

Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Algılarının Belirlenmesi¹

Cem IŞIK^a, Tuba TÜRKMENDAĞ^a
^aAtatürk Üniversitesi

Anahtar Kelimeler

Bireysel Yenilikçilik,
Turizm Öğrencileri,
Demografik Özellikler,
Bireysel Yenilikçilik
Ölçeği, İnovasyon

Özet

Yenilikçilik, yeni ve değerli bir bilginin ya da fikrin, ürünün, sürecin veya hizmetin doğru zamanda somutlaştırarak toplumsal faydaya dönüşmesidir. Küreselleşme ile birlikte hızlı değişimlerin yaşanması bireyin de yeni durumlara uyum sağlamasını gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla bireyin gerek iş hayatında gerekse öğrenim hayatında rakipleri arasından sıyrılabilmesi için yenilikçi özellikler taşıması önem göstermektedir. Bu çalışma ile Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde eğitim alan öğrencilerin bireysel yenilikçilik algılarının belirlenerek, yenilikçi davranışların geliştirilmesine yönelik öneriler getirilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda 500 öğrenci bireysel yenilikçilik algıları ile demografik özellikleri açısından incelenmiştir. Araştırmada 20 ifadeden oluşan bireysel yenilikçilik ölçeği kullanılmış ve ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0.760 olarak bulunmuştur. Ölçeğe ilk olarak açıklayıcı faktör analizi uygulanmış ve bireysel yenilikçilik ölçeğine ilişkin risk alma, değişime direnç ve fikir önderliği olmak üzere üç boyut saptanmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlardan biri turizm öğrenimi gören öğrencilerin cinsiyetleri ile bireysel yenilikçilik ölçeği boyutlarından yalnızca değişime direnç boyutu arasında anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir. Diğer bir sonuca göre öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüm ile değişime direnç ve fikir önderliği boyutları arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Ayrıca daha önce yenilik ile ilgili bir sertifika programına katılma durumunun öğrencilerin bireysel yenilikçilik algılarında etkili olacağı düşünülmüş ancak daha önce bir sertifika programına katılma durumu ile yalnızca fikir önderliği boyutu arasında anlamlı bir fark belirlenmiştir.

Determinants of Individual Innovativeness Perception of Ataturk University Tourism Faculty Students

Keywords

Individual
Innovativeness,
Tourism Students,
Demographic
Features,
Innovativeness Scale,
Innovation

Abstract

Innovation is a process of ideas into new or improved products, services, processes, systems or social interactions. Globalization is rapidly redefining today's environment that enforce individuals to adapt to the new situation. Therefore, individuals should demonstrate the innovative features to stand out from competitors in the sector. In this direction, 500 students were examined in terms of individual innovativeness perceptions and demographic characteristics at Ataturk University Faculty of Tourism. Within this research the individual innovation scale (20 statements) has been used and the coefficient was found as a 0.760. Firstly exploratory factor analysis was applied to the scale and then an individual innovation scale is determined in three dimensions which are risk-taking and resistance to change and the idea of leadership. One of the results obtained from this study indicate that there is a significant difference between students gender and resistance to change. In addition, innovation related participation in a certification program was thought to be effective in the students' individual innovation perceptions but the results show that there is a significant difference between participation in a certification program in tourism and the idea of leadership.

¹Bu çalışma Antalya'da düzenlenen 20-22 Mayıs 2016 tarihinde düzenlenen 3rd International Congress of Tourism & Management Researches kongresinde bildiri olarak sunulmuştur.

Sorumlu Yazar: Cem IŞIK, isikc@atauni.edu.tr

GİRİŞ

Latince “innovare” kökünden türeyen inovasyon sözcüğü “yeni ve değişik bir şey yapmak” anlamına gelmektedir.Önceleri literatürde “yenilenme” sözcüğü inovasyon kavramına karşılık olmak üzere kullanılırken,bir süre sonra Türk Dil Kurumu tarafından anlam olarak daha uygun düştüğü için (Yamaç, 2001, s. 6) “yenileşim” sözcüğünün kullanılması tercih edilmiştir (www.tdk.org). Ulusal literatürdeki anlam kargaşası nedeniyle inovasyon sözcüğü “yenilikçilik” olarak da ifade edilebilmektedir (Kavrakoğlu, 2006, s.10). Bu çalışmada da inovasyon sözcüğünün karşılığı olarak yenilikçilik sözcüğünün kullanılmasının uygun olacağı düşünülmüştür.

