



Copyright © 2018 T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı

<http://genclikarastirmalari.gsb.gov.tr/>

Gençlik Araştırmaları Dergisi • Aralık 2019 • 7(19) • 147-161

ISSN 2147-8473

Başvuru | 17 Haziran 2019

Kabul | 22 Temmuz 2019

# E-Kitap Kabulü: Çukurova Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Örneği

**Deniz Zeren\***  
**Serap Çabuk\*\***  
**Buğra Töge\*\*\***

## Öz

Günümüzde bilgi teknolojileri her geçen gün gelişerek kullanıcılarının hayatlarının vazgeçilmez birer parçası haline gelmektedir. Hem eğitim hem de rekreasyonel faaliyetler alanındaki teknolojik yeniliklerden biri de e-kitaplardır. E-kitaplar, elektronik ortamda yayımlanan ya da elektronik ortama aktararak kullanılan, çeşitli yazılımlar ve cihazlarla okunabilen ya da izlenebilen metin ve resim barındıran yeni nesil bir kitap okuma yöntemi olarak değerlendirilebilir. Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin e-kitapları kullanmaya yönelik niyetini ve bu niyeti etkileyecek faktörleri Teknoloji Kabul Modeli yardımıyla ölçmektir. Bu amaçla Çukurova Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü öğrencilerinden yüz yüze anket yöntemiyle toplanan 422 kullanılabılır formdaki verinin analizi için faktör analizi ve regresyon yöntemlerinden yararlanılmıştır. Bulgular e- kitapların algılanan kullanım kolaylığının ve algılanan faydasının öğrencilerin e-kitap kabulüne yönelik niyeti üzerinde olumlu yönde istatistiksel yönden anlamlı bir etkisi olduğunu göstermiştir. Buna karşılık çevre bilinci, algılanan maliyet, kişisel yenilikçilik ve sosyal etkilerin e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı görülmüştür. Sonuçlar derinlemesine bir anlayış sağlayabilmek için teori, kullanıcılar ve işletmeler açısından ele alınarak tartışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** E-Kitap, Teknoloji Kabul Modeli, Davranışsal Niyet, Kişisel Yenilikçilik, Çevre Bilinci.

\* Doç. Dr. Çukurova Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Adana, dzeren@cu.edu.tr, ORCID:0000-0003-1197-5375

\*\* Prof. Dr. Çukurova Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Adana, cabuks@cu.edu.tr, ORCID:0000-0003-1677-8098

\*\*\* Doktora Öğrencisi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana, bugratoge@gmail.com, ORCID:0000-0002-2245-8341

## Abstract

Today, with the accelerated improvements, information systems became indispensable part in users lives. E-books are one of these technological innovations in both educational and recreational sectors. E-books can be considered to be the next generation of book reading method, which is utilized or transferred to electronic media that contains content – text , and images and can be perused or viewed with various software and devices. The purpose of this study is to measure the behavioral intention of using e-books among graduate and undergraduate students from Cukurova University Business Administration Department by using the technology acceptance model. With this purpose, a survey through questionnaire was conducted to collect the data from 422 respondents. Data were analyzed using factor analysis and regression. Findings show perceived ease of use and perceived usefulness have a positive and statistically significant effect on students' behavioral intention to accept e-books. On the other hand, environmental consciousness, perceived costs, personal innovativeness and social influences do not have any statistically significant effect on behavioral intention to use e-books. In order to provide an in-depth understanding of the results, the theory has been discussed in terms of theory, e-book users and companies.

**Keywords:** E-book, Technology Adoption Model, Behavioral Intention, Personal Innovativeness, Environmental Consciousness.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler hayatın her alanını etkilemektedir. Önceleri yadigar ürün ve hizmetler zamanla tüketiciler için vazgeçilemez hale gelebilmektedir. Hem eğitim hem de rekreasyonel faaliyetler alanındaki teknolojik yeniliklerden biri de e-kitaplardır. E-kitap, elektronik ortamda yayımlanan ya da elektronik ortama aktarılacak kullanılan, çeşitli yazılımlar ve cihazlarla okunabilen ya da izlenebilen metin ve resim barındıran bir medya biçimidir (Gürcan, 2005). 1971 yılında Michael Hart tarafından Gutenberg Projesiyle ile başlamıştır (Mutlu, Beyaz ve Korkmaz, 2006). E-kitap teknolojisinin yaygınlaşmasıyla 1999'dan itibaren e-kitap cihazları piyasaya sürülmeye başlamıştır. Böylece tanımlarda da e-kitapların okunduğu araçlar da yer edinmiştir. E-kitap basılı bir materyalin kişisel bilgisayar, netbook, e-kitap okuyucular, akıllı telefon ve tablet gibi mecralardan dijital sunumu için kullanılan jenerik bir terimdir (Letchumanan ve Tarmizi, 2011; Poon, 2014; Vasileiou ve Rowley, 2008). E-kitaplar düşük fiyat, kolay ulaşım ve taşıma kolaylığı gibi pek çok avantaj sunmaktadır. Ayrıca son yıllarda dünyada akademik kütüphaneler giderek daha fazla e-kitabı seçkilerine eklemektedirler. Tüm bu avantajları dolayısıyla e-kitapların basılı kitaplara kıyasla çok daha fazla tercih edileceğini öngörüsü yaygınlaşmıştır (Hashim, Tan ve Rashid, 2015; Sun ve Jiang, 2015; Vasileiou, Rowley, ve Hartley, 2013). Buna karşılık yapılan çalışmalar okuyucuların basılı kitapları e-kitaplara tercih ettiği yönünde bulgulara da ulaşmıştır (Bansal, 2011; Torres, Johnson ve Imhonde, 2014). Çalışmaların bu yönüyle birbiriyle çelişen bulgular ortaya koymaktadır (Messner, Revelle, Shrimplin ve Hurst, 2011). Ayrıca geçmiş çalışmaların büyük çoğunluğu gelişmiş ekonomilerden örneklemelerin algı ve tutumlarına odaklanmaktadır. Bu çalışmanın amacı

e-kitap kabul sürecini anlayarak kabul süreci üzerinde etkili olabilecek faktörlerin bir saha çalışmasıyla anlaşılmasıdır. Bu amaçla yükseköğretimde öğrencilerin e-kitaba yönelik davranışsal niyetinin anlaşılması için daha önce Poon (2014) tarafından geliştirilen kavramsal model ülkemizdeki bir üniversitenin işletme bölümü öğrencilerinden oluşan bir örnekleme adapte edilerek test edilmiştir.

Elektronik kitap (e-kitap) kişisel ve dizüstü bilgisayar, e-kitap okuyucu, akıllı telefon ve tablet gibi ortamlar aracılığıyla verilen basılı malzemelerin dijital gösterimini ifade eden bir terimdir (Vassiliou ve Rowley, 2008). E-kitap, kullanıcıları için kullanım kolaylığı, metin içi arama seçeneği, erişilebilirlik ve taşıma kolaylığı gibi pek çok avantaj sunmaktadır. Son yıllarda e-kitapların yaygınlaşmasıyla e-kitapları ele alan çalışmaların sayılarında da artış gözlemlenmiştir. E-kitap ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda e-kitap kullanımının cinsiyete, akademik statüye ve akademik disipline göre farklılık gösterebileceği de belirtilmiştir (Gilbert ve Fister, 2015; Revelle, Messner, Shrimplin ve Hurst, 2012; Rowland, Nicholas, Jamali ve Huntington, 2007). E- kitap kullanımına yönelik olarak yapılan çalışmalar kitap kullanımının değişen doğasını ortaya koymaktadır. Çünkü yapılan çalışmaların sonucu ne olursa olsun katılımcıların çoğunluğunun e-kitap ile bir şekilde etkileşimde oldukları görülmektedir.

Ülkemizde e-kitaplar genel olarak kütüphanecilik ve eğitim alanlarında çalışılmıştır. Bu kapsamda kütüphanecilik alanında e-kitap tanımlaması, avantaj ve dezavantaj sıralaması, program ve uygulamalarını tanıtarak e-kitapların gelişimine odaklanmıştır (Anameriç ve Rukancı, 2003). Mutlu ve arkadaşları (2006) Açık Öğretim öğrencilerinin kullanımına sunulan e-kitap hizmetinde kullanılan yöntemler, karşılaşılan sorunlar ve 2003-2006 döneminde elde edilen sonuçları değerlendirmektedir. E-kitaplara ilişkin genel bilgilerin verildiği çalışmada dünyada elektronik kitap yayıncılığının geldiği noktayı hem kullanım hem de teknolojik gelişmeler ışığında tartışmaktadır (Önder, 2011). Eğitim alanında ise Bozkurt ve Bozkaya (2013) e-kitapların dünü, bugünü ve yarını tartışmıştır. Güneş ve Kırmızı (2014) orta öğretim öğrencilerinin e-kitap okumaya ilişkin tutumlarını değerlendirmeye yönelik bir ölçek geliştirme amacıyla bir çalışma yapmıştır. Özer ve Türel (2015) ise bilişim teknolojileri öğretmen adaylarının e-kitaplara ilişkin algılarını metafor analizi yoluyla incelemiştir.

Bu çalışmada e-kitap kullanımının genç bireyler arasındaki kabulüne ilişkin davranışsal niyetin anlaşılması amaçlanmaktadır. Davranışsal niyetin bir bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirme olasılığı ve gerçek kullanım davranışının ana belirleyicisi olması nedeniyle, e-kitapların benimsenmesinde tüketicilerin davranışa yönelik niyetini anlamak e-kitap kabulünü anlamak ve pazarın gelişmesi için önemli ipuçları sunmaktadır (Poon, 2014). Enformasyon teknolojilerinin kabulü konusunda pek çok farklı teorik perspektif mevcuttur. Buna karşılık Teknoloji Kabul Modeli enformasyon teknolojilerini kabul davranışına yönelik kullanıcı niyetini açıklama gücüyle ilgili yazında yaygın kabul görmektedir. Tüketicilerin kişisel bilgisayarlar, akıllı telefonlar, e-bankacılık, mobil uygulamalar türünden mobil teknolojiler, e-perakendecilik ve çevrim içi satın alma niyeti gibi yenilikleri kullanım davranışını anlamaya yönelik farklı disiplinlerden çalışmalarda Teknoloji Kabul Modeli'nden faydalandığı görülmektedir (Ahmad, 2015; Bansal, 2011; Letchumanan ve

Tarmizi, 2011; Poon, 2014;). Bununla beraber e-kitapları kabulde etkili faktörlerin Teknoloji Kabul Modeliyle araştırılmasında diğer enformasyon teknolojileri ile kıyaslandığında çok daha kısıtlı sayıda çalışmaya rastlanmıştır (örn; Poon, 2014). Teknoloji Kabul Modeli, Davis tarafından 1986’da geliştirilen ve davranışın belirleyicisinin niyet, niyetin belirleyicisinin tutum olduğunu öne süren Ajzen ve Fishbein (1980)’ın Nedenli Davranış Teorisi’ni temel alan bir modeldir. Teknoloji Kabul Modeli tüketicilerin yenilikleri kabulünün, algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığına dayandığını savunur. Algılanan fayda, Davis (1986)’e göre “bir kişinin belli bir sistemi kullanmanın kendi iş performansını arttıracığına inanma derecesidir”. Algılanan kullanım kolaylığı ise “bir kişinin belirli bir sistemi kullanmanın ne kadar az çaba gerektirdiğine inanma derecesi” olarak tanımlanmaktadır (Davis, 1986). İlgili yazında e-kitap kullanımıyla ilgili olarak gerçekleştirilen çalışmalarda bireyin e-kitap kullanımından kendi performansına yönelik bir fayda elde edeceğini ve e-kitapların kullanımının kolay olarak algılanması durumunda e-kitapları kabulünün de artacağı yönünde bulgulara ulaşılmıştır (Poon, 2014).

Kullanıcıların bir yeniliği kullanma istekliliği, davranışsal niyetin belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, “yeni bir teknolojiyi benimseme istekliliği” olarak tanımlanabilecek (Kuo ve Yen, 2009) kişisel yenilikçilik kavramı da (Poon,2014; Yang, 2005) e-kitap kabulüne etki eden bir faktör olarak kabul görmüştür.

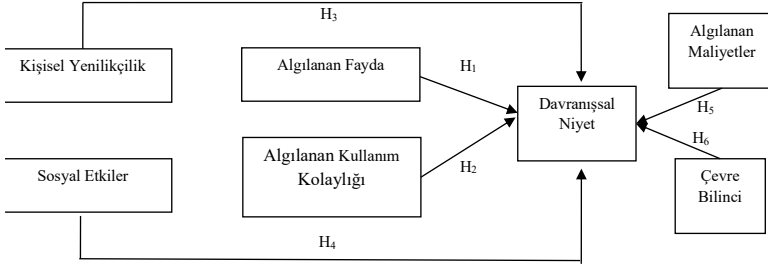
Çalışmaya ayrıca, sosyal etkiler (Vanketesh, Morris, Davis ve Davis, 2003), algılanan maliyetler (Wu ve Wang, 2005) ve çevre bilinci (Bansal, 2011) gibi değişkenler kullanıcıların e-kitapları kabulünde potansiyel olarak önemli açıklayıcı değişkenler olarak ilgili yazında ele alınması dolayısıyla eklenmiştir. Sosyal etkiler, bireylerin değer verdiği kişilerin yeni bir sistemi kullanması gerektiği konusundaki algılarıdır (Venkatesh ve ark., 2003). Tüketiciler yakın çevrelerindeki bireylerin davranış, eylem ve söylemlerinden etkilenirler. Bu nedenle de sosyal etkilerin teknolojik yenilikleri kabulde etkili olması beklendiğinden e-kitap kullanımına yönelik niyet üzerinde de etkili olması beklenir.

Algılanan maliyet ise bir bireyin bir şeyi kullanımının kendisine parasal bir maliyet doğuracağına olan inancı olarak tanımlanabilir (Luarn ve Lin, 2005). Özellikle üniversite gençliğinin kısıtlı öğrenci bütçeleri dâhilinde yaşamlarını idame ettirdikleri düşünüldüğünde algılanan maliyetlerin de e-kitap kullanımının kabulü üzerinde etkili olması beklenmektedir.

Çevre bilinci yüksek bireylerin çevrenin sürdürülebilirliğini sağlayabilmek üzere çevreci davranışlar göstermeleri beklenir (Bansal, 2011). Chu (2003) ve Jamali, Nicholas ve Rowlands (2009) çevreciliğin e-kitap kullanımı ile ilişkilendirilebileceği bulgusuna ulaşmıştır. Böylece, çevre bilincinin de, kullanıcıların e-kitapları tercih etmedeki temel hassasiyetleri olabileceği de araştırılmaya muhtaçtır.

## Yöntem

Bu çalışmanın ampirik ve tanımlayıcı bir doğası vardır. Kantitatif bir yaklaşımla Poon (2014)’den adapte edilen araştırma modelindeki yapıların geçerliliği araştırılacaktır. Araştırmanın modeli ve hipotezleri aşağıdaki gibidir;

**Şekil 1. Araştırma Modeli**

H<sub>1</sub>: Algılanan fayda, e-kitapları kabul etmeye yönelik davranışsal niyet üzerinde etkilidir.

H<sub>2</sub>: Algılanan kullanım kolaylığı, e-kitapları kabul etmeye yönelik davranışsal niyet üzerinde etkilidir.

H<sub>3</sub>: Kişisel yenilikçilik e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet üzerinde etkilidir.

H<sub>4</sub>: Sosyal etkiler e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet üzerinde etkilidir.

H<sub>5</sub>: Algılanan maliyetler e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet üzerinde etkilidir.

H<sub>6</sub>: Çevre bilinci e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet üzerinde etkilidir.

## Örnekleme

Bu çalışma, lisans ve lisansüstü eğitim gören öğrencilerin e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyetinin anlaşılması amacıyla uygulamalı ve tanımlayıcı bir çalışma olarak tasarlanmıştır. Çalışmanın ana kütlesini Çukurova Üniversitesi İşletme Bölümü lisans ve lisan üstü öğrencileri oluşturmaktadır. Öğrenci örnekleme ile çalışmak uzun süredir hem yazın, hem de uygulamada yürütülen çalışmalar açısından tartışılan konulardan biridir. Üniversite öğrencilerinden oluşan örneklerle çalışma konusuna getirilen en temel eleştiri genellenebilirlikle ilgilidir (McKenzie, 2008). Bu eleştiriler öğrenciler yerine “gerçek insanlarla” yürütülen örnekleme süreçlerinin daha doğru sonuçlar elde edileceğini savunanlarca yapılmaktadır (Calder, Plihilips ve Tybout, 1981; Wells, 1993; McKenzie, 2008). Oysa Phau ve Cheong (2009) gibi pek çokları öğrenci örneklemelerinin davranışsal süreçlerin altında yatan sebeplerin modellenmesi gibi amaçlarla yapılan çalışmalar için son derece uygun olduğunu savunmaktadır. Hatta Churchill (1995) öğrenci örneklemelerinin rastgele hata kaynaklarının kontrol altına alınmasına imkân veren çok daha homojen bir grup olduğunu savunur. Bu çalışmada öğrenci örnekleme ile çalışılmasının temel sebebi bu gruptaki tüketicilerinin günlük hayatlarında eğitim öğrenim süreçleri için devamlı olarak kitap, makale gibi eğitim öğretim materyallerine ulaşmak zorunda oldukları için e-kitap tarzı ürünlerin doğrudan hedef kitlesi konumunda olmalarıdır. Ayrıca, yaş grupları itibarıyla bu gruptaki tüketicilerin yenilikleri kabul ve kullanımına daha yatkın olmasıdır.

## Veri Toplama Aracı

Önceden yapılandırılmış anket formu 2 bölüm ve toplam 51 sorudan oluşmaktadır. İlk bölümde ilgili yazında daha önce denenmiş ölçeklerle, katılımcıların araştırma değişkenlerine ilişkin görüşlerini elde etme amacı taşıyan ifadeler, ikinci bölümde ise demografik sorular yer almaktadır. Katılımcıların ölçeklerde yer alan ifadelere “5: kesinlikle katılıyorum” ve “1: kesinlikle katılmıyorum” olmak üzere 5 noktalı Likert ölçeği aracılığıyla katılma derecelerini belirtmeleri istenmiştir. Araştırmada davranışsal niyet ölçeği (Lederer, Maupin, Sena ve Youlong, 2000), algılanan fayda (Vankatesh ve ark., 2003), algılanan kullanım kolaylığı (Vankatesh ve ark., 2003), kişisel yenilikçilik (Kuo ve Yen, 2009), sosyal etkiler (Vankatesh ve ark., 2003), algılanan maliyet (Luarn ve Lin, 2005) ve çevre bilinci (Schultz, 2001) ölçeklerinden yararlanılmıştır. Ölçeklerin ayrı ayrı Cronbach alfa değerlerine Tablo 4’te yer verilmektedir.

## İşlem

Örneklem hacmi belirlenmesi hususunda, ilgili yazında ele alınan faktörlerin güçlü ve belirgin olması durumunda, değişken sayısı da fazla değilse örneklem hacminin 100 ila 200 arasında olmasının yeterli olduğu belirtilmektedir (Büyüköztürk, 2007). Bu çalışmada yüz yüze anket tekniğiyle İşletme Bölümünün ulaşılabilen 430 öğrenciden gönüllülük esasına göre 422 kullanılabilir anket toplanmıştır. Araştırmanın kapsamı, zaman ve diğer maliyetlerle ilgili kısıtlar düşünülerek örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme tekniği kullanılmıştır. Yüz yüze anket tekniğiyle gerçekleştirilen veri toplama çalışması önceden yapılandırılmış soru formlarıyla gerçekleştirilmiştir.

Toplanan veriler ayıklandıktan sonra, IBM SPSS 20 paket programıyla kullanılabilir verilerin analizine geçilmiştir. Çalışmaya katılan öğrencilerin tanımlayıcı istatistiklerine ilişkin bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır. Buna göre, katılımcıların %38’i erkeklerden, %62’si kadınlardan oluşmaktadır. Öğrencilerin %94’ü lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. Katılımcıların yaş ve gelir düzeyleri aşağıda Tablo 1’de verilmektedir. Tablo 1’e göre çalışmaya katılan öğrencilerin %4,70’i 30 veya 31 yaşında olduğu görülmektedir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) 2017 yılında yaş dilimlerini yenileyerek 18-65 yaş arası bireyleri genç kategorisine dahil etmiştir. TÜİK (2019) verilerine göre Türkiye’nin orta yaşı da 32’dir. Eurostat 2019 raporunda 18-34 yaş aralığındaki bireyleri genç yetişkinler olarak tanımlamaktadır. Bunlara göre çalışma kapsamındaki öğrencilerin genç tanımı kapsamına girdiği söylenebilmektedir. Ayrıca, Tablo 1’de katılımcıların sadece yaklaşık %30’u e-kitap okuduğunu belirttiği görülmektedir.

## Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin bilgiler verildikten sonra araştırma modelinde yer alan değişkenleri ölçmede kullanılan ölçeklere (davranışsal niyet, algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, kişisel yenilikçilik, sosyal etkiler, çevre bilinci ve algılanan maliyet) faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi, birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkenin kavramsal olarak anlamlı daha az sayıda boyuta, diğer bir ifade

ile faktöre indirgendiği çok değişkenli istatistiksel bir yöntemdir (Özgür Güler, Güler ve Börüban, 2018; Özgür Güler, Güler ve Koşar, 2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ölçek uyarlama çalışmalarında en sık kullanılan tekniklerden biridir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyükköztürk, 2010). Bu çalışmada, kuramsal bir temelden destek alarak pek çok değişkenden oluşturulan faktörlerle gerçek verilerin uyumunu değerlendirmek üzere açıklayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır. Böylece daha önce başka bir dilde geliştirilmiş ölçeklerin Türkçe’de Türkiye’den bir örnekleme uygulandığında geçerlilik ve güvenilirliği açıklanarak faktör yapılarının ortaya konması mümkün olmaktadır. Faktör analizi yapılırken analizde kullanılacak değişkenlerin uygunluğu test edilir. Faktör analizinde ifadelerin uygulanabilirliğini yorumlamada ortak faktör varyansı olarak isimlendirilen ortak varyans ile özgül varyansın toplamı olan değer 0,5’ten büyük olması beklenir (Özgür Güler ve Veysikarani, 2018). Korelasyon matrisinde değeri 0,5’ten küçük olan Algılanan Kullanım Kolaylığı ölçeğinde ve ankette 21 nolu soru olarak yer alan “E-kitap kullanmayı öğrenmek çok kolaydır.” ifadesinin ölçekteki diğer soru maddeleriyle istatistiksel olarak bir ilişkiye sahip olmadığı saptanarak analiz dışı bırakılmasına karar verilmiştir. Bu bağlamda 42 yerine 41 madde ile faktör analizine geçilmiştir.

Çalışmada kullanılan değişkenlerin ve örneklemin faktör analizine uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Testi ve Barlett Küresellik Testi sonuçlarına bakılarak belirlenmiştir.

**Tablo 1. Katılımcıların Tanımlayıcı Özellikleri**

Değişken		Frekans	Yüzde
<b>Cinsiyet</b>			
	Erkek	161	38,20
	Kadın	261	61,80
<b>Yaş</b>			
	21-23	100	23,70
	24-26	267	63,30
	27-29	35	8,30
	30 yaş	20	4,70
<b>Öğrenim Düzeyi</b>			
	Lisans	339	94,50
	YL	23	5,50
<b>Gelir Düzeyi</b>			
	1300TL ve altı	79	18,70
	1301-2500	116	27,50
	2501-3700	112	26,50
	3701-5000	59	14,00
	5001 ve üstü	56	13,30
<b>E-kitap okurum</b>			
	Evet	125	29,60
	Hayır	297	70,40

KMO değerinin 0,5 değerinin üzerinde olması durumunda veri setinin faktör analizine uygun olduğu söylenebilmektedir (Çokluk ve ark., 2010). Aksi durumlarda faktör analizi yapabilmek için örneklem hacminin artırılarak veri setinin yeterliliğinin sağlanması gerekir. Bu çalışmada Tablo 2'ye göre KMO değeri 0,90 olarak hesaplanmıştır. KMO değeri 0,50-0,60 arasında ise kötü, 0,60-0,70 arasında ise zayıf, 0,70-0,80 arasında ise orta, 0,80-0,90 arasında ise iyi ve 0,90 üzerinde ise mükemmel olduğu söylenmektedir (Leech, Barrett ve Morgan, 2005). Buna göre, bu çalışmada kullanılan veri setinin faktör analizi için uygun olduğu söylenebilmiştir. Bartlett küresellik testi sonucunda ise korelasyon matrisinin birim matrise eşit olduğunu ifade eden  $H_0$  hipotezi, %5 anlamlılık düzeyinde reddedilerek ( $p = 0,00 < 0,05$ ) analize dahil edilen 41 ifadenin kendi aralarındaki korelasyonların istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Böylece bu çalışmada kullanılan verilerin faktörleşmeye uygun olduğu görülmektedir.

**Tablo 2. Kaiser-Meyer-Olkin Ölçütü ve Barlett Küresellik Testi**

KMO = 0,90	Barlett Küresellik Testi
Yaklaşık ki-kare=14760,92	Serbestlik Derecesi = 820

Alt boyutların belirlenebilmesi için faktörleştirme işleminde özdeğer istatistiğinden yararlanılmıştır. Özdeğeri 1'den büyük olan faktörler uygun faktör sayısına karar vermede dikkate alınmıştır (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010). Özdeğer yükseldikçe faktörün açıkladığı varyans da yükselir. Bu süreç sonrasında, çalışmada e-kitap kabulüne ilişkin kullanılan modelde yer alan faktör sayısı 7 seçilerek faktör analizi yenilenmiştir. Faktör yükleri, özdeğerleri ve varyans açıklama oranları Tablo 3'te özetlenmiştir.

Tablo 3'te de görülebileceği gibi faktörleştirme ve varimax rotasyon sonucunda elde edilen birinci faktör olan çevre bilincinin özdeğeri 9,00 olup tek başına toplam varyansın yaklaşık %22'sini açıklamaktadır.

**Tablo 3. Faktör Yükleri ve Varyans Açıklama Oranları(VAO)**

Bileşenler/Faktörler	1	2	3	4	5	6	7
<b>Çevre Bilinci (Özdeğer=9,00 / VAO=%21,96)</b>							
Geleceğim ile ilgili doğabilecek sonuçları nedeniyle çevresel sorunlar konusunda endişeliyim.	0,88						
Bütün insanlar ile ilgili doğabilecek sonuçları nedeniyle çevresel sorunlar konusunda endişeliyim.	0,87						
Toplumdaki insanlar ile ilgili doğabilecek sonuçları nedeniyle çevresel sorunlar konusunda endişeliyim.	0,87						



Hayvanlar ile ilgili doğabilecek sonuçları nedeniyle çevresel sorunlar konusunda endişeliyim.	0,86					
Deniz yaşamı ile ilgili doğabilecek sonuçları nedeniyle çevresel sorunlar konusunda endişeliyim.	0,85					
Bitkiler ile ilgili doğabilecek sonuçları nedeniyle çevresel sorunlar konusunda endişeliyim.	0,85					
Çocuklar ile ilgili doğabilecek sonuçları nedeniyle çevresel sorunlar konusunda endişeliyim.	0,85					
Kuşlar ile ilgili doğabilecek sonuçları nedeniyle çevresel sorunlar konusunda endişeliyim.	0,85					
Gelecek nesiller ile ilgili doğabilecek sonuçları nedeniyle çevresel sorunlar konusunda endişeliyim.	0,85					
Hayat tarzım ile ilgili doğabilecek sonuçları nedeniyle çevresel sorunlar konusunda endişeliyim.	0,79					
Benim için doğabilecek sonuçları nedeniyle çevresel sorunlar konusunda endişeliyim.	0,68					
Sağlığım ile ilgili doğabilecek sonuçları nedeniyle çevresel sorunlar konusunda endişeliyim.	0,68					
<b>Kişisel Yenilikçilik (Özdeğer=7,84 / VAO=%19,14)</b>						
Bence, yeni bir şey denemek heyecan vericidir.	0,84					
Bir şeylerin nasıl çalıştığı konusunda meraklıyım.	0,80					
Yeni şeylere şans vermekten hoşlanırım.	0,80					
Genel olarak, yeni bir şeyler kullanmaktan hoşlanırım.	0,78					
Bir şeyi yapmanın yeni bir yolunu denemekten hoşlanırım.	0,78					
Yeni şeyler konusunda meraklıyım.	0,77					
Genellikle yeni ürünleri araştırırım.	0,73					
Etrafımda yeni şeyler denemeye cesaret eden insanlar bulunmasından hoşlanırım.	0,67					

<b>Davranışsal Niyet</b> (Özdeğer=4,30 / VAO=%10,50)							
Eğer e-kitaba erişimim olursa kullanmak isterim.				0,88			
Eğer mümkün olursa, e-kitap kullanmaya çalışacağım.				0,87			
Hayatta ya da okul/iş için e-kitap kullanmaya çalışacağım.				0,87			
Gelecekte e-kitap kullanımımı arttırmak isterim.				0,86			
Gelecekte, e-kitap kullanmayı planlıyorum.				0,82			
<b>Algılanan Maliyet</b> (Özdeğer= 3,28 / VAO=%8,01)							
Bence, e-kitap kullanmak için gerekli erişim maliyetleri pahalıdır.				0,89			
Bence, e-kitap kullanmanın işlem maliyetleri pahalıdır.				0,88			
E-kitap kullanmak pahalıya mal olur.				0,86			
Bence, e-kitap için gerekli cihazlar pahalıya mal olacaktır.				0,83			
E-kitap kullanımı için gerekli donanım (e-kitap okuyucu, bilgisayar, tablet vb...) maliyetleri benim için finansal engellerdir.				0,74			
<b>Sosyal Etkiler</b> (Özdeğer= 2,27 / VAO=%5,54)							
Benim için önemli olan kişiler e-kitap kullanmam gerektiğini düşünüyorlar.					0,82		
Davranışlarım üzerinde etkisi olan kişiler e-kitap kullanmam gerektiğini düşünüyorlar.					0,81		
Bu okuldaki hocalarım e-kitap kullanmam konusunda yardımcı olmuşlardır.					0,80		
Genel olarak içinde bulunduğum organizasyon e-kitap kullanmam konusunda beni desteklemektedir.					0,78		
<b>Algılanan Kullanım Kolaylığı</b> (Özdeğer= 1,90 / VAO=%4,63)							
Bana göre, e-kitapları kullanmayı öğrenmek kolaydır.						0,86	

Bana göre, e-kitap aracılığı ile istediğim bilgiye ulaşmak kolaydır.						0,85
E-kitap kullanmak konusunda beceri sahibi olmak kolaydır.						0,82
Bana göre, e-kitap aracılığı ile istediğim bilgiye ulaşmak kolaydır.						0,76
<b>Algılanan Fayda (Özdeğer=1,19 / VAO=%2,90)</b>						
E-kitaplar bana çalışmalarım ve hayatım hakkında faydalı bilgiler sağlayabilir.						0,60
E-kitap kullanımı yerine getirmem gereken görevleri daha kolay yapmamı sağlayabilir.						0,58
E-kitap kullanımı hayatımda ve çalışmalarımıda verimliliği arttırabilir.						0,55

İkinci faktör olan kişisel yenilikçilik faktörünün özdeğeri 7,84 olup toplam varyansı açıklama yüzdesi 19,14'tür. Üçüncü faktörün özdeğeri 4,30 olup toplam varyansın tek başına %10,50'sini açıklamaktadır. Son dört faktörün özdeğeri gittikçe azalmakta (3,28, 2,27, 1,90 ve 1,19) ve bunların varyansı açıklama yüzdeleri sırasıyla %8,01, %5,54, %4,63 ve %2,90'tir. Sonuç olarak 41 değişkenden elde edilen 7 alt boyutun toplam varyansı açıklama gücü %72,70'dir. Sosyal bilimler için toplam açıklanan varyansın %60 olması gerektiği belirtilmektedir (Hair ve ark., 2010). Buna göre bu çalışmada hesaplanan %72,70'lik değer sosyal bilimler çalışmaları için gerekli düzeyin üstünde olduğu görülmektedir. Ayrıca, açıklanan varyansın yüksek olması, ilgili kavram ya da yapının iyi ölçüldüğünün bir göstergesi olarak yorumlanır (Büyüköztürk, 2002).

Likert tipi ölçekle ölçülen ölçeklere ait her bir ifadenin aynı tutumu ölçmesi varsayımı olduğundan Cronbach alfa katsayısının kullanımı uygundur. Bu katsayı 0 ile 1 arasında bir değer alır ve 1'e yakın oldukça ölçekte yer alan ifadelerin o derece tutarlı olduğu kabul edilir. Güvenilirlik katsayısı olan Cronbach alfa değerinin 0,40'ın altında olduğunda ölçeğin güvenilir olmadığını, 0,40-0,59 arasında olması düşük güvenilirlikte olduğunu, 0,60-0,79 arasında değer alması durumunda ölçeğin güvenilir olduğunu ve 0,80-1,00 aralığında olması durumunda ise yüksek güvenilirlikte olduğu ifade edilmektedir (Tavşancıl, 2002: 29). Faktör analizine tabi tutulan 41 değişkenin güvenilirlik analizi sonucuna göre hesaplanan Cronbach alfa değeri 0,90'dir. Bu da kullanılan ölçeklerin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Çukurova Üniversitesi İşletme Bölümü öğrencilerinin e-kitap kabulüne yönelik davranışsal niyete etki eden faktörlerin alt boyutlarının her birinin Cronbach alfa değerlerine Tablo 4'te yer verilmektedir. Buna göre tüm faktörlerin güvenilirlik katsayılarının 0,86 ve 0,96 değerleri arasında olduğu ve ölçeklerinin her birinin yüksek güvenilirlikte olduğu görülmüştür.

**Tablo 4. Faktör Analizine Göre Alt Boyutlar ve Güvenilirlik Katsayıları**

Alt Boyutlar	Madde Sayısı	A
Çevre Bilinci	12	0,96
Kişisel Yenilikçilik	8	0,91
Davranışsal Niyet	5	0,94
Algılanan Maliyet	5	0,91
Sosyal Etkiler	4	0,86
Algılanan Kullanım Kolaylığı	4	0,89
Algılanan Fayda	3	0,88

Güvenilirlik analizleri sonrası araştırma modelinde yer alan çevre bilinci, kişisel yenilikçilik, algılanan maliyet, sosyal etkiler, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan fayda faktörlerinin e-kitap kullanımına yönelik öğrenci kabulüne yönelik davranışsal niyet üzerindeki etkilerinin araştırılması amacıyla doğrusal regresyon analizine geçilmiştir. Regresyon analizi, iki ya da daha çok değişken arasındaki ilişkiyi ölçmek için kullanılan analiz metodudur. Bilinen bulgulardan bilinmeyen olaylarla ilgili tahminler yapılmasını sağlar. Eğer tek bir değişken kullanılarak analiz yapılıyorsa buna tek değişkenli regresyon, birden çok değişken kullanılıyorsa çok değişkenli regresyon analizi olarak isimlendirilir. Regresyon analizi değerlendirilirken, regresyon modeline ilişkin p değeri 0,05'ten küçük olduğunda regresyon modeli anlamlı olarak kabul edilir (Hair ve ark., 2010). Çevre bilinci, kişisel yenilikçilik, algılanan maliyet, sosyal etkiler, algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı faktörlerinin bağımsız birer değişken olarak e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet bağımlı değişkeni üzerindeki etkisi regresyon analizi ile sınanmış elde edilen bulgular Tablo 5'te özetlenmiştir.

**Tablo 5. Araştırma Modelinde Yer Alan Değişkenlerin Davranışsal Niyete Etkisi**

$r^2=0,318$	Std Hata	Beta
Sabit Terim	0,33	
Çevre Bilinci	0,04	-0,02
Kişisel Yenilikçilik	0,06	0,06
Sosyal Etkiler	0,04	0,01
Algılanan Maliyet	0,04	0,23
Algılanan Fayda	0,08	0,31
Algılanan Kullanım Kolaylığı	0,05	-0,04

Analiz sonuçlarına göre korelasyon katsayısının  $R=0,56$ ,  $r^2=0,31$  ve sabit terimin  $p$  değeri 0,25'tir. Çevre bilinci değişkeni için beta katsayısı -0,02,  $p$  değeri ise 0,60'dır. Buna göre  $p$  değeri 0,05 anlamlılık düzeyinin üzerinde olduğu için katılımcıların çevre bilincinin e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu söylenememektedir. Dolayısıyla ilgili hipotez ( $H_0$ ) kabul edilememektedir. Kişisel

yenilikçilik değişkeninin beta katsayısının 0,07,  $p$  değerinin 0,13 olduğu görülmüştür. Buna göre katılımcıların kişisel yenilikçiliklerinin, katılımcıların e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyetleri üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisinin varlığından söz edilememektedir. Buna bağlı olarak ilgili hipotez ( $H_3$ ) kabul edilememiştir. Benzer şekilde bir bulgu algılanan maliyete yönelik olarak da elde edilmiştir. Katılımcıların algıladıkları maliyete ilişkin değişkenin beta katsayısı 0,23,  $p$  değeri ise 0,32'dir. Bu yüzden algılanan maliyetin e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisinin olduğu söylenememektedir. Dolayısıyla, ilgili hipotez ( $H_3$ ) kabul edilememiştir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre katılımcıların e-kitap kullanımına ilişkin algılanan fayda düzeylerinin beta katsayısı 0,08,  $p$  değeri ise 0,00'dir. Buna göre katılımcıların algıladıkları faydanın e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Böylece ilgili hipotez ( $H_1$ ) kabul edilmiştir. Benzer şekilde katılımcıların e-kitap kullanım kolaylığına ilişkin değişkenin beta katsayısı 0,05,  $p$  değeri ise 0,00'dir. Katılımcıların e-kitapların kullanım kolaylığına ilişkin algısının, e- kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu görülmüş ve ilgili hipotez ( $H_2$ ) kabul edilmiştir. Ayrıca, sosyal etkiler değişkeninin beta katsayısının 0,04 ve  $p$  değerinin 0,001 olduğu görülmüştür. Dolayısıyla sosyal etkilerin, e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu söylenebilmekte ve ilgili hipotez ( $H_3$ ) kabul edilebilmektedir.

Regresyon analizi ile e- kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet üzerinde etkiye sahip değişkenler belirlendikten sonra, cinsiyet grupları arasında davranışsal niyet açısından bir farklılık olup olmadığının anlaşılmasını için t testinden yararlanılmıştır. Sonuçlar Tablo 6'da yer almaktadır.

**Tablo 6. Cinsiyet Gruplarına İlişkin Davranışsal Niyet Ortalamaları**

Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma
Kadın	261	3,45	1,03
Erkek	161	3,48	0,94

Buna göre, kadınlar için davranışsal niyet ortalamasının 3,45, erkekler için ise 3,48 olduğu görülmektedir. Uygulamada t testi yapılırken öncelikle grup varyanslarının eşit olup olmadığını araştırmak üzere Levene testinden yararlanılmıştır. Levene testi sonuçlarına göre  $p$  değeri 0,10 olup ( $F=2,64$ ), 0,05 anlamlılık düzeyinde iki grubun varyanslarının eşit olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre t testi sonuçları grup varyanslarının eşitliği durumuna göre değerlendirilmiş ve t istatistiğinin -0,30 ve bu istatistiğe ait  $p$  değerinin 0,76 olduğu görülmüştür ( $Sd=362,02$ ). Dolayısıyla % 5 anlamlılık düzeyinde cinsiyet grupları arasında e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Kısacası, e-kitap kullanımını kabule ilişkin davranışsal niyet açısından değerlendirildiğinde çalışmaya katılan öğrenciler arasında cinsiyet grupları açısından anlamlı bir farka ulaşılamamıştır.

## Tartışma

E-kitap konsepti 1970'li yıllarda tanıtılmasından günümüze yeni teknolojiler, rekabet ve okurların değişen ihtiyaçları sebebiyle kendi içerisinde de bir değişim içerisindedir. Ancak e-kitaba yönelik yapılan büyük yatırımlara rağmen e-kitapların ve de ilgili pazarın hala gelişim aşamasında olduğu görülmektedir. Teknolojideki son derece hızlı değişimler ve toplumda e-kitap ve e-kitap platformlarının kullanımı ve satın alımının yaygınlaşması nedeniyle zaman içerisindeki tutum değişikliklerinin ortaya koyulabilmesi için yapılan çalışmaların tekrarlanması gereklidir. Bu nedenle e-kitap kullanıcılarının e-kitaba yönelik davranışsal niyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesinin ve e-kitabın doğal hedef kitesinden başlanarak toplumun geneline yayılmasında, bütüncül bir bakış açısıyla e-kitap kullanımının kabulünü etkileyen faktörlerin ortaya konulması ile özellikle ulusal yazın başta olmak üzere literatüre katkı amaçlanmıştır. Bu bakımdan elde edilen bulgular henüz genele yayılmamış e-kitap kullanımının kabulüne ilişkin bulgular sunmaktadır. Çalışma kapsamında algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı ve sosyal etkilerin e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum ilgili yazında daha önce yapılmış kısıtlı sayıdaki çalışmaların (Poon, 2014; Yang, 2015) sonuçlarıyla da tutarlıdır. Böylece genç bireylerin kullanımının kolay olduğunu düşündüklerinde e-kitap kullanımına daha hızlı ve kolay yönelebilecekleri söylenilebilir. O halde e-kitap kullanımı için kullanılacak cihazların ve bunlar üzerinde e-kitap okumanın kolaylığı ilgili kitleye görsel açıdan zenginleştirilmiş içeriklerle gösterilebilir, daha da iyisi denetilebilirse e-kitap kullanımının daha hızlı yaygınlaşması da mümkün olabilecektir. Böylece e-kitapların teknoloji ile birlikte gelen düşük maliyet, kâğıt dolayısıyla da çevreye ve doğaya katkı türünden faydalarının da daha iyi anlaşılabilmesi ve bu faydalardan istifade edilebilmesi mümkün olabilecektir. Bu da e-kitapların ve bunların kullanımına imkân veren cihazların yarattığı potansiyel faydanın anlaşılmasına yönelik stratejilerin daha etkin kullanımını gerektirir. Aslında yaratılan en temel faydalardan biri ihtiyaç duyulan içeriklerin 7/24 ulaşılabilir olmasıdır. Bunun dışında sanılanın aksine not alabilmek, ekleme yapabilmek, uygun programlarla içeriği düzenleyebilmeyi de mümkün kılar. Ayrıca ek bir cihaz taşımaya gerek kalmadan tüketicilerin günlük yaşamının bir parçası haline gelmiş mobil telefonları aracılığıyla da ulaşılabilir. Tüm bu kolaylıklar ve yaratılan fayda çalışmanın bu alandaki bir diğer bulgusu ile de eşleşmektedir. Buna göre katılımcıların e-kitapların kullanımına ilişkin algıladıkları fayda arttıkça e-kitap kullanma niyetleri de artmaktadır. Ayrıca, çalışmanın bir diğer bulgusu sosyal etkilerin e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Sosyal etkiler, bireylerin değer verdiği kişilerin yeni bir sistemi kullanması gerektiği konusundaki algılarıdır. Böyle bir bakış açısıyla da bu olumlu etkiyi kullanıcıların çevrelerinde kullanıcılar arttıkça ya da yakın çevrelerinin onları bu ürünlerin kullanımıyla özdeşleştirdiklerinde e-kitapların kabulünün de kolay ve hızlı yaygınlaşabileceği söylenebilir. Özellikle ülkemiz gibi toplumsal ülkelerde tüketicilerin aile, yakın arkadaşlar gibi birincil referans gruplarından yoğun olarak ve geniş bir ürün gamının kullanımında etkilenmesi olağandır. Sosyal etkileşimle ilgili bu

bulgu ayrıca genç bireylerin yaşları itibarıyla ekran iletişimine de daha açık olmasıyla da açıklanabilir. Bu noktada odaklanılacak stratejiler e-kitapların sınıf ve sınıf dışı ortamlarda görünürlüğüne artmasını sağlamaya çalışmalıdır. Ayrıca, sosyal medya ve influencer olarak da adlandırılan sosyal medya ünlülerinin e-kitaplara yönelik pazarlama iletişimde oldukça etkin bir mecra olabileceği de söylenebilir.

Her ne kadar kişisel yenilikçilik, çevre bilinci ve algılanan maliyet değişkenlerinin e-kitap kullanımına yönelik davranışsal niyet üzerinde Poon (2014)'te anlamlı etkiye sahip şeklinde bulguya ulaşmış olsa da, bu çalışmada, istatistiksel açıdan anlamlı etkisi bulunmamıştır. Bu bulguya göre, ileriki zamanlarda yapılacak çalışmalarda e- kitap kullanımının da artmasıyla yeniden ele alınması da önerilebilir. Ayrıca, henüz yeniliklere en yatkın yaş grubunda bile yaygınlaşmadığı görülen e- kitaplara yönelik direnç de araştırılmaya muhtaç bir alandır. Böylece hedef kitesinin günlük hayatının bir parçası olan ve pek çok farklı aktiviteyi yerine getirdiği cihazları neden e-kitap kullanımına yönelik olarak kullanmadığı da araştırılabilir. Böylece direnç geliştirilmesine neden olan faktörler belirlenerek ortadan kaldırılabilmesi ve pek çok açıdan kolaylıklar sağlayan e-kitapların kullanımı yaygınlaşabilir.

Her araştırmada olduğu gibi bu çalışmanın da çeşitli kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle çalışma sadece Adana ilinde, Çukurova Üniversitesi İşletme Bölümü öğrencilerini kapsamaktadır. Bu durum çalışmanın genellenebilirliğini kısıtlamaktadır. Diğer üniversitelerden veya diğer eğitim düzeylerinden genç bireylerin yaklaşımları konuyla ilgili anlayışı zenginleştirmek açısından katkı sağlayacaktır. Çalışmanın temel kısıtı kolayda örnekleme yönteminin seçilmesinden ortaya çıkmaktadır. İleriki çalışmaların tesadüfi örnekleme yöntemleriyle daha geniş kitlelere genellenebilecek sonuçlar elde edebilmesi mümkündür. Ayrıca, çalışmada Teknoloji Kabul Modelinin tamamını yerine, adapte edilen varyasyonu kullanılmıştır. Teknoloji Kabul Modeliyle tutum ve algılanan eğlence gibi farklı değişkenlerin de ele alınabilmesi mümkündür. İleriki çalışmalar bu değişkenleri de dâhil ederek yeni bulgulara ulaşabilir.



EXTENDED ABSTRACT

# E-Book Adoption: Çukurova University Business Administration Students Sample

*Deniz Zeren\**  
*Serap Çabuk\*\**  
*Buğra Töge\*\*\**

Improvements in information and communication technologies influence any field of the life. Products and services which were previously found weird, become eventually essential for consumers. One of the technological innovations in the field of education and recreational activities is e-books. E-book is a kind of medium, which is published on-line or utilized by transferring to electronic media, and holding text or visuals which are likely to be read or followed by different software and appliances (Gürcan, 2005). It started with the Gutenberg Project by Michael Hart in 1971 (Mutlu, Beyaz and Korkmaz, 2006). By becoming popular and widespread of e-book technology, e-book devices have started to take part on the market since 1999. Hence, both e-books and also devices via e-books gained ground in definitions. E-book is generic term utilized to the digital representation of printed materials delivered through mediums such as personal computer, netbook, e-book reader, PDA, smart phones, and tablets (Letchumanan and Tarmizi, 2011; Poon, 2014; Vasileiou and Rowley, 2008). E-books offer several advantages such as inexpensive

\* Assoc. Prof. Cukurova University, FEAS, Department of Business Administration, Adana, dzeren@cu.edu.tr, ORCID:0000-0003-1197-5375

\*\* Prof. Cukurova University, FEAS, Department of Business Administration, Adana, cabuks@cu.edu.tr, ORCID:0000-0003-1677-8098

\*\*\* PhD Candidate Cukurova University, Institute of Social Sciences, Adana, bugratoge@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2245-8341



price, easy access and convenience carry or ease handling. In addition, recently academic libraries gradually add more e-books to their collections. Thereby, because of all these advantages, estimation that e-books will be preferred more than printed books becomes common (Hashim, Tan and Rashid, 2015; Sun and Jiang, 2015; Vasileiou, Rowley and Hartley, 2013). Conversely, the findings of the studies conducted in this field indicate that readers prefer printed books to e-books (Bansal, 2011; Torres, Johnson and Imhonde, 2014). In this respect, studies put forward findings that are contradicted to each other (Messner, Revelle, Shrimplin and Hurst, 2011). Moreover, majority of studies previously conducted focus on perceptions and attitudes of samples in developed economies. Because of the conflictive data both in international conflicted articles and national insufficient articles, this study aims at determining the factors, which are likely to be affective during the process of e-book acceptance in Turkey. Therefore, in order to figure out the behavioral intention of university students towards e-book, the conceptual model developed by Poon (2014) was tested by modifying for Turkish samples. Electronic-book (e-book) is a term that refers to the digital representation of printed materials provided via mediums such as personal computer, laptop, e-book reader, PDA, smart phone, and tablet (Vassiliou and Rowley, 2008). E-book provides several advantages such as easy Access, choice of search in text, accessibility and ease of handling. Lately, the number of studies conducted on e-books has been increased since they become widespread. In the studies done on e-book, usage of e-book differs diversity from gender, academic status to academic discipline as well. These studies put forward the changing nature of book usage (Gilbert and Fister, 2015; Revelle, Messner, Shrimplin ve Hurst, 2012; Rowland, Nicholas, Jamali and Huntington, 2007). Because, whatever the results of these studies are, it appears that majority of participants are somehow involved in an interaction. In Turkey, e-books are generally observed as the studies of librarianship and education. In this respect, e-book definition focuses on development of e-books regarding the introduction of programs and applications, the gradation of advantage and disadvantage in library science (Anameriç and Rukancı, 2003).

Mutlu at al. (2006) underline the methods and problems encountered in e-book services given to distance education students and evaluate the results obtained in 2003-2006 academic years. Önder (2011) discusses the current status of e-book publications in the World in the light of the updated situation and technological innovations. Also in education, Bozkurt and Bozkaya (2013) argue e-books regarding its past, present and future. Güneş and Kırmızı (2014) carried out a study with the purpose of developing a scale to evaluate attitudes of secondary school students toward e-book reading. Yet, Özer and Türel (2015) investigated the perceptions of prospective-teachers in Information Technologies using metaphor analysis. In this current study, it is aimed to investigate the behavioral intention of the young towards using e-books.

Due to the fact that behavioral intention is the possibility of realizing a certain behavior for an individual and is a main determiner of real use behavior and, in the perception of e-books, understanding behavior-oriented intentions of consumers in adopting e-books gives vital hints for understanding a-book acceptance and development of its market

(Poon, 2014). There are several different theoretical perspectives in acceptance of information technologies. Nevertheless, Technology Acceptance Model (TAM) is widely accepted in the field related to its power to explain the user intention towards acceptance behavior of information technologies.

In the studies of different disciplines based on user behavior for innovations such as personal computers, smart phones, e-banking, mobile technologies including mobile applications, e-retail, and online purchase, TAM is observed to be utilized (Ahmad, 2015; Bansal, 2011; Letchumanan and Tarmizi, 2011; Poon, 2014).

Yet, in the investigations of the effective factors to accept e-books, few limited number of studies are encountered upon comparison of the other information technologies with TAM (Poon, 2014). Technology Acceptance Model is a model on the basis of theory of reasoned action, proposed by Ajzen and Fishbein (1980) stating that “Attitude determines intention; Intention determines behavior”, and developed by Davis in 1986. TAM justifies that consumers’ acceptance of innovation grounds the perceived easiness of use and perceived benefit. To Davis (1986), perceived benefit is “a person’s degree of belief based on his using a certain system enhances his own work performance”. However, easiness of perceived use is defined as a person’s degree of belief based on how less effort is required when using a certain system (Davis, 1986). In literature, the findings of studies indicate that individuals get benefit from using e-book to increase his own performance, and that acceptance of e-books increase in case their usage is perceived as uncomplicated (Poon, 2014). Motivation of users’ to utilize an innovation plays an important role in determination of behavioral intention. In this respect, the concept of personal innovativeness (Yang, 2005; Poon, 2014), which is likely to be defined as “willingness to perceive a new technology (Kuo and Yen, 2009) is approved affecting e-book acceptance. In addition to the study, variables such as social impacts (Vanketesh, Morris, Davis and Davis, 2003), perceived cost (Wu and Wang, 2005) and environment awareness (Bansal, 2011) are added in the literature as expositive variables for users’ adopting e-books. Social impacts are perceptions of individuals on the necessity of using a new system for those whom they appreciate (Venkatesh et al., 2003) because consumers are impressed by behaviors, actions or expressions of individuals in their environments. Therefore, as social impacts are estimated to affect their acceptance of technological innovations, its effect on the intention to use e-books is also supposed to be impressed accordingly. Perceived cost can be defined as “a person’s belief that accessing an item brings a financial cost” (Luarn and Lin, 2005).

Especially, upon consideration of limited budget university students have to survive, perceived costs are also estimated to have an effect in adopting e-books. Individuals sensitive to environmental issues are expected to perform environmental behaviors in order to ensure sustainability (Bansal, 2011). Chu (2003) and Jamali, Nicholas and Rowlands (2009) reach the findings of association between ecology and using e-book. That’s why, awareness of environmentalism that is likely to be main sensitivity of users to prefer e-books is in need of investigation as well.

**Sample:** This is a study designed as an applied and descriptive one in order to understand the behavioral intention of the undergraduate and graduate students; the ability to utilize e-books. The study focused on the undergraduate and the graduate students of the Department of Business Administration in Çukurova University. Working with the student sample has long been one of the topics discussed in terms of both literature and practice. The most basic criticism of working with university students is related to its generalizability (McKenzie, 2008). These criticisms are made by those who argue that sampling processes carried out with “real people rather than students will yield more accurate results (Calder, Plihilips and Tybout, 1981; Wells, 1993; McKenzie, 2008). However, many scholars such as Phau and Cheong (2009) argue that student samples are highly suitable for studies such as modeling the underlying the causes of their behavioral processes. In fact, Churchill (1995) argues that student samples are a much more homogeneous environment that allows random sources of error to be controlled. In this study, the reason for working with a sample of students is to mainly focus on the direct target audience of the e-book-style products, as the participants of this source have to reach out to the educational materials such as books and articles as their daily schedules. Furthermore, by age groups, consumers in this group are more likely to accept and use innovations.

In determining the sample volume, if the factors discussed in the relevant literature are strong and significant, it indicates that the sample volume is sufficient to be between 100 and 200 if the number of variables is not high (Büyüköztürk, 2007). In this study, 422 usable questionnaires were collected out of 430 ones of the Department of Business Administration through a face-to-face interview. The scope of the study, time and other cost constraints were taken into consideration and easy sampling was used as a sampling method.

**Data Collection Tools:** Data collection was conducted by a face-to-face interview method with pre-structured questionnaires consisted of 2 sections with a total of 51 questions overall. The first section of the questionnaire was the ability of obtaining the expressions of the participants in order to reach the research results for a previously tried research of a relevant literature text. Throughout the remaining set of questions, demographics were asked. Participants were asked to indicate their degree of participation through the 5-point Likert scale (5 refers to strongly agree” whereas 1 refers to strongly disagree. Behavioral intent scale (Lederer, Maupin, Sena and Youlong, 2000), perceived benefit (Vankatesh et al., 2003), perceived purpose (Vankatesh et al., 2003), nature knowledge (Kuo and Yen, 2009), socially demonstrated (Vankatesh et al., 2003), perceived cost (Luarn and Lin, 2005) and environmental awareness (Schultz, 2001) scales were used. Cronbach’s alpha values of the scales were separately given in Table 4.

## Results

38% of the participants were male and 62% were female. 94% of the students were undergraduate students. In addition, only about 30% of respondents stated that they read e-books. After giving information about the demographic characteristics of the

students, factor analysis was applied to the scales (behavioral intention, perceived benefit, perceived ease of use, personal innovation, social effects, environmental awareness and perceived cost) used in order to measure the variables in the research model. Factor analysis is a multivariate statistical method in which many related variables are reduced to conceptually meaningful fewer dimensions and factors. In this study, confirmatory factor analysis was used to evaluate the harmony between real variables and factors formed from many variables with the support of a theoretical basis. In the factor analysis, the sum of the common variance called specific factor variance and specific variance were used to interpret the reliability of the expressions. The common variance value is expected to be greater than 0.5. It was decided to exclude the item including the expression “It is very easy to learn how to use e-book”, which is the item on the Perceived Ease of Usage scale that has a common variance value less than 0.5 in the correlation matrix by realizing that it was not in correlation within the statistical items. Therefore, in this context, factor analysis was fulfilled with 41 items instead of 42. The appropriateness of the variables and sample used in the study to factor analysis was determined by looking at the KMO compliance criteria and Bartlett sphericity test results. When performing factor analysis, KMO value is used to evaluate the suitability of the data set. KMO value was calculated as 0.902. If the KMO value is over 0.5, it might be said that the data set is suitable for factor analysis. Accordingly, the data set used was suitable for the factor analysis. As a result of Bartlett sphericity test,  $H_0$  hypothesis, which states that the correlation matrix is equal to the unit matrix, was rejected at 5% significance level ( $p = 0.00 < 0.05$ ) and it was concluded that the correlations between 41 expressions included in the analysis were statistically significant. In order to determine the sub-dimensions, eigenvalue statistics were used in the process of factorization. Factors with eigenvalues greater than 1 were taken into account in deciding the appropriate number of factors (Hair, Black, Babin and Anderson, 2010). After this process, 7 scales in the model used for e-book acceptance were collected under 8 sub-dimensions. Since no variables were loaded on the eighth factor, factor analysis was renewed by selecting factor number 7. The eigenvalue of environmental awareness, which is the first factor obtained as a result of factorization and rotation methods, is 9,007 and explains about 22% of the total variance alone. The eigenvalue of the personal innovation factor, which is the second factor, is 7,848 and the percentage of explanation of total variance is 19,142. The eigenvalue of the third factor was 4,306 and explained 10,501% of the total variance alone. The eigenvalues of the last four factors are gradually decreasing (3,285; 2,271; 1,900 and 1,191) and their variance percentages are 8,012%; 5,540%; 4,633% and 2,905% respectively. As a result, the total variance of the 7 sub-dimensions obtained from 41 variables was 72.70%. In addition, the Cronbach alpha value of the 41 variables subjected to factor analysis calculated according to the reliability analysis result was 0.902. After the reliability analyzes, linear regression analysis was used to investigate the relationships between the variables included in the study. The effects of environmental awareness, personal innovation, perceived cost, social impacts, perceived benefit, and perceived ease of usage on behavioral intention towards e-book use were subjected to regression analysis. According to the results of the analysis, the correlation coefficient is  $R = 0.564$ . Beta coefficient for environmental

consciousness variable is  $-0.022$  and p value is  $0.608$ . Accordingly, it cannot be said that the environmental awareness of the participants has a significant effect on the behavioral intention towards the use of e-books. Therefore, the relevant hypothesis (H6) cannot be accepted. The beta coefficient of personal innovation variable was found to be  $0.065$  and the p value was  $0.132$ . Accordingly, there is no statistically significant effect of the personal innovation of the participants on the behavioral intentions of the participants regarding the use of e-books. Therefore, the relevant hypothesis (H3) could not be accepted. Similarly, a finding was obtained for perceived cost. The beta coefficient of the change in the perceived cost of the participants was  $0,232$  and the p value was  $0,325$ . Therefore, it cannot be said that perceived cost has a statistically significant effect on behavioral intention towards e-book use. Therefore, the relevant hypothesis (H5) could not be accepted. According to the results of the regression analysis, the beta coefficient of the perceived benefit levels of the participants regarding the use of e-books is  $0.080$  and the p value is  $0.000$ . As well as, it was seen that the perceived benefit of the participants had a positive and significant effect on the behavioral intention towards the use of e-books. Thus, the hypothesis of interest (H1) was accepted. Similarly, the beta coefficient of the variable regarding the ease of use of e-books was  $0.054$  and the p value was  $0.000$ . Participants' perception of the ease of use of e-books was found to have a positive and statistically significant effect on behavioral intention towards the use of e-books, and the relevant hypothesis (H2) was accepted. In addition, beta coefficient of the social effects variable was found to be  $0.049$  and p value was  $0.001$ . Therefore, it can be said that social effects have a positive and statistically significant effect on behavioral intention towards the use of e-books and the relevant hypothesis (H3) can be accepted. After regression analysis, t-test was used to determine whether there was a difference in behavioral intention between the sex groups. Accordingly, the mean behavioral intention was  $3.45$  for women and  $3.48$  for men. Levene test was used to investigate whether group variance is equal or not. For the Levene test results, the p value was  $0,105$  and it was concluded that the variances of these two groups were equal at 5% significance level. Relevant to this, t test results were evaluated according to the equality of group variances and as shown in the table, t-statistics were  $-0.303$  and p-value of this statistics was  $0.762$ . Therefore, no statistically significant difference was found between the sex groups at the 5% level of significance in terms of behavioral intention towards the use of e-books.

## Discussion

Since the introduction of the e-book concept in the 1970s, new technologies, competition and the altering needs of the readers have changed. However, despite the huge investments made in e-books, it is observed that e-books and the related market are still in the development process due to the rapid changes in technology and the widespread use and purchase of e-books as well e-book platforms. It is observed that it is a requirement to repeat the studies in order to reveal changes of attitudes towards this particular study throughout time. Therefore, it was aimed to contribute to literature, especially the national literature, by identifying the factors affecting the

behavioral intention of e-book users towards e-book and revealing the factors affecting the acceptance of e-book usage from a holistic perspective, starting from the natural target audience of the e-book and spreading to towards the general public. The findings obtained within this respect provide evidence for the acceptance of e-book use that has not yet been widely disseminated. It was concluded that perceived benefit, perceived ease of use and social impacts had an effect on behavioral intention towards the usage of e-books. This situation is consistent with the results of a limited number of previous studies in the literature as well. Thus, the following generation of young adults had more acceptance that the technology was a beneficial tool to be used with the lightness and the ability to be easily carried around. If this statement could be controlled, it will be possible for the use of e-books to become more widespread. Hence, it will be possible to understand much better and benefit from the establishment of the e-book following its low cost, saving multiple trees, therefore, the contribution to environment and nature. The effective usage of this device can lead up to many beneficial strategies if one understands the potential of the e-books. In fact, one of the most basic benefits is that the required content is available 24/7. Apart from that, the e-book makes it possible to take notes, make additions and edit the content with appropriate programs. It can also be accessed via mobile phones that become part of our daily life styles as consumers without the need to carry an additional device. All of these conveniences and benefits created match the findings of this study. As the perceived benefit of the use of e-books increases, the intention of using e-books increases. In addition, the findings of another study indicate that social effects have an impact on behavioral intention towards the usage of e-books. Social impact has another big influence on the perception for the usage of e-books. Through many aspects, the usage of e-books could be identified through varieties of ways. When users of the e-book uprises, the circle expands from beyond friends and family to educational departments where the usage of the e-book can be utilized for a good cause. This finding on social interaction can also be explained by the fact that young people are more open to peer communication by age. Strategies to be focused on at this point should try to increase the visibility of e-books both in and outside the classrooms. It can also be said that social media celebrities, also known as social media and the influencers, can be a very effective channel in marketing communication for e-books. Although personal innovation, environmental awareness and perceived cost variables have no statistically significant effect on behavioral intention towards the use of e-books, it could be suggested to reconsider the usage of e-books for future studies. In addition, resistance to e-books, which has not yet become widespread even in the most susceptible age group of innovations, is an area of investigation in need. Thus, it can be investigated why the target audience do not use the devices that are part of their daily life and perform many different activities for the use of e-books. The factors to cause resistance development can be identified and eliminated, and the usage of e-books providing convenience in many ways can become widespread.

As happens in any study, this current one has several limitations, as well. The study covers only the students of the Department of Business Administration of Çukurova University in Adana/Turkey. This situation limits the generalizability of the study. The approaches

of young people from other universities or other educational levels will contribute to enrich the study and understanding on the subject. The main limitation of the study arises from the selection of the sampling method. However, it is possible for future studies to obtain results that can be generalized to larger masses by random sampling methods. In addition, adapted variation was used in the study instead of the whole Technology Acceptance Model. Yet, with the Technology Acceptance Model, it is possible to deal with different variables such as attitude and perceived entertainment. Future studies may include different results and obtain new criticisms of the forthcoming study.

## Kaynakça/References

- Ahmad, P. (2015). *E-book adoption in academic and research libraries*. Retrieved from <http://ro.ecu.edu.au/theses/1601>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Anameriç, H., ve Rukancı, F. (2003). E-kitap Teknolojisi ve Kullanımı. *Türk Kütüphaneciliği*, 17(2), 147-166.
- Bansal, G. (2011). E-book usage: Role of environmental consciousness, personality and past usage. *Journal of Computer Information Systems*, 52(2), 93-104.
- Bozkurt, A., ve Bozkaya, M. (2013). Etkileşimli e-kitap: Dünü, bugünü ve yarını. *Akademik Bilişim 2013*, 375-381.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 8 (4), 470-483.
- Calder, B., Phillips, L.W., & Tybout, A. (1981). Designing research for application. *Journal of Consumer Research*, 8, 197-207.
- Chu, H. (2003). Electronic books: viewpoints from users and potential users," *Library Hi Tech*, 21 (3), 2003, 340-346.
- Churchill, G.A. Jr. (1995). *Marketing Research Methodological Foundation*, Forth Worth: TX: The Dryden Press.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Davis, F.D. (1986). *A technology acceptance model for empirically testing new end user information systems: Theory and results* (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology).
- Eurostat (2019), [https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-datasets/-/ILC\\_LVPS09](https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-datasets/-/ILC_LVPS09), Erişim Tarihi: 17.07.2019
- Gilbert, J., & Fister, B. (2015). The perceived impact of e-books on student reading practices: A local study. *College & Research Libraries*, 76(4), 469-489.
- Güneş, F., ve Kırmızı, F. S. (2014). E-kitap okumaya yönelik tutum ölçeğinin (EKOT) geliştirilmesi: geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 196-212.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition, Pearson Publication, New York
- Hashim, K. F., Tan, F. B., & Rashid, A. (2015). Adult learners' intention to adopt mobile learning: A motivational perspective. *British Journal of Educational Technology*, 46(2), 381-390.
- Jamali, H. R., Nicholas, D., & Rowlands, I. (2009). Scholarly e-books: the views of 16,000 academics: Results from the JISC National E-Book Observatory. In *Aslib proceedings*(Vol. 61, No. 1, pp. 33-47). Emerald Group Publishing Limited.
- Kuo, Y. F., & Yen, S. N. (2009). Towards an understanding of the behavioral intention to use 3G mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 103-110.
- Leech, N. L., Barrett, K. C., & Morgan, G. A. (2005). *SPSS for intermediate statistics: use and interpretation*. New York: Routledge.
- Lederer, L. A., Maupin, J. D., Sena, M. & Youlong, Z. (2000). Technology acceptance model and the World Wide Web. *Decision Support Systems*, 29, 269-282.

- Letchumanan, M., & Tarmizi, R. (2011). Assessing the intention to use e-book among engineering undergraduates in Universiti Putra Malaysia, Malaysia. *Library Hi Tech*, 29(3), 512-528.
- Luarn, P., & Lin, H. H. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computers in Human Behavior*, 21(6), 873-891.
- McKenzie, B., (2008). University business students' perceptions of retail shopping behaviour: A Canadian and Estonian comparative study. *Baltic Journal of Management*, 3 (1), 105-118.
- Messner, K., Revelle, A., Shrimplin, A., & Hurst, S. (2011). Book Lovers, Technophiles, Printers, and Pragmatists: The Social and Demographic Structure of User Attitudes Toward e-Books. In Declaration of Interdependence: The Proceedings of the ACRL 2011 Conference (pp. 52-57).
- Mutlu, M. E., Beyaz K., M., ve Yılmaz, Ü. (2006). Ders Kitaplarının Dağıtım Amacıyla İnternetin Kullanılması: Açıköğretim e-Kitap Uygulaması Örneği. 6. *Uluslararası Eğitim Teknolojileri*.
- Önder, I. (2011). E-kitap ve dünyada elektronik kitap yayıncılığı. *Türk Kütüphaneciliği*, 25(1), 97-105.
- Özer, S., ve Türel, Y. K. (2015). Bilişim Teknolojileri Öğretmen Adaylarının E-Kitap ve Etkileşimli E-Kitap Kavramına İlişkin Metaforik Algıları. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 6(2).
- Özgür Güler, E., Güler, H. ve Börüban, C. (2018). 4+4+4 Sisteminde devlet ve özel okul öğrencilerinin çevre bilinci ve tutumunun karşılaştırılması. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 53 (3), 1066-1078.
- Özgür Güler, E., Güler, H. ve Koşar, Ç. (2018). Anne yetişkin kız ilişkisinin yetişkin kızın yaşam doyumunu ve benlik saygısı üzerine etkisinin Adana ilinde incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (2), 176-188.
- Özgür Güler, E. ve Veysikarani, D. (2018). OECD Ülkelerinin İnovasyon Göstergeleri Açısından Çok Değişkenli İstatistiksel Analizlerle Karşılaştırılması. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19 (2), 157-168.
- Phau, I., & Cheong, E. (2009). Young consumers' evaluations of diffusion brands. *Young Consumers*, 10 (3), 210-224.
- Poon, J. K. L. (2014). Empirical analysis of factors affecting the e-book adoption—research agenda. *Open Journal of Social Sciences*, 2(05), 51.
- Revelle, A., Messner, K., Shrimplin, A., & Hurst, S. (2012). Book lovers, technophiles, pragmatists, and printers: The social and demographic structure of user attitudes toward e-books. *College & Research Libraries*, 73(5), 420-429.
- Rowlands, I., Nicholas, D., Jamali, H. R., & Huntington, P. (2007). What do faculty and students really think about e-books?. In *Aslib proceedings* (Vol. 59, No. 6, pp. 489-511). Emerald Group Publishing Limited.
- Rukancı, F., ve Anameriç, H. (2003). E-kitap teknolojisi ve kullanımı. *Türk Kütüphaneciliği*, 17(2), 147-166.
- Sun, Z., & Jiang, Y. (2015). How the young generation uses digital textbooks via mobile learning terminals: Measurement of elementary school students in China. *British Journal of Educational Technology*, 46(5), 961-964.
- Tavşancıl, E. (2002). Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Torres, R., Johnson, V., & Imhonde, B. (2014). The impact of content type and availability on ebook reader adoption. *Journal of Computer Information Systems*, 54(4), 42-51.
- Vassiliou, M., & Rowley, J. (2008). Progressing the definition of "e-book". *Library Hi Tech*, 26(3), 355-368.
- Vasileiou, M., Rowley, J., & Hartley, R. (2012). Perspectives on the future of e-books in libraries in universities. *Journal of Librarianship and Information Science*, 44(4), 217-226. <http://dx.doi.org/10.1177/0961000611434759> .
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.
- Wells, W.D. (1993). Discovery-oriented consumer research. *Journal of Consumer Research*, 19, 489-504.
- Wu, J. H., & Wang, S. C. (2005). What drives mobile commerce?: An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Information & management*, 42(5), 719-729.
- Yang, K. C. (2005). Exploring factors affecting the adoption of mobile commerce in Singapore. *Telematics and informatics*, 22(3), 257-277.