

Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumların Girişimcilik Niyetindeki Rolü: Z Kuşağında Bir Araştırma^a

The Role of Attitudes Towards Digital Technology on Entrepreneurial Intention: A Study in Generation Z

Didem CESUR^b

Can KÖSE^c

Özet

Günümüzde artan teknoloji, bilgiye erişimin kolaylığı ve girişimcilik eğitiminin lise dengi okullarda verilmeye başlanması ile birlikte gençlerin girişimciliğe adım atmaları diğer kuşaklara göre daha erken olmaya başlamıştır. Bağımsızlığına ve özgürlüğüne düşkün, teknolojiye meraklı, bilgiye hızlı erişebilen, formaliteye uyum sağlamayan, çeşitliliği seven ve hızlı öğrenen ve kendi işini yapmak isteyen gençler artık üniversite mezunu olmayı bile beklemeden iş kurmaya yönelmektedir. Bu çalışmada Z kuşağının dijital teknolojiye yönelik tutumunun girişimcilik niyetine etkisini ölçmek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda 423 Z kuşağı mensubu kişiye anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler, yapısal eşitlik modeli kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre Z kuşağının dijital teknolojiye yönelik tutumlarının girişimcilik niyeti üzerinde etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Z Kuşağı, Dijital Teknoloji, Girişimcilik Niyeti.

Jel Kodları: L26, O33.

Başvuru: 07.01.2022

Kabul: 13.01.2022

Abstract

Today, young people's orientation to entrepreneurship has started to happen earlier than other generations due to the increasing technology, ease of access to information and the introduction of entrepreneurship education in schools equivalent to high school. Young people who are fond of independence and freedom, keen on technology, can access information quickly, do not adapt to formalities, love diversity and learn quickly, and want to start their own business, now tend to start a business without even waiting for a university degree. In this study, it is aimed to measure the effect of the Generation Z's attitude towards digital technology on entrepreneurial intention. For this purpose, a questionnaire was applied to 423 Z generation members. The obtained data were evaluated using the structural equation model. According to the findings obtained from the research, it was concluded that the attitudes of the Z generation towards digital technology have an effect on the entrepreneurial intention.

Key Words: Generation Z, Digital Technology, Entrepreneurship Intention.

Jel Codes: L26, O33.

^a Bu çalışma Didem CESUR'un Dr. Öğr. Üyesi Can KÖSE danışmanlığında tamamlanmış olduğu "Z Kuşağının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumlarının Girişimcilik Niyetine Etkisi" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

^b Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, didemmcesur@gmail.com

^c Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, cankose@comu.edu.tr, 0000-0001-8862-3859.

GİRİŞ

İnsanların davranışları, beklentileri, algıları ve en nihayetinde hayata bakış açıları zaman içerisinde değişmektedir. Dünya, her geçen dakika gelişip değişirken, aile yapıları, toplumsal değerler, çalışma yaşamı, iş yapış şekilleri de bununla birlikte gelişim göstermektedir. Geçmişten günümüze her neslin kendinden bir önceki nesle göre daha fazla bilgi ve beceriye sahip olması nedeniyle insanlık ilerleme kaydetmeyi başarabilmiştir. Birbirine yakın zaman diliminde doğan bireylerin benzer özellikler sergilemeleri ve her kuşağın kendinden bir önceki kuşağa göre farklı özellikler taşıması araştırmacıların kuşaklar üzerinde ilgisinin artmasına neden olmuştur.

Sosyal medyada yıllar önce yayımlanan bir reklam filminde yeni doğan bir bebek, doktorun elinden telefonu alıyor, hemşire ile fotoğraf çekiliyor ve ardından internetten kordonunun nasıl kesileceğini öğreniyordu ve kendi işini hallederek koşarak ilerliyordu. Bununla birlikte daha doğduğu andan itibaren bir sosyal medya hesabına sahipti. Bu reklam filmi, Z kuşağı gençlerinin teknoloji ile bütünleşik olduğu gerçeğini bizlere göstermektedir. Bir diğer isimle internet kuşağı olarak da anılan Z Kuşağı bireyleri, dijital teknolojilerin içine doğmuşlardır. Telefon, tablet, dizüstü bilgisayarlar bu neslin adeta uzuvları gibidir. Sanal iletişim yöntemleri aracılığıyla sosyalleşen bu neslin dijital ortamlarda kendi dilleri bile vardır. İnternetle iç içe büyüyen bu kuşak, teknolojiye meraklı, bilgiye hızlı erişebilen, formaliteye uyum sağlamayan, çeşitliliği seven ve hızlı öğrenen bir nesildir. Farklı düşünüp birden fazla bilgiyi aynı anda işleyebilmektedirler. Çok ekranlı bir yaşam biçimine adapte olmaları önceki nesillere göre daha kolay olmaktadır.

Kendinden önceki nesillerin aksine işin her ortamda yapılabileceği görüşünü destekleyen Z kuşağı, dijital teknolojiye yatkınlık bakımından diğer kuşaklara göre daha avantajlı ve özgür ruhlu bir nesil olup kendi iş tanımını kendi belirlemek istemektedir. Bu bağlamda, bireyin kendi işinin patronu olmak maksadı ile bir fırsatı iş fikrine dönüştürerek, üretim faktörlerini bu bir amaç doğrultusunda bir araya getirip riski de üstlenirken girişimci çabalar sarf etmesi, bu kuşağın eğilim gösterebileceği bir davranış olarak ele alınabilir. Buna ek olarak hızla gelişen teknoloji, bilgiye erişimin kolaylığı ve girişimcilik eğitiminin lise dengi okullarda verilmeye başlanması ile birlikte gençlerin girişimcilğe adım atmaları diğer kuşaklara göre daha erken olmaya başlamıştır. Kendi işini yapmak isteyen gençlerin bir kısmı günümüzde artık üniversite mezunu olmayı bile beklemeden iş kurmaya yönelmektedir. Buradan hareketle Z kuşağının dijital teknolojiye yönelik tutumunun girişimcilik niyetine etkisini ölçmeyi amaçlayan bu çalışmada, öncelikle kavramsal çerçeve tanımlanmış ve ardından Z kuşağı bireylerin dijital teknolojiye yönelik tutumları ve bunun girişimcilğe etkisinin yapısal eşitlik modeliyle analiz edilmesinden ortaya çıkan bulgulara, tartışma ve önerilere yer verilmiştir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Girişimcilik ve Girişimcilik Niyeti

Gördüğü bir fırsatı iş fikrine dönüştürerek, üretim araçlarının (faktörlerinin) bir amaç için bir araya getirilmesini sağlarken riski de üstlenen kişiye girişimci denir. Girişimcinin, girişimcilik faaliyetini gerçekleştirdiği işyerine “girişim” adı verilir (Tutar ve Altınkaynak, 2013: 4). Koçel’e göre (2010: 205) girişim kavramı, “kâr veya başka türlü yarar sağlamayı amaç edinen, belirli bir ücret karşılığında satmak üzere mal veya hizmet üretmek yahut fon sağlamak için kurulan, devamlı niteliği olan hukuki ve finansal örgüt” şeklinde tanımlamıştır. Girişimcilik kavramı girişimcinin faaliyetlerini, savunduğu yaklaşımları ve girişimsel süreçte kullandığı yöntemleri ifade eder (Wickham: 1998: 4). Girişimcilik kavramı üzerine geçmişten günümüze çeşitli tanımlamalar yapılmasına rağmen konu hakkında araştırmacıların üzerinde uzlaştığı bir tanım bulunmamaktadır (Cunningham ve Lischeron, 1991: 45). Bazı araştırmacılar girişimi yenilik yaparak farklı bir şey ortaya çıkarmak olarak görürken, bazı araştırmacılar ise girişimi işyeri açmak olarak nitelendirmişlerdir.

Benzer şekilde girişimci tanımı da bakış açılarına göre farklılık gösterebilmektedir. Bir iş insanına göre rakip olarak değerlendirilen girişimci, başka bir iş insanına göre tedarikçi ya da müşteri olarak değerlendirilebilir (Kümbül Güler, 2010: 5-7). Hemingway’in tanımına göre girişimci; fikir üreten ve bu fikirleri gerçeğe dönüştürmek için yeni bir ürün ortaya çıkaran, risk alan yaratıcı kişilerdir (Özbay, 2016: 6). Başka bir deyişle girişimci, bir fikri somut hale getiren gerçek kişidir. Girişimci problemdeki fırsatı yakalayıp problemi çözen, onu yeniliklerle şekillendirip pazarlanabilir hale getiren, bunun sonucunda da maddi bir karşılık bekleyen kişidir (Top, 2006: 4-5). Literatürde girişimci kavramına ilişkin tanımlamalarda ortak iki özellik üzerine vurgu yapılmıştır. Birincisi, girişimcinin tüm bu faaliyetleri gerçekleştirirken belirli bir risk üstlendiği, ikincisi ise, başkalarının yakalayamadığı fırsatları görüp bunu iş fikrine dönüştürme yetisidir. Buraya kadar bahsi geçen girişim ve girişimci tanımlarından yola çıkarak, girişimciliğin, girişimcilerin fırsatları yakalama, risk alma, fırsatları hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tümüne verilebilecek bir ad olduğu söylenebilir (Kazaferoğlu, 2017: 27). Girişimciler, çoğunlukla mevcut işinden memnun olmayan, yeni bir iş kurmak için gerekli kaynakları elinde bulunduran ve bu kaynakları bir araya getirebilme fırsatını yakalayan kişilerdir. Küçük işletme CEO’larıyla yapılan bir araştırmaya göre girişimciler; pratik zekâlı, çalışkan ve girdikleri piyasa ve endüstri hakkında bilgi sahibi kişilerden oluşmaktadır (Efe, 2016: 41).

Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumların Girişimcilik Niyetindeki Rolü: Z Kuşağında Bir Araştırma

Girişimcilik eğilimi çevresel faktörler ile bireysel faktörlerin birleşmesinden oluşan, kişilerin kendi işlerini yapma konusundaki isteklerini ve kararlılıklarını ifade eden bir kavramdır. Risk alma, yenilik yapma, proaktiflik, özerklik, rekabetçilik gibi temel süreçlerle birlikte girişimcilik davranışının bir parçasını oluşturmaktadır. Gartner, yeni bir girişimin oluşmasını, bireysel, çevresel, örgütsel ve süreç olarak ayırdığı dört faktör arasındaki etkileşime bağlı olduğunu ortaya koymuş ve kişinin girişimcilik eğilimi göstermesinde ne derece istekli ve amaçlı olduklarının önemine vurgu yapmıştır (Börü, 2006: 27).

Girişimcilik eğilimi hakkında yapılan çalışmalarda, girişimcilerin başarıma arzusunun yüksek, aynı zamanda iç denetime ve özerkliğe sahip olma eğiliminde oldukları görülmüştür (McClelland, 1961: 259). Girişimcilik davranışları genellikle bireyde başlar ve bireyin duygu durumu girişimci davranışlar sergilemeleri yönünde harekete geçirici bir etmendir. Yapılan araştırmalar girişimin başarısında en önemli faktör olarak bireyi göstermektedir. Bireyler toplumların yapı taşıdır ve bireyde minimum bir girişimcilik ruhu yoksa girişimcilik kültürünün de gelişmesi mümkün olmaz (Kao, 1991:13).

Girişimcilik eğilimi, bireyin kendi işinin patronu olmak maksadı ile girişimci çabalar sarf etmesi ve bu eylemleri gerçekleştirmeye bağlı kalmasıdır. Girişimcilik faaliyeti bireyin arzu ve istediğine bağlı olarak şekillendiği için niyet edilerek ortaya konulmuş planlanmış bir davranıştır (Timuroğlu ve Çakır, 2014: 121).

Niyet, bireysel davranışların en iyi tahmin edicisidir. İnsan davranışları hakkında yapılan çalışmalarda niyetin bu davranışların merkezi konumunda olduğu görülmektedir. Kişinin iradeli olarak gerçekleştirdiği davranışlarının en iyi ve tek öngörücüsü olduğunu kanıtlamaya yönelik çalışmalar vardır. Girişimcilik niyeti kişilerin bir amaca ulaşmak veya bir şeyi başarmak için seçtiği yolun zihnindeki ifadesidir. Başka bir deyişle niyet, tutumlar ile ortaya çıkan davranışların sezgisidirler ve girişimcilik de inançların, tutumların, davranışların belli bir amaca yönelik belirtisidir (Top, 2006: 229).

Girişimcilik eğilimi, bireyin becerilerini ortaya çıkaran bir alan olarak incelenebilir. Girişimcilik eğilimi ile birey ilgisini, kendi isteği doğrultusunda kendi istihdamını sağlanmaya yönlendirebilir. Girişimcilik eğilimine karşı literatürde yapılan çeşitli araştırmalarda girişimcilik niyeti, içinde farklı faktörleri barındıran durumsal itme ve çekme öğelerini oluşturur. Bu öğeler kişinin ailesi ve çevresi, çocukluğu, eğitimi, yaşı, yaşam tarzı, iş deneyimi gibi öğelerdir. Kişinin alternatiflerinin olmaması durumunda kendi işini kurmaya yönlendiren faktörler itme faktörleridir. Bireylerin iş bulamamaları, yaptıkları işten memnun olmamaları, kariyerlerinde meydana gelen olumsuzluklar onları girişimcilik eğilimine iter. Öte yandan; özerklik, onay alma ihtiyacı, refah düzeyinin artırılmak istenmesi, tanınma, iş ve özel yaşamı dengeleme, bağımsızlık isteği, kendini gerçekleştirme ve geliştirme isteği, rol modellerin izlenmesi, finansal başarı gibi faktörler ise bireyleri girişimciliğe çeken faktörlerdir (Mirza, 2019: 42).

Girişimciliğe yatkın kişiler aynı zamanda girişimci bir algıya da sahiptirler. Girişimcilik yönelimi, bir girişim kurmadan önce kişinin içinde bulunduğu düşünsel ve davranışsal eğilimleri ifade eder. Yapılan araştırmalarda, girişimcilik eğilimi yüksek kişiler çalıştıran firmaların hem yerelde hem de uluslararası pazarda daha yüksek performans sergiledikleri görülmüştür (Kartal, 2018: 17).

Girişimcilik eğiliminin oluşması hususunda, bireylerin girişimciliğe teşvik edilmesinin çok önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Özellikle az gelişmiş ülkelerde kişileri girişimciliğe yönlendirme, girişimcilik davranışlarının cesaretlendirilmesi gibi uygulamalar ülke ekonomisinin güçlenmesi açısından tetikleyici bir öneme sahiptir. Önceki çalışmalar incelendiğinde girişimcilik eğiliminin birden fazla faktöre bağlı olarak değişkenlik gösterebileceği ortaya atılmıştır. Eğitim, aile, kültür, sosyal çevre ve teknolojik çevre bu faktörler arasında yer almaktadır. Girişimciliğin tercih edilme sebepleri incelendiğinde en çok göze çarpan faktörün kişinin maddi yönden bağımsız olma isteği ön plana çıkmaktadır. Bu isteğin temeline inildiğinde bireylerin girişimciliği para kazanma aracı olarak görmeleri yer almaktadır. Girişimciler, kendi arzuları ile hareket edebilmekte, maddi ve sosyal konum açısından kimseye bağlı olmamakta, tek başına karar alıp bu kararları yine tek başına uygulamaktadır. Kimseden emir almaz, kimseye rapor vermez, başarı ve başarısızlığı kimseyle paylaşmaz. Girişimci sadece kendi potansiyelini gerçekleştirmeye çalışır. Bu açıdan bakıldığında girişimcilik cazip bir özgülleşme aracı olarak görülmektedir (Aksoy ve Yalçınsoy, 2017: 344).

1.2. Z Kuşağı ve Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumlar

Bugünün gençleri dijital çağın araçları olan ve oyuncakları haline getirdikleri bilgisayarlar, cep telefonları, video kameralar, internet ve uygulamaları gibi hayatlarının kendisi olan teknolojiler ile büyümektedirler. Bu gençler, bilgiye hızlı ulaşabilen, çabuk öğrenen, formaliteye uymayan, çeşitliliği kucaklayan, teknoloji meraklısı bir nesildir. Teknolojik değişimlerin kuşaklar üzerindeki etkileri incelendiğinde, 2000 yılı sonrası doğan Z Kuşağı bireyleri, dijital çağda yaşamakla beraber birçok dijital teknoloji ve uygulamaya adapte diler. Dijital bir nesil olan Z nesli problemlerin çözümünde teknolojiyi

kullanan, teknolojiye bağımlı yaşayan, aynı zamanda üretken kullanan, yüksek teknolojik iletişime sahip bir nesildir (Erten, 2019: 191).

Z Kuşağı gençleri farklı biçimlerde sunulan dijital içerikleri ve iletişim biçimlerini hızla kabul etmekte ve bunları içselleştirmektedirler. Bu gençler, zihinlerinin gelişmeye başladığı dönemlerde dijital medya ile bütünleşmişlerdir. Birçok bilim insanı bu neslin bireylerinin düşünme ve öğrenme biçimlerinin diğer tüm nesillerden farklı olduğunu iddia etmişlerdir (Cabı, 2015a: 11).

UNICEF'in 2017 yılında yayımladığı bir rapora göre, 15-24 yaş aralığındaki gençler interneti en bağımlı kullanan gruptur. Dünya çapında toplam nüfusun %48'i internet kullanırken, genç nüfusun internet kullanım oranı %71 düzeyindedir. 18 yaşın altındaki bireylerin ve ergenlerin bütün dünya çapında internet kullanıcılarının 1/3'ünü kapsadıkları görülmektedir. Yine aynı araştırmaya göre internet kullanım yaşı giderek düşmekle birlikte 15 yaşın altındaki çocukların 25 yaşından büyük yetişkinler kadar internet kullanımlarının olduğu görülmektedir (UNICEF, 2017).

Dünyada olduğu gibi ülkemizde de dijital yerli diye isimlendirilen Z kuşağının dijital teknoloji kullanımını oldukça yüksektir. Türkiye İstatistik Kurumuna göre internet kullanımının en yüksek olduğu yaş aralığı 16-24 yaş aralığıdır. 06-15 yaş aralığındaki çocukların %24,4'ü kendine ait kişisel bilgisayarlara sahip iken, %13,1'i cep telefonuna, %2,9'u oyun konsoluna sahiptir. Çocukların %45,6'sı hemen her gün internet kullanmaktadır. 06-15 yaş aralığındaki çocukların %84,8'i interneti ödev ve öğrenme amacı ile kullanırken, %79,5'i oyun oynama, %56,7'si bilgi arama, %53,5'i sosyal medya kullanma amacı ile internet kullanmaktadır (Cabı, 2015a: 11).

Bilgi ve iletişim teknolojileri ile iç içe büyüyen Z Kuşağı, teknoloji kullanımı bakımından kendinden önceki nesilleri geride bırakmışlardır. Dijital teknolojileri kullanırken kendilerine göre yeni yöntemler geliştiren Z nesli, bir yandan bilgisayarda ev ödevlerini yaparken aynı anda televizyon izleyip, arkadaşları ile mesajlaşabilmektedirler. Çok yönlü olarak yetişmişlerdir. Çünkü onların çağı dijital teknolojilerin en üst seviyelere ulaştığı bir çağdır (Cabı, 2015b: 12).

Z kuşağı bireyleri yararlı olarak gördükleri her tür yeniliği yaşamlarına zorlanmadan entegre edebilirler. Bu yenilikler sosyal medya ve mobil iletişim araçlarıyla kısıtlanmayıp, her türlü giyilebilir teknoloji ve yapay zeka ürünlerini de kapsamaktadır. Dünya zevklerine düşkün, teknolojiyi hızlı kavrayan bu nesil, teknoloji bağımlısı olmayıp, teknolojiyi doğal bir yaşam standardı olarak görürler (Kayıkçı ve Bozkurt, 2018: 55-56). Akıllı saatler, kıyafetler gibi hafif aksesuarlardan oluşan giyilebilir teknolojilerin kullanımı son yıllarda yaygınlaşmıştır. Yemek siparişi verme, hava durumu hakkında bilgilendirme yapma, toplantı organizasyonu sağlama gibi fonksiyonları bulunan chatbotlar, marka-müşteri ilişkisinin en önemli parçalarından biri haline gelmeye başlamıştır. Markaların büyük çoğunluğu, ürünlerini tanıtmak için influencerlardan faydalanmaya başlamıştır. Günümüzde 18-24 yaş arası gençlerin %62'si satın alma davranışlarında, ünlülerden çok YouTuber'ların önerilerine güvenmektedirler (UNCdigital, 2017).

1.3. Z Kuşağının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumu Hakkında Yapılan Bazı Çalışmalar

Literatürde Z kuşağının dijital teknolojiye yönelik tutumunu ölçen çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Yücebalkan ve Aksu (2018) yaptıkları çalışmada Z kuşağı mensubu gençlerin dijital teknoloji yetkinliklerinin, sosyal ağları etkin kullanma oranının, derslerde teknoloji kullanımını destekleme oranının, teknolojiye yönelik ilgilerinin, teknolojinin bireysel beceri/gelişimlerine katkısının, teknolojiyi eğlence amaçlı kullanım oranının, teknolojiyi bilinçli kullanma oranının yüksek olduğunu; bununla beraber teknolojinin olumsuz yönlerine yönelik farkındalığın da yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Cinsiyete göre dijital teknolojiye yönelik tutumlar değerlendirildiğinde erkeklerin kadınlara göre dijital teknoloji kullanma yetkinliklerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Erten (2019)'in çalışmasında ise, araştırma kapsamında yer alan öğrencilerin ailelerinin gelir düzeyi ve eğitim seviyesinin dijital teknolojiye yönelik tutumunda belirleyici olduğu görülmüştür. Ailelerin eğitim ve gelir düzeyi yükseldikçe dijital teknolojiye yönelik tutum olumlu yönde seyretmektedir. Ebeveynlerin yeterli bilgi ve eğitim ile çocuklarının teknolojiye olan tutumlarını olumlu yönde etkileyebilecekleri görülmektedir. Bunun yanı sıra öğrencilerin en çok akıllı cep telefonu, tablet, dizüstü bilgisayar, taşınabilir müzik oynatıcılar, masaüstü bilgisayar ve oyun konsolu kullandıkları tespit edilmiştir. Hiçbir dijital araç kullanmadığını ifade eden öğrenci çalışma içerisinde yer almamaktadır. Bu da Z kuşağının küçük yaşlardan beri dijital teknolojilerin içinde olduklarını ve teknoloji kullanma yetkinliklerinin yüksek olduğunun bir kanıtıdır.

Yıldırım alp ve Güvenç (2020)'in araştırmasından elde edilen bulgulara göre X kuşağı teknolojinin yaratacağı işsizlikten endişe duyarken Z kuşağı iş- teknoloji ilişkisinden herhangi bir endişe duymamakla birlikte herkesin teknolojik işlere sahip olabileceğini düşünmektedirler. Z kuşağı bu işlere sahip olabilmenin yolunun, gerekli dijital yetkinlikle donatılmış olup teknolojiyi yakından takip etmekten geçtiğini düşünmektedir.

Dijital yerli olarak isimlendirilen, 4 farklı orta öğretim kurumunda öğrenim gören, 103 öğrencinin yer aldığı Cabı (2015b)'nin çalışmasında öğrencilerin dijital teknolojiye yönelik görüşleri saptanmaya çalışılmıştır. Buna göre, dijital yerliler

Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumların Girişimcilik Niyetindeki Rolü: Z Kuşağında Bir Araştırma

teknolojinin bilinçli kullanılması gerektiğini savunmaktadırlar. Bu çocukların teknolojinin onlar için ne ifade ettiğini, olumlu ve olumsuz yönlerini, hayatında teknolojiden ne ölçüde yararlanabileceği konusunda mantıksal çıkarımda bulunabilecek bir düzeyde olduğu görülmüştür. Dijital teknolojinin bilinçli kullanımına yönelik verilen cevaplardan bazıları: “Dijital dersler okulda verilsin, çünkü geleceğin meslekleri bu konuda olacaktır. Dünyayı yakalamak için bu şart.”, “İnternet ve dijital teknoloji doğru kullanılırsa çok işe yarayabilir.”, “Hayatımız tamamen değil, yeterince teknolojik olmalı”, “Ülkemizde Java, C++, C# gibi kodların bilimi konusunda sıkıntı vardır. Daha çok kurs açılarak insanlar dijital teknolojinin asıl anlamını anlayabilirler.” ve “Teknoloji kesinlikle vazgeçilmez bir ihtiyaçtır” şeklinde olmuştur.

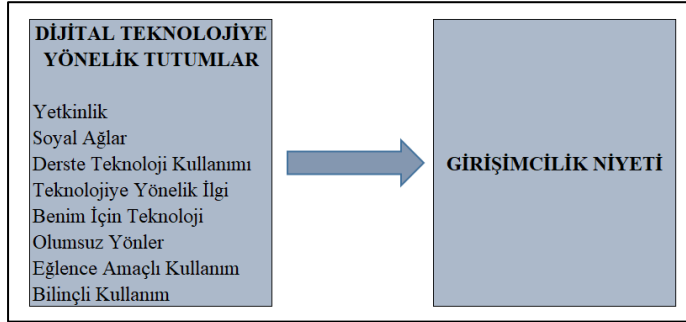
2. YÖNTEM

Bu çalışmada dijital teknolojilerin çepeçevre sardığı bir dünyaya gözlerini açan ve bu teknolojilerin dillerini ana dilleri gibi benimseyen (Erten, 2019: 191) Z kuşağının dijital teknolojiye yönelik tutumlarının girişimcilik niyetine etkisini ölçmek amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik, 39 sorunun yer aldığı 8 faktörlü *Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Ölçeği* ve 6 maddeden oluşan tek boyutlu *Girişimcilik Niyeti Ölçeği* kullanılmıştır.

Araştırmada katılımcıların anketleri doldururken ölçekleri objektif bir şekilde cevapladıkları ve seçilen örneklemin evreni temsil edecek özelliklere sahip oldukları varsayılmıştır. Seçilen örneklem 423 Z kuşağı birey ile sınırlandırılmıştır. Bunun yanı sıra araştırma, kullanılan ölçüm araçlarının ölçtüğü nitelikler ile sınırlıdır.

2.1. Araştırma Modeli

Araştırmada dijital teknolojilere yönelik tutumlar bağımsız değişken olarak alınırken, girişimcilik niyeti araştırmanın bağımlı değişkeni olarak seçilmiştir. Araştırma modelinin şematik gösterimi Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1. Araştırma modeli

Şekil 1’de yer verilen araştırma modeli çerçevesinde aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

- H₁: Z kuşağının dijital teknolojideki yetkinliklerinin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır.
- H₂: Z kuşağının sosyal ağlara ilişkin tutumlarının girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır.
- H₃: Z kuşağının derste teknoloji kullanımının girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır.
- H₄: Z kuşağının teknolojiye yönelik ilgisinin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır.
- H₅: Z kuşağının bireysel teknoloji kullanımının girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır.
- H₆: Z kuşağı için dijital teknolojinin olumsuz yönlerinin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır.
- H₇: Z kuşağı için dijital teknolojinin eğlence amaçlı kullanımının girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır.
- H₈: Z kuşağı için dijital teknolojinin bilinçli kullanımının girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır.

2.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2000 ve sonrası doğan Z kuşağı bireyler oluşturmaktadır. Ancak evren kapsamındaki tüm kişilere ulaşmak, zaman ve maliyet açısından mümkün olmadığı için örnekleme yoluna gidilmiştir. Evren büyüklüğü 10.000.000 ve üzeri olduğunda kabul edilebilir örneklem büyüklüğü en az 384 kişi olması uygun görülmüştür (Coşkun vd., 2017: 144). Bu

kapsamda Ege bölgesi sınırları içindeki 423 Z kuşağı birey örneklem grubunu temsil etmektedir. Örnekleme oluşturan katılımcılar basit seçkisiz örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Bu yöntem ile evrende yer alan her birimin örnekleme seçilme şansı eşit derecededir (Büyüköztürk vd., 2017: 88). Örneklem dahilindeki katılımcıların verilerine 2020 yılının Mayıs ayında elektronik ortam üzerinden paylaşımı yapılan anket formu ile erişilmiştir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırma verilerinin toplanması için kullanılan anket formu üç bölümden meydana gelmektedir. Bu bölümlerden ilki araştırmacı tarafından hazırlanan sosyo-demografik bilgi formudur. Formda 12 madde yer almakta olup bu maddeler ile katılımcıların cinsiyet, yaş, anne babanın eğitim düzeyi ve çalışma durumu, yakın çevrede girişimci bir tanıdığı olup olmadığı, gelecekteki kariyer hedefi, bugüne kadar herhangi bir işte çalışma durumu ve en sık kullanılan dijital teknoloji araçlarının ne olduğu bilgisine ulaşılmıştır.

Anket formunun ikinci bölümünde ise Cabı (2015b) tarafından geliştirilen *Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Ölçeği* yer almaktadır. Beşli likert tipinde hazırlanmış olan ölçeğin maddeleri 1-hiç katılmıyorum ile 5- tamamen katılıyorum aralığında puanlanmaktadır. 39 maddenin yer aldığı ölçek yetkinlik, sosyal ağlar, derste teknoloji kullanımı, teknolojiye yönelik ilgi, benim için teknoloji, olumsuz yönler, eğlence amaçlı kullanım, bilinçli kullanım olmak üzere 8 faktörden oluşmaktadır. Cabı (2015b), ölçekte yer alan 8 faktörün Cronbach Alfa katsayılarının 0,86 ile 0,61 arasında değiştiğini gözlemlerken, ölçeğin bütününe uygulanan Cronbach Alfa katsayısının 0,90 olarak belirlemiştir. Satılmış (2019) ise araştırma kapsamında yapılan güvenilirlik analizinde ölçek geneli için hesaplanan Cronbach Alfa değerini 0,93 bulurken, ölçek faktörlerine ilişkin Cronbach Alfa değerlerini ise etkinlik için 0,90, sosyal ağlar için 0,89, işte teknoloji kullanımı için 0,87, teknolojiye yönelik ilgi için 0,74, sigortacı için teknoloji için 0,76, olumsuz yönler için 0,72, eğlence amaçlı kullanım için 0,80 ve bilinçli kullanım için 0,85 olarak hesaplamıştır.

Anket formunun son bölümünde ise Linan ve Chen (2009) tarafından geliştirilen 6 maddeden oluşan *Girişimcilik Niyeti Ölçeği* kullanılmıştır. Beşli likert tipinde hazırlanmış olan ölçeğin maddeleri 1-hiç katılmıyorum ile 5- tamamen katılıyorum aralığında puanlanmaktadır. Tek boyutlu olarak hazırlanan bu ölçekte alınan yüksek puanlar, öğrencilerin girişimcilik niyetlerin yüksek olduğunu göstermektedir. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı (cronbach alfa) 0,86 olarak bulunmuştur.

2.4. Veri Değerlendirme Yöntemi

Z kuşağı bireylerin dijital teknolojiye yönelik tutumlarının girişimcilik niyetine etkisi yapısal eşitlik modeli ile incelenmiştir. Dijital teknolojiye yönelik tutum ölçeği sekiz faktörden oluşmaktadır. Her faktörün girişimcilik niyetine etkisi ayrı ayrı incelenmiştir. Böylelikle toplam sekiz model incelenmiştir. Etkiler LISREL 8.8 hazır yazılımı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada öncelikle ölçekler doğrulayıcı faktör analizi ile doğrulanmıştır. Ölçekte var olan tüm maddeler arasında doğrusal çoklu bağıntı olup olmadığı VIF değerlerine bakılarak araştırılmıştır. Araştırmada en yüksek VIF değeri 4,81<5,00 elde edilmiştir. Dolayısıyla çoklu doğrusal bağıntıya rastlanmamıştır.

3. BULGULAR

Dijital teknolojiye yönelik tutum ölçeği için gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucunda RMSEA ve SRMR uyum ölçüleri kabul edilebilir bulunurken diğer uyum ölçüleri iyi uyumu gösterdiği belirlenmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri Tablo 1'de verilmiştir.