Yeniliklerin meydana getirdiği bir değer olarak yenilikçilik; teknolojiyle birlikte kalkınmanın anahtarı konumundadır (Işık, 2013, s. 388). Yüzyılı aşkın zamandır yenilikçilik kavramı toplumun birçok alanında öne çıkmaktadır (Kılıçer ve Odabaşı, 2010, s.150). Özellikle artan rekabet koşulları - hayatın her alanında etkisini göstermekte ve sürekli olarak yaşanan değişikliklere, hızla meydana gelen farklılıklara ve yeni durumlara bağlı olarak - bireylerin kendilerini geliştirmelerini zorunlu kılmaktadır. Bu zorunluluk içinde değişime istekli olmak ve yeniliklere uyum sağlamak bireyler için önemli bir özellik olarak öne çıkmaktadır (Oktağ ve Özden, 2013, s.1-2).

21. yüzyılın yeteneklerine ve becerilerine sahip olan bireyler; ihtiyaç duydukları bilgiye her koşulda ulaşabilen, problemleri çözebilen, aktif iletişim sağlayabilen ve yenilikçilik özellikleri gösterebilen kişilerdir (Rogers, 2003’ten akt. Korucu ve Olpak, s. 115).Bu kişiler yenilikleri benimseyenlerin özelliklerini ve yeniliklere karşı vermiş oldukları tepkilerini bünyesinde barındırmaktadır. Bu açıdan yenilikçilik; değişime karşı ve değişime/yeni şeyler denemeye karşı isteklilik, benimseme sürecinde bir sosyal sistem içerisinde bireylerin veya kurumların herhangi bir yeniliği diğerlerine göre daha önce benimsemesi düzeyinde gerçekleşir (Kılıçer ve Odabaşı, 2010, s. 151). Dolayısıyla yenilikçilik risk alan, deneyime açık, yaratıcılık, fikir lideri gibi özellikleri içinde barındıran şemsiye bir kavramdır. Bu çatı altında sahip olunan yenilikçilik özellikleri bireyleri de birbirlerinden ayırmaktadır (Korucu ve Olpak, 2015, s.115).

Toplumdaki bireyler ve geleceğin iş görenleri arasında yer alacak olan Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin bireysel yenilikçilik algılarının

ölçülmesinin amaçlandığı bu çalışmanın devamında öncelikle yenilikçiliğe ilişkin literatür, sonra metodoloji, bulgular ve sonuç ile öneriler bölümlerine yer verilecektir.

1. LİTERATÜR

Literatürde yenilikçilik kavramına ilişkin ilk çalışmalar Schumpeter'e (1934) uzanmaktadır. Schumpeter (1934) yenilikçiliği; yeni ürün, hizmet, iş süreci ya da piyasa ile ilgili 'yeni birleşimler' oluşturulması ve uygulanması biçiminde nitelendirirken, yenilikçiliğin "daha önceden başka bir yerde yapılmış olan bir şeyin ilk defa başka bir alanda kullanılması", "yeni olarak algılanan bir fikir, uygulama veya bir nesne", "yeni problem çözme fikrinin kullanıma kazandırılması" özelliğine vurgu yapmıştır (Jong, 2007, s. 15; Sarıoğlu, 2014, s. 3).

Drucker (1985) yenilikçiliği; bir örgüt ikliminde beraber çalışan farklı bilgi ve yetenekteki insanların verimli hale getirilmesi adına onlara ilk kez olanak tanıyan faydalı bilgiler olarak tanımlamıştır. Diğer bir anlatımla yenilikçilik, girişimciliğin özel bir fonksiyonu olmakla birlikte toplumsal refahı artırmak adına yeni bir ölçek oluşturan kaynakları sağlayan bir girişimdir (Drucker,1985'ten akt. Acaray, 2007, s. 28). Bu açıdan yenilikçilik; sadece ürün ve hizmetler değil, herhangi bir olay, olgu ve ya durumla ilgili olarak yeni fikirlerin pratiğe geçirilmesi sürecini kapsamaktadır (Acaray, 2007, s. 30, Işık ve Keskin, 2013, s. 43). Öte yandan bireyi ve organizasyonu yeniliğe yönelten ve yenilikçiliğin temelini oluşturan faktörler; beklenmeyen durumlar, beklenti ile sonuç arasındaki uyumsuzluk, süreç ihtiyaçları, demografik değişimler ve yeni bilgiler olarak sıralanmıştır. Beklenmeyen durumlar; bireyleri yeni koşullara ayak uydurabilecek yenilik yapmaya sevk ederken, beklenti sonuç arasındaki uyumsuzluk; bireyleri yeni bir ürün, hizmet ya da sürece ilişkin yenilik yapmaya yönlendirmektedir. Süreç ihtiyaçları; bireyleri süreç içerisinde ortaya çıkabilecek farklı ihtiyaçlar doğrultusunda yenilik yapmaya iterken, demografik değişimler ise bireyleri algı, belirsizliklere tolerans ve risk alma davranışları üzerinde yenilik yapmaya zorlamaktadır. Son olarak yeni bilgiler ise bireyleri yeni fikir ve teknolojileri ortaya çıkarmaya yöneltmektedir (Acaray, 2007, s. 35-41).

Yeni bir fikrin üretilmesi, uygulanması ve kabulü noktasında bir yeniliği ifadesi olan yenilikçilik organizasyon dışından ürün ve süreçlerin adaptasyonunu kapsamaktadır. Bu açıdan bireysel yenilikçilik sorunların tanınması, fikir ya da çözümlerin üretilmesi,

geliştirilmesi veyahut benimsenmesi olarak ifade edilmektedir (Scott ve Bruce, 1994, s. 581).

Avrupa Birliği tarafından hazırlanan Green Paper (1995) belgesinde yenilikçilik; pazardaki ürün ve hizmetlerin yenilenmesi ve genişletilmesi, üretim, tedarik ve dağıtım ile ilgili yeni yöntemlerin kurulması, yönetimde, iş organizasyonunda, çalışma koşullarında ve işgücü becerilerinde değişikliklerin yapılması olarak ifade edilmiştir (European Comission, 1995).

King ve Anderson (2002, s.10) özellikleri itibariyle yenilikçiliği fayda ve değer oluşturmak amaçlı toplumu etkileyen rutin olmayan bilinçli değişiklikler olarak onu ortaya atan kişiler için yeni olsa da aslında ortaya çıktığı sosyal düzen için yenilikler olarak açıklamıştır.

Problemleri çözme sürecinde yenilikçilik; yeni fikirlerin, ürünlerin, süreçlerin ya da hizmetlerin üretilmesi, kabul edilmesi ve uygulanmasıdır. Bu tanımın merkezinde yer alan kabul etme ve uygulama yenilikçiliğin uyum ve değişim kapasitesini göstermektedir. Dolayısıyla yeniden yapılanma, maliyetleri azaltma, yeni bütçe sistemi fikri, iletişim geliştirme ya da takımdaki ürünlerin bir araya getirilmesi birer yenilikçilik örneğidir (Hjalager, 2010, s. 2).

Dil vd., (2012, s. 1218-1219) yenilikçiliği; bilgi ve teknolojinin iktisadi ve sosyal fayda oluşturacak şekilde, bir buluş ve farklılık oluşturulması olarak tanımlanmaktadır. Ancak yenilikçilik sadece teknoloji bağlamında değil, bireysel, yönetsel, üretim ve pazarlama aşamalarına ilişkin yenilikçilik boyutundadır.

Her geçen gün yeni bir teknolojik gelişmenin yaşanmasıyla birlikte değişen koşullar bireyleri yenilik yapmaya zorlamaktadır. Bu durum bireylerin özellikle iş yaşamındaki başarısını yenilikleri takibi oranında artırmaktadır (Kösterelioğlu ve Demir, 2014, s. 248). Bu kapsamda bireysel yenilikçilik “herhangi bir ürünün, hizmetin ya da fikrin bir kişi tarafından yeni olarak algılanması” biçiminde ifade edilebilir. Dolayısıyla bireysel yenilikçilik bir disiplin, öğrenme ve uygulama yeteneğidir. Bireylerin bir fikri yenilik olarak kabul etmesi bireylerin yeniliğe gösterdiği davranışa bağlıdır. Bu durumda bireyin bilgi düzeyinin yeterliliği, ilgili alanda deneyimi, düşünme becerisi, problemi benimsemesi ve çözümüne sahip olması bireysel yenilikçiliğin gerçekleşebilmesi için bir ön şarttır. Bu şartlar bir sosyal sistem içindeki bireyleri herhangi bir yenilikçiliği

ötekine göre daha önce kabul etmesine yol açar. Böylece yenilikçilikten sağlanan kazanımların farkında olmayan bireyler, kazanımların farkında olan (dolaylı benimseyenler) ancak henüz kabul etmeyen ve gerçekten kabullenen bireyler olarak yenilikleri benimsemiş olur (Sarioğlu, 2014, s. 25).

Zira bireyler sahip olduğu nitelikler açısından yenilikçilik noktasında birbirlerinden ayrılmaktadır. Bu ayrışmalar içinde birey herhangi bir yeniliği daha önce/geç kabul etmekte, daha çok/az değişime istekli olmakta ve daha çok/az risk alabilen bir yapıda kendini göstermektedir. Birey özellikleri açısından beş farklı sınıfta ele alınmaktadır (Kılıçer ve Odabaşı, 2010, s. 151; Korucu ve Olpak, 2015, s. 115, Işık ve Keskin, 2013, s. 53). Buna göre *yenilikçi (Innovators)* yeni fikirleri denemeye ve risk almaya istekli, vizyon sahibi, *öncü (Early Adopters)* toplumun diğer bireyelerine teknoloji odaklı yenilikler hakkında bilgi sağlayan ve yol gösteren, *sorgulayıcı (Early Majority)* yeniliklere temkinli fakat risk alma konusunda çok fazla istekli olmayan, *kuşkuçu (Late Majority)* yeniliklere şüpheli ve çekingen bir tavır gösteren ve *gelenekçi (Laggards)* değişime önyargı ile yaklaşan, yenilikleri en son benimseme eğilimi gösteren bireylerdir.

Ayrıca bireysel yenilikçilik konusunda Scott ve Bruce (1994) işyerinde bireysel yenilikçiliği ve yenilikçi davranışın belirleyicilerini, Lu vd., (2005) teknolojik gelişmenin kabullenilmesi ve mobil bilişim teknolojilerine yönelik yenilikçiliğin kabullenilmesini, Hsu, vd., (2007) mobil uygulamalar ile ilgili yenilikleri benimseyen kullanıcılar açısından, yeniliğin sağladığı fayda, kullanılabilirlik, uyumluluk ve gözlemlenebilirlik özelliklerinin yeniliğin kabullenilmesinde önemli unsurlar olduğunu, Jong (2007) yenilikçi iş davranışlarının yenilikçilik ikliminden etkilendiğini, Yuan ve Woodman (2010) işyerinde yenilikçi davranışlar ve çalışanların yenilikçi davranışlara uyum sağlamalarını, Oyedoyin vd., (2014) paydaşların Ar&Ge ve yenilikçilik sürecine katılımlarını, Özdemir ve Özer (2014) yenilikçilik ve tüketim konularına eleştirel bir yaklaşım ile yenilikçilik kavramının tüketim kavramına yakın bir anlama geldiğini, bireylerin hazzı tüketimine karşılık vermek amacıyla yeniliklerin hızla tüketilir hale dönüşmesini ve buna bağlı olarak sürekli bir yenilik ihtiyacının olduğunu ve Hoarau ve Kline (2014) yenilikçilikte bilgi paylaşımının önemini araştıran bir takım diğer çalışmalardır.

Öte yandan turizm alanında ise yenilikçilik çalışmalarına ilişkin literatür çok eskiye dayanmamakla birlikte araştırmacıların üzerinde durduğu popüler konulardan biridir. Bu kapsamda; Stamboulis ve Skayannis (2003) yenilikçilik stratejileri ve teknolojinin deneyim temelli turizm üzerinde etkilerini, Mattsson vd., (2005) turizmde yenilikçilik sistemlerini, Novelli vd., (2005) İngiltere örneği üzerinden turizmde kümelenmeler ve ağlar ile yenilikçilik ilişkisini, Ersöz (2009) Türkiye örneği üzerinden savunma yeteneklerinin geliştirilmesinde bilgi, teknoloji, AR&GE ve yenilikçiliğin rolü ile yenilikçilik göstergelerini, Aldebert vd., (2011) turizm sektöründe yenilikçilik kapsamında e-turizm (turizm@) örneğini, Rodríguez vd., (2014) yılında turizmde yenilikçilik politikalarını, Kozak (2014) destinasyon gelişimi, yenilikçilik ve turizm ilişkisini, Işık vd. (2015) Kapadokya örneği üzerinden turizm sektöründe nitelikli işgücü ile yenilikçi yaklaşım ilişkisini, Işık ve Meriç (2015) otel yöneticileri ile bireysel yenilikçilik ilişkisini, Işık ve Aydın (2016), Işık vd. (2016) duygusal emek ve yenilikçilik ilişkisini, işgücü ve yenilikçilik ilişkisini, Nieves ve Segarra-Cipres (2015) İspanya örneği üzerinden 109 otelden elde edilen veriler ile yönetim inovasyonunun otellerde uygulanmasını hem iç hem de dış kaynak faktörlerinin belirlenmesini çalışan araştırmacılarıdır. Ayrıca Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi tarafından 2016 yılında düzenlenen ulusal turizm kongresinin ana temasının da “Turizmde Yenilik” olarak belirlenerek konunun güncelliğine ve üzerinde durulması gerekliliğine dikkat çekilmiştir. Bu doğrultuda değişen dünyada artan teknolojik gelişmelerin değişim sürecini daha da hızlandırdığına vurgu yapılmıştır. Buna göre; insan hayatı, iş dünyası ve nihayetinde çevremizdeki her olgu hızlı bir değişim ve dönüşüm içindedir. İşte bu değişim ve dönüşüme ayak uydurabilecek yapı ve kabiliyete sahip olmanın yanında, değişim ve dönüşüme yön verebilen ülkeler, sektörler, işletmeler ve bireyler rekabet avantajı sağlayarak başarıyı yakalayabilmekte ve değer oluşturabilmektedirler. Diğer bir ifade ile, lider olabilmek, ekonomik fayda ve refah sağlayabilmek için “yenilik” hayatımızın odağı haline gelmiştir (Karamustafa, 2014, s. xi).

Turizm sektöründe yenilikçilik, değişen konuk beklentileri, nüfus yapısı, teknoloji, hükümet politikaları, çevre faktörleri ve sosyal yaşamın insanlara yüklediği sorumluluklar çerçevesinde değerlendirilmiş ve turizmde yenilikçiliğin ürün bazında, süreçler bazında, yönetsel anlamda ya da sektörel bazda ortaya çıkabildiği ifade edilmiştir. Ancak Scott ve Cooper (2010) turizmde yenilikçi anlayışa sahip olmak için

eğitimin önemine vurgu yaparak turizmde bir bölgenin pazarlanması açısından paydaşlar tarafından oluşturulan network yapılanmaları, pazarlama çabalarında internetin etkin kullanımı, elektronik rezervasyon sistemlerinin adaptasyonu, daha yenilikçi anlayışa sahip personel profiline erişebilmek amacıyla eğitim verilmesi de bir inovasyon örneği olarak sunmuştur (Sandıkçı vd., 2014, s. 238).

Son olarak literatürde eğitim yenilikçilik ilişkisini araştıran çalışmalara da rastlamak mümkündür. Yine bu kapsamda; Könings vd. (2007) eğitim alanında yenilikçilik özelliklerini, Odabaşı(2010) 343 üniversite öğrencisi ile bireysel yenilikçilik ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliğini, Oktuğ ve Özden (2013) 138 üniversite öğrencisi örneği üzerinden bireycilik/toplulukçuluk ile bireysel yenilikçilik eğilimi arasındaki ilişkide içsel motivasyonun etkisini, Özgür, 2013 yılında öğretmen adaylarının eleştirel düşünme eğilimleri ile bireysel yenilikçilik özellikleri arasındaki ilişkiyi, Kösterelioğlu ve Demir, 2014 yılında öğretmenlerin bireysel yenilikçilik düzeyini, Summak (2014) ilköğretim okulu öğretmenlerinin bireysel yenilikçilik düzeyini, Korucu ve Olpak (2015) öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik özelliklerini cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi, haftalık internet kullanım süresi ve internet kullanımına yönelik tutumu çalışan diğer araştırmacılarıdır.

Yenilikçilik çalışmalarına ilişkin literatür yenilikçilik çalışmalarının Ar&GE, teknoloji, bilgi, yönetim gibi konularına ve eğitim alanında ise genel olarak öğretmenlere yönelik çalışmalara yoğunlaştığını göstermektedir. Bu doğrultuda çalışmanın temel amacı Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde öğrenimi gören öğrencilerin bireysel yenilikçilik algılarının ölçülmesi olup öğrencilerin cinsiyetlerine, öğrenim gördükleri bölüme ve yenilikçilikle ilgili bir sertifika programına katılıp katılmama durumlarına göre bireysel yenilikçilik algılarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemektir. Bu amaçla bu çalışmanın yapılmasının altında yatan temel neden ise yapılan incelemeler sonucunda ulaşılabilen çalışmalarda turizm öğrenimi gören öğrencilere yönelik bireysel yenilikçilik ile ilgili araştırmaya rastlanamamasıdır. Bu yönüyle önem ve özgün bir değer taşıdığı düşünülen araştırma ile hem literatüre katkıda bulunulabileceği hem de gelecekteki araştırmalara ışık tutulabileceği düşünülmektedir.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Yöntemi ve Hipotezleri

Bireyin sahip olduğu yenilikçilik düzeyi ve ait olduğu yenilikçilik kategorisi H. Thomas Hurt, Katherine Joseph ve Chester. D. Cook tarafından geliştirilen Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ) (Innovativeness Scale (IS)-1977) ile belirlenmiştir. Ölçek yenilikçiliği tespit etmek ve kişisel boyutta “*yeni şeyleri denemeye isteklilik*” olarak incelemektedir. Dolayısıyla yenilikçilik yeni ve farklı olan şeylere duyulan tepki olarak ifade edilmektedir. Değişime karşı duyulan bu tepkilerin aralığı çok olumlu (pozitif) ile çok olumsuz (negatif) arasında yer almaktadır. İlaveten risk alma, deneyime açıklık gibi diğer kişisel özelliklerle ilişkili olan bir kavram olarak incelenmektedir. İletişim alanında geliştirilen ölçek eğitim, işletme gibi dallarda da genel düzeydeki yenilikçiliği güvenilir bir biçimde test etmektedir. Ayrıca ölçekle bireyin yenilikçilik düzeyini ve ait olduğu kategoriyi tespit eden bir ölçme metodudur (Kılıçer ve Odabaşı, 2010:152).

Araştırmada bireysel yenilikçilik algılarının belirlenmesi amacıyla turizm öğrenimi gören öğrencilere anket uygulanmıştır. Bu kapsamda verilerin toplanması amacıyla 20 ifadeden oluşan Bireysel Yenilikçilik Ölçeği kullanılmıştır. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği’nde yer alan ifadeler Sarıoğlu’nun (2014) “Bireysel Yenilikçilik Ölçeği’nin Hemşirelikte Geçerlilik ve Güvenirliği” adlı yüksek lisans tezinden uyarlanmıştır.

Anket formunda ayrıca katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadeler yer verilmiştir. Araştırmada öncelikle ölçeğin geçerlilik ve güvenirliliğinin tespit edilmesinin ardından açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Hipotezlerin test edilmesi amacıyla Bağımsız Örneklem t Testi, Tek Yönlü ANOVA analizleri yapılmıştır. Ayrıca Demografik özelliklere ilişkin istatistiksel verileri elde etmek amacıyla frekans analizi uygulanmıştır.

Çalışmada istenilen amaca ulaşmak maksadıyla aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H_1 : Turizm öğrenimi gören öğrencilerin bireysel yenilikçilik boyutlarına ilişkin algıları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H_{1a} : Turizm öğrenimi gören öğrencilerin risk alma boyutuna ilişkin algıları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H_{1b}: Turizm öğrenimi gören öğrencilerin fikir önderliği boyutuna ilişkin algıları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H_{1c}: Turizm öğrenimi gören öğrencilerin değişime direnç boyutuna ilişkin algıları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H₂: Turizm öğrenimi gören öğrencilerin bireysel yenilikçilik boyutlarına ilişkin algıları öğrenim gördükleri bölüme göre farklılık göstermektedir.

H_{2a}: Turizm öğrenimi gören öğrencilerin risk alma boyutuna ilişkin algıları öğrenim gördükleri bölüme göre farklılık göstermektedir.

H_{2b}: Turizm öğrenimi gören öğrencilerin fikir önderliği boyutuna ilişkin algıları öğrenim gördükleri bölüme göre farklılık göstermektedir.

H_{2c}: Turizm öğrenimi gören öğrencilerin değişime direnç boyutuna ilişkin algıları öğrenim gördükleri bölüme göre farklılık göstermektedir.

H₃: Turizm öğrenimi gören öğrencilerin bireysel yenilikçilik boyutlarına ilişkin algıları yenilikçilikle ilgili bir sertifika programına katılma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{3a}: Turizm öğrenimi gören öğrencilerin risk alma boyutuna ilişkin algıları yenilikçilikle ilgili bir sertifika programına katılma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{3b}: Turizm öğrenimi gören öğrencilerin fikir önderliği boyutuna ilişkin algıları yenilikçilikle ilgili bir sertifika programına katılma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{3c}: Turizm öğrenimi gören öğrencilerin değişime direnç boyutuna ilişkin algıları yenilikçilikle ilgili bir sertifika programına katılma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

3.2. Evren ve Örneklem Seçimi

Çalışmanın evreni 2015-2016 eğitim-öğretim yılı güz döneminde Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerden oluşmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise zaman kısıtlılığı ve tüm öğrencilerin okula devam durumlarının belirlenmesinin güçlüğü nedeniyle anket formunun uygulandığı dönemde fakültede

bulunan ve araştırmaya katılmayı kabul eden turizm fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Öğrenci işlerinden alınan bilgilere dayanarak Gastronomi ve Mutfak Sanatları (GMS) Bölümü'nde 545 ve Turizm İşletmeciliği (TUI) Bölümü'nde 462 öğrenci olduğu belirlenmiştir. Bu sayılar birinci ve ikinci öğretimde öğrenim gören toplam öğrenci sayısını içermektedir. Sosyal bilimler araştırmalarında 1100 deneyin yer aldığı bir evrende 285 örneklem sayısı yeterli görülmele birlikte 30 ila 500 örneklem büyüklüğünün birçok araştırma için yeterli olduğu ifade edilmektedir (Altunışık vd., 2012, s. 137). Bu araştırma kapsamında ise toplamda analiz yapmaya elverişli 500 anket formu değerlendirilmeye alınmıştır.

3.3. Veri Toplama Yöntemi

Birincil verilerin sağlanması maksadıyla anket yöntemi araştırmalarda en çok tercih edilen metotlardan biri olmasının yanı sıra en hızlı, en az maliyetli ve amacına ve elde edilmek istenen sonuçlara ulaşılmasında uygun araç olarak seçilmiştir. Anketler formu katılımcılara dağıtılarak katılımcılardan bu formu doldurmaları istenmiştir. Araştırmada katılımcıların bireysel yenilikçilik algılarının belirlenmesi amacıyla yer alan ifadeler “Hiç Katılmıyorum (1), Katılmıyorum (2), Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum (3), Katılıyorum (4) ve Tamamen Katılıyorum (5)” şeklinde 5’li Likert tipi ölçekle değerlendirilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizi SPSS 20 istatistik programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Veri analizi iki aşamada yapılmıştır. Araştırma dâhilinