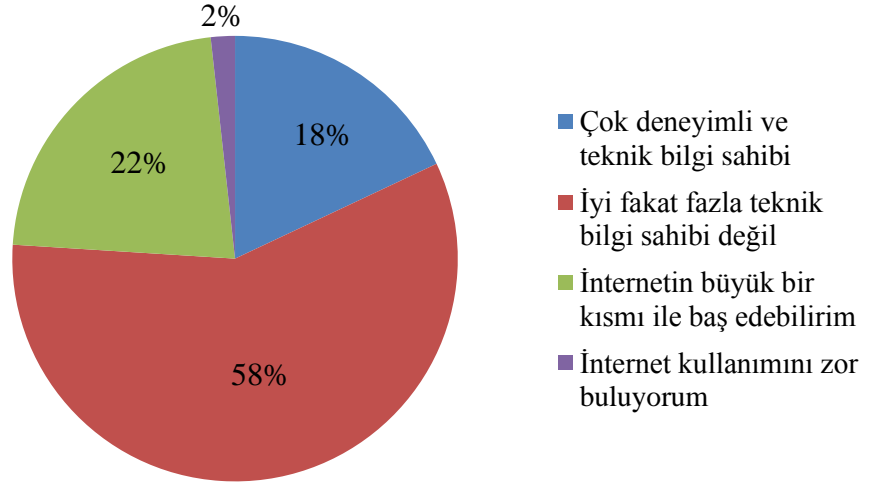
Grafik 6. Hastane web sitelerinin önemine göre dağılım

Katılımcıların İnternet Beceri ve Bilgi Algısına Göre Dağılım

Ankete katılan kişilerin internet beceri ve bilgi algılarını gösteren tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 33. Katılımcıların İnternet Beceri ve Bilgi Algısına Göre Dağılım

İnternet Beceri ve Bilgi Algısı	Frekans	Yüzde
Çok deneyimli ve teknik bilgi sahibi	72	18,0
İyi fakat fazla teknik bilgi sahibi değil	232	58,0
İnternetin büyük bir kısmı ile baş edebirim	89	22,2
İnternet kullanımını zor buluyorum	7	1,8
Toplam	400	100



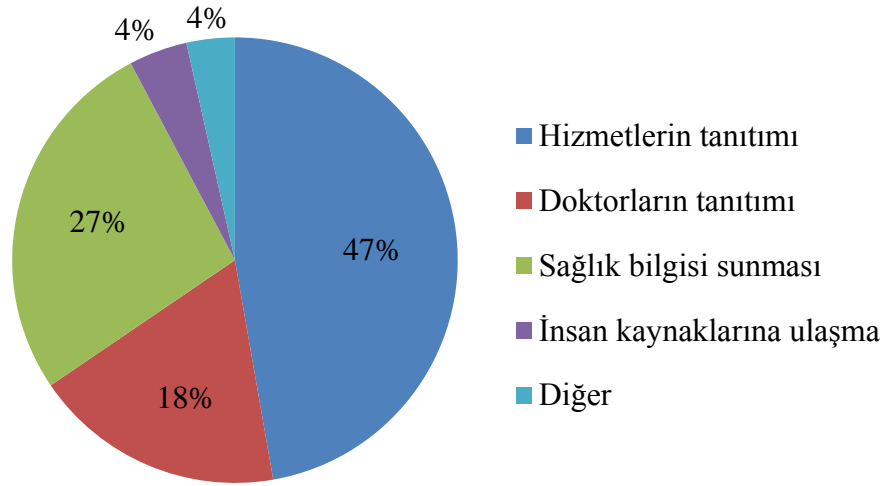
Grafik 7. Katılımcıların internet beceri ve bilgi algısına göre dağılım

Hastane Web Sitesinin En İyi Yönüne Göre Dağılım

Ankete katılan kişilere göre hastane web sitesinin en iyi gösteren tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 34. Hastane Web Sitesinin En İyi Yönüne Göre Dağılım

Hastane Web Sitesinin En İyi Yönü	Frekans	Yüzde
Hizmetlerin tanıtımı	189	47,2
Doktorların tanıtımı	73	18,2
Sağlık bilgisi sunması	107	26,8
İnsan kaynaklarına ulaşma	17	4,2
Diğer	14	3,5
Toplam	400	100



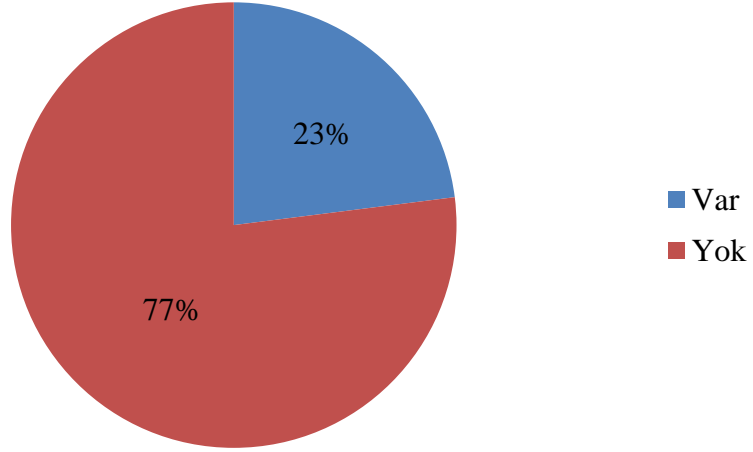
Grafik 8. Hastane web sitesinin en iyi yönüne göre dağılım

Hastane Web Sitesinin Eksiği Olma Durumuna Göre Dağılım

Ankete katılan kişilere göre hastane web sitesinin eksikliği olma durumuna göre dağılımını gösteren tablo aşağıda yer almaktadır. Katılımcıların %23' hastane web sitesinin eksikliği olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir.

Tablo 35. Hastane Web Sitesinin Eksikliği Olma Durumuna Göre Dağılım

Eksikliği Olma Durumu	Frekans	Yüzde
Var	92	23,0
Yok	308	77,0
Toplam	400	100



Grafik 9. Hastane web sitesinin eksikliği olma durumuna göre dağılım

WAÖE Soruları Dağılımı

WAÖE ölçeği Faktörlerini oluşturan sorulara verilen yanıtların dağılım tabloları buldukları faktörlere göre aşağıda verilmiştir. Kullanışlılık ve Kontrol faktörü altında bulunan soruların dağılımları şu şekildedir.

Tablo 36. WAÖE Ölçeği Kullanışlılık ve Kontrol Faktörü Soruları Frekans Dağılımları

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
14. Hastane web sitesini kullanırken kontrolün bende olduğunu hissediyorum.	14	3,5	75	18,8	112	28,0	176	44,0	23	5,8
16. Hastane web sitesi aradığımı bulmamda bana yardımcı oluyor.	4	1,0	32	8,0	84	21,0	246	61,5	34	8,5
19. Hastane web sitesinde istediğim kişilerin iletişim bilgilerine kolayca ulaşabiliyorum.	12	3,2	74	18,5	89	22,2	180	45,0	44	11,0
20. Hastane web sitesini kullanırken kendimi etkin hissediyorum.	5	1,2	52	13,0	121	30,2	198	49,5	24	6,0
26. Hastane web sitesinde linklere tıkladığımda umduğum sonucu alıyorum.	9	2,2	63	15,8	102	25,5	198	49,5	28	7,0

Katılımcıların büyük çoğunluğu hastane web sitesini kullanırken “kontrolün bende olduğunu hissediyorum” maddesine katılırken, % 28’i kararsız olduğunu belirtmiştir. Hastane web sitesinin aradıklarını bulmalarında yardımcı olması konusunda katılımcıların büyük kısmı olumlu görüş bildirmiştir. İstedikleri kişilerin iletişim bilgilerini kolayca ulaşabilmeleri konusunda ise % 56’sı olumlu görüş bildirirken, yüzde 22,2 oranında katılımcı kararsız kalmış, % 18,5’i ise olumsuz görüş bildirmiştir. Hastane web sitesini kullanırken kendilerini etkin hissetme ve web sitesindeki linklere

tıkladıklarında umdukları sonucu alma ile ilgili maddelerde, olumlu görüş bildirenler daha fazladır ve daha sonra kararsız olanlar gelmektedir.

Tablo 37. WAÖE Ölçeği Memnuniyet Faktörü Soruları Frekans Dağılımları

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
8. Hastane web sitesi ilgi alanıma çok uymaktadır.	16	4,0	67	16,8	102	25,5	179	44,8	36	9,0
10. Hastane web sitesinde istediğimi hızlı bir biçimde bulabilirim.	8	2,0	60	15,0	72	18,0	222	55,5	38	9,5
11. Hastane web sitesi bana mantıklı görünüyor.	5	1,2	34	8,5	52	13,0	231	57,8	78	19,5
13. Hastane web sitesindeki sayfalar çok çekicidir.	6	1,5	91	22,8	174	43,5	115	28,8	14	3,5
18. Hastane web sitesini kullanmaktan hoşlanmıyorum.	53	13,2	179	44,8	82	20,5	70	17,5	16	4,0

Katılımcıların yaklaşık % 54'ü hastane web sitesinin ilgi alanlarına uyduğu yönünde görüş belirtirken % 25,5'i kararsız kalmıştır. Katılımcıların % 65'i ise hastane web sitesinden istediklerini hızlı bir biçimde bulabildiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğu hastane web sitesinin mantıklı görüldüğü fakat yaklaşık % 32'si web sitesinin çekici olduğu yönünde cevaplamışlardır. Katılımcıların % 43,5'i ise bu madde ile ilgili kararsız kalmışlardır. "Hastane web sitesini kullanmaktan hoşlanmıyorum" maddesine ise katılımcıların çoğu olumsuz cevap vermişlerdir.

Tablo 38. WAÖE Ölçeği Etkililik ve Etkileyicilik Faktörü Soruları Frekans Dağılımları

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
15. Hastane web sitesi çok yavaştır.	23	5,8	159	39,8	123	30,8	73	18,2	22	5,5
21. Hastane web sitesinin istediğim şeylere sahip olup olmadığını söylemek zordur.	9	2,2	92	23,0	164	41,0	126	31,5	9	2,2
23. Hastane web sitesinin bazı sinir bozucu özellikleri bulunmaktadır.	27	6,8	111	27,8	107	26,8	133	33,2	22	5,5
24. Hastane web sitesinde nerede olduğumu hatırlamak zordur.	34	8,5	170	42,5	112	28,0	74	18,5	10	2,5
25. Hastane web sitesini kullanmak zaman kaybıdır.	66	16,5	214	53,5	66	16,5	46	11,5	8	2,0

Katılımcıların % 45,6'sı hastane web sitesinin yavaş olduğu yönündeki maddeye olumsuz görüş bildirseler de, % 30,8'i bu konuda kararsız kalmışlardır. “Hastane web sitesinin istediğim şeylere sahip olup olmadığını söylemek zordur” maddesi için katılımcıların % 41'i kararsız olduklarını belirtirken, diğer katılımcıların büyük çoğunluğu bu maddeye katıldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların % 38,7'si hastane web sitesinin bazı sinir bozucu özellikleri bulunduğu yönünde görüş bildirmişlerdir. Yüzde 34,6 oranında katılımcı ise bu maddeyi katılmıyorum yönünde cevaplamışlardır. Katılımcıların % 51'i hastane web sitesinde nerede olduklarını hatırlamadıkları ifadesine, % 70'ise hastane web sitesini kullanmanın zaman kaybı olduğu yönündeki ifadeye katılmadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 39. WAÖE Ölçeği Öğrenilebilirlik Faktörü Soruları Frekans Dağılımları

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
9. Hastane web sitesinde sayfalar arasında gezinmek zordur.	28	7,0	191	47,8	93	23,2	78	19,5	10	2,5
17. Hastane web sitesinde gideceğim yönü bulmayı öğrenmem bir problemdir.	34	8,5	176	44,0	89	22,2	94	23,5	7	1,8
22. Hastane web sitesini ilk kez kullanmak kolaydır.	20	5,0	90	22,5	89	22,2	175	43,8	26	6,5
27. Hastane web sitesindeki herşeyi anlamak kolaydır.	13	3,2	60	15,0	140	35,0	163	40,8	24	6,0

Hastane web sitesinde sayfalar arasında gezinmenin zor olduğu ve web sitesinde gidilecek yolu bulmanın bir problem olduğu yönündeki maddelere katılımcıların % 50'den fazlası katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların % 50,3'ü hastane web sitesini ilk kez kullanmanın kolay olduğunu, % 22,5'i buna katılmadıklarını, % 22,2'si ise karsız olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların % 46,8'i hastane web sitesindeki her şeyi anlamının kolay olduğu yönündeki maddede olumlu görüş bildirirken, % 35', kararsız olduklarını ifade etmişlerdir.

İnternet Teknolojileri için Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Ölçeği Soruları Dağılımı

BTKKT ölçeği faktörlerini oluşturan sorulara verilen yanıtların dağılım tabloları buldukları faktörlere göre aşağıda verilmiştir. Çaba beklentisi faktörü altında bulunan soruların dağılımları şu şekildedir.

Tablo 40. BTKKT Ölçeği Çaba Beklentisi Faktörü Soruları Frekans Dağılımları

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
36. İnternet teknolojileri ile olan etkileşimim açık ve anlaşılmalıdır.	8	2,0	16	4,0	50	12,5	237	59,2	89	22,2
37. İnternet teknolojileri kullanımında beceri kazanmam kolaydır.	2	0,5	19	4,8	48	12,0	243	60,8	88	22,0
38. İnternet teknolojileri kullanımını kolay buluyorum.	2	0,5	23	5,8	59	14,8	239	59,8	77	19,2
39. İnternet teknolojilerini çalıştırmayı öğrenmem kolaydır.	4	1,0	18	4,5	66	16,5	224	56,0	88	22,0

Katılımcıların büyük çoğunluğu internet teknolojileri ile olan etkileşimlerinin açık ve anlaşılır olduğu, internet teknolojileri kullanımında beceri kazanmanın kolay olduğu ve internet teknolojileri kullanımının kolay olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir. Ayrıca, internet teknolojilerini çalıştırmayı öğrenmenin de kolay olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 41. BTKKT Ölçeği Performans Beklentisi Faktörü Soruları Frekans Dağılımları

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
32. İnternet teknolojilerini işimde kullanışlı buluyorum.	13	3,2	21	5,2	32	8,0	196	49,0	138	34,5
33. İnternet teknolojilerini kullanmam görevlerimi daha hızlı tamamlamama olanak sağlar.	7	1,8	24	6,0	44	11,0	201	50,2	124	31,0
34. İnternet teknolojilerini kullanmam üretkenliğimi artırıyor.	8	2,0	28	7,0	42	10,5	205	51,2	117	29,2
35. İnternet teknolojilerini kullanırsam, işimde yükselme şansım artar.	14	3,5	48	12,0	101	25,2	148	37,0	89	22,2

Performans beklentisi kapsamındaki internet teknolojilerinin işlerinde kullanışlı olması, görevlerinin daha hızlı tamamlanmasına olanak sağlaması ve üretkenliklerini artırması yönündeki maddeler için olumlu görüş bildirmişlerdir. İnternet teknolojileri kullanımının işlerinde yükselme şansını artırması maddesine ise % 59,2 oranında katılımcı katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum olarak cevap vermiş, % 25,2'si kararsız olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 42. BTKKT Ölçeği Davranışsal Niyet Faktörü Soruları Frekans Dağılımları

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum		Kesinlikle katlıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
48. İnternet teknolojilerini gelecekteki işlerimde kullanmaya niyet ediyorum.	20	5,0	43	10,8	55	13,8	201	50,2	81	20,2
49. İnternet teknolojilerini gelecekteki işlerimde kullanacağımı tahmin ediyorum.	18	4,5	35	8,8	53	13,2	205	51,2	89	22,2
50. İnternet teknolojilerini gelecekteki işlerimde kullanmayı planlıyorum.	16	4,0	27	6,8	57	14,2	204	51,0	96	24,0

Davranışsal niyet faktörü kapsamındaki, internet teknolojilerini gelecekteki işlerinde kullanmaya niyet etmeleri, kullanacaklarını tahmin etmeleri ve kullanmayı planlamaları yönündeki maddeleri katılımcıların büyük çoğunluğu benzer oranlarda katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum olarak yanıtlamışlardır.

Tablo 43. BTKKT Ölçeği Sosyal Etki Faktörü Soruları Frekans Dağılımları

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
40. Davranışımı etkileyen kişiler internet teknolojilerini kullanmam gerektiğini düşünüyorlar.	17	4,2	53	13,2	122	30,5	167	41,8	41	10,2
41. Benim için önemli olan kişiler internet teknolojilerini kullanmam gerektiğini düşünüyorlar.	21	5,2	55	13,8	95	23,8	187	46,8	42	10,5
42. Çalıştığım kurumdaki üst yönetim, internet teknolojileri kullanımında yardımcı olmuştur.	39	9,8	62	15,5	94	23,5	161	40,2	44	11,0
43. Çalıştığım kurum, genel olarak internet teknolojileri kullanımını desteklemiştir.	24	6,0	45	11,2	92	23,0	181	45,2	58	14,5

Sosyal etki faktörü kapsamındaki maddelerde de, katılımcıların büyük çoğunluğu yine benzer oranlarda katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yönünde yanıtlar vermişler, diğer katılımcılar ise olumsuz yöndeki cevaplardan daha fazla oranda kararsız olarak görüş bildirmişlerdir.

Tablo 44. BTKKT Ölçeği Kolaylaştırıcı Şartlar Faktörü Soruları Frekans Dağılımları

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
44. İnternet teknolojilerini kullanmak için gerekli kaynaklara sahibim.	13	3,2	37	9,2	63	15,8	191	47,8	96	24,0
45. İnternet teknolojilerini kullanmak için gerekli bilgiye sahibim.	5	1,2	33	8,2	60	15,0	214	53,5	88	22,0

Katılımcıların büyük oranda internet teknolojilerini kullanmak için gerekli kaynaklara ve bilgiye sahip olduklarını belirtmişlerdir. Yaklaşık % 15,8 oranında katılımcı gerekli kaynaklara, % 15 oranında katılımcı ise gerekli bilgiye sahip olduğu yönündeki maddelerde kararsız olarak yanıt vermişlerdir.

5.3.3.3. Çıkarımsal Analiz Bulguları

Bu bölümde çıkarımsal analizlerden, fark analizleri ve ilişki analizlerinin bulguları yer almaktadır.

5.3.3.3.1. Fark Analizleri

Faktör analizi ile oluşturulan faktörlerin, katılımcıların demografik bilgilerine dayalı olarak anlamlı bir bulgunun olup olmadığını ortaya koymak için parametrik olmayan testler yapılmıştır. Parametrik olmayan testlerden iki bağımsız değişkene sahip demografik bilgiler ile faktörler için Mann-Whitney U testi, ikiden fazla bağımsız değişkeni olan demografik bilgiler ile faktörler için ise Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır.

Beş demografik bilgi (cinsiyet, yaş grubu, eğitim durumu, meslek grubu, gelir durumu) içerisinde cinsiyet (kadın, erkek) iki değişkenli olması sebebiyle Mann-Whitney U testine, yaş grubu, eğitim durumu, meslek grubu, gelir durumu ve internet bilgi ve becerisi değişkenleri ise ikiden fazla bağımsız değişkene sahip olması nedeniyle Kruskal-Wallis testine tabi tutulmuştur.

Testler sonucunda;

- $p > 0.05$ ise Hipotez 0 (H_0)
- $p \leq 0.05$ ise Hipotez 1 (H_1) kabul edilmiştir.

Yaş Gruplarına Göre

WAÖE ölçeği ve BTKKT ölçeği faktörlerinin yaş grubuna göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek için yapılan Kruskal - Wallis Testi'ne göre oluşan anlamlılık ve sıralama tabloları aşağıdaki gibidir:

Tablo 45. WAÖE Ölçeği Yaş Gruplarına Göre Anlamlılık

	F1	F2	F3	F4	F5
	Kullanışlılık ve Kontrol	Memnuniyet	Etkililik ve Etkileycilik	Öğrenilebilirlik	Genel Kullanılabilirlik Skoru
Ki-kare	2,821	18,252	1,156	5,815	5,965
Sertbestlik Derecesi (df)	3	3	3	3	3
Anlamlılık (p)	0,420	0,000	0,764	0,121	0,113

Tablo 46. WAÖE Ölçeği Yaş Gruplarına Göre Sıralama

	Yaş Grubu	N	Ortalama Sıra
F1. Kullanışlılık ve Kontrol	18-24 yaş	136	203,04
	25-34 yaş	155	201,08
	35-44 yaş	65	181,77
	45 yaş ve üzeri	44	218,26
	Toplam	400	
F2. Memnuniyet	18-24 yaş	136	223,75
	25-34 yaş	155	184,09
	35-44 yaş	65	166,96
	45 yaş ve üzeri	44	235,98
	Toplam	400	
F3. Etkililik ve Etkileycilik	18-24 yaş	136	203,44
	25-34 yaş	155	204,28
	35-44 yaş	65	195,87
	45 yaş ve üzeri	44	184,93
	Toplam	400	
F4. Öğrenilebilirlik	18-24 yaş	136	209,78
	25-34 yaş	155	207,39
	35-44 yaş	65	171,76
	45 yaş ve üzeri	44	190,02
	Toplam	400	
F5. Genel Kullanılabilirlik Skoru	18-24 yaş	136	214,54
	25-34 yaş	155	199,07
	35-44 yaş	65	172,19
	45 yaş ve üzeri	44	203,94
	Toplam	400	

1. Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı için p değeri 0,420 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla yaş grupları arasında hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

2. Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Yaş grupları arasında hastane web sitelerinin memnuniyet algısı için p değeri 0,000 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla yaş grupları arasında hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

3. Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı için p değeri 0,764 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla yaş grupları arasında hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

4. Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Yaş grupları arasında hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı için p değeri 0,121 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla yaş grupları arasında hastane web sitelerinin öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

5. Yaş grupları arasında hastane web sitelerinin genel kullanılabilirliği algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Yaş grupları arasında hastane web sitelerinin genel kullanılabilirliği algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Yaş grupları arasında hastane web sitelerinin genel kullanılabilirliği algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Yaş grupları arasında hastane web sitelerinin genel kullanılabilirliği algısı için p değeri 0,113 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla yaş grupları arasında hastane web sitelerinin genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 47. BTKKT Ölçeği Yaş Gruplarına Göre Anlamlılık

	F1	F2	F3	F4	F5
	Çaba Beklentisi	Performans Beklentisi	Davranışsal Niyet	Sosyal Etki	Kolaylaştırıcı Şartlar
Ki-kare	4,261	6,535	5,482	7,229	5,229
Sertbestlik Derecesi (df)	3	3	3	3	3
Anlamlılık (p)	0,235	0,088	0,140	0,065	0,156

Tablo 48. BTKKT Ölçeği Yaş Gruplarına Göre Sıralama

	Yaş Grubu	N	Ortalama Sıra
F1. Çaba Beklentisi	18-24 yaş	136	200,93
	25-34 yaş	155	204,20
	35-44 yaş	65	177,46
	45 yaş ve üzeri	44	220,16
	Toplam	400	
F2. Performans Beklentisi	18-24 yaş	136	200,50
	25-34 yaş	155	197,89
	35-44 yaş	65	181,57
	45 yaş ve üzeri	44	237,66
	Toplam	400	
F3. Davranışsal Niyet	18-24 yaş	136	203,62
	25-34 yaş	155	200,54
	35-44 yaş	65	176,42
	45 yaş ve üzeri	44	226,30
	Toplam	400	
F4. Sosyal Etki	18-24 yaş	136	188,07
	25-34 yaş	155	207,91
	35-44 yaş	65	185,71
	45 yaş ve üzeri	44	234,69
	Toplam	400	
F5. Kolaylaştırıcı Şartlar	18-24 yaş	136	188,93
	25-34 yaş	155	198,85
	35-44 yaş	65	207,65
	45 yaş ve üzeri	44	231,50
	Toplam	400	

1. Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı için p değeri 0,235 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

2. Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı için p değeri 0,088 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

3. Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark vardır.

Yaş grup grupları arasında internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet için p değeri 0,140 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark yoktur.

4. Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark vardır.

Yaş grup grupları arasında internet teknolojileri kullanımında sosyal etki için p değeri 0,065 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark yoktur.

5. Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark vardır.

Yaş grup grupları arasında internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar için p değeri 0,065 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla yaş grupları arasında internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark yoktur.

Cinsiyete Göre

WAÖE ölçeği ve BTKKT ölçeği faktörlerinin kadın ve erkek olma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek için yapılan Mann-Whitney U Testi'ne göre oluşan anlamlılık ve sıralama tabloları aşağıdaki gibidir:

Tablo 49. WAÖE Ölçeği Cinsiyete Göre Anlamlılık

	F1	F2	F3	F4	F5
	Kullanışlılık ve Kontrol	Memnuniyet	Etkililik ve Etkileycilik	Öğrenilebilirlik	Genel Kullanılabilirlik Skoru
Mann-Whitney U	16060	16644,5	16889	15227,5	16520
Wilcoxon W	54841	24147,5	24392	22730,5	24023
Z	-0,844	-0,295	-0,065	-1,627	-0,411
Anlamlılık (p)	0,398	0,768	0,948	0,104	0,681

Tablo 50. WAÖE Ölçeği Cinsiyete Göre Sıralama

	Cinsiyet	N	Ortalama Sıra	Toplam Sıra
F1. Kullanışlılık ve Kontrol	Kadın	278	197,27	54841,00
	Erkek	122	207,86	25359,00
	Toplam	400		
F2. Memnuniyet	Kadın	278	201,63	56052,50
	Erkek	122	197,93	24147,50
	Toplam	400		
F3. Etkililik ve Etkileycilik	Kadın	278	200,75	55808,00
	Erkek	122	199,93	24392,00
	Toplam	400		
F4. Öğrenilebilirlik	Kadın	278	206,72	57469,50
	Erkek	122	186,32	22730,50
	Toplam	400		
F5. Genel Kullanılabilirlik Skoru	Kadın	278	202,08	56177,00
	Erkek	122	196,91	24023,00
	Toplam	400		

1. Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde kullanıl lılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde kullanıl lılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde kullanıl lılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde kullanıl lılık ve kontrol algısı i in p değeri 0,398  ıkmıştır ve bu değer 0,05'ten b y k olduğu i in H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde kullanıl lılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

2. Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde memnuniyet algısı i in p değeri 0,768  ıkmıştır ve bu değer 0,05'ten b y k olduğu i in H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

3. Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı için p değeri 0,948 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

4. Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı için p değeri 0,104 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

5. Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı için p değeri 0,681 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla cinsiyetler arasında hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 51. BTKKT Ölçeği Cinsiyete Göre Anlamlılık

	F1	F2	F3	F4	F5
	Çaba Beklentisi	Performans Beklentisi	Davranışsal Niyet	Sosyal Etki	Kolaylaştırıcı Şartlar
Mann-Whitney U	16046,5	16101,5	16741,5	16484,5	15026
Wilcoxon W	54827,5	54882,5	24244,5	55265,5	53807
Z	-0,882	-0,815	-0,211	-0,448	-1,893
Anlamlılık (p)	0,378	0,415	0,833	0,654	0,058

Tablo 52. BTKKT Ölçeği Cinsiyete Göre Sıralama

	Cinsiyet	N	Ortalama Sıra	Toplam Sıra
F1. Çaba Beklentisi	Kadın	278	197,22	54827,50
	Erkek	122	207,97	25372,50
	Toplam	400		
F2. Performans Beklentisi	Kadın	278	197,42	54882,50
	Erkek	122	207,52	25317,50
	Toplam	400		
F3. Davranışsal Niyet	Kadın	278	201,28	55955,50
	Erkek	122	198,73	24244,50
	Toplam	400		
F4. Sosyal Etki	Kadın	278	198,80	55265,50
	Erkek	122	204,38	24934,50
	Toplam	400		
F5. Kolaylaştırıcı Şartlar	Kadın	278	193,55	53807,00
	Erkek	122	216,34	26393,00
	Toplam	400		

1. Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı için p değeri 0,378 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

2. Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı için p değeri 0,415 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

3. Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark vardır.

Cinsiyetler grupları arasında internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet için p değeri 0,833 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark yoktur.

4. Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark vardır.

Cinsiyetler grupları arasında internet teknolojileri kullanımında sosyal etki için p değeri 0,654 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark yoktur.

5. Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark vardır.

Cinsiyetler grupları arasında internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar için p değeri 0,058 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla cinsiyetler arasında internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark yoktur.

Eğitim Durumuna Göre

WAE leği ve BTKKT leği faktörlerinin eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek için yapılan Kruskal - Wallis Testi'ne göre oluşan anlamlılık ve sıralama tabloları aşağıdaki gibidir:

Tablo 53. WAE leği Eğitim Durumuna Göre Anlamlılık

	F1	F2	F3	F4	F5
	Kullanışlılık ve Kontrol	Memnuniyet	Etkililik ve Etkileyicilik	ğrenilebilirlik	Genel Kullanılabilirlik Skoru
Ki-kare	7,970	6,727	4,392	0,269	6,771
Sertbestlik Derecesi (df)	2	2	2	2	2
Anlamlılık (p)	0,019	0,035	0,111	0,874	0,034

Tablo 54. WAE leği Eğitim Durumuna Göre Sıralama

	Eğitim Durumu	N	Ortalama Sıra
F1. Kullanışlılık ve Kontrol	Lise	99	180,74
	Lisans	231	214,44
	Lisansüstü	70	182,46
	Toplam	400	
F2. Memnuniyet	Lise	99	174,38
	Lisans	231	209,38
	Lisansüstü	70	208,15
	Toplam	400	
F3. Etkililik ve Etkileyicilik	Lise	99	179,39
	Lisans	231	207,68
	Lisansüstü	70	206,65
	Toplam	400	
F4. ğrenilebilirlik	Lise	99	195,36
	Lisans	231	201,86
	Lisansüstü	70	203,29
	Toplam	400	

F5. Genel Kullanılabilirlik Skoru	Lise	99	175,91
	Lisans	231	211,91
	Lisansüstü	70	197,61
	Toplam	400	

1. Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı için p değeri 0,019 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

2. Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı için p değeri 0,035 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

3. Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

- H_1 : Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı için p değeri 0,111 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

4. Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı için p değeri 0,874 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

5. Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı için p değeri 0,034 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla eğitim durumuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Tablo 55. BTKKT Ölçeği Eğitim Durumuna Göre Anlamlılık

	F1	F2	F3	F4	F5
	Çaba Beklentisi	Performans Beklentisi	Davranışsal Niyet	Sosyal Etki	Kolaylaştırıcı Şartlar
Ki-kare	4,991	10,295	3,113	8,878	9,221
Sertbestlik Derecesi (df)	2	2	2	2	2
Anlamlılık (p)	0,082	0,006	0,211	0,012	0,010

Tablo 56. BTKKT Ölçeği Eğitim Eğitim Durumuna Göre Sıralama

	Eğitim Durumu	N	Ortalama Sıra
F1. Çaba Beklentisi	Lise	99	178,80
	Lisans	231	206,69
	Lisansüstü	70	210,76
	Toplam	400	
F2. Performans Beklentisi	Lise	99	170,18
	Lisans	231	206,84
	Lisansüstü	70	222,46
	Toplam	400	
F3. Davranışsal Niyet	Lise	99	184,90
	Lisans	231	208,24
	Lisansüstü	70	197,00
	Toplam	400	
F4. Sosyal Etki	Lise	99	171,99
	Lisans	231	213,05
	Lisansüstü	70	199,40
	Toplam	400	
F5. Kolaylaştırıcı Şartlar	Lise	99	171,38
	Lisans	231	208,76
	Lisansüstü	70	214,41
	Toplam	400	

1. Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı için p değeri 0,082 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

2. Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı için p değeri 0,006 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

3. Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark vardır.

Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet için p değeri 0,211 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark yoktur.

4. Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark vardır.

Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki için p değeri 0,012 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark vardır.

5. Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark vardır.

Eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar için p değeri 0,010 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla eğitim durumuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark vardır.

Meslek Grubuna Göre

WAÖE ölçeği ve BTKKT ölçeği faktörlerinin meslek grubuna göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek için yapılan Kruskal - Wallis Testi'ne göre oluşan anlamlılık ve sıralama tabloları aşağıdaki gibidir:

Tablo 57. WAÖE Ölçeği Meslek Grubuna Göre Anlamlılık

	F1	F2	F3	F4	F5
	Kullanışlılık ve Kontrol	Memnuniyet	Etkililik ve Etkileyicilik	Öğrenilebilirlik	Genel Kullanılabilirlik Skoru
Ki-kare	10,231	31,605	15,375	14,054	20,441
Sertbestlik Derecesi (df)	8	8	8	8	8
Anlamlılık (p)	0,249	0,000	0,052	0,080	0,009

Tablo 58. WAÖE Ölçeği Meslek Grubuna Göre Sıralama

	Meslek Grubu	N	Ortalama Sıra
F1. Kullanışlılık ve Kontrol	Sağlık sektöru	183	193,25
	Eğitimci	31	225,47
	Memur	48	195,21
	Finans sektöru	26	190,88
	Serbest meslek	35	200,40
	Mühendis	28	230,59
	Bilişim	10	162,15
	Halkla ilişkiler	22	248,75
	İşletme	17	173,41
	Toplam	400	
F2. Memnuniyet	Sağlık sektöru	183	227,49
	Eğitimci	31	218,60
	Memur	48	156,03
	Finans sektöru	26	171,46
	Serbest meslek	35	145,80
	Mühendis	28	222,14
	Bilişim	10	156,75
	Halkla ilişkiler	22	188,89
	İşletme	17	164,65
	Toplam	400	

F3. Etkililik ve Etkileycilik	Sağlık sektörü	183	206,89
	Eğitimci	31	223,65
	Memur	48	182,61
	Finans sektörü	26	181,37
	Serbest meslek	35	155,41
	Mühendis	28	222,38
	Bilişim	10	138,60
	Halkla ilişkiler	22	217,34
	İşletme	17	240,65
	Toplam	400	
F4. Öğrenilebilirlik	Sağlık sektörü	183	215,24
	Eğitimci	31	204,55
	Memur	48	193,96
	Finans sektörü	26	184,35
	Serbest meslek	35	153,17
	Mühendis	28	219,14
	Bilişim	10	145,90
	Halkla ilişkiler	22	207,91
	İşletme	17	166,88
	Toplam	400	
F5. Genel Kullanılabilirlik Skoru	Sağlık sektörü	183	215,48
	Eğitimci	31	216,77
	Memur	48	174,74
	Finans sektörü	26	167,98
	Serbest meslek	35	155,51
	Mühendis	28	235,32
	Bilişim	10	132,40
	Halkla ilişkiler	22	219,64
	İşletme	17	182,65
	Toplam	400	

1. Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı için p değeri 0,249 çıkmıştır ve bu değeri 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla meslek grubuna göre hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

2. Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı için p değeri 0,000 çıkmıştır ve bu değeri 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla meslek grubuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

3. Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı için p değeri 0,052 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla meslek grubuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

4. Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı için p değeri 0,080 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla meslek grubuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

5. Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Meslek grubuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı için p değeri 0,009 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla meslek grubuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Tablo 59. BTKKT Ölçeği Meslek Grubuna Göre Anlamlılık

	F1	F2	F3	F4	F5
	Çaba Beklentisi	Performans Beklentisi	Davranışsal Niyet	Sosyal Etki	Kolaylaştırıcı Şartlar
Ki-kare	12,743	19,410	17,617	19,437	31,806
Sertbestlik Derecesi (df)	8	8	8	8	8
Anlamlılık (p)	0,121	0,013	0,024	0,013	0,000

Tablo 60. BTKKT Ölçeği Meslek Grubuna Göre Sıralama

	Meslek Grubu	N	Ortalama Sıra
F1. Çaba Beklentisi	Sağlık sektörü	183	195,87
	Eğitimci	31	185,08
	Memur	48	179,83
	Finans sektörü	26	178,69
	Serbest meslek	35	209,60
	Mühendis	28	210,75
	Bilişim	10	261,05
	Halkla ilişkiler	22	249,80
	İşletme	17	235,09
	Toplam	400	
F2. Performans Beklentisi	Sağlık sektörü	183	190,29
	Eğitimci	31	207,02
	Memur	48	176,84
	Finans sektörü	26	183,60
	Serbest meslek	35	196,56
	Mühendis	28	223,70
	Bilişim	10	304,95
	Halkla ilişkiler	22	247,11
	İşletme	17	239,29
	Toplam	400	
F3. Davranışsal Niyet	Sağlık sektörü	183	195,23
	Eğitimci	31	205,68
	Memur	48	168,95
	Finans sektörü	26	204,00
	Serbest meslek	35	192,86
	Mühendis	28	214,18
	Bilişim	10	280,00
	Halkla ilişkiler	22	265,91
	İşletme	17	193,35

	Toplam	400	
F4. Sosyal Etki	Sağlık sektörü	183	182,04
	Eğitimci	31	229,69
	Memur	48	178,67
	Finans sektörü	26	212,54
	Serbest meslek	35	202,79
	Mühendis	28	234,64
	Bilişim	10	217,75
	Halkla ilişkiler	22	258,50
	İşletme	17	243,03
	Toplam	400	
F5. Kolaylaştırıcı Şartlar	Sağlık sektörü	183	186,58
	Eğitimci	31	232,92
	Memur	48	163,75
	Finans sektörü	26	173,79
	Serbest meslek	35	202,84
	Mühendis	28	239,82
	Bilişim	10	292,75
	Halkla ilişkiler	22	229,91
	İşletme	17	273,91
	Toplam	400	

1. Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı için p değeri 0,121 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

2. Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı için p değeri 0,013 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

3. Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark vardır.

Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet için p değeri 0,024 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark vardır.

4. Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark vardır.

Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki için p değeri 0,013 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir.

Dolayısıyla meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark vardır.

5. Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark vardır.

Meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar için p değeri 0,000 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla meslek grubuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark vardır.

Gelir Durumuna Göre

WAÖE ölçeği ve BTKKT ölçeği faktörlerinin gelir durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek için yapılan Kruskal - Wallis Testi'ne göre oluşan anlamlılık ve sıralama tabloları aşağıdaki gibidir:

Tablo 61. WAÖE Ölçeği Gelir Durumuna Göre Anlamlılık

	F1	F2	F3	F4	F5
	Kullanışlılık ve Kontrol	Memnuniyet	Etkililik ve Etkileycilik	Öğrenilebilirlik	Genel Kullanılabilirlik Skoru
Ki-kare	0,326	1,678	1,931	2,494	1,753
Sertbestlik Derecesi (df)	3	3	3	3	3
Anlamlılık (p)	0,955	0,642	0,587	0,476	0,625

Tablo 62. WAÖE Ölçeği Gelir Durumuna Göre Sıralama

	Gelir Durumu	N	Ortalama Sıra
F1. Kullanışlılık ve Kontrol	0 - 999 TL	79	206,70
	1.000 - 2.999 TL	221	199,51
	3.000 - 4.999 TL	75	198,88
	5.000 TL ve üzeri	25	194,52
	Toplam	400	
F2. Memnuniyet	0 - 999 TL	79	214,47
	1.000 - 2.999 TL	221	195,01
	3.000 - 4.999 TL	75	200,76
	5.000 TL ve üzeri	25	204,08
	Toplam	400	
F3. Etkililik ve Etkileycilik	0 - 999 TL	79	215,40
	1.000 - 2.999 TL	221	199,12
	3.000 - 4.999 TL	75	190,87
	5.000 TL ve üzeri	25	194,52
	Toplam	400	
F4. Öğrenilebilirlik	0 - 999 TL	79	216,13
	1.000 - 2.999 TL	221	199,08
	3.000 - 4.999 TL	75	195,41
	5.000 TL ve üzeri	25	178,98
	Toplam	400	
F5. Genel Kullanılabilirlik Skoru	0 - 999 TL	79	214,45
	1.000 - 2.999 TL	221	199,48
	3.000 - 4.999 TL	75	191,01
	5.000 TL ve üzeri	25	193,92
	Toplam	400	

1. Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde kullanılışlılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde kullanılışlılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde kullanılışlılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Gelir durumuna göre hastane web sitelerinin kullanılışlılık ve kontrol algısı için p değeri 0,955 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul

edilir. Dolayısıyla gelir durumuna göre hastane web sitelerinde kullanılabilirlik ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

2. Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı için p değeri 0,642 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla gelir durumuna göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

3. Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı için p değeri 0,587 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla gelir durumuna göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

4. Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

- H_1 : Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı için p değeri 0,476 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla gelir durumuna göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

5. Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Gelir durumuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı için p değeri 0,625 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla gelir durumuna göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 63. BTKKT Ölçeği Gelir Durumuna Göre Anlamlılık

	F1	F2	F3	F4	F5
	Çaba Beklentisi	Performans Beklentisi	Davranışsal Niyet	Sosyal Etki	Kolaylaştırıcı Şartlar
Ki-kare	5,595	7,078	0,879	3,600	7,139
Sertbestlik Derecesi (df)	3	3	3	3	3
Anlamlılık (p)	0,133	0,069	0,830	0,308	0,068

Tablo 64. BTKKT Ölçeği Gelir Durumuna Göre Sıralama

	Gelir Durumu	N	Ortalama Sıra
F1. Çaba Beklentisi	0 - 999 TL	79	193,68
	1.000 - 2.999 TL	221	193,76
	3.000 - 4.999 TL	75	213,57
	5.000 TL ve üzeri	25	242,42
	Toplam	400	
F2. Performans Beklentisi	0 - 999 TL	79	196,01
	1.000 - 2.999 TL	221	190,47
	3.000 - 4.999 TL	75	223,53
	5.000 TL ve üzeri	25	234,30
	Toplam	400	
F3. Davranışsal Niyet	0 - 999 TL	79	204,87
	1.000 - 2.999 TL	221	199,54
	3.000 - 4.999 TL	75	193,67
	5.000 TL ve üzeri	25	215,66
	Toplam	400	
F4. Sosyal Etki	0 - 999 TL	79	190,91
	1.000 - 2.999 TL	221	196,18
	3.000 - 4.999 TL	75	212,91
	5.000 TL ve üzeri	25	231,78
	Toplam	400	
F5. Kolaylaştırıcı Şartlar	0 - 999 TL	79	193,70
	1.000 - 2.999 TL	221	191,67
	3.000 - 4.999 TL	75	229,41
	5.000 TL ve üzeri	25	213,30
	Toplam	400	

1. Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı için p değeri 0,133 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0

kabul edilir. Dolayısıyla gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

2. Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı için p değeri 0,069 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

3. Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark vardır.

Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet için p değeri 0,830 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark yoktur.

4. Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark yoktur.

- H_1 : Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark vardır.

Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki için p değeri 0,308 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark yoktur.

5. Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark vardır.

Gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar için p değeri 0,068 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla gelir durumuna göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark yoktur.

İnternet Bilgi ve Becerisine Göre

WAÖE ölçeği ve BTKKT ölçeği faktörlerinin internet bilgi ve becerisine göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek için yapılan Kruskal - Wallis Testi'ne göre oluşan anlamlılık ve sıralama tabloları aşağıdaki gibidir:

Tablo 65. WAÖE Ölçeği İnternet Bilgi ve Becerisine Göre Anlamlılık

	F1	F2	F3	F4	F5
	Kullanışlılık ve Kontrol	Memnuniyet	Etkililik ve Etkileycilik	Öğrenilebilirlik	Genel Kullanılabilirlik Skoru
Ki-kare	3,799	6,916	9,246	2,907	5,759
Sertbestlik Derecesi (df)	3	3	3	3	3
Anlamlılık (p)	0,284	0,075	0,026	0,406	0,124

Tablo 66. WAÖE Ölçeği İnternet Bilgi ve Becerisine Göre Sıralama

	Bilgi ve Beceri	N	Ortalama Sıra
F1. Kullanışlılık ve Kontrol	Çok deneyimli	72	221,19
	İyi	232	192,13
	Orta	89	206,30
	Kötü	7	191,21
	Toplam	400	
F2. Memnuniyet	Çok deneyimli	72	212,88
	İyi	232	191,19
	Orta	89	219,75
	Kötü	7	137,00
	Toplam	400	
F3. Etkililik ve Etkileycilik	Çok deneyimli	72	231,91
	İyi	232	200,40
	Orta	89	177,68
	Kötü	7	170,79
	Toplam	400	
F4. Öğrenilebilirlik	Çok deneyimli	72	209,36
	İyi	232	198,05
	Orta	89	204,87
	Kötü	7	135,00
	Toplam	400	
F5. Genel Kullanılabilirlik Skoru	Çok deneyimli	72	224,28
	İyi	232	194,53
	Orta	89	201,80
	Kötü	7	137,43
	Toplam	400	

1. İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinin kullanılşılık ve kontrol algısı için p değeri 0,284 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla internet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde kullanılşılık ve kontrol algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

2. İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı için p değeri 0,075 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla internet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde memnuniyet algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

3. İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileycilik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı için p değeri 0,026 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla internet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde etkililik ve etkileyicilik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

4. İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinin öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı için p değeri 0,406 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla internet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde öğrenilebilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

5. İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

İnternet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı için p değeri 0,124 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla internet bilgi ve becerisine göre hastane web sitelerinde genel kullanılabilirlik algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 67. BTKKT Ölçeği İnternet Bilgi ve Becerisine Göre Anlamlılık

	F1	F2	F3	F4	F5
	Çaba Beklentisi	Performans Beklentisi	Davranışsal Niyet	Sosyal Etki	Kolaylaştırıcı Şartlar
Ki-kare	19,119	11,888	3,402	4,938	23,192
Sertbestlik Derecesi (df)	3	3	3	3	3
Anlamlılık (p)	0,000	0,008	0,334	0,176	0,000

Tablo 68. BTKKT Ölçeği İnternet Bilgi ve Becerisine Göre Sıralama

	Bilgi ve Beceri	N	Ortalama Sıra
F1. Çaba Beklentisi	Çok deneyimli	72	250,64
	İyi	232	189,77
	Orta	89	192,88
	Kötü	7	137,43
	Toplam	400	
F2. Performans Beklentisi	Çok deneyimli	72	241,24
	İyi	232	189,28
	Orta	89	199,07
	Kötü	7	171,43
	Toplam	400	
F3. Davranışsal Niyet	Çok deneyimli	72	221,75
	İyi	232	195,71
	Orta	89	194,64
	Kötü	7	215,14
	Toplam	400	
F4. Sosyal Etki	Çok deneyimli	72	221,63
	İyi	232	195,53
	Orta	89	201,25
	Kötü	7	138,29
	Toplam	400	
F5. Kolaylaştırıcı Şartlar	Çok deneyimli	72	249,36
	İyi	232	191,41
	Orta	89	193,55
	Kötü	7	87,43
	Toplam	400	

1. İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı için p değeri 0,000 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla internet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında çaba beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

2. İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı için p değeri 0,008 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_0 reddedilerek, H_1 kabul edilir. Dolayısıyla internet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında performans beklentisi algısı bakımından anlamlı bir fark vardır.

3. İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark vardır.

İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet için p değeri 0,334 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla internet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımıyla ilgili davranışsal niyet bakımından anlamlı bir fark yoktur.

4. İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark vardır.

İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki için p değeri 0,176 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla internet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında sosyal etki bakımından anlamlı bir fark yoktur.

5. İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark var mıdır?

- H_0 : İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark yoktur.
- H_1 : İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark vardır.

İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar için p değeri 0,000 çıkmıştır ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için H_1 reddedilerek, H_0 kabul edilir. Dolayısıyla İnternet bilgi ve becerisine göre internet teknolojileri kullanımında kolaylaştırıcı şartlar bakımından anlamlı bir fark vardır.

5.3.3.3.2. İlişki Analizleri

İlişki analizi olarak faktörlerin birbirleriyle ilişkisi olup olmadığını ölçmek için modelde birbirleri üzerinde etkisi olan faktörler arasında regresyon analizleri yapılmıştır.

Regresyon analizi metrik bir bağımlı değişken ile bir veya daha fazla sayıda metrik bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kullanılan bir istatistiksel yöntemdir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu, Yıldırım, 2007:203).

Değişkenler için yapılan kısaltmalar aşağıda yer almaktadır.

- Performans Beklentisi : PB
- Çaba Beklentisi : ÇB
- Sosyal Etki : SE
- Kolaylaştırıcı Şartlar : KŞ
- Davranışsal Niyet : DN
- Kullanışlılık ve Kontrol : KK
- Öğrenilebilirlik : Ö
- Etkililik ve Etkileyicilik : EE
- Memnuniyet : M
- Genel Kullanılabilirlik : GK

Hipotezler doğrultusunda ilişki durumları aşağıdaki gibidir.

Performans Beklentisi ile Kullanışlılık ve Kontrol Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

1. Performans beklentisi ile kullanışlılık ve kontrol faktörleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

- H_0 : Performans beklentisi ile kullanışlılık ve kontrol faktörleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H_1 : Performans beklentisi ile kullanışlılık ve kontrol faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Performans beklentisi ile kullanışlılık ve kontrol arasındaki ilişkiyi açıklayan analiz sonuçlarında, 0,000 olarak bulunan anlamlılık değerinin; 0,05'ten küçük olması regresyon modelinin açıklayıcı olduğunu göstermektedir. R değeri bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasındaki korelasyonu temsil etmektedir. Bu değer yüksek olması bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasında sıkı bir ilişkinin olduğunu veya bağımsız değişkenin bağımlı değişkendeki değişimin önemli bir kısmını açıkladığını göstermektedir. 0,246 olan R değeri; performans beklentisi ile kullanışlılık ve kontrol faktörleri arasında düşük şiddette ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla H₁ hipotezi kabul edilir. Performans beklentisi, kullanışlılık ve kontrol değişkenine ait varyansı %6,1 (R² değeri) oranında açıklamakta, diğer bir ifade ile kullanışlılık ve kontrol algısının %6,1'inin performans beklentisine bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 69'da yer almaktadır.

Tablo 69. Performans Beklentisi ile Kullanışlılık ve Kontrol Arasındaki İlişki

R = 0,246		R ² = 0,061		F = 25,742	Anlamlılık: 0,000
Değişken	Standardize Edilmemiş Beta		Standardize Edilmiş Beta	t	Anlamlılık
	B	Std	Beta		
(Sabit)	1,660	0,091		18,242	0,000
Performans Beklentisi	0,115	0,023	0,246	5,074	0,000
Bağımlı değişken: Kullanışlılık ve Kontrol					

Yukarıda yer alan ilişkiyi açıklayan regresyon formülü;

$$KK = 1,660 + 0,115 * d_{PB}$$

denklemini ifade edilmektedir.

Formül 2. Performans Beklentisi ile Kullanışlılık ve Kontrol Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü

Çaba Beklentisi ile Öğrenilebilirlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

2. Çaba beklentisi ile öğrenilebilirlik faktörleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

- H_0 : Çaba beklentisi ile öğrenilebilirlik faktörleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H_1 : Çaba beklentisi ile öğrenilebilirlik faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çaba beklentisi ile öğrenilebilirlik arasındaki ilişkiyi açıklayan analiz sonuçlarında, 0,000 olarak bulunan anlamlılık değerinin; 0,05'ten küçük olması regresyon modelinin açıklayıcı olduğunu göstermektedir. 0,224 olan R değeri; çaba beklentisi ile öğrenilebilirlik faktörleri arasında düşük şiddette ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilir. Çaba beklentisi, öğrenilebilirlik değişkenine ait varyansı %5 (R^2 değeri) oranında açıklamakta, diğer bir ifade ile öğrenilebilirlik algısının %5'inin çaba beklentisine bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 70'de yer almaktadır.

Tablo 70. Çaba Beklentisi ile Öğrenilebilirlik Arasındaki İlişki

R = 0,224		R ² = 0,050		F = 20,972	Anlamlılık: 0,000
Değişken	Standardize Edilmemiş Beta		Standardize Edilmiş Beta	t	Anlamlılık
	B	Std	Beta		
(Sabit)	1,499	0,127		11,843	0,000
Çaba Beklentisi	0,145	0,032	0,224	4,580	0,000
Bağımlı değişken: Öğrenilebilirlik					

Yukarıda yer alan ilişkiyi açıklayan regresyon formülü;

$$\hat{O} = 1,499 + 0,145 * d_{\text{ÇB}}$$

denklemini ifade edilmektedir.

Formül 3. Çaba Beklentisi ile Öğrenilebilirlik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü

Çaba Beklentisi ile Etkililik ve Etkileycilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

3. Çaba beklentisi ile etkililik ve etkileycilik faktörleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

- H_0 : Çaba beklentisi ile etkililik ve etkileycilik faktörleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H_1 : Çaba beklentisi ile etkililik ve etkileycilik faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çaba beklentisi ile etkililik ve etkileycilik arasındaki ilişkiyi açıklayan analiz sonuçlarında, 0,000 olarak bulunan anlamlılık değerinin; 0,05'ten küçük olması regresyon modelinin açıklayıcı olduğunu göstermektedir. 0,165 olan R değeri; çaba beklentisi ile etkililik ve etkileycilik faktörleri arasında düşük şiddette ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilir. Çaba beklentisi, etkililik ve etkileycilik değişkenine ait varyansı %2,7 (R^2 değeri) oranında açıklamakta, diğer bir ifade ile etkililik ve etkileycilik algısının %2,7'sinin çaba beklentisine bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 71'de yer almaktadır.

Tablo 71. Çaba Beklentisi ile Etkililik ve Etkileycilik Arasındaki İlişki

R = 0,165		$R^2 = 0,027$		F = 11,105	Anlamlılık: 0,000
Değişken	Standardize Edilmemiş Beta		Standardize Edilmiş Beta	t	Anlamlılık
	B	Std	Beta		
(Sabit)	1,597	0,118		13,533	0,000
Çaba Beklentisi	0,098	0,029	0,165	3,332	0,001

Bağımlı değişken: Etkililik ve Etkileycilik

Yukarıda yer alan ilişkiyi açıklayan regresyon formülü;

$$EE = 1,597 + 0,098 * d_{CB}$$

denklemleri ile ifade edilmektedir.

Formül 4. Çaba Beklentisi ile Etkililik ve Etkileycilik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü

Sosyal Etki ile Memnuniyet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

4. Sosyal etki ile memnuniyet faktörleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

- H_0 : Sosyal etki ile memnuniyet faktörleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H_1 : Sosyal etki ile memnuniyet faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Sosyal etki ile memnuniyet arasındaki ilişkiyi açıklayan analiz sonuçlarında, 0,000 olarak bulunan anlamlılık değerinin; 0,05'ten küçük olması regresyon modelinin açıklayıcı olduğunu göstermektedir. 0,140 olan R değeri; sosyal etki ile memnuniyet faktörleri arasında düşük şiddette ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilir. Sosyal etki, memnuniyet değişkenine ait varyansı %2 (R^2 değeri) oranında açıklamakta, diğer bir ifade memnuniyet algısının %2'sinin sosyal etkiye bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 72'de yer almaktadır.

Tablo 72. Sosyal Etki ile Memnuniyet Arasındaki İlişki

R = 0,140		$R^2 = 0,020$		F = 8,012	Anlamlılık: 0,000
Değişken	Standardize Edilmemiş Beta		Standardize Edilmiş Beta	t	Anlamlılık
	B	Std	Beta		
(Sabit)	1,992	0,091		21,922	0,000
Sosyal Etki	0,073	0,026	0,140	2,831	0,005

Bağımlı değişken: Memnuniyet

Yukarıda yer alan ilişkiyi açıklayan regresyon formülü;

$$M = 1,992 + 0,073 * d_{SE}$$

denklemini ifade edilmektedir.

Formül 5. Sosyal Etki ile Memnuniyet Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü

Kolaylaştırıcı Şartlar ile Kullanışlılık ve Kontrol Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

5. Kolaylaştırıcı Şartlar ile kullanışlılık ve kontrol faktörleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

- H_0 : Kolaylaştırıcı Şartlar ile kullanışlılık ve kontrol faktörleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H_1 : Kolaylaştırıcı Şartlar ile kullanışlılık ve kontrol faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Kolaylaştırıcı şartlar ile kullanışlılık ve kontrol arasındaki ilişkiyi açıklayan analiz sonuçlarında, 0,000 olarak bulunan anlamlılık değerinin; 0,05'ten küçük olması regresyon modelinin açıklayıcı olduğunu göstermektedir. 0,232 olan R değeri; kolaylaştırıcı şartlar ile kullanışlılık ve kontrol faktörleri arasında düşük şiddette ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilir. Kolaylaştırıcı şartlar, kullanışlılık ve kontrol değişkenine ait varyansı %5,4 (R^2 değeri) oranında açıklamakta, diğer bir ifade kullanışlılık ve kontrol algısının %5,4'ünün kolaylaştırıcı şartlara bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 73'de yer almaktadır.

Tablo 73. Kolaylaştırıcı Şartlar ile Kullanışlılık ve Kontrol Arasındaki İlişki

R = 0,232		R ² = 0,054		F = 22,719	Anlamlılık: 0,000
Değişken	Standardize Edilmemiş Beta		Standardize Edilmiş Beta	t	Anlamlılık
	B	Std	Beta		
(Sabit)	1,712	0,086		19,955	0,000
Kolaylaştırıcı Şartlar	0,104	0,022	0,232	4,766	0,000

Bağımlı değişken: Kullanışlılık ve Kontrol

Yukarıda yer alan ilişkiyi açıklayan regresyon formülü;

$$KK = 1,712 + 0,104 * d_{KŞ}$$

denklemleri ile ifade edilmektedir.

Formül 6. Kolaylaştırıcı Şartlar ile Kullanışlılık ve Kontrol Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü

Kolaylaştırıcı Şartlar ile Öğrenilebilirlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

6. Kolaylaştırıcı Şartlar ile öğrenilebilirlik faktörleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

- H_0 : Kolaylaştırıcı Şartlar ile öğrenilebilirlik faktörleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H_1 : Kolaylaştırıcı Şartlar ile öğrenilebilirlik faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Kolaylaştırıcı şartlar ile öğrenilebilirlik arasındaki ilişkiyi açıklayan analiz sonuçlarında, 0,000 olarak bulunan anlamlılık değerinin; 0,05'ten küçük olması regresyon modelinin açıklayıcı olduğunu göstermektedir. 0,227 olan R değeri; kolaylaştırıcı şartlar ile öğrenilebilirlik faktörleri arasında düşük şiddette ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilir. Kolaylaştırıcı şartlar, öğrenilebilirlik değişkenine ait varyansı %5,1 (R^2 değeri) oranında açıklamakta, diğer bir ifade öğrenilebilirlik algısının %5,1'inin kolaylaştırıcı şartlara bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 74'de yer almaktadır.

Tablo 74. Kolaylaştırıcı Şartlar ile Öğrenilebilirlik Arasındaki İlişki

R = 0,227		$R^2 = 0,051$		F = 21,541	Anlamlılık: 0,000
Değişken	Standardize Edilmemiş Beta		Standardize Edilmiş Beta	t	Anlamlılık
	B	Std	Beta		
(Sabit)	1,619	0,100		16,252	0,000
Kolaylaştırıcı Şartlar	0,118	0,025	0,227	4,641	0,000

Bağımlı değişken: Öğrenilebilirlik

Yukarıda yer alan ilişkiyi açıklayan regresyon formülü;

$$\hat{O} = 1,619 + 0,118 * d_{KS}$$

denklemini ifade edilmektedir.

Formül 7. Kolaylaştırıcı Şartlar ile Öğrenilebilirlik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü

Kolaylaştırıcı Şartlar ile Memnuniyet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

7. Kolaylaştırıcı Şartlar ile memnuniyet faktörleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

- H_0 : Kolaylaştırıcı Şartlar ile memnuniyet faktörleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H_1 : Kolaylaştırıcı Şartlar ile memnuniyet faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Kolaylaştırıcı şartlar ile memnuniyet arasındaki ilişkiyi açıklayan analiz sonuçlarında, 0,000 olarak bulunan anlamlılık değerinin; 0,05'ten küçük olması regresyon modelinin açıklayıcı olduğunu göstermektedir. 0,226 olan R değeri; kolaylaştırıcı şartlar ile memnuniyet faktörleri arasında düşük şiddette ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilir. Kolaylaştırıcı şartlar, memnuniyet değişkenine ait varyansı %5,1 (R^2 değeri) oranında açıklamakta, diğer bir ifade memnuniyet algısının %5,1'inin kolaylaştırıcı şartlara bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 75'de yer almaktadır.

Tablo 75. Kolaylaştırıcı Şartlar ile Memnuniyet Arasındaki İlişki

R = 0,226		R ² = 0,051		F = 21,386	Anlamlılık: 0,000
Değişken	Standardize Edilmemiş Beta		Standardize Edilmiş Beta	t	Anlamlılık
	B	Std	Beta		
(Sabit)	1,803	0,097		18,516	0,000
Kolaylaştırıcı Şartlar	0,115	0,025	0,226	4,625	0,000
Bağımlı değişken: Memnuniyet					

Yukarıda yer alan ilişkiyi açıklayan regresyon formülü;

$$M = 1,803 + 0,115 * d_{KŞ}$$

denklemleri ile ifade edilmektedir.

Formül 8. Kolaylaştırıcı Şartlar ile Memnuniyet Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü

Davranışsal Niyet İle İlgili Regresyon Analizi Sonuçları

8. Performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar ile davranışsal niyet faktörleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

- H_0 : Performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar ile davranışsal niyet faktörleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H_1 : Performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar ile davranışsal niyet faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar ile davranışsal niyet arasındaki ilişkiyi açıklayan analiz sonuçlarında, 0,000 olarak bulunan anlamlılık değerinin; 0,05'ten küçük olması regresyon modelinin açıklayıcı olduğunu göstermektedir. 0,428 olan R değeri; Performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar ile davranışsal niyet arasında orta şiddette ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar, davranışsal niyet değişkenine ait varyansı %18,3 (R^2 değeri) oranında açıklamakta, diğer bir ifade davranışsal niyetin %18,3'ünün performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlara bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 76'da yer almaktadır.

Tablo 76. Davranışsal Niyet ile Performans Beklentisi, Çaba Beklentisi, Sosyal Etki ve Kolaylaştırıcı Şartlar Arasındaki İlişki

R = 0,428		$R^2 = 0,183$		F = 22,181		Anlamlılık: 0,000	
Model	Standart Olmayan Katsayılar		Standart Katsayı	t	Anlamlılık	Collinearity İstatistiği	
Değişken	B	Std Hata	Beta			Tolerans	VIF
(Sabit)	1,367	0,279		4,898	0,000		
Performans Beklentisi	0,266	0,076	0,231	3,499	0,001	0,475	2,104
Çaba Beklentisi	0,255	0,088	0,185	2,894	0,004	0,504	1,985
Sosyal Etki	0,030	0,058	0,026	0,508	0,612	0,784	1,275
Kolaylaştırıcı Şartlar	0,066	0,062	0,060	1,074	0,283	0,664	1,506

Bağımlı değişken: Davranışsal Niyet

Regresyonun temel varsayımlarından biri hata terimleri arasında ilişki olmamasıdır. Hata terimleri arasında ilişki olması otokorelasyonun varlığı ortaya çıkarmaktadır. Otokorelasyon, Durbin Watson testi ile incelenmektedir. Durbin Watson değerinin dağılım aralığı, 0 ile 4 arasındadır. 2'ye yakın değerler için, otokorelasyonun olmadığından bahsetmek mümkündür. Tolerans değeri, bir bağımsız değişkenin değişiminin ne kadarının modeldeki diğer bağımsız değişkenler tarafından açıklanmadığı belirtmektedir. Bu değer, çok küçük ise (0,1'den daha küçük) diğer değişkenlerle yüksek bir çoklu korelasyonun ve multicollinearty'nin varlığından söz edilmektedir. Bunun yanında, tolerans değerinin tersi olan (1/Tolerans) VIF (Variance Inflation Factor) değerinin, 10'nun üzerinde olması da multicollinearty'nin varlığına işaret etmektedir.

1,916 olarak bulunan Durbin Watson değeri; bağımsız değişkenler arasında otokorelasyon olmadığını göstermektedir. Ayrıca, tolerans değerleri 0,1'den büyük ve VIF değeri de 10'dan küçük olduğu için multicollinearty'nin bulunmadığı görülmektedir.

Davranışsal Niyet ile performans beklentisi ve çaba beklentisi arasındaki ilişki $p < 0,001$ düzeyinde anlamlı iken, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Bu bulgudan hareketle sosyal etkinin ve kolaylaştırıcı şartların davranışsal niyete anlamlı bir katkı yapmadığı söylenebilir.

Yukarıda yer alan ilişkiyi açıklayan regresyon formülü;

$$DN = 1,367 + 0,266 * d_{PB} + 0,255 * d_{ÇB} + 0,030 * d_{SE} + 0,066 * d_{KŞ}$$

denklemleri ile ifade edilmektedir.

Formül 9. Davranışsal Niyet ile Performans Beklentisi, Çaba Beklentisi, Sosyal Etki ve Kolaylaştırıcı Şartlar Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü

Kullanışlılık ve Kontrol ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

9. Kullanışlılık ve kontrol faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

- H_0 : Kullanışlılık ve kontrol faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H_1 : Kullanışlılık ve kontrol faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Kullanışlılık ve kontrol faktörü ile genel kullanılabilirlik arasındaki ilişkiyi açıklayan analiz sonuçlarında, 0,000 olarak bulunan anlamlılık değerinin; 0,05'ten küçük olması regresyon modelinin açıklayıcı olduğunu göstermektedir. 0,729 olan R değeri; kullanışlılık ve kontrol faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında yüksek şiddette ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilir. Kullanışlılık ve kontrol faktörü, genel kullanılabilirlik değişkenine ait varyansı %53,2 (R^2 değeri) oranında açıklamakta, diğer bir ifade genel kullanılabilirlik algısının %53,2'sinin kullanışlılık ve kontrol faktörüne bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 77'de yer almaktadır.

Tablo 77. Kullanışlılık ve Kontrol ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişki

R = 0,729		$R^2 = 0,532$		F = 452,371	Anlamlılık: 0,000
Değişken	Standardize Edilmemiş Beta		Standardize Edilmiş Beta	t	Anlamlılık
	B	Std	Beta		
(Sabit)	3,355	0,241		13,891	0,000
Kullanışlılık ve Kontrol	2,394	0,113	0,729	21,269	0,000

Bağımlı değişken: Genel Kullanılabilirlik

Yukarıda yer alan ilişkiyi açıklayan regresyon formülü;

$$GK = 3,355 + 2,394 * d_{KK}$$

denklemini ifade edilmektedir.

Formül 10. Kullanışlılık ve Kontrol ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü

Öğrenilebilirlik ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

10. Öğrenilebilirlik faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

- H_0 : Öğrenilebilirlik faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H_1 : Öğrenilebilirlik faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Öğrenilebilirlik faktörü ile genel kullanılabilirlik arasındaki ilişkiyi açıklayan analiz sonuçlarında, 0,000 olarak bulunan anlamlılık değerinin; 0,05'ten küçük olması regresyon modelinin açıklayıcı olduğunu göstermektedir. 0,791 olan R değeri; Öğrenilebilirlik faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında yüksek şiddette ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilir. Öğrenilebilirlik faktörü, genel kullanılabilirlik değişkenine ait varyansı %62,5 (R^2 değeri) oranında açıklamakta, diğer bir ifade genel kullanılabilirlik algısının %62,5'inin öğrenilebilirlik faktörüne bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 78'de yer almaktadır.

Tablo 78. Öğrenilebilirlik ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişki

R = 0,791		$R^2 = 0,625$		F = 663,581	Anlamlılık: 0,000
Değişken	Standardize Edilmemiş Beta		Standardize Edilmiş Beta	t	Anlamlılık
	B	Std	Beta		
(Sabit)	3,775	0,184		20,525	0,000
Öğrenilebilirlik	2,238	0,087	0,791	25,760	0,000

Bağımlı değişken: Genel Kullanılabilirlik

Yukarıda yer alan ilişkiyi açıklayan regresyon formülü;

$$GK = 3,775 + 2,238 * d_ö$$

denklemleri ile ifade edilmektedir.

Formül 11. Öğrenilebilirlik ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü

Etkililik ve Etkileycilik ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

11. Etkililik ve Etkileycilik faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

- H_0 : Etkililik ve Etkileycilik faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H_1 : Etkililik ve Etkileycilik faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Etkililik ve etkileycilik faktörü ile genel kullanılabilirlik arasındaki ilişkiyi açıklayan analiz sonuçlarında, 0,000 olarak bulunan anlamlılık değerinin; 0,05'ten küçük olması regresyon modelinin açıklayıcı olduğunu göstermektedir. 0,719 olan R değeri; Etkililik ve etkileycilik faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında yüksek şiddette ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilir. Etkililik ve etkileycilik faktörü, genel kullanılabilirlik değişkenine ait varyansı %51,7 (R^2 değeri) oranında açıklamakta, diğer bir ifade genel kullanılabilirlik algısının %51,7'sinin etkililik ve etkileycilik faktörüne bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 79'da yer almaktadır.

Tablo 79. Etkililik ve Etkileycilik ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişki

R = 0,719		R ² = 0,517		F = 425,973	Anlamlılık: 0,000
Değişken	Standardize Edilmemiş Beta		Standardize Edilmiş Beta	t	Anlamlılık
	B	Std	Beta		
(Sabit)	4,024	0,217		18,556	0,000
Etkililik ve Etkileycilik	2,209	0,107	0,719	20,639	0,000

Bağımlı değişken: Genel Kullanılabilirlik

Yukarıda yer alan ilişkiyi açıklayan regresyon formülü;

$$GK = 4,024 + 2,209 * d_{EE}$$

denklemini ifade edilmektedir.

Formül 12. Etkililik ve Etkileycilik ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü

Memnuniyet ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

12. Memnuniyet faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

- H_0 : Memnuniyet faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H_1 : Memnuniyet faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Memnuniyet faktörü ile genel kullanılabilirlik arasındaki ilişkiyi açıklayan analiz sonuçlarında, 0,000 olarak bulunan anlamlılık değerinin; 0,05'ten küçük olması regresyon modelinin açıklayıcı olduğunu göstermektedir. 0,766 olan R değeri; Memnuniyet faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında yüksek şiddette ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilir. Memnuniyet faktörü, genel kullanılabilirlik değişkenine ait varyansı %58,7 (R^2 değeri) oranında açıklamakta, diğer bir ifade genel kullanılabilirlik algısının %58,7'sinin memnuniyet faktörüne bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 80'de yer almaktadır.

Tablo 80. Memnuniyet ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişki

R = 0,766		$R^2 = 0,587$		F = 565,590	Anlamlılık: 0,000
Değişken	Standardize Edilmemiş Beta		Standardize Edilmiş Beta	t	Anlamlılık
	B	Std	Beta		
(Sabit)	3,432	0,213		16,105	0,000
Memnuniyet	2,220	0,093	0,766	23,782	0,000
Bağımlı değişken: Genel Kullanılabilirlik					

Yukarıda yer alan ilişkiyi açıklayan regresyon formülü;

$$GK = 3,432 + 2,220 * d_M$$

denklemini ifade edilmektedir.

Formül 13. Memnuniyet ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü

Davranışsal Niyet ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

13. Davranışsal Niyet faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

- H_0 : Davranışsal Niyet faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- H_1 : Davranışsal Niyet faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Davranışsal Niyet faktörü ile genel kullanılabilirlik arasındaki ilişkiyi açıklayan analiz sonuçlarında, 0,000 olarak bulunan anlamlılık değerinin; 0,05'ten küçük olması regresyon modelinin açıklayıcı olduğunu göstermektedir. 0,223 olan R değeri; Davranışsal niyet faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında düşük şiddette ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilir. Davranışsal Niyet faktörü, genel kullanılabilirlik değişkenine ait varyansı %5 (R^2 değeri) oranında açıklamakta, diğer bir ifade genel kullanılabilirlik algısının %5'inin davranışsal niyet faktörüne bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 81'de yer almaktadır.

Tablo 81. Davranışsal Niyet ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişki

R = 0,223		$R^2 = 0,050$		F = 20,745	Anlamlılık: 0,000
Değişken	Standardize Edilmemiş Beta		Standardize Edilmiş Beta	t	Anlamlılık
	B	Std	Beta		
(Sabit)	7,292	0,253		28,845	0,000
Davranışsal Niyet	0,296		0,223	4,555	0,000
Bağımlı değişken: Genel Kullanılabilirlik					

Yukarıda yer alan ilişkiyi açıklayan regresyon formülü;

$$GK = 7,292 + 0,296 * d_{DN}$$

denklemleri ile ifade edilmektedir.

Formül 14. Davranışsal Niyet ile Genel Kullanılabilirlik Arasındaki İlişkinin Regresyon Formülü

5.3.4. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Demografik özelliklere bakıldığında örneklemin %69,5'i 278 kişi ile kadın katılımcılardan oluşurken %30,5'i 122 kişi ile erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Ankete katılan kişilerin yaş grupları olarak en yüksek oran 25-34 yaş grubundadır (155 kişi - %38,8). Bunu %34 oranla 18-24 yaş grubu takip etmektedir (135 kişi). Eğitim durumu açısından ise en yüksek oran %57,8 ile lisans mezunlarındadır (231 kişi). Meslek grubu olarak sağlık sektöründe çalışanların oranı en yüksektir (183 kişi - %45,8). 1.000 TL'den 2.999 TL'ye kadar gelire sahip bireyler ankete katılan kişiler arasında en yüksek orana sahiptir (221 kişi - %55,2).

Katılımcıların hastane web sitesi kullanım amaçlarına bakıldığında, hastane web sitelerini en çok hastane hizmetleri ile ilgili bilgi almak için ziyaret ettikleri görülmektedir. Bunu sırasıyla belirli bir konu ile ilgili bilgi almak, "online" hizmet kullanımı ve doktorlar ile ilgili bilgi alma amacı izlemektedir. Katılımcılara göre hastane web sitelerinin en ilgi çekici ve kullanışlı yönü hastane ve tıbbi birimler ile ilgili bilgilere ulaşmaktır. Bunu sırasıyla sağlık ile ilgili bilgilere ulaşmak, "online" hizmetler ve doktorlar ile ilgili bilgilere ulaşmak izlemektedir.

Katılımcıların hastane web sitelerini önemli bulma durumları incelendiğinde %62 oran ile 248 kişi hastane web sitelerini önemli bulurken, %19,8 oran ile 79 kişi çok önemli olmadığı, %16,5 oran ile 66 kişi çok önemli olduğu ve %1,8 oran ile 7 kişi de hiç önemli olmadığı yönünde görüşlerini belirtmişlerdir.

Ankete katılan bireylerin internet beceri ve bilgi algıları incelendiğinde %58'inin iyi fakat fazla teknik bilgi sahibi olmadığı (232 kişi), %22,2'sinin internetin büyük bir kısmı ile baş edebildiği (89 kişi), %18'inin çok deneyimli ve teknik bilgi sahibi olduğu (72 kişi) ve %1,8'inin ise internet kullanımını zor bulduğu tespit edilmiştir.

Katılımcılara göre hastane web sitelerinin en iyi yönü hizmetlerin tanıtımıdır (189 kişi - %47,2). Bunu sırasıyla sağlık bilgisi sunması, doktorların tanıtımı ve insan kaynaklarına ulaşma izlemektedir. Hastane web sitelerinin eksiği olma durumuna bakıldığında ise katılımcıların %77 ile büyük bir çoğunluğu bir eksiği olmadığını düşünürken %23'ü eksikleri olduğunu düşünmektedir.

Demografik dağılımları, hastane web sitesi kullanım amaçları, hastane web sitelerini önemli bulma durumları, ve internet beceri ve bilgi algıları dağılımları verilen katılımcıların, web kullanılabilirlik düzeylerini ölçmeye yönelik sorular, yapılan faktör analizi sonucunda, dört faktör altında gruplandırılmıştır. Buna göre ölçek; “Kullanışlılık ve Kontrol” (%28,345), “Memnuniyet” (%9,948), “Etkililik ve Etkileyicilik” (%8,001) ve “Öğrenilebilirlik” (%5,504) olmak üzere dört faktöre ayrılmış ve bu dört faktörün toplam varyansın %51,787’sini açıkladığı sonucu elde edilmiştir. Buna ek olarak anket katılımcılarının WAÖE - Web Kullanılabilirlik Ölçeği kapsamında genel kullanılabilirlik skorları hesaplanmıştır. Bu kapsamda her katılımcı için, WAÖE - Web Kullanılabilirlik Ölçeğinde faktörleri oluşturan sorulara verilen cevaplar soruların ilgili faktördeki yükleri ile çarpılmış, aynı faktördeki sorulara ait sonuçlar toplanıp ortalamaları alınarak faktör skorları hesaplanmıştır. Her bir faktör için elde edilen bu sonuçlar toplanmak suretiyle bireye ait “Web Kullanılabilirlik Skoru” elde edilmiştir.

Açımlayıcı faktör analizi ile belirlenen model doğrulayıcı faktör analiziyle test edilmiştir. WAÖE - Web Kullanılabilirlik Ölçeği modelinin Ki-kare / serbestlik derecesi sonucu 2,56 çıktığından kurulan modelin gözlenen yapıya çok iyi bir uyuma söylenebilir. Uyum iyiliği indekslerine bakıldığında AGFI dışındaki uyum indekslerinin 0.90'dan büyük olduğu gözlemlenmektedir. Döndürülmüş faktör analizine ilişkin model için hesaplanan 0.063 ortalama karekök hata tahmini (RMSEA) değeri, 0,08 ile 0,05 arasında bulunduğundan model için gözlenen ve üretilen matrisler arasındaki hata oranının kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir.

BTKKT - İnternet Teknolojileri için Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Ölçeğine uygulanan faktör analizi doğrultusunda se ölçek: “Çaba Beklentisi”, “Performans Beklentisi”, “Davranışsal Niyet”, “Sosyal Etki” ve “Kolaylaştırıcı Şartlar” olmak üzere beş faktöre ayrılmıştır. “Çaba Beklentisi” faktörünün açıklayıcılığı %39,979, “Performans Beklentisi” faktörünün açıklayıcılığı %12,380, “Davranışsal Niyet” faktörünün açıklayıcılığı %10,626, “Sosyal Etki” faktörünün açıklayıcılığı %6,343, “Kolaylaştırıcı Şartlar” faktörünün açıklayıcılığı %6,132 ve bu beş faktörün toplam açıklayıcılığı ise %75,460 olarak elde edilmiştir.

WAÖE ölçeği kapsamında kullanışlılık ve kontrol, memnuniyet, etkililik ve etkileyicilik ve öğrenilebilirlik olarak belirlenen dört faktör ve genel kullanılabilirlik düzeyi bakımından demografik bulgular arasında fark olup olmadığına bakılmak üzere fark analizleri yapılmış ve sonuçları değerlendirilmiştir. Bu sonuçlara bakıldığında görölmektedir ki, yaş grupları arasında sadece memnuniyet faktörü bakımından anlamlı bir fark vardır. 45 yaş ve üzeri katılımcıların memnuniyet algısı diğer yaş gruplarına göre daha yüksektir. Cinsiyet gruplarına göre bakıldığında ise kadın ve erkekler arasında hiçbir faktör bakımından fark yoktur. Web kullanılabilirliği cinsiyetlere göre farklılık göstermemektedir.

Eğitim grupları arasında ise kullanışlılık ve kontrol, ve memnuniyet faktörleri ile genel kullanılabilirlik düzeyleri bakımından farklılık çıkmıştır. Kullanışlılık ve kontrol ve memnuniyet algısı en yüksek olan eğitim grubu lisans mezunlarıdır. Lise mezunları her iki faktörde de en düşük puana sahiptir. Genel kullanılabilirlik düzeylerine bakıldığında ise lisansüstü eğitim seviyesine sahip katılımcıların puanlarının, diğer eğitim seviyesindeki katılımcılara oranla anlamlı derecede farklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Meslek grupları arasında ise memnuniyet faktörü ile genel kullanılabilirlik düzeyleri bakımından farklılık çıkmıştır. Sağlık sektörü çalışanları ve mühendislerin memnuniyet düzeyleri en yüksek seviyededir. Genel kullanılabilirlik düzeylerine bakıldığında ise mühendislerin genel kullanılabilirlik ile ilgili algılarının diğer meslek gruplarına oranla daha yüksek olduğu görölmüştür.

Gelir durumlarına bakıldığında ise hiçbir gelir grubu arasında hiçbir faktör bakımından fark yoktur. Web kullanılabilirliği gelir durumuna göre farklılık göstermemektedir.

İnternet bilgi ve becerisine göre ise sadece etkililik ve etkileyicilik faktörü bakımından farklılık çıkmıştır. İnternet bilgi ve becerisi fazla olan bireylerin web kullanılabilirlik algıları düzeyi daha yüksektir. İnternet bilgi ve becerisi azaldıkça web kullanılabilirlik düzeylerinin hiyerarşik bir biçimde azaldığı görölmektedir.

İkinci olarak İnternet Teknolojileri için Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Ölçeği kapsamında çaba beklentisi, performans beklentisi, davranışsal niyet, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar olarak belirlenen beş faktör bakımından demografik bulgular arasında fark olup olmadığına bakılmak üzere fark analizleri yapılmış ve sonuçları değerlendirilmiştir. Bu sonuçlara bakıldığında görülmektedir ki, cinsiyetler ve yaş grupları arasında hiçbir grup bakımından fark yoktur. İnternet teknolojilerinin kabul ve kullanımı cinsiyete ve yaş grubuna göre farklılık göstermemektedir.

Eğitim grupları arasında ise performans beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar düzeyleri bakımından farklılık çıkmıştır. Lisansüstü eğitim seviyesine sahip bireylerin performans beklentisi en yüksek seviyededir. Sosyal etkiye bakıldığında ise lisans mezunlarının internet teknolojilerini kabul ve kullanımı en yüksek seviyede iken lise mezunlarının internet teknolojilerini kabul ve kullanımı önemli oranda düşüktür. Kolaylaştırıcı şartlar bakımından ise lisansüstü eğitim seviyesine sahip bireylerin internet teknolojilerini kabul ve kullanımı en yüksek seviyededir.

Eğitim grupları arasında ise performans beklentisi, davranışsal niyet, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar düzeyleri bakımından farklılık çıkmıştır. Bilişim sektörü çalışanlarının performans beklentisi, davranışsal niyet ve kolaylaştırıcı şartlar bakımından internet teknolojilerini kabul ve kullanımı en yüksek seviyede iken memurların en düşük seviyeye sahiptir. Sosyal etki bakımından ise halkla ilişkiler çalışanlarının internet teknolojilerini kabul ve kullanımı en yüksek seviyededir. Memurlar diğer faktörlerde olduğu gibi sosyal etki bakımından da en düşük seviyededir.

Gelir durumlarına bakıldığında ise hiçbir gelir grubu arasında hiçbir faktör bakımından fark yoktur. İnternet teknolojilerini kabul ve kullanımı gelir durumuna göre farklılık göstermemektedir.

İnternet bilgi ve becerisine göre ise sadece çaba beklentisi, performans beklentisi ve kolaylaştırıcı şartlar bakımından farklılık çıkmıştır. İnternet bilgi ve becerisi daha çok olan bireylerin tüm bu faktörler bakımından internet teknolojilerini kabul ve kullanım seviyeleri daha yüksektir. Eğitim seviyesi azaldıkça internet teknolojilerini kabul ve kullanımı düzeylerinin hiyerarşik bir biçimde azaldığı görülmektedir.

Faktörler arası ilişkiyi tespit etmek için yapılan ilişki analizi sonuçlarına göre:

Performans beklentisi bağımsız değişkeni ile kullanılabilirlik ve kontrol algısı bağımlı değişkeni arasında pozitif yönde ve düşük şiddette bir ilişki bulunmaktadır. Kişilerin internet teknolojileri kullanımındaki performans beklentisi, hastane web sitelerinin kullanılabilirlik ve kontrolü ile ilgili algılarını etkilemektedir. Kullanılabilirlik ve kontrol algısının % 6,1'inin performans beklentisine bağlı olduğu görülmektedir.

Çaba beklentisi ile öğrenilebilirlik faktörleri arasında pozitif yönde ve düşük şiddette bir ilişki bulunmaktadır. Kullanıcıların internet teknolojilerinin kullanımındaki çaba beklentisi, hastane web sitelerini öğrenilebilir bulmalarını etkilemektedir. Sonuçlar, öğrenilebilirlik algısının %5'inin çaba beklentisine bağlı olduğunu göstermektedir.

Çaba beklentisi ile etkililik ve etkileyicilik faktörleri arasında da pozitif yönde ve düşük şiddette bir ilişki bulunmaktadır. Kullanıcıların hastane web sitelerini etkili ve etkileyici bulmaları ile ilgili algılarının %2,7'sinin çaba beklentisine bağlı olduğu görülmektedir.

Sosyal etki bağımsız değişkeni ile memnuniyet bağımlı değişkeni arasında ise yine pozitif yönde ve düşük şiddette bir ilişki bulunmaktadır. Hastane web sitelerinin kullanımındaki memnuniyet faktörünün %2'si kişilerin internet teknolojilerini kullanımlarındaki sosyal etki faktörüne bağlıdır.

Kolaylaştırıcı şartlar ile kullanılabilirlik ve kontrol faktörleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Hastane web sitelerinin kullanımındaki kullanılabilirlik ve kontrol faktörünün %5,4'ü internet teknolojileri kullanımındaki kolaylaştırıcı şartlara bağlıdır.

Kolaylaştırıcı Şartlar ile öğrenilebilirlik faktörleri arasında anlamlı bir ilişki vardır. Hastane web sitelerinin kullanımındaki öğrenilebilirlik faktörünün %5,4'ü internet teknolojileri kullanımındaki kolaylaştırıcı şartlara bağlıdır.

Kolaylaştırıcı şartlar faktörü ile memnuniyet faktörleri arasında pozitif yönde ve düşük şiddette bir ilişki bulunmaktadır. Hastane web sitelerinin kullanımındaki memnuniyet algısının %5,1'i kolaylaştırıcı şartlara bağlıdır.

BTKKT modelinde yer alan performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar faktörleri ile davranışsal niyet faktörü arasında ise orta şiddette ve pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Davranışsal niyet faktörünün %18,3 oranında bu faktörlere bağlı olduğu görülmektedir.

WAÖE faktörlerinin hastane web sitelerinin genel kullanılabilirliği ile ilişkisine bakıldığında ise;

Kullanışlılık ve kontrol faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında yüksek şiddette ve pozitif yönde bir ilişki vardır.

Öğrenilebilirlik faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında yüksek şiddette ve pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır.

Etkililik ve etkileycilik faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında yüksek şiddette ve pozitif yönde bir ilişki vardır.

Memnuniyet faktörü ile genel kullanılabilirlik arasında yüksek şiddette ve pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır.

Son olarak, BTKKT ölçeğindeki davranışsal niyet faktörü ile genel kullanılabilirlik faktörü arasında düşük şiddette ve pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Kullanıcıların hastane web sitelerinin genel kullanılabilirliği ile ilgili algılarının %5'inin internet teknolojileri ile ilgili davranışsal niyetlerine bağlı olduğu görülmüştür.

6. SONUÇ

Son yıllarda bilişim alanında yapılan araştırmalarda ele alınan temel konulardan birisi bilişim sistemlerinin kullanımınıdır. Web tabanlı bilişim uygulamaları, enformasyon değişiminde omurga görevi gördüğünden, kurumlarda ürün ve hizmet sunumunda birincil yöntem olarak kullanılmaktadır. Kullanıcıların bu uygulamaları kullanırken deneyimledikleri kolaylıklar ve zorluklar, uygulamaların başarı veya başarısızlık durumunu göstermektedir. Bu kapsamda web bilişim sistemleri için oluşturulan kullanılabilirlik ölçüm metotları, üzerinde durulan bir konu haline gelmiştir.

Kurumsal iletişim ile, reklam ve imaj oluşturulması, kurum kültürünün oluşturulması, medya ve yatırımcı ilişkilerinin geliştirilmesi, genel iletişim politikalarının belirlenmesi, kurum içi iletişim, halkla ilişkiler gibi işlevler yerine getirilmektedir. Kurumsal iletişim aracı olarak kullanılan temel araçlardan birisi de kurumsal web sayfalarıdır.

Bu araştırma, ziyaretçilerin web sayfalarını kullanabilmelerinde internet teknolojileri ile ilgili bilgi, kabul ve kullanım özelliklerinin etkisini değerlendirmek amacıyla planlanmıştır. Bu kapsamda katılımcılara, web sayfalarının kullanılabilirliğini ölçmek için tasarlanmış WAÖE ölçeğine ek olarak demografik bilgiler, internet kullanım beceri seviyeleri de sorulmuş ve internet teknolojilerini kabul ve kullanımlarını ölçmek amacıyla BTKKT ölçeği uygulanmıştır. Sağlık sektöründe artan rekabette kurumsal iletişim faaliyetlerine oldukça ağırlık veren hastane web siteleri ele alınmıştır.

Hastane web sitelerinde çok aboneli hedef belirleme, elektronik dokümanlar, arama motorlarının yer alması, tartışma forumları, çeşitli çevrimiçi hizmetlerin kullanımı, karar yardımları sağlama, hastane ile ilişkisi olan hekimler ile bağlantı oluşturma gibi hedef kitle ile olan iletişimi kolaylaştıran faktörler yer almaktadır. Bu faktörlerin etkili olabilmesi için, ziyaretçilerin amacına uygun biçimde web sayfasını kullanabilmesi ve bu kullanım sürecinde memnun olarak tekrar ziyaret etmesi önem taşımaktadır.

Araştırmanın sonuçlarına göre, katılımcılar en çok hastane hizmetleri ile ilgili bilgi almak amacıyla hastane web sayfalarını ziyaret etmektedirler. Daha sonra sırası ile belirli bir konu ile ilgili bilgi almak, “online” hizmetleri kullanmak ve doktorlar ile ilgili bilgi almak gelmektedir. Ayrıca hastane web sayfalarının en ilgi çekici ve kullanışlı yönü hastane ve tıbbi birimler ile ilgili bilgilere ulaşmaktır. Bu kapsamda, hastane ve hastane hizmetleri ile ilgili bilgi iletmede, kurumsal web sayfalarının önemli bir araç olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların %62’si hastane web sitelerini önemli bulduklarını ve %47,2’si bu web sitelerinin en iyi yönünün hizmetlerin tanıtımı olduğunu belirtmişlerdir.

Sonuçlar, kullanıcıların web sitelerinin kullanılabilirliğinde kullanışlılık ve kontrol, memnuniyet ve genel kullanılabilirlik ile ilgili verdikleri cevapların eğitim seviyeleri yükseldikçe daha olumlu yönde olduğunu göstermektedir. Meslek grupları arasında ise memnuniyet faktörü ile genel kullanılabilirlik açısından farklılık çıkmıştır. Sağlık sektörü çalışanları ve mühendislerin memnuniyet düzeyleri en yüksek seviyededir. Hastane web sitelerini en fazla kullanılabilir bulanlar ise mühendislerdir.

İnternet bilgi ve becerisine göre ise sadece etkililik ve etkileycilik faktörü bakımından farklılık çıkmıştır. İnternet bilgi ve becerisi azaldıkça etkililik ve etkileycilik ile algılarının hiyerarşik bir biçimde azaldığı görülmektedir.

Modeldeki ilişkilere bakıldığında ise, kişilerin internet teknolojileri kullanımındaki performans beklentisi, hastane web sitelerinin kullanışlılık ve kontrolü ile ilgili algılarını etkilemektedir. Dolayısıyla kullanıcıların internet teknolojilerini işlerinde kullanışlı ve yararlı bulmaları, hastane web sitelerini kullanırken kontrolün kendilerinde olduğu ve web sitelerinin kullanışlı olduğu ile ilgili algılarını olumlu yönde etkilemektedir. Kullanıcıların internet teknolojilerinin kullanımındaki çaba beklentisi, hastane web sitelerini öğrenilebilir bulmalarını etkilemektedir. Bu sonuç göstermektedir ki, bireylerin internet teknolojileri kullanımını fazla çaba harcamadan ve kolayca öğrendiklerini düşünmeleri, hastane web sitelerinin kullanımını öğrenmelerini ve anlamalarını kolaylaştırmakta ve web sitelerini etkileyici bulmalarını etkilemektedir. Sosyal etki ile memnuniyet arasında da bir ilişki bulunmaktadır. Yani, çevresindekilerin internet teknolojilerini kullanımını onayladığını ve desteklediğini düşünen kullanıcıların, hastane web siteleri kullanmadaki memnuniyet düzeyleri de artmaktadır.

Son olarak, kolaylaştırıcı şartlar ile kullanılabilirlik ve kontrol, öğrenilebilirlik ve memnuniyet faktörleri arasında ilişki bulunmaktadır. İnternet teknolojilerini kullanmak için gerekli bilgi ve kaynaklara sahip olduklarını düşünen bireyler, hastane web sitelerini kullanışlı ve öğrenilebilir bulmakla birlikte memnuniyet düzeyleri de artmaktadır.

BTKKT modelinde yer alan performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı şartlar faktörleri ile davranışsal niyet faktörü arasında ise orta şiddette bir ilişki bulunmaktadır. Bu faktörler, kişilerin internet teknolojilerinin kullanımı ile ilgili gelecekteki niyetlerini etkilemektedir.

WAÖE ölçeğindeki kullanılabilirlik ve kontrol, öğrenilebilirlik, etkililik ve etkileycilik ve memnuniyet faktörlerinin, hastane web sitelerinin genel kullanılabilirliği ile ilgili görüşleri etkilediği görülmektedir. Ayrıca internet teknolojileri kullanımını gelecekteki işlerinde kullanmayı sürdürmeyi planlayan kişilerin, hastane web sitelerini kullanılabilir bulma düzeyleri daha yüksektir.

Araştırma sonuçlarından yola çıkarak; kurumsal iletişim aracı olarak hastane web sitelerinin etkili olduğu, insanların web sitelerini hastane hizmetleri ile ilgili bilgi alma amaçlı kullandıkları söylenebilir.

Daha eğitimli kişiler ile sağlık çalışanları ve mühendisler, hastane web sitelerini değerlendirirken bazı faktörlerde diğer gruplara göre daha olumlu görüşler bildirmişlerdir. Buradan yola çıkarak, hastane web sitelerinin kullanımının eğitim düzeyi daha az olan kişiler için daha zor olduğu düşünülebilir.

Araştırma sonuçları, kurumsal web sitelerindeki kullanılabilirlik ve kontrol, öğrenilebilirlik, etkililik ve etkileycilik ve memnuniyet faktörlerinin sitenin kullanılabilirliği ile doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Kişilerin internet teknolojilerini kabulündeki faktörler ise, düşük düzey olsa da, ilgili web kullanılabilirlik faktörlerini etkilemektedir. Burada, kurumsal web sitelerinin kullanılabilirliği ile ilgili yapılan değerlendirmelerde, yalnızca web sitesinin özelliklerinin değil, hedef kitle olan kullanıcıların niteliklerinin de üzerinde durulması; kullanıcıların internet teknolojilerine

olan tutumları ve kullanım becerilerinin sorgulanarak, göz önünde bulundurulmasının önemli olduğu görülmektedir.

Kullanım amacı olarak ikinci sırada yer alan belirli bir konuda bilgi alma ile ilgili içeriği ve üçüncü sırada yer alan “online” hizmetlerin kullanılabilirliğini değerlendiren çalışmalar yapılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Sağlık ile ilgili bilgi kaynakları seçeneğinin çok fazla olduğu günümüzde, internet yolu ile ulaşılan kaynakların tümünün doğru ya da güvenilir olduğu söylenemez. Dolayısıyla güvenilir ve faydalı sağlık bilgisine web sitelerinde yer veren hastanelerin hedef kitleyi olumlu etkileyeceğine inanılmaktadır. Buna ek olarak, literatüre katkı sağlaması amacı ile hastane web sitelerinin kullanılabilirliği ve kullanıcıların internet teknolojilerini kabul ve kullanım becerilerini araştıran detaylı odak grup çalışmalarının yapılması önerilebilir.

EK 1: Hastane Web Sitelerinin Kullanılabilirliğinde Teknoloji Kabulünün Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Anket

Hastane web sitelerinin kullanılabilirliğinde teknoloji kabulünün etkisini belirlemeye yönelik olan bu araştırma akademik nitelikli olup elde edilen veriler kesinlikle gizli tutulacaktır. Araştırmanın başarılı sonuçlanması açısından, soruları dikkatlice okuyarak, boş bırakmadan doğru olarak cevaplandırmanız büyük önem taşımaktadır. Katılımınız için teşekkür ederiz.

BÖLÜM 1. Demografik Bilgiler

1. Yaşınız:
2. Cinsiyetiniz?
 Kadın Erkek
3. Eğitim durumunuz?
 Lise Lisans Lisansüstü
4. Mesleğiniz:
5. Gelir durumunuz?
 0-999 TL 1.000-2.999 TL 3.000-4.999 TL 5.000 TL ve üzeri
6. Hastane web sitelerini hangi amaçlar için kullanıyorsunuz?
 "Online" hizmetler
 Belirli bir konu ile ilgili bilgi almak için
 Hastane hizmetleri ile ilgili bilgi almak için
 Doktorlar ile ilgili bilgi almak için

BÖLÜM 2. WAMMI - Web Kullanılabilirlik Anketi

7. Hastane web sitesinin sizce en ilgi çekici veya kullanışlı yönü nedir?
 "Online" hizmetler
 Hastane ve tıbbi birimler ile ilgili bilgilere ulaşmak
 Doktorlar ile ilgili bilgilere ulaşmak
 Sağlık ile ilgili bilgilere ulaşmak
 Diğer.....

Lütfen bir sonraki sayfada yer alan ifadelerde, en son kullandığınız hastane web sitesini göz önünde bulundurarak, katılıp katılmadığınız ile ilgili düşüncenizi uygun kutuya (X) işareti koyarak belirtiniz.

- 1 Kesinlikle katılmıyorum 2 Katılmıyorum 3 Kararsızım 4 Katılıyorum 5 Kesinlikle katılıyorum

Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	2	3	4	5

8. Hastane web sitesi ilgi alanıma çok uymaktadır.
9. Hastane web sitesinde sayfalar arasında gezinmek zordur.
10. Hastane web sitesinde istediğimi hızlı bir biçimde bulabilirim.
11. Hastane web sitesi bana mantıklı görünüyor.
12. Hastane web sitesinin daha fazla tanıtıcı açıklamalara ihtiyacı vardır.
13. Hastane web sitesindeki sayfalar çok çekicidir.
14. Hastane web sitesini kullanırken kontrolün bende olduğunu hissediyorum.
15. Hastane web sitesi çok yavaştır.
16. Hastane web sitesi aradığımı bulmamda bana yardımcı oluyor.
17. Hastane web sitesinde gideceğim yönü bulmayı öğrenmem bir problemdir.
18. Hastane web sitesini kullanmaktan hoşlanmıyorum.
19. Hastane web sitesinde istediğim kişilerin iletişim bilgilerine kolayca ulaşabiliyorum.
20. Hastane web sitesini kullanırken kendimi etkin hissediyorum.
21. Hastane web sitesinin istediğim şeylere sahip olup olmadığını söylemek zordur.
22. Hastane web sitesini ilk kez kullanmak kolaydır.
23. Hastane web sitesinin bazı sinir bozucu özellikleri bulunmaktadır.
24. Hastane web sitesinde nerede olduğumu hatırlamak zordur.
25. Hastane web sitesini kullanmak zaman kaybıdır.
26. Hastane web sitesinde linklere tıkladığımda umduğum sonucu alıyorum.
27. Hastane web sitesindeki herşeyi anlamak kolaydır.
28. **Hastane web siteleri sizin için ne kadar önemlidir?**
- Çok Önemli
- Önemli
- Çok önemli değil
- Hiç önemli değil
29. **İnternet becerilerinizi ve bilginizi nasıl buluyorsunuz?**
- Çok deneyimli ve teknik bilgi sahibi
- İyi fakat fazla teknik bilgi sahibi değil
- İnternetin büyük bir kısmı ile baş edebilirim
- İnternet kullanımını zor buluyorum
30. **Sizce hastane web sitesinin en iyi tarafı nedir? Neden?**
- Hizmetlerin tanıtımı
- Doktorların tanıtımı
- Sağlık bilgisi sunması
- İnsan kaynaklarına ulaşma
- Diğer.....
31. **Hastane web sitesinde eksik olduğunu düşündüğünüz birşey bulunmakta mıdır?**
-

BÖLÜM 3. İnternet Teknolojileri için Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Ölçeği

İnternet teknolojileri ile ilgili görüşlerinizi öğrenmek istiyoruz. Lütfen aşağıda yer alan cümleleri okuyarak katılıp katılmadığınızla ilgili düşüncenizi uygun kutuya (X) işareti koyarak belirtiniz.

	1	2	3	4	5
32. İnternet teknolojilerini işimde kullanışlı buluyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33. İnternet teknolojilerini kullanmam görevlerimi daha hızlı tamamlamama olanak sağlar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34. İnternet teknolojilerini kullanmam üretkenliğimi artırıyor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35. İnternet teknolojilerini kullanırsam, işimde yükselme şansım artar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36. İnternet teknolojileri ile olan etkileşimim açık ve anlaşılırdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37. İnternet teknolojileri kullanımında beceri kazanmam kolaydır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38. İnternet teknolojileri kullanımını kolay buluyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39. İnternet teknolojilerini çalıştırmayı öğrenmem kolaydır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40. Davranışımı etkileyen kişiler internet teknolojilerini kullanmam gerektiğini düşünüyorlar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41. Benim için önemli olan kişiler internet teknolojilerini kullanmam gerektiğini düşünüyorlar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42. Çalıştığım kurumdaki üst yönetim, internet teknolojileri kullanımında yardımcı olmuştur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43. Çalıştığım kurum, genel olarak internet teknolojileri kullanımını desteklemiştir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44. İnternet teknolojilerini kullanmak için gerekli kaynaklara sahibim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45. İnternet teknolojilerini kullanmak için gerekli bilgiye sahibim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46. İnternet teknolojileri kullandığım diğer teknolojiler ile uyumlu değildir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47. İnternet teknolojileri ile ilgili zorluklarla başa çıkmada yardımcı olmak için bir kişi (veya grup) mevcuttur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48. İnternet teknolojilerini gelecekteki işlerimde kullanmaya niyet ediyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49. İnternet teknolojilerini gelecekteki işlerimde kullanacağımı tahmin ediyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50. İnternet teknolojilerini gelecekteki işlerimde kullanmayı planlıyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

EK 2. WAÖE Ölçeği Kullanım İzni Belgesi



Angantyrvagen 11
Djursholm
Sweden

9th December 2011

Dear Başak Mendi

Translating WAMMI into Turkish

It is understood that you are a doctoral student at Marmara University, Information Technologies Department and you wish to use a translation of WAMMI into Turkish for purposes of getting data for your thesis entitled "*Technology Acceptance in the Usability of Web Information Systems as a Corporate Communication Tool: A Research About Hospital Web Pages.*" The size of the user sample will not be more than 500.

You are hereby granted permission by the copyright holders of the WAMMI questionnaire to translate WAMMI version 2.5EN into Turkish using the back translation process between yourself and Dr Jurek Kirakowski.

The process will not be deemed finished until Dr Kirakowski signs off on the finished result, which may take a few iterations.

Dr Jurek Kirakowski and Mr Nigel Claridge will retain copyright, full ownership, and the ability to assign or withhold permission to use the Turkish translation of the WAMMI questionnaire.

Dr Kirakowski and Mr Claridge give you full permission to use the WAMMI questionnaire translated into Turkish from the web site at HFRG or otherwise presented as necessary for your research and will provide WAMMI professional reports as required for your thesis on receipt of your data.

Yours sincerely

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Jurek Kirakowski", with a long, sweeping flourish extending to the right.

Dr Jurek Kirakowski
Founder, wammi.com.

EK 3. BTKKT Ölçeği Kullanım İzni Belgesi

Viswanath Venkatesh

10 12 2011

Kime: bana ▾

Thanks for your interest.

You have my permission. The survey used is in Table 16 of the UTAUT paper.

You will find the above paper you requested and other related papers at:
<http://vvenkatesh.com/Downloads/Papers/fulltext/downloadpapers.htm>

Hope this helps.

Sincerely,

Viswanath Venkatesh

Distinguished Professor and George and Boyce Billingsley Chair in Information Systems

Walton College of Business

University of Arkansas

Fayetteville, AR 72701

Phone: [479-575-3869](tel:479-575-3869); Fax: [479-575-3689](tel:479-575-3689)

Email: vvenkatesh@vvenkatesh.us

Website: <http://vvenkatesh.com>

IS Research Rankings Website: <http://vvenkatesh.com/ISRanking>

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2007) **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, SPSS Uygulamalı**, 5. Baskı, Sakarya Yayıncılık, s.226.
- Arthur, B. (2011) **Teknolojinin Doğası – Nedir ve Nasıl Evrilir**, Çev: İdili Çetin, Optimist Yayınları, İstanbul.
- Baltacıoğlu, T., Demirbağ Kaplan, M. (2007) **İyi İletişim İyi Pazarlama: Tüketicilerle Doğru İletişim Kurma Yöntemleri**, MediaCat Kitapları, İstanbul.
- Betz, F. (2011) **Teknolojik Yenilik Yönetimi**, Çev: Pınar Güren, TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları, Ankara.
- Binatlı, C. (2011) Yeni Teknolojiler ve Kitabın Geleceği Üzerine Birkaç Söz, **İletişim ve Teknoloji – Olanaklar, Uygulamalar**, Sınırlar, Ed: Zeliha Hepkon, Kırmızı Kedi Yayınevi, İstanbul.
- Booth, P. (1989) **An Introduction to Human-Computer Interaction**, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. East Sussex.
- Burnett, R., Marshall, P.D. (2003) **Web Theory An Introduction**, Routledge, Londra.
- Castells, M. (2008) **Enformasyon Çağı: Ekonomi Toplum ve Kültür – Ağ Toplumunun Yükselişi**, 2. Baskı, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cornelissen, J. (2008) **Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice**, Sage, London.
- Doğan, Ö. (2010) Teknoloji Yönetimi ve Küresel Rekabet, **Teknoloji Yönetimi**, Ed: Feray Odman Çelikpaça, Sait Y. Kaygusuz, Dora Yayınları, Bursa.
- Dursun, Ö.Ö. (2010) İletişimde Dönüşümler, **Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dönüşümler**, Ed: H.Herhan Odabaşı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Erdoğan, İ. (2008) **İletişimi Anlamak**, ERK Yayıncılık, Ankara.

- Eyüboğlu, İ.Z. (2004) **Türk Dilinin Etimoloji Sözlüğü**, Sosyal Yayınlar, İstanbul.
- Fiske, J. (2003) **İletişim Çalışmalarına Giriş**, İkinci Basım, Çeviren: Süleyman İrvan, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Furtado, E. et. al. (2003) **Improving Usability of an Online Learning System By Means of Multimedia, Collaboration and Adaptation Resources in Usability Evaluation of Online Learning Programs** ed. Claude Ghaoui. 69-86. Hershey.Pa., Information Science Publication.
- Güleş, H.M., Özata, M. (2005) **Sağlık Bilişim Sistemleri**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Güllüoğlu, Ö. (2011) **Örgütsel İletişim – İletişim Doyumu ve Kurumsal Bağlılık**, Eğitim Akademi Yayınları, Konya.
- Gülнар, B. (2007) **Örgütlerde İletişim ve İş Doyumu**, Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- Güngör, N. (2011) **İLETİŞİM Kuramlar ve Yaklaşımlar**, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Gürdoğan, E.N. (2011) **Teknolojinin Ötesi**, 4. Baskı, İz Yayıncılık, İstanbul.
- Headrick, D.R. (2002) **Enformasyon Çağı: Akıl ve Devrim Çağında Bilgi Teknolojileri** Çeviren: Zulal Kılınç, Kitap Yayınevi, İstanbul.
- Hepkon, Z. (2011) Yeni İletişim Teknolojileri Tartışmalarının Yeni Olmayan Boyutu: Teknolojik Determinizm, **İletişim ve Teknoloji**: 121-141, Ed: Zeliha Hepkon, Kırmızı Kedi Yayınevi, İstanbul.
- Işık, M. (2008) **Kitle İletişim Teorilerine Girişi**, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya.
- Kalıpsız, O., Buharalı, A., Biricik, G. (2008) **Sistem Analizi ve Tasarımı:Nesneye Yönelik Modelleme**, Papatya Yayıncılık, İstanbul.
- Kuleyin, N. (2006) **Türkiye Bilişim Ansiklopedisi**, Editör: Tuncer Ören, Tuncer Üney, Fifat Çölkesen, Papatya Yayıncılık, İstanbul.
- MCintire, P. (2008) **Visual Design for the Modern Web**, New Riders, United States of America.

- MCLUHAN, M., FIORE, Q. (2005) **Yaradığımız Medya**, Merkez Kitapçılık, İstanbul.
- MATTELART, A., MATTELART, M. (2009) **İletişim Kuramları Tarihi**, İletişim Yayınları, İstanbul.
- NAISBITT, J. (2004) **İnsan ve Teknoloji** Çev: Orkunt Ayaz, Huban Yıldırım, Mehpere Şayan Kileci, CSA Global Yayın Ajansı, İstanbul.
- NIELSEN, J. (1993) **Usability Engineering**, Academic Press, USA.
- OKAY, A., (2005) **Kurumsal İletişim Yönetimi**, Kurumsal İletişim ve Kurum Kimliği Editör: RÜVEYDE AKYÜREK, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- OKAY, A. (2009) **Sağlık İletişimi**, Mediacat Kitapları, İstanbul.
- ORMENO, M. (2007) **Managing Corporate Brands: A new approach to corporate communication**, Gable Edition Wissenschaft, Germany.
- O'SULLIVAN, T., HARTLEY, J., SAUNDERS, D., MONTGOMERY, M., FISKE, J. (1994) **Key Concepts in Communication and Cultural Studies**, Second Edition, Routledge, London.
- ÖZMEN, Ş. (2009) **Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu e-Ticaret**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- POSTMAN, N. (2006) **Teknopoli: Yeni Dünya Düzeni**, Çev: Mustafa Emre Yılmaz, 2. Baskı, Paradigma Yayıncılık, İstanbul.
- ROBERTS, S.A. (2005) Chapter 3: Knowledge Management for Best Practice, **Handbook of Corporate Communication and Public Relations**, Edited by: Sandra M. Oliver, Routledge, London.
- SEKARAN, U. (1992) **Research Methods For Business**. 2.Baskı. John Wiley & Sons, New York.
- TEKİNALP, Ş., UZUN, R. (2006) **İletişim Araştırma ve Kuramları**, Beta Basım, İstanbul.
- THEAKER, A. (2005) **Halkla İlişkilerin El Kitabı**, MediaCat Yayınları, İstanbul.

- Tuncel, C.O. (2010) Evrimci İktisat ve Teknolojik Gelişmenin Doğası, **Teknoloji Yönetimi**, Ed: Feray Odman Çelikpaça, Sait Y. Kaygusuz, Dora Yayınları, Bursa.
- Tutar, H. (2009) **Örgütsel İletişim**, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Valacich, J., Schneider, C. (2010) **Information Systems Today: Managing in the Digital World**, Pearson, Fourth Edition.
- Vanriel, C.B.M., Fombrun, C.J. (2007) **Essentials of Corporate Communications**, Routledge, London and New York.
- Webster, F. (2006) **Theories of the Information Society - Third Edition**, Rotledge, Oxon.
- Yatkın, A. (2003) **Halkla İlişkiler ve İletişim**, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Zhang, Z. (2007) Usability Evaluation, **Human Computer Interaction Research in Web Design and Evaluation**, Panayiotis Zaphiris, Sri Kurniawan (Ed.), Idea Group Publishing, USA; UK.
- Zıllıoğlu, M. (2003) **İletişim Nedir?**, Cem Yayınevi, İstanbul.

Sürelî Yayınlar

- Argenti, P.A. (2006) “How Technology Has Influenced the Field of Corporate Communication”, **Journal of Business and Technical Communication** 20, s. 357-370.
- Ateş, V., Karacan, H. (2011) “Abant İzzet Baysal Üniversitesi Web Sitesi Kullanılabilirlik Analizi”, **Bilişim Teknolojileri Dergisi** 2 (2), s. 33-38.
- Benbya, H., Passiante, G., Belbaly, N.A. (2004) “Corporate Portal: A Tool For Knowledge Management Synchronization”, **International Journal of Information Management** 24, s. 201-220.
- Bilic, I. (2010) “Development of Web Corporate Communications Function by Official Web Sites and Value Added Ranking: Case of Croatia”, **The Business Review, Cambridge** 15 (1), s. 151-158.

- Bilsel, R.F., Büyüközkan, G., Ruan, D. (2006) “A Fuzzy Preference-Ranking Model for a Quality Evaluation of Hospital Web Sites”, **International Journal of Intelligent Systems** 21, s. 1187-1197.
- Chen, Y.H., Germain, C.A., Yang, H. (2009) “An Exploration Into the Practices of Library Web Usability in ARL Academic Libraries”, **Journal of the American Society for Information Science and Technology** 60 (5), s. 953-968.
- Chong, M., Chian, L.K. (2007) “The Role of Internal Communication and Training in Infusing Corporate Values and Delivering Brand Promise: Singapore Airlines’ Experience”, **Corporate Reputation Review** 10 (3), s. 201-212.
- Chuttur, M. (2009) “Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions”, **Sprouts: Working Papers on Information Systems**, Indiana University, USA, 9(37).
- Cornelissen, J., Van Bekkum, T., Van Ruler, B. (2006) “Corporate Communications: A Practice-based Theoretical Conceptualization”, **Corporate Reputation Review** 9(2), s. 114-133.
- Çetindamar, D., Wasti, S.N., Ansal, H., Beyhan, B. (2009) “Does Technology Management Research Diverge or Converge in Developing and Developed Countries?”, **Technovation** 29, s. 45-58.
- Çalgüner, A. (2008) “Teknolojik Değişim Kavramının, Tasarımın Gelişimi Doğrultusunda Değerlendirilmesi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi**, ART-E 2008-02.
- Çubukçu, H. (2006) “Kişilerarası İletişimde Devingenlik: Yeni Bir İletişim Modeline Doğru”, **Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi** 23(1), s. 75-87
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., Warshaw, P.R. (1989) “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models”, **Management Science** 35, s. 982-1003.

- Delone, W.H., McLean, E.R. (1992) "Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable", **Information Systems Research** 3 (1), s.60-95.
- Delone, W.H., McLean, E.R. (2003) "The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update", **Journal of Management Information Systems** Spring, 19 (4), s. 9-30.
- Doğan, N., Başokçu, T.O. (2010) "İstatistik Tutum Ölçeği için Uygulanan Faktör Analizi Sonuçlarının Karşılaştırılması", **Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi**, 1 (2), s.65-71.
- Doherty, N.F., Champion, D., Wang, L. (2010) "An holistic approach to understanding the changing nature of organisational structure", **Information Technology & People** 23 (2):116-135.
- Elving, W.J.L. (2010) "Trends and Developments Within Corporate Communication: An Analysis of Ten Years of CCIJ", **Corporate Communications: An International Journal** 15 (1), s. 5-8.
- Fang, X., Holsapple, C.W. (2007) "An Empirical Study of Web Site Navigation Structures' Impacts on Web Site Usability", **Decision Support Systems** 43, s. 476-491.
- Fernandez, A., Insfran, E., Abrahao, S. (2011) "Usability Evaluation Methods for the Web: A Systematic Mapping Study", **Information and Software Technology** 53, s. 789-817.
- Folmer, E., Bosch, J. (2004) "Architecting for Usability: a Survey", **The Journal of Systems and Software** 70, s. 61-78.
- Garcia-Morales, V.J., Matias-Reche, F., Verdu-Jover, A.J., (2011) "Influence of Internal Communication on Technological Proactivity, Organizational Learning, and Organizational Innovation in the Pharmaceutical Sector", **Journal of Communication** 61 (2011) s. 150-177.

- Goodman, M.B. (2000) "Corporate Communication: the American Picture", *Corporate Communication: An International Journal* 5(2), s. 69-74.
- Goodman, M.B. (2010) "Corporate communication: the way forward, on the occasion of CCI-Corporate Communication International's 10th anniversary", *Corporate Communications: An International Journal*, 15(2), s. 133-142.
- Griffiths, J.R., Johnson, F., Hartley, R.J. (2007) "User Satisfaction as a Measure of System Performance", *Journal of Librarianship and Information Science*, 39, s. 142-152.
- Gruca, T.S., Wakefield, D.S. (2004) "Hospital Web Sites Promise and Progress", *Journal of Business Research* 57, s. 1021-1025.
- Gümüş, M., Öksüz, B. (2009) "Çalışanların Kurumsal İtibar Sürecine Katılımında İçsel İletişimin Rolü", *Journal of Yasar University* 4(16), s. 2637-2660.
- Güven, S.K. (2008) "Yeni Dünya Düzeni İçinde Enformasyon Teknolojilerinin Vaatleri ve Tehditleri", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 34, s. 69-85.
- Hertzum, M., Clemmensen, T. (2012) "How Do Usability Professionals Construe Usability?", *International Journal of Human-Computer Studies* 70, s. 26-42.
- Hong, S.Y., Rım, H. (2010) "The Influence of Customer Use of Corporate Web Sites: Corporate Social Responsibility, Trust, and Word-of-Mouth Communication", *Public Relations Review* 36, s. 389-391.
- Hornbaek, K. (2006) "Current Practice in Measuring Usability: Challenges to Usability Studies and Research", *International Journal of Human-Computer Studies*, 64, s. 79-102
- Hutton, J.G., Goodman, M.B., Alexander, J.B., Genest, C.M. (2001) "Reputation management: the new face of corporate public relations", *Public Relations Review* 27, s. 247-261.
- Ihator, A.S. (2001) "Communication Style in the Information Age", *Corporate Communications: An International Journal* 6 (4), s. 199-204.

- Im, I., Hong, S., Kang, M.S. (2011) “An International Comparison of Technology Adoption Testing the UTAUT Model”, **Information & Management** 48, s. 1-8.
- Jeng, J. (2005) “What is Usability in the Context of the Digital Library and How Can It Be Measured”, **Information Technology and Libraries**, s. 47-56.
- Kabakçı, I., Odabaşı, H.F. (2004) “Teknolojiyi Kullanmak ve Teknogerçekçi Olabilmek”, **Sosyal Bilimler Dergisi** 2004/1, s. 19-27.
- Karadal, F., TÜRK, M. (2008) “İşletmelerde Teknoloji Yönetiminin Geleceği”, **Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi** 1(1), s. 59-71.
- Karayel Bilbil, E. (2008) “Kurumsal İletişim Aracı Olarak Web Sayfalarının Kamu ve Özel Sektör Kuruluşlarında Karşılaştırmalı Analizi”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi** 32, s. 67-79.
- Kellerman, A. (2000) “Phases in the Rise of the Information Society”, **Info December** 2000, Vol-2/No-6, s. 537-541, Camford Publishing Ltd.
- Kengeri, R. vd. (1999) “Usability Study of Digital Libraries: ACM, IEEE-CS, NCSTRL, NDLTD”, **International Journal on Digital Libraries** 2. 157-69.
- Kılıç Çakmak, E., Güneş, E., Çiftçi, S., Üstündağ, M.T. (2011) “Web Sitesi Kullanılabilirlik Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik, Güvenirlik Analizi ve Uygulama Sonuçları”, **Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi** 1(2), s. 31-40.
- Kim, P. (2011) “Contextualizing the Ideas of Technology in Korea – Questions of Technology and Early Modern Experiences”, **Technology in Society** 33, s. 52-58.
- King, W.R., He, J. (2006) “A Meta-Analysis of the Technology Acceptance Model”, **Information & Management** 43, s. 740-755.
- Lee, S., Koubek, R.J. (2010) “The Effects of Usability and Web Design Attributes on User Performance for E-Commerce Web Sites”, **Computers in Industry** 61, s. 329-341.

- Lee, Y., Kozar, K.A., Larsen, K.R.T. (2003) "The Technology Acceptance Model: Past, Present and Future", **Communications of the Association for Information Systems**, Volume 12, Article 50, s. 752-780.
- Leavitt, H. & Whisler, T. (1958) "Management in the 1980's", **Harvard Business Review**, November-December, s. 41-48.
- Liao, S. (2005) "Technology Management Methodologies and Applications A Literature Review From 1995 to 2003", **Tecnovation** 25, s. 381-393.
- Lin, C.P., Bhattacharjee, A. (2010) "Extending Technology Usage Models to Interactive Hedonic Technologies: A Theoretical Model and Empirical Test", **Information Systems Journal** 20, s. 163-181.
- Lowry, P.B., Zhang, D., Zhou, L., Fu, X. (2010) "Effects of Culture, Social Presence, and Group Composition on Trust in Technology-Supported Decision-Making Groups", **Information Systems Journal** 20, s. 297-315.
- Loblich, M., Scheu, A.M. (2011) "Writing the History of Communication Studies", *Communication Theory* (21), s. 1-22, **International Communication Association**.
- Lu, Y., Zhou, T., Wang, B. (2009) "Exploring Chinese Users' Acceptance of Instant Messaging Using the Theory of Planned Behaviour, the Technology Acceptance Model, and the Flow Theory", **Computers in Human Behaviour** 25, s. 29-39.
- Marchewka, J.T., Liu, C., Kostiwa, K. (2007) "An Application of the UTAUT Model for Understanding Student Perceptions Using Course Management Software", **Communications of the IIMA**, 7(2), s. 93-104.
- Massey, A.P., Khatri, V., Montoya-Weiss, M.M. (2007) "Usability of Online services: The Role of Technology Readiness and Context", **Decision Sciences** 38(2), s. 277-308.

- Mazzei, A. (2010) "Promoting Active Communication Behaviours Through Internal Communication", **Corporate Communications: An International Journal** 15(3), s. 221-234.
- Morgan-Thomas, A., Veloutsou, C. (2011) "Beyond Technology Acceptance: Brand Relationships and Online Brand Experience", **Journal of Business Research**, doi:10.1016/j.jbusres.2011.07.019.
- Mowery, D.C., Simcoe, T. (2002) "Is the Internet a US invention?-an economic and technological history of computer networking", **Research Policy** 31, s.1369-1387.
- Nathan, R.J., Yeow, P.H.P. (2011) "Crucial Web Usability Factors of 36 Industries for Students: A Large-Scale Empirical Study", **Electron Commer Res.** 11, s. 151-180.
- Oulanov, A., Pajarillo E: J. Y. (2002). "CUNY+ Web:Usability study of the Web-based GUI version of the bibliographic database of the City University of New York(CUNY)" **The Electronic Library** 20 (6), s.481-487.
- Özenç Uçak, N., Çakmak, T. (2009) " Web Sayfası Kullanılabilirliğinin Ölçülmesi: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Web Sayfası Örneği, **Türk Kütüphaneciliği** 23 (2), s. 278-298.
- Öztekin, A., Nikov, A., Zaim, S. (2009) "UWIS: An Assessment Methodology for Usability of Web-Based Information Systems, **The Journal of Systems and Software** 82(2009), s. 2038-2050.
- Pazalos, K., Loukis, E., Nikolopoulos, V. (2012) "A Structured Methodology For Assessing and Improving E-Services in Digital Cities", **Telematics and Informatics** 29, s. 123-136.
- Pilkington, A., Teichert, T. (2006) "Management of Technology: Themes, Concepts and Relationships", **Technovation** 26, s. 288-299.
- San Martin, H., Herrero, A. (2011) "Influence of the User's Psychological Factors on the Online Purchase Intention in Rural Tourism: Integrating Innovativeness to the

UTAUT Framework”, **Tourism Management**, doi: 10.1016/j.tourman.2011.04.003.

Sanchez, P.M., Maier-Donati, P. (2000) “Hospital Web Site Marketing: Analysis, Issues and Trends”, **Journal of Hospital Marketing** 13(2), s. 87-103.

Schewe, K.D., Thalheim, B. (2005) “Conceptual Modeling of Web Information Systems”, **Data & Knowledge Engineering** 54, s. 147-188.

Schultz, D.E., Kitchen, P.J. (2004), “Managing the Changes in Corporate Branding and Communication: Closing and Re-opening the Corporate Umbrella”, **Corporate Reputation Review** 6(4), s. 347-366.

Seddon, P.B. (1997) “A Respecification and Extension of the DeLone and McLean Model of IS Success”, **Information Systems Research** 8(3), s. 240-253.

Semiz, S., Okay, Ş., Emirza, E. (2008) “İşletmelerde Teknolojik Değişim ve Bir Alan Araştırması”, **Akademik Dizayn Dergisi** 2(2), s. 61-67.

Şahin, L., Çetin, B.I., Yıldırım, K. (2009) “Bilişim Teknolojilerindeki Gelişmelerin İşletmelerin Strateji ve Maliyetleri Üzerine Etkileri”, **Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi** 56, s. 547-573.

Şentürk, Ü. (2008) “Enformasyon Toplumunda Eğitimin Yeri”, **Gazi Üniversitesi Türk Eğitim Bilimleri Dergisi** 6(3), s. 487-506.

Sheldon, K.M., Elliot, A.J., Kim, Y., Kasser, T. (2001) “What is Satisfying About Satisfying Events? Testing 10 Candidate Psychological Needs”, **Journal of Personality and Social Psychology**, 80 (2), s.325-339.

Tecim, V., Gökşen, Y. (2009) “Bilişim Teknolojilerinin Üniversitelerde Etkin Kullanımı Üzerine Bir Araştırma”, **Journal of Yasar University** 4(14), s. 2237-2256.

Terzis, V., Economides, A.A. (2011) “The Acceptance and Use of Computer Based Assessment”, **Computers&Education** 56, s. 1032-1044.

- Turner, M., Kitchenham, B., Brereton, P., Charters, S., Budgen, D. (2010) “Does The Technology Acceptance Model Predict Actual Use? A Systematic Literature Review”, **Information and Software Technology** 52, s. 463-479.
- Turan, A.H., Özgen, F.H. (2009) “Türkiye’de E-Beyanname Sisteminin Benimsenmesi: Geliştirilmiş Teknoloji Kabul Modeli ile Ampirik Bir Çalışma”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi** 10(1), s. 134-147.
- Valackiene, A. (2010) “Efficient Corporate Communication: Decisions in Crisis Management”, **Engineering Economics** 21(1), s. 99-110.
- Venkatesh, V., Davis, F.D. (2000) “A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies”, **Management Science** 46 (2): 186-204
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. (2003) “User Acceptance of Information Technology; Toward a Unified View”, **MIS Quarterly** 27 (3), s. 425-478.
- Waters, R.D., Lemanski, J.L. (2011) “Revisiting Strategic Communication’s Past to Understand the Present – Examining the direction and nature of communication on Fortune 500 and Philanthropy 400 web sites”, **Corporate Communications: An International Journal** 16 (2), s. 150-169.
- Yang, S., Lu, Y., Gupta, S., Cao, Y., Zhang, R. (2012) “Mobile Payment Services Adoption Across Time: An Empirical Study of the Effects of Behavioral Beliefs, Social Influences, and Personal Traits”, **Computers in Human Behaviour** 28, s. 129-142.
- Yeniad, M., Mazman, S.G., Tüzün, H., Akbal, S. (2011) “Bir Bölüm Web Sitesinin Otantik Görevler ve Göz İzleme Yöntemi Aracılığıyla Kullanılabilirlik Değerlendirmesi”, **Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi** 12(2), s. 147-173.

- Çelik, F. (2008) “Sağlık Kurumlarında İletişim; Hasta ile Sağlık Personeli İletişimi Üzerine Bir Araştırma”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Davis, F.D. (1985) “A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results”, Massachusetts Institute of Technology, Doktora Tezi.
- Green, D.T. (2005) “The Inclusion of Web Site Usability in an Electronic Commerce Acceptance Model”, Southern Illinois University Carbondale, Doktora Tezi.
- Kesim Güven, S. (2007) “Gözetim Toplum ve Toplumsal Meşruiyet”, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- Öngören, Y. (2010) “Kurumsal İletişim Unsurlarından Finansal Halkla İlişkiler: IMKB Bankacılık Sektöründe Yatırımcı İlişkileri Uygulaması Araştırması”, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, İstanbul.
- Sabancı, A.F. (2008) “Toplam Kalite Yönetiminin Başarıyla Uygulanmasında Kurumsal İletişim Araçlarının Değerlendirilmesi”, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Varma, S. (2010) “Prior Computer Experience and Technology Acceptance”, University at Albany, State University of New York, School of Business, Doktora Tezi, New York.

İnternet Kaynakları

Chen, Y., Germain, C.A., Rorissa, A. “An Analysis of Formally Published Usability and Web Usability Definitions”, **Asis&T 2009 Conference, Thriving on Diversity: Information Opportunities in a Pluralistic World**, Canada, <http://www.asis.org/Conferences/AM09/open-proceedings/papers/13.xml> Erişim Tarihi: 01.10.2011.

<http://cs-linux.cs.apu.edu/~sliang/Spring2010/CS480-S10/Handouts/Data-Information-Knowledge-Wisdom.pdf>, Bellinger, G., Castro, D., Mills, E. (2004) “Data, Information, Knowledge, and Wisdom”. Systems Thinking.

European Primer on Customer Satisfaction Management, 2008 http://new.eupan.eu/files/repository/20101215131727_EU_Primer_English__FIN_AL_LR.pdf Erişim Tarihi: 17.02.2012.

<http://dictionary.cambridge.org/>, Cambridge Dictionaries Online.

Marx, G.T. (1996) “**Privacy and Technology**”, [http:// web.mit.edu/gtmarx/www/privantt.html](http://web.mit.edu/gtmarx/www/privantt.html), Erişim Tarihi: 01.11.2011.

http://www.vvenkatesh.com/organizations/Theoretical_Models.asp, Viswanath Venkatesh Web Page, Erişim Tarihi: 10.08..2011.

<http://extension.missouri.edu/p/CM109#model>, Erişim Tarihi: 27.01.2012

<http://www.shkaminski.com/Classes/Handouts/Communication%20Models.htm>, Erişim Tarihi: 27.01.2012.

<http://www.iconte.org/FileUpload/ks59689/File/114..pdf>, Işık, A.H., Karakış, R., Güler, İ. (2011) “Gazi Üniversitesi Bilişim Enstitüsü Web Sayfasının Kullanılabilirlik Analizi”, **2nd International Conference on New Trends in Education and Their Implications.**

<http://www.tdk.gov.tr/>, **Türk Dil Kurumu Genel Türkçe Sözlük.**

<http://www.usability.gov/>

<http://www.wammi.com>

Konferans Bildirileri

- Akıncı Vural, B., Coşkun, G. (2006) “Yeni teknolojiler ve Halkla İlişkiler: Halkla İlişkiler Alanında İnternet Kullanımı Üzerine Bir Araştırma”, **II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu: 21. Yüzyılda halkla ilişkilerde yeni yönelimler, sorunlar ve çözümler**, s:180-194.
- Bevan, N. (1995) “Human-Computer Interaction Standards”, **Proceedings of the 6th International Conference on Human Computer Interaction**, Yokohama, July 1995.
- Bevan, N. (2010) “Extending the Concept of Satisfaction in ISO Standards”, **International Conference on Kansei Engineering and Emotion Research**, Paris.
- Guo, W. (2008) “Development of Web information Systems of Corporation: An Exploring Research”, **International Symposium on Intelligent Information Technology Application Workshops**, s. 284-287.
- Kşrakowski, J., Claridge, N., Whitehand, R. (1998) “Human Centered Measures of Success in Web Site Design”, **4th Conference on Human Factors and the Web**, USA
- Quesenbery, W. (2003) “Dimensions of Usability: Defining the Conversation, Driving the Process”, Proceedings of the **UPA 2003 Conference**, Haziran 23-27.
- Shackel, B. (1986) “Ergonomics in design for usability. InPeople & computers: Designing for usability” **Proceedings of the second conference of the BCS HCI specialist group**, ed. M. D. Harrison and A. F. Monk. Cambridge. England: Cambridge Univ. Pr.

Diğer Kaynaklar

- Bayhan, B.D. (2004) “Teknoloji ve İnnovasyon Yönetimi” **Teknoloji, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Yayını**, s. 283-308, Kozan Ofset, Ankara.
- Byrne, B. M. (1998). “Structural equation modeling with lisrel, prelis and simlis: Basic concepts, aplications and programming”, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- International Standards Organization, (1994). Ergonomicrequirements for office work with visual displayterminals. Part 11: Guidance on usability (ISO DIS 9241-11).
- Kiper, M. (2004) “Teknoloji Transfer Mekanizmaları ve Bu Kapsamda Üniversite-Sanayi İşbirliği”, **Teknoloji, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Yayını**, s. 59-122, Kozan Ofset, Ankara.
- Pogas, J. (2010) “Web Usability Mistakes To Avoid”, **Insurance Marketing**, Best’s Review, December 2010, s. 18.
- Stapleton, C. D. (1997). Basic concepts and procedures of confirmatory factor analysis. **Educational ResearchAssociation**, Reports-Evaluative (142), Speeches / Meeting Papers (150)
- T.C.Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Bilgi Toplumu İstatistikleri 2011.