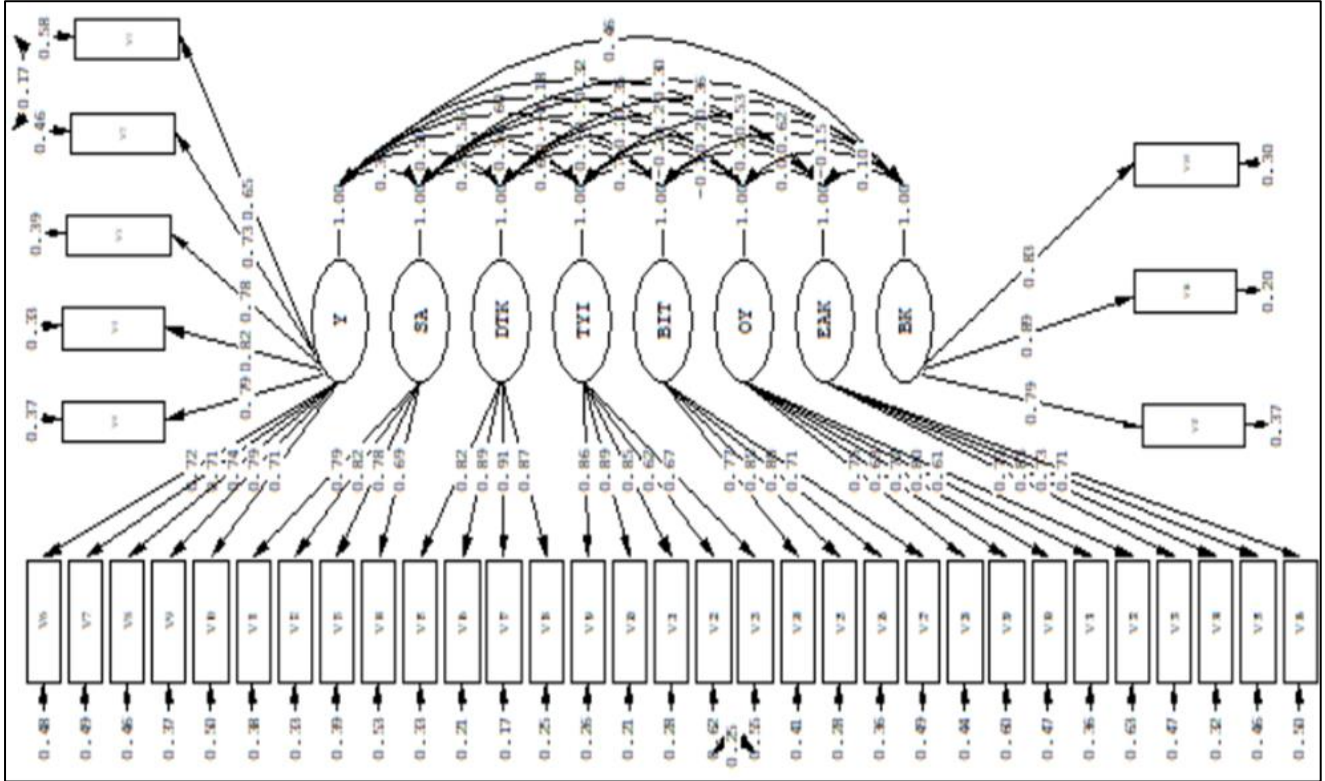
Tablo 1. Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum Ölçüleri

Model	X^2/df	RMSEA	SRMR	NNFI	NFI	CFI	IFI	RFI
Yapısal model	2,48	0.059	0.058	0.97	0.95	0.97	0.97	0,95
Teorik değerler	$\leq 3^*$	$\leq 0.08^{**}$	$\leq 0.08^{**}$	$\geq 0.95^*$	$\geq 0.95^*$	$\geq 0.95^*$	$\geq 0.95^*$	$\geq 0.95^*$

*İyi uyum, **Kabul edilebilir uyum

Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumların Girişimcilik Niyetindeki Rolü: Z Kuşağında Bir Araştırma

Ölçüm modelinin doğrulanmasına yönelik grafik Şekil 2’de verilmiştir. Şekil 2’de gizil değişken ile maddeler arasında tüm yollar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. En küçük t istatistiği $t=13,39 > 1,96$ olarak hesaplanmıştır. Ölçüm modeli doğrulanmıştır.



Şekil 2. Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Yol Grafiği

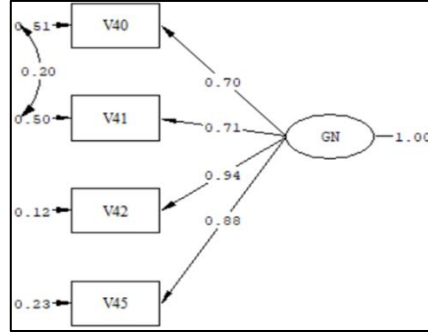
Girişimcilik niyeti ölçeğinde yer alan ifadeler de doğrulayıcı faktör analizi ile doğrulanmıştır. Öncelikle maddeler arasında doğrusal çoklu bağıntı olup olmadığına bakılmış ve VIF değeri beş den büyük değer olduğu belirlenmiştir. En yüksek VIF değerine sahip “Gelecekte bir iş kurma konusunda kararlıyım” ve “Ciddi anlamda kendi işimi kurmayı düşünüyorum” ifadeleri ölçekten çıkarılmıştır. En yüksek VIF değeri $3,668 < 5,00$ hesaplanmıştır. Diğer değişkenler arasında çoklu doğrusal bağıntıya rastlanmamıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda analizde tercih edilen tüm uyum ölçüleri iyi uyumu göstermektedir. Uyum ölçüleri Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum Ölçüleri

Model	X^2/df	RMSEA	SRMR	NNFI	NFI	CFI	IFI	RFI
Yapısal model	1,60	0.038	0.048	1.00	1.00	1.00	1.00	0,99
Teorik değerler	$\leq 3^*$	$\leq 0.05^*$	$\leq 0.05^*$	$\geq 0.95^*$	$\geq 0.95^*$	$\geq 0.95^*$	$\geq 0.95^*$	$\geq 0.95^*$

*İyi uyum, **Kabul edilebilir uyum

Girişimcilik niyeti ölçüm modelinin doğrulanmasına yönelik grafik Şekil 3’de verilmiştir. Şekil 3’de gizil değişken ile maddeler arasında tüm yollar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. En küçük t istatistiği $t=15,84>1,96$ olarak hesaplanmıştır. Girişimcilik niyeti ölçüm modeli doğrulanmıştır.



Şekil 3. Girişimcilik Niyeti Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Yol Grafiği

Z kuşağı bireylerin dijital teknolojiye yönelik tutumlarının girişimcilik niyetine olası etkisi yapısal eşitlik modeli ile incelenmiştir. Yapısal eşitlik modeli çalışmasından önce her iki ölçekte yer alan tüm maddeler arasında çoklu bağıntı olup olmadığı araştırılmış ve en yüksek VIF değeri 4,924 olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla çoklu doğrusal bağıntıya rastlanmamıştır. Yapısal eşitlik modeli ile tüm hipotezler sınanmıştır.

Araştırmada sınanan ilk modelde Z kuşağı bireylerin dijital teknolojiye yönelik yetkinliklerinin girişimcilik niyetine etkisi araştırılmıştır. Modele yönelik uyum ölçüleri RMSEA değeri kabul edilebilir uyumu gösterirken diğer uyum ölçüleri iyi uyumu göstermektedir. Dolayısıyla yapısal model uygun bir modeldir. Modele yönelik uyum ölçüleri Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Dijital Teknolojiye Yönelik Yetkinliğin Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Uyum Ölçüleri

Model	$X\chi^2/fd$	RMSEA	SRMR	NNFI	NFI	CFI	IFI	RFI
Yapısal model	3,36	0.075	0.042	0.98	0.97	0.98	0.98	0,97
Teorik değerler	$\leq 5^{**}$	$\leq 0.08^{**}$	$\leq 0.5^*$	$\geq 0.95^*$	$\geq 0.95^*$	$\geq 0.95^*$	$\geq 0.95^*$	$\geq 0.95^*$

*İyi uyum, **Kabul edilebilir uyum

Yapısal modelde gizil değişkenler yetkinliğe ve girişimcilik niyetine olan tüm yollar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. En küçük t istatistiği $t=15,29>1,96$ hesaplanmıştır. Ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirlikleri Cronbach Alpha (CA) ve Composite Reliability (CR) ile incelenmiştir. Her iki istatistikte boyutlarda 0,70 üzeri bulunmuştur. Her iki istatistiğe göre ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirliği sağlanmıştır. Ölçeklerin birleşme geçerlilikleri AVE (Average Variance Extracted) değeri ile incelenmiştir. AVE değerleri her iki ölçek (boyut) için eşik değer 0,50’den daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla birleşme geçerliliği sağlanmıştır. Ayrıca faktör yükleri (standart yükler) incelenmiş ve 0,70’den küçük ağırlığa sahip değişkenler olduğu belirlenmiştir. Ancak ölçekten çıkarıldığında AVE değerini yükseltmediğine karar verilmiş ve analizde tutulmuştur. Ayrışma geçerliliği için AVE değerinin kareköklerine bakılmış ve bu değer 0,70’den büyük olması istenmektedir. Araştırmada her iki ölçek için AVE değeri 0,70’den daha büyük olduğu belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 4’te verilmiştir. Tablo 4 standart çözümü göstermekte ve R^2 ’ler gizil değişkenlerle maddeler arasındaki ilişkiye yönelik açıklanan varyansı vermektedir.

Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumların Girişimcilik Niyetindeki Rolü: Z Kuşağında Bir Araştırma

Tablo 4. Dijital Teknolojideki Yetkinliklerinin Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Yapısal Eşitlik Sonuçları

Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²	Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²
Yetkinlik	V1	0,67	15,21	0,42	Girişimcilik niyeti				
	V2	0,75	17,82	0,54					
	V3	0,79	19,03	0,61					
	V4	0,81	19,89	0,66					
	V5	0,79	19,12	0,63					
	V6	0,73	16,95	0,53					
	V7	0,71	16,28	0,50					
	V8	0,73	17,17	0,55		V40	0,84		0,71
	V9	0,75	18,95	0,63		V41	0,83	18,07	0,69
	V10	0,70	15,96	0,49		V42	0,79	17,14	0,62
CA	0,935			CA	0,894				
CR	0,925			CR	0,875				
AVE	0,554			AVE	0,638				
R ²	0,16								
Yapısal eşitlik	GN= 0.39*Y, R ² = 0.16								
H ₁	YETKİNLİK → GİRİŞİMCİLİK NİYETİ				Desteklendi				

Tablo 4'e göre Z kuşağı bireylerde; bireylerin dijital teknolojideki yetkinlikleri ile girişimcilik niyetleri arasında aynı yönde 0,39 birimlik bir etki belirlenmiştir. Belirlenen bu etkiye göre Z kuşağı bireylerde dijital teknolojideki yetkinlerinde gerçekleşen bir birim artmada girişimcilik niyetlerinde 0,39 birimlik bir artış gerçekleştirmektedir (t=7,28 p<0,01). Z kuşağının dijital teknolojideki yetkinlikleri girişimcilik üzerinde bir etkiye sahiptir. Yetkinlik değişkeni girişimcilik niyetindeki varyansın %16,0'sını açıklamaktadır. Dolayısıyla H₁ desteklenmiştir. Yapısal eşitlik regresyon denklemi aşağıdaki gibi yazılabilir.

$$GN = 0.39 * Y, R^2 = 0.16$$

Araştırmada sınanan ikinci modelde Z kuşağı bireylerin sosyal ağlara yönelik tutumlarının girişimcilik niyetine etkisi araştırılmıştır. Araştırmada tercih edilen uyum ölçülerinin tamamı iyi uyumu göstermektedir. Dolayısıyla yapısal model uygun bir modeldir. Modele yönelik uyum ölçüleri Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Sosyal Ağlara Yönelik Tutumlarının Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Uyum Ölçüleri

Model	X _χ 2/fd	RMSEA	SRMR	NNFI	NFI	CFI	IFI	GFI	RFI
Yapısal model	1,47	0.034	0.029	0.99	0.99	1.00	1.00	0,99	0,98
Teorik Değerler	≤ 3*	≤ 0.05*	≤ 0.5*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*

*İyi uyum, **Kabul edilebilir uyum

Yapısal modelde gizil değişkenler sosyal ağlara yönelik tutum ve girişimcilik niyetine olan tüm yollar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. En küçük t istatistiği t=14,88>1,96 hesaplanmıştır. Ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirlikleri Cronbach Alpha (CA) ve Composite Reliability (CR) ile incelenmiştir. Her iki istatistikte boyutlarda 0,70 üzeri bulunmuştur. Her iki istatistiğe göre ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirliği sağlanmıştır. Ölçeklerin birleşme geçerlilikleri AVE (Average Variance

Extracted) değeri ile incelenmiştir. AVE değerleri her iki ölçek (boyut) için eşik değer 0,50'den daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla birleşme geçerliliği sağlanmıştır. Ayrıca faktör yükleri (standart yükler) incelenmiş ve 0,70'den küçük ağırlığa sahip değişkenler olduğu belirlenmiştir. Ancak ölçekten çıkarıldığında AVE değerini yükseltmediğine karar verilmiş ve analizden çıkartılmamıştır. Ayrışma geçerliliği için AVE değerinin kareköklerine bakılmış ve bu değer 0,70'den büyük olması istenmektedir. Araştırmada her iki ölçek için AVE değerinin karekökü 0,70'den daha büyük olduğu belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 6'da verilmiştir. Tablo 6 standart çözümü göstermekte ve R²'ler gizil değişkenlerle maddeler arasındaki ilişkiye yönelik açıklanan varyansı vermektedir.

Tablo 6. Sosyal Ağlara Yönelik Tutumun Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Yapısal Eşitlik Sonuçları

Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²	Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²
Sosyal ağlar	V11	0,79	18,22	0,63	Girişimcilik niyeti	V40	0,70		0,49
	V12	0,82	19,25	0,67		V41	0,71	17,77	0,50
	V13	0,77	17,62	0,60		V42	0,94	16,88	0,88
	V14	0,68	14,88	0,46		V45	0,88	16,61	0,77
CA	0,856			CA	0,894				
CR	0,850			CR	0,885				
AVE	0,588			AVE	0,663				
R ²	0,009								
Yapısal eşitlik		GN= 0.09*Y, R ² = 0.009							
H ₂	SOSYAL AĞLAR → GİRİŞİMCİLİK NİYETİ						Desteklenmedi		

Tablo 6'ya göre Z kuşağı bireylerin sosyal ağlara yönelik tutumları ile girişimcilik niyetleri arasında aynı yönde 0,09 birimlik bir etki belirlenmiştir. Belirlenen bu etki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (t=1,73 P>0,05). Z kuşağının sosyal ağlara ilişkin tutumları girişimcilik üzerinde bir etki yaratmamaktadır. Dolayısıyla H₂ desteklenmemiştir.

Araştırmada sınanan üçüncü modelde Z kuşağı bireylerin derste teknoloji kullanımının girişimcilik niyetine etkisi araştırılmıştır. Modele yönelik tercih edilen uyum ölçüleri iyi uyumu göstermektedir. Dolayısıyla yapısal model uygun bir modeldir. Modele yönelik uyum ölçüleri Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Derste Teknoloji Kullanımının Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Uyum Ölçüleri

Model	X _χ ² /fd	RMSEA	SRMR	NNFI	NFI	CFI	IFI	GFI	RFI
Yapısal model	0,97	0.000	0.016	1,00	0,99	1.00	1.00	0,99	0,99
Teorik değerler	≤ 3*	≤ 0.05*	≤ 0.5*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*

*İyi uyum, **Kabul edilebilir uyum

Yapısal modelde gizil değişkenler derste teknoloji kullanımı ve girişimcilik niyetine olan tüm yollar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. En küçük t istatistiği t=15,54>1,96 olarak hesaplanmıştır. Ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirlikleri Cronbach Alpha (CA) ve Composite Reliability (CR) ile incelenmiştir. Her iki istatistikte boyutlarda 0,70 üzeri bulunmuştur. Her iki istatistiğe göre ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirliği sağlanmıştır. Ölçeklerin birleşme geçerlilikleri AVE değeri ile incelenmiştir. AVE değerleri her iki ölçek (boyut) için eşik değer 0,50'den daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla birleşme geçerliliği sağlanmıştır. Ayrıca faktör yükleri (standart yükler) incelenmiş ve 0,70'den küçük ağırlığa sahip değişken belirlenmemiştir. Araştırmada her iki ölçek için AVE değeri 0,70'den daha büyük olduğu belirlenmiştir. Ayrışma geçerliliği için AVE değerinin kareköküne bakılmıştır. AVE değerlerinin karekök değerleri 0,70'den büyük olduğundan ayrışma geçerliliği sağlanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 8'de verilmiştir. Tablo 8 standart çözümü göstermekte ve R₂'ler gizil değişkenlerle maddeler arasındaki ilişkiye yönelik açıklanan varyansı vermektedir.

Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumların Girişimcilik Niyetindeki Rolü: Z Kuşağında Bir Araştırma

Tablo 8. Derste Teknoloji Kullanımının Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Yapısal Eşitlik Sonuçları

Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²	Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²
Derste teknoloji kullanımı	V15	0,77	18,34	0,60	Girişimcilik niyeti	V40	0,83		0,69
	V16	0,87	21,87	0,75		V41	0,84	17,97	0,71
	V17	0,92	24,26	0,85		V42	0,79	16,94	0,62
	V18	0,88	22,38	0,77		V45	0,74	15,54	0,54
CA	0,928			CA	0,894				
CR	0,920			CR	0,877				
AVE	0,743			AVE	0,642				
R ²	0,096								
Yapısal eşitlik		GN= 0.31*DTK, R ² = 0.096							
H ₃	DERSTE TEKNOLOJİ KULLANIMI → GİRİŞİMCİLİK NİYETİ						Desteklendi		

Tablo 8'e göre Z kuşağı bireylerin derste teknoloji kullanımı ile girişimcilik niyetleri arasında aynı yönde 0,31 birimlik bir etki belirlenmiştir. Belirlenen bu etkiye göre Z kuşağı bireylerde derste teknoloji kullanımında gerçekleşen bir birim artmada girişimcilik niyetlerinde 0,39 birimlik bir artış gerçekleştirmektedir (t=5,69 p<0,01). Z kuşağının derste teknoloji kullanımı girişimcilik niyeti üzerinde bir etkiye sahiptir. Derste teknoloji kullanımı değişkeni girişimcilik niyetindeki varyansın %9,6'sını açıklamaktadır. Dolayısıyla H₃ desteklenmiştir. Yapısal eşitlik regresyon denklemi aşağıdaki gibi yazılabilir.

$$GN = 0.31 * DTK, R^2 = 0.096$$

Araştırmada sınanan dördüncü modelde Z kuşağı bireylerin teknolojiye yönelik ilgisinin girişimcilik niyetine etkisi araştırılmıştır. Modele yönelik tercih edilen uyum ölçüleri iyi uyumu göstermektedir. Dolayısıyla yapısal model uygun bir modeldir. Modele yönelik uyum ölçüleri Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. Teknolojiye Yönelik İlginin Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Uyum Ölçüleri

Model	X ² /fd	RMSEA	SRMR	NNFI	NFI	CFI	IFI	GFI	RFI
Yapısal Model	1,76	0.042	0.035	0,99	0,99	0,99	0,99	0,98	0,98
Teorik değerler	≤ 3*	≤ 0.05*	≤ 0.5*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*

*İyi uyum, **Kabul edilebilir uyum

Yapısal modelde gizil değişkenler teknolojiye yönelik ilgi ve girişimcilik niyetine olan tüm yollar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. En küçük t istatistiği t=13,43>1,96 hesaplanmıştır. Ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirlikleri Cronbach Alpha (CA) ve Composite Reliability (CR) ile incelenmiştir. Her iki istatistikte boyutlarda 0,70 üzeri bulunmuştur. Her iki istatistiğe göre ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirliği sağlanmıştır. Ölçeklerin birleşme geçerlilikleri AVE değeri ile incelenmiştir. AVE değerleri her iki ölçek (boyut) için eşik değer 0,50'den daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla birleşme geçerliliği sağlanmıştır. Ayrıca faktör yükleri (standart yükler) incelenmiş ve 0,70'den küçük ağırlığa sahip değişken belirlenmiştir. Bu değişkenlerin ölçekten çıkarıldığında AVE değerini yükseltmediği belirlenmiş ve ölçekte kalmasına karar verilmiştir. Araştırmada her iki ölçek için ayrışma geçerliliği AVE değerinin kareköküne bakılarak incelenmiştir. Ayrışma geçerliliği için her iki ölçekte eşik değer en az 0,70'den daha büyük olması gereği sağlanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 10'da verilmiştir. Tablo 10 standart çözümü göstermekte ve R²'ler gizil değişkenlerle maddeler arasındaki ilişkiye yönelik açıklanan varyansı vermektedir.

Tablo 10. Teknolojiye Yönelik İlginin Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Yapısal Eşitlik Sonuçları

Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²	Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²	
Teknolojiye yönelik ilgi	V19	0,85	21,20	0,73	Girişimcili k niyeti					
	V20	0,90	23,09	0,81		V40	0,74		0,55	
	V21	0,85	21,08	0,72		V41	0,75	15,24	0,56	
	V22	0,61	13,43	0,38		V42	0,92	18,61	0,85	
	V23	0,66	14,84	0,44		V45	0,87	17,93	0,76	
CA	0,889				CA	0,894				
CR	0,885				CR	0,893				
AVE	0,612				AVE	0,678				
R ²	0,099									
Yapısal eşitlik	GN= 0.30*TYI, R ² = 0.099									
H ₄	TEKNOLOJİYE YÖNELİK İLGI → GİRİŞİMCİLİK NİYETİ						Desteklendi			

Tablo 10'a göre Z kuşağı bireylerin teknolojiye yönelik ilgisi ile girişimcilik niyetleri arasında aynı yönde 0,30 birimlik bir etki belirlenmiştir. Belirlenen bu etkiye göre Z kuşağı bireylerde teknolojiye yönelik ilgide gerçekleşen bir birim artmada girişimcilik niyetlerinde 0,30 birimlik bir artış gerçekleştirmektedir (t=5,63 p<0,01). Z kuşağının teknolojiye yönelik ilgisi girişimcilik niyeti üzerinde bir etkiye sahiptir. Teknolojiye yönelik ilgi değişkeni girişimcilik niyetindeki varyansın %9,9'unu açıklamaktadır. Dolayısıyla H₄ desteklenmiştir. Yapısal eşitlik regresyon denklemi aşağıdaki gibi yazılabilir.

$$GN = 0.30 * TYI, R^2 = 0.099$$

Araştırmada sınanan beşinci modelde Z kuşağı bireylerin bireysel teknoloji kullanımının girişimcilik niyetine etkisi araştırılmıştır. Modele yönelik tercih edilen tüm uyum ölçüleri iyi uyumu göstermektedir. Dolayısıyla yapısal model uygun bir modeldir. Modele yönelik uyum ölçüleri Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11. Bireysel Teknoloji Kullanımının Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Uyum Ölçüleri

Model	X _χ ² /fd	RMSEA	SRMR	NNFI	NFI	CFI	IFI	GFI	RFI
Yapısal model	1,50	0.035	0.027	0,99	0,99	1,00	1,00	0,98	0,98
Teorik değerler	≤ 3*	≤ 0.05*	≤ 0.5*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*

*İyi uyum, **Kabul edilebilir uyum

Yapısal modelde gizil değişkenler bireysel teknoloji kullanımı ve girişimcilik niyetine olan tüm yollar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. En küçük t istatistiği t=15,66>1,96 hesaplanmıştır. Ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirlikleri Cronbach Alpha (CA) ve Composite Reliability (CR) ile incelenmiştir. Her iki istatistikte boyutlarda 0,70 üzeri bulunmuştur. Her iki istatistiğe göre ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirliği sağlanmıştır. Ölçeklerin birleşme geçerlilikleri AVE değeri ile incelenmiştir. AVE değerleri her iki ölçek (boyut) için eşik değer 0,50'den daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla birleşme geçerliliği sağlanmıştır. Ayrıca faktör yükleri (standart yükler) incelenmiş ve 0,70'den küçük ağırlığa sahip değişken belirlenmemiştir. Araştırmada her iki ölçek için ayrışma geçerliliği AVE değerinin kareköküne bakılarak incelenmiştir. Ayrışma geçerliliği için her iki ölçekte eşik değer en az 0,70'den daha büyük olması gereği sağlanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 12'de verilmiştir. Tablo 12 standart çözümü göstermekte ve R²'ler gizil değişkenlerle maddeler arasındaki ilişkiye yönelik açıklanan varyansı vermektedir.

Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumların Girişimcilik Niyetindeki Rolü: Z Kuşağında Bir Araştırma

Tablo 12. Bireysel Teknoloji Kullanımının Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Yapısal Eşitlik Sonuçları

Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²	Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²
Bireysel teknoloji kullanımı	V24	0,75	17,22	0,57	Girişimcilik niyeti	V40	0,83		0,70
	V25	0,85	20,56	0,73		V41	0,84	17,97	0,70
	V26	0,81	19,17	0,66		V42	0,79	17,00	0,62
	V27	0,71	15,82	0,50		V45	0,74	15,66	0,54
CA	0,886			CA	0,894				
CR	0,862			CR	0,877				
AVE	0,611			AVE	0,642				
R ²	0,110								
Yapısal eşitlik		GN= 0.33*BIT, R ² = 0.11							
H ₅	<i>BENİM İÇİN TEKNOLOJİ → GİRİŞİMCİLİK NİYETİ</i>						Desteklendi		

Tablo 12'ye göre Z kuşağı bireylerin bireysel teknoloji kullanımı ile girişimcilik niyetleri arasında aynı yönde 0,33 birimlik bir etki belirlenmiştir. Belirlenen bu etkiye göre Z kuşağı bireylerde bireysel teknoloji kullanımında gerçekleşen bir birim artmada girişimcilik niyetlerinde 0,33 birimlik bir artış gerçekleştirmektedir (t=5,90 p<0,01). Z kuşağının bireysel teknoloji kullanımını girişimcilik niyeti üzerinde bir etkiye sahiptir. Z kuşağı bireylerde bireysel teknoloji kullanımı değişkeni girişimcilik niyetindeki varyansın %11'ini açıklamaktadır. Dolayısıyla H₅ desteklenmiştir. Yapısal eşitlik regresyon denklemi aşağıdaki gibi yazılabilir.

$$GN = 0.33 * BIT, R^2 = 0.11$$

Araştırmada sınanan altıncı modelde Z kuşağı bireylerin dijital teknolojinin olumsuz yönlerinin girişimcilik niyetine etkisi araştırılmıştır. Modele yönelik tercih edilen tüm uyum ölçüleri iyi uyumu göstermektedir. Dolayısıyla yapısal model uygun bir modeldir. Modele yönelik uyum ölçüleri Tablo 13'te verilmiştir.

Tablo 13. Dijital Teknolojinin Olumsuz Yönlerinin Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Uyum Ölçüleri

Model	X _χ ² /fd	RMSEA	SRMR	NNFI	NFI	CFI	IFI	GFI	RFI
Yapısal model	1,52	0.035	0.026	0,98	0,99	0,99	0,99	0,98	0,97
Teorik değerler	≤ 3*	≤ 0.05*	≤ 0.5*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*

*İyi uyum, **Kabul edilebilir uyum

Yapısal modelde gizil değişkenler dijital teknolojinin olumsuz yönlerinin ve girişimcilik niyetine olan tüm yollar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. En küçük t istatistiği t=12,89>1,96 hesaplanmıştır. Ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirlikleri Cronbach Alpha (CA) ve Composite Reliability (CR) ile incelenmiştir. Her iki istatistikte boyutlarda 0,70 üzeri bulunmuştur. Her iki istatistiğe göre ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirliği sağlanmıştır. Ölçeklerin birleşme geçerlilikleri AVE değeri ile incelenmiştir. AVE değerleri her iki ölçek (boyut) için eşik değer 0,50'den daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla birleşme geçerliliği sağlanmıştır. Ayrıca faktör yükleri (standart yükler) incelenmiş ve 0,70'den küçük ağırlığa sahip değişken belirlenmiş ancak AVE değerlerinin eşik değerden daha büyük değer alması nedeniyle ölçekten çıkartılmamıştır. Araştırmada her iki ölçek için ayrışma geçerliliği AVE değerinin kareköküne bakılarak incelenmiştir. Ayrışma geçerliliği için her iki ölçekte eşik değer en az 0,70'den daha büyük olması gereği sağlanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 14'te verilmiştir. Tablo 14 standart çözümü göstermekte ve R²'ler gizil değişkenlerle maddeler arasındaki ilişkiye yönelik açıklanan varyansı vermektedir.

Tablo 14. Dijital Teknolojinin Olumsuz Yönlerine Yönelik Tutumun Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Yapısal Eşitlik Sonuçları

Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²	Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²
Dijital teknolojinin olumsuz yönleri	V28	0,74	16,50	0,55	Girişimcilik niyeti	V40	0,70		0,48
	V29	0,65	13,74	0,42		V41	0,71	17,77	0,50
	V30	0,72	15,88	0,52		V42	0,94	16,84	0,88
	V31	0,79	18,03	0,63		V45	0,88	16,57	0,77
	V32	0,61	12,89	0,38					
CA	0,829				CA	0,894			
CR	0,830				CR	0,885			
AVE	0,500				AVE	0,663			
R ²	0,0055								
Yapısal eşitlik		GN= 0.07*OY, R ² = 0.0055							
H ₆	DİJİTAL TEKNOLOJİNİN OLUMSUZ YÖNLERİ → GİRİŞİMCİLİK NİYETİ Desteklenmedi								

Tablo 14'e göre Z kuşağı bireylerin dijital teknolojinin olumsuz yönleri tutumu ile girişimcilik niyetleri arasında aynı yönde 0,07 birimlik bir etki belirlenmiştir. Belirlenen bu etki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($t=1,34$ $p>0,05$). Z kuşağı için dijital teknolojinin olumsuz yönleri girişimcilik üzerinde bir etki yaratmamaktadır. Dolayısıyla H₆ desteklenmemiştir.

Araştırmada sınanan yedinci modelde Z kuşağı bireylerin dijital teknolojinin eğlence amaçlı kullanımı tutumlarının girişimcilik niyetine etkisi araştırılmıştır. Modele yönelik tercih edilen uyum ölçülerinden RMSEA değeri kabul edilebilir uyumu gösterirken diğer uyum ölçüleri iyi uyumu göstermektedir. Dolayısıyla yapısal model uygun bir modeldir. Modele yönelik uyum ölçüleri Tablo 15'te verilmiştir.

Tablo 15. Dijital Teknolojinin Eğlence Amaçlı Kullanımı Tutumlarının Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Uyum Ölçüleri

Model	X _χ ² /fd	RMSEA	SRMR	NNFI	NFI	CFI	IFI	GFI	RFI
Yapısal Model	2,52	0.060	0.034	0,98	0,98	0,99	0,99	0,97	0,97
Teorik değerler	≤ 3*	≤ 0.08**	≤ 0.5*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*

*İyi uyum, **Kabul edilebilir uyum

Yapısal modelde gizil değişkenler dijital teknolojinin eğlence amaçlı kullanımı tutumların ve girişimcilik niyetine olan tüm yollar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. En küçük t istatistiği $t=15,11 > 1,96$ hesaplanmıştır. Ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirliklerine yönelik Cronbach Alpha (CA) ve Composite Reliability (CR) her iki istatistikte boyutlarda 0,70 üzeri bulunmuştur. Her iki istatistiğe göre ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirliği sağlanmıştır. Ölçeklerin birleşme geçerlilikleri AVE değeri ile incelenmiştir. AVE değerleri her iki ölçek (boyut) için eşik değer 0,50'den daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla birleşme geçerliliği sağlanmıştır. Ayrıca faktör yükleri incelenmiş ve 0,70'den küçük ağırlığa sahip değişken belirlenmiş ancak AVE değerlerinin eşik değerden daha büyük değer alması nedeniyle ölçekten çıkartılmamıştır. Araştırmada her iki ölçek için ayrışma geçerliliği AVE değerinin kareköküne bakılarak incelenmiştir. Ayrışma geçerliliği için her iki ölçekte eşik değer en az 0,70'den daha büyük olması gereği sağlanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 16'da verilmiştir. Tablo 16 standart çözümü göstermekte ve R²'ler gizil değişkenlerle maddeler arasındaki ilişkiye yönelik açıklanan varyansı vermektedir.

Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumların Girişimcilik Niyetindeki Rolü: Z Kuşağında Bir Araştırma

Tablo 16. Dijital Teknolojinin Eğlence Amaçlı Kullanım Tutumlarının Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Yapısal Eşitlik Sonuçları

Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²	Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²
Dijital teknolojinin eğlence amaçlı kullanımı	V33	0,71	15,56	0,50	Girişimcilik niyeti	V40	0,83		0,69
	V34	0,85	19,67	0,72		V41	0,84	17,81	0,71
	V35	0,74	16,59	0,55		V42	0,79	16,91	0,62
	V36	0,69	15,11	0,48		V45	0,74	15,46	0,54
CA	0,834				CA	0,894			
CR	0,836				CR	0,877			
AVE	0,562				AVE	0,641			
R ²	0,0169								
Yapısal eşitlik	GN= 0.13*OY, R ² = 0.0169								
H ₇	DİJİTAL TEKNOLOJİNİN EĞLENCE AMAÇLI KULLANIMI → GİRİŞİMCİLİK NİYETİ Desteklendi								

Tablo 16'ya göre Z kuşağı bireylerin dijital teknolojinin eğlence amaçlı kullanımı tutumu ile girişimcilik niyetleri arasında aynı yönde 0,13 birimlik istatistiksel olarak anlamlı bir etki belirlenmiştir. Belirlenen bu etkiye göre Z kuşağı bireylerde dijital teknolojinin eğlence amaçlı kullanımı tutumunda gerçekleşen bir birim artış girişimcilik niyetlerinde 0,13 birimlik bir artış gerçekleştirmektedir ($t=2,38$ $p<0,05$). Z kuşağının dijital teknolojinin eğlence amaçlı kullanımı tutumu girişimcilik niyeti üzerinde bir etkiye sahiptir. Z kuşağı bireylerde dijital teknolojinin eğlence amaçlı kullanım tutumu değişkeni girişimcilik niyetindeki varyansın %1,69'unu açıklamaktadır. Dolayısıyla H₇ desteklenmiştir. Yapısal eşitlik regresyon denklemi aşağıdaki gibi yazılabilir.

$$GN = 0.13 * EAT, R^2 = 0.0169$$

Araştırmada sıranan sekizinci modelde Z kuşağı bireylerin dijital teknolojinin bilinçli kullanımı tutumunun girişimcilik niyetine etkisi araştırılmıştır. Modele yönelik tercih edilen uyum ölçülerinin tamamı iyi uyumu göstermektedir. Dolayısıyla yapısal model uygun bir modeldir. Modele yönelik uyum ölçüleri Tablo 17'de verilmiştir.

Tablo 17. Dijital Teknolojinin Bilinçli Kullanımı Tutumlarının Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Uyum Ölçüleri

Model	X _χ ² /fd	RMSEA	SRMR	NNFI	NFI	CFI	IFI	GFI	RFI
Yapısal model	1,88	0.046	0.033	0,99	0,99	0,99	0,99	0,98	0,98
Teorik değerler	≤ 3*	≤ 0.05*	≤ 0.05*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*	≥ 0.95*

*İyi uyum, **Kabul edilebilir uyum

Yapısal modelde gizil değişkenler dijital teknolojinin bilinçli kullanımı ve girişimcilik niyetine olan tüm yollar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. En küçük t istatistiği $t=16,63>1,96$ hesaplanmıştır. Ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirliklerine yönelik Cronbach Alpha (CA) ve Composite Reliability (CR) her iki istatistikte boyutlarda 0,70 üzeri bulunmuştur. Her iki istatistiğe göre ölçeklerin iç tutarlılık güvenilirliği sağlanmıştır. Ölçeklerin birleşme geçerlilikleri AVE değeri ile incelenmiştir. AVE değerleri her iki ölçek için eşik değer 0,50'den daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla birleşme geçerliliği sağlanmıştır. Ayrıca faktör yükleri incelenmiş ve 0,70'den küçük ağırlığa sahip değişken belirlenmemiştir. Araştırmada her iki ölçek için ayrışma geçerliliği AVE değerinin kareköküne bakılarak incelenmiştir. Ayrışma geçerliliği için her iki ölçekte eşik değer en az 0,70'den daha büyük olması gereği sağlanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 18'de verilmiştir. Tablo 18 standart çözümü göstermekte ve R²'ler gizil değişkenlerle maddeler arasındaki ilişkiye yönelik açıklanan varyansı vermektedir.

Tablo 18. Dijital Teknolojinin Bilinçli Kullanım Tutumlarının Girişimcilik Niyetine Etkisine Yönelik Yapısal Eşitlik Sonuçları

Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²	Latent değişken	İfade	Standart yükler	t	R ²
Bilinçli kullanım	V37	0,79	18,44	0,62	Girişimcilik niyeti	V40	0,70		0,49
	V38	0,90	22,12	0,81		V41	0,71	17,79	0,50
	V39	0,83	19,76	0,69		V42	0,94	16,95	0,89
						V45	0,87	16,63	0,76
CA	0,911			CA	0,894				
CR	0,879			CR	0,883				
AVE	0,707			AVE	0,659				
R ²	0,048								
Yapısal eşitlik		GN= 0.22*BK, R ² = 0.048							
H ₈	<i>Dijital teknolojinin bilinçli kullanımı → Girişimcilik niyeti Desteklendi</i>								

Tablo 18'e göre Z kuşağı bireylerin dijital teknolojinin bilinçli kullanım tutumu ile girişimcilik niyetleri arasında aynı yönde 0,22 birimlik istatistiksel olarak anlamlı bir etki belirlenmiştir. Belirlenen bu etkiye göre Z kuşağı bireylerde dijital teknolojinin bilinçli kullanım tutumunda gerçekleşen bir birim artış girişimcilik niyetlerinde 0,22 birimlik bir artış gerçekleştirmektedir (t=4,03 p<0,01). Z kuşağının dijital teknolojinin bilinçli kullanımı tutumu girişimcilik niyeti üzerinde bir etkiye sahiptir. Z kuşağı bireylerde dijital teknolojinin bilinçli kullanımı değişkeni girişimcilik niyetindeki varyansın %4,8'ini açıklamaktadır. Dolayısıyla H₈ desteklenmiştir. Yapısal eşitlik regresyon denklemi aşağıdaki gibi yazılabilir.

$$GN = 0.22 * BK, R^2 = 0.048$$

4. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

İnternet kuşağı ismiyle de bahsedilen Z kuşağı, dijital bir devirde gözlerini açmaları sebebiyle önceki nesillere göre internet, sosyal medya, akıllı cihazlar ve ileri teknolojik araçlarla oldukça ilgilidirler. Diğer kuşakların güçlükle anlayıp adapte olmaya çalıştığı teknolojik gelişmeleri kolaylıkla özümseyip uyum sağlayabilmektedirler. Bu açıdan bakıldığında dijital gelişmelerin ve dönüşümlerin en çok etkisi altına aldığı kuşak Z kuşağıdır demek yanlış olmayacaktır. Hayatımızın her alanında aktif rol oynayan dijital teknolojilere yönelik gençlerin tutumları, toplumların geleceğini belirlemektedir. Yeni yüzyılın yeni girişimcilik modelinin internet girişimciliği olduğu günümüzde ekonomik açıdan da dijital teknolojilerin etkin kullanımları önemli bir yere sahiptir. Dijital çağı yaşadığımız bu zaman diliminde Z kuşağı olan günümüz gençlerinin dijital teknolojiye yönelik tutumlarının girişimcilik niyetine etkisi araştırılmıştır.

Dijitalleşen dünya kuşaklarda olduğu kadar bu kuşakların iş yapış şekillerinde de köklü değişiklikler meydana getirmiştir. Yapay zekâ, nesnelerin interneti, robot teknoloji gibi üretim yöntemlerinin yanı sıra çalışma şekilleri de değişmiştir. Bu süreçle işletmelerle birlikte birey de dönüşüm geçirmekte, yeni beceriler edinip, yeni çalışma biçimleri benimsemektedir. Dijital yetkinlik düzeyi kendinden önceki nesillere göre Z kuşağında daha yüksektir.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre Z kuşağının dijital teknolojiye yönelik tutumlarının girişimcilik niyeti üzerinde bir etkisi incelenmiş ve teknolojiye yönelik tutum ölçeğinin farklı boyutları için farklı sonuçlar elde edilmiştir. Buna göre, dijital teknolojiye yönelik yetkinlik düzeyi, derste teknoloji kullanımı, teknolojiye yönelik ilgi, bireysel bakış açısının değerlendirildiği "benim için teknoloji", eğlence amaçlı kullanım ve bilinçli kullanım boyutları ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişki pozitif yönlü ve anlamlı bulunarak bu faktörlere ilişkin hipotezler desteklenmiştir. Diğer yandan sosyal ağlar ve dijital teknolojiye yönelik olumsuz yönlere ilişkin faktörlerin etkisi ise anlamlı bulunmayarak bu faktörlere ilişkin hipotezler desteklenmemiştir. Özellikle yetkinlik, ilgi, bilinçli kullanım ve benim için teknoloji boyutları ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkinin pozitif ve anlamlı çıkması, bu faktörlerin Z kuşağı bireylerin girişimci olmaları yönündeki kolaylaştırıcı yönleri değerlendirildiğinde karar vericiler için Z kuşağı bireylerin girişimcilik açısından desteklenmesi yönündeki politikalar geliştirmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte derste teknoloji kullanımının da girişimcilik niyetini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Eğitimde teknoloji kullanımının son dönemde hayatımızdaki önemi oldukça artmıştır. Derste teknoloji kullanımının en önemli faydası hızlı öğrenme ve kişisel verimliliğin yanı sıra çocuklara erken yaşta analitik düşünme ve problem çözme becerisi kazandırmasıdır. İnternet destekli öğrenim metotları sayesinde yer ve mekân sınırlaması olmadan bilgiye erişim her zaman kolay olmaktadır. Yeni girişimcilik modelinde, dijital teknolojiler, özellikle bilgi işlem ve iletişim teknolojilerinin kullanımı son derece önemli bir yere sahiptir. Sürdürülebilirlik ve rekabet üstünlüğü sağlamak için girişimcilerin dijital ortamdan izole olmaları imkansızdır. Yeni ekonomik sistem içerisinde her türlü

Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumların Girişimcilik Niyetindeki Rolü: Z Kuşağında Bir Araştırma

bilgi, kolektif öğrenme ve paylaşım ile birlikte artmaktadır (Humphreys ve Brezillon, 2002, 57). Girişimcilik, dijital teknolojiler ve inovasyon bir araya geldiğinde bir sinerji ortaya çıkmaktadır. Bu kombinasyon, yeni ekonomide sürdürülebilirliğin en önemli unsurunu ortaya çıkarmaktadır.

Araştırmada diğer yandan sosyal ağlara yönelik tutumun, girişimcilik niyeti üzerinde belirleyici olmadığı sonucuna da ulaşılmıştır. Bunun temel nedeni olarak gençlerin sosyal ağları daha çok arkadaşlarıyla iletişim kurmak, fotoğraf ve video paylaşmak, müzik dinlemek amacıyla kullandığı yorumu yapılabilir. Akın'ın (2017) 756 öğrenci ile yaptığı anket çalışması bu görüşü destekler niteliktedir. Akın (2017) çalışmasında öğrencilerin sosyal medyayı genel olarak iletişim, fotoğraf ve video paylaşımı amacıyla kullandıkları sonucuna ulaşmıştır. Aynı şekilde Floros ve Siomos (2013) Yunanistan'da lise öğrencileri üzerine yürüttükleri çalışmada öğrencilerin sosyal mecralarda uzun zaman geçirmesinin nedenini arkadaşları ile devamlı iletişimde kalma isteğinden kaynaklı olduğunu ileri sürmüştür. Bununla birlikte dijital teknolojinin bilinçli kullanımı girişimcilik niyetini artırırken, dijital teknolojinin olumsuz yönlerinin girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Erten'in (2019) Z kuşağının dijital teknolojiye yönelik tutumunun ölçülmesine yönelik yürüttüğü çalışmada öğrencilerin bir kısmı dijital teknolojilerin kullanımına yönelik olumlu görüş belirtirken bir kısmı da olumsuz görüş bildirmişlerdir. Dijital teknolojilerin bilinçli kullanıldığında kişisel gelişim ve yaratıcılığın artmasını, zamanı verimli kullanmayı istenilen bilgiye kolay ulaşabilmeyi sağlayacağını vurgulayan öğrenciler, amacına yönelik kullanılmadığı takdirde hayal güçlerini köreltildiğini ve tembelleğe sürüklediğini belirtmişlerdir.

Tüm dijital dönüşümlerin en çok etkisi altına aldığı bu kuşak dijital dönemde dünyanın dünyasının koşullarına göre değil yarının belirsizlikleri ile başa çıkabilecek düşünme becerisi ve problem çözme yeteneği ile donatılmıştır. Yetenekli ve çalışkan insanların kendi fırsatlarını yaratmaları konusunda en uygun zamanı yaşadığımız bu teknolojik çağda Z kuşağına dahil birçok gencin daha şimdiden dijital dünyada büyük işler başarmış olması bu neslin girişimcilik açısından da avantajlı olduklarını göstermektedir. Yelkikalın vd. (2010)'nin çalışması da bu görüşü destekler niteliktedir. Çalışmalarında Y ve Z kuşağı internet girişimcilerinin değişimlerin yüksek olduğu belirsiz ortamlarda hızlı karar alabilen kişiler olduğunu ifade etmişlerdir. Bu kapsamda Y kuşağının, kendi işini yapabileme fırsatını vermesinden dolayı internet girişimciliğinin onlar için önemli bir avantaj olduğu ve Z kuşağının ise teknolojinin içinde doğması sebebiyle alışma sürecinde hiç zorlanmadıklarını ve geleceğin potansiyel internet girişimcisi adayları olduğunu tespit etmişlerdir.

Dijital teknolojiye yönelik tutumun girişimcilik niyetini artırdığı sonucuna dayanarak, dijital bir devirde doğan bu gençlerin desteklenmesi ve doğru yönlendirilmesi durumunda girişimciliğe yönelebilecekleri söylenebilir. Literatürde Z kuşağı üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde Çetin ve Karalar (2016), Z kuşağının bilgiyi hızlı işleyebilmesi nedeniyle bireysel işlerde daha başarılı olacaklarını işaret etmiştir. Bu nedenle girişimcilik niyeti olan gençlerin bireysel iş kurmaları desteklenebilir. Benzer bir yaklaşımla kariyer tercihleri ile sosyoekonomik durumu ilişkilendiren Eroğlu (2017) yenilikçi ve etkili yöntemler kullanılarak kuşakların kariyer tercihlerinde yönlendirilmeleri gerektiğine vurgu yapmıştır.

Literatürde Z kuşağının dijital teknolojiye yönelik tutumlarını ölçmek amaçlı ve çeşitli örneklemelerin girişimcilik niyetlerini ölçmek amaçlı yapılan araştırmalar mevcuttur. Bununla birlikte, bu çalışma Z kuşağı bireylerin hem dijital teknoloji kullanımını hem de bu bireylerin girişimcilik niyetini birlikte incelemesi açısından farklılık arz etmektedir. Bu sebeple literatüre katkı sağlayacak bir çalışma olduğunu söylemek mümkündür. Öte yandan, dijital teknoloji kullanımının çalışmanın birinci bölümünde belirtildiği gibi çok geniş bir kapsama sahip olan girişimcilik kavramının görece olarak düşük bir kısmını açıklaması da oldukça beklenebilir bir bulgu olarak değerlendirilebilir. Zira literatürde girişimcilik olgusu üzerinde etkisi bulunabilecek oldukça çeşitli faktörlerden bahseden çok sayıda araştırma mevcuttur.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. 423 kişi üzerine uygulanmış olan anket aracılığıyla toplanan veriler, kişisel beyana dayanmakta olup, çalışma anket formuna bireylerin verdiği yanıtlar ile sınırlıdır. Araştırma kapsamında ilgili veriler, 2020 Mayıs tarihinde online kanallar aracılığıyla toplanmış olup bu dönem pandemi dönemine denk gelmektedir. Bu sebeple, farklı veri toplama yöntemlerinden faydalanılması ve farklı kuşaklar arasında kıyaslama yapılması gelecek araştırmalar için bir öneri olarak sunulabilir.

KAYNAKÇA

AKIN, M. (2017). "A Research on The Impacts of The Young People's Internet Addiction Levels and Their Social Media Preferences". *International Review of Management and Marketing*, 7(2): 256-262.

- AKSOY, C. ve YALÇINSOY, A. (2017). "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9 (4): 341-359.
- BÖRÜ, D. (2006). Girişimcilik Eğilimi: Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş., KILIÇ ÇAKMAK, E., AKGÜN, Ö., KARADENİZ, Ş. ve DEMİREL, F. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pegem Akademi Yayıncılık: Ankara.
- CABI, E. (2015a). "Dijital Yerli Çocukların Dijital Teknolojiye Yönelik Görüşlerinin İncelenmesi". *International Journal of Innovative Research in Education*, 2 (1): 10-15.
- CABI, E. (2015b). "Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Ölçeği". *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24 (3): 1229-1244.
- COŞKUN, R., ALTUNIŞIK, R. ve YILDIRIM E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sakarya Yayıncılık: İstanbul.
- CUNNINGHAM, J. ve LISCHERON, J. (1991). "Defining Entrepreneurship". *Journal Of Small Business Management*, 2 (1): 45-61.
- ÇETİN, C. ve KARALAR, S. (2016). "X, Y ve Z Kuşağı Öğrencilerin Çok Yönlü ve Sınırsız Kariyer Algıları Üzerine Bir Araştırma". *Journal of Administrative Sciences*, 14 (28): 157-197.
- EFE, M. N. (2016). *Girişimcilikte Temel Prensipler*. Umuttepe Yayınları: Kocaeli.
- EROĞLU, S. (2017). "Üniversite Öğrencilerinin Gelecek Kariyer Fırsatları: Kariyer Olgunluğu, Kariyer Karar Verme Yetkinliği ve Sosyoekonomik Statü". *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7 (13): 824-835.
- ERTEN, P. (2019). "Z Kuşağının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumları". *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10 (1): 190-202.
- FLOSOS, G. ve SIOMOS, K. (2013). "The Relationship Between Optimal Parenting, Internet Addiction and Motives for Social Networking in Adolescence". *Psychiatry Research*, 209(3): 529-534.
- HUMPHREYS, P. ve BREZİLLON, P. (2002). *Combining Rich and Restricted Languages in Multimedia: Enriching Context for Innovative Decisions*, University College Cork, Oak Tree Press: Ireland.
- KAO, J. J. (1991). *Entrepreneurship, Creativity & Organization: Text, Cases and Readings*, Prentice Hall: New Jersey.
- KARTAL, Ö. (2018). *Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi ve Yenilikçilik ile İlişkisi: Bir Alan Araştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- KAYIKÇI, M. ve BOZKURT, A. (2018). "Dijital Çağda Z ve Alpha Kuşağı, Yapay Zeka Uygulamaları ve Turizme Yansımaları". *International Congress of Management Economy and Policy*, 1 (1): 54-64.
- KAZAFEROĞLU, E. (2017). *Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimi İlişkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- KOÇEL, T. (2010). *İşletme Yöneticiliği*. Beta Basın Yayın Dağıtım: İstanbul.
- KÜMBÜL GÜLER, B. (2010). *Sosyal Girişimcilik*. Efil Yayınevi: Ankara.
- LINAN, F. ve CHEN, Y.W. (2009). "Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (3): 119-144.
- MCCLELLAND, D. (1961). *The Achieving Society*. D.Van Nostrand Comp, Princeton: New Jersey.
- MİRZA, Ş. (2019). *Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkileri: Yüksek Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak
- ÖZBAY, L. (2016). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Dumlupınar Üniversitesinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- SATILMIŞ, A. (2019). *Türk Sigorta İşletmelerinde Sektör Çalışanlarında Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumların Verimliliklerine Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TİMUROĞLU, M. ve ÇAKIR, S. (2014). "Girişimcilerin Yeni Bir Girişim Yapma Niyetlerinin Risk Alma Eğilimi ile İlişkisi". *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 16 (2): 119-136.

Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumların Girişimcilik Niyetindeki Rolü: Z Kuşağında Bir Araştırma

TOP, S. (2006). Girişimcilik Keşif Süreci. Beta Yayınları: İstanbul.

TUTAR, H. ve ALTINKAYNAK, F. (2013). Girişimcilik (Temel Girişimcilik ve İş Kurma Süreci). Detay Yayıncılık: Ankara.

UNCDigital, (2017), "2017 Dijital Trendler", <https://www.uncdigital.com/2017-Dijital-Trendler-UNCDigital.pdf>, 25.03.2020.

UNICEF, (2017), "Dünya Çocuklarının Durumu 2017: Dijital Bir Dünyada Çocuklar", <https://www.unicef.org/turkey/raporlar/d%C3%BCnya%C3%A7ocuklar%C4%B1n%C4%B1n-durumu-2017-dijital-bir-d%C3%BCnyada-%C3%A7ocuklar>, 05.04.2020.

WICKHAM, P.A. (1998). Strategic Entrepreneurship, Pitman Publishing: USA.

YELKİKALAN, N., AKATAY, A. ve ALTIN, E. (2010). "Yeni Girişimcilik Modeli ve Yeni Nesil Girişimci Profili: İnternet Girişimciliği ve Y, M, Z Kuşağı Girişimci". SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 10 (20): 489-506.

YILDIRIMALP, S. ve GÜVENÇ, D. (2020). "Z Kuşağının Geleceğe Yönelik Ofis ve Çalışma Ortamı Beklentilerine İlişkin Bir Çalışma". Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Dergisi, 10 (1): 57-76.

YÜCEBALKAN, B. ve AKSU, B. (2018). "Geleceğin İşgücü Olarak Z Kuşağının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumları". Current Academic Studies in Social Sciences, 6 (6): 469-488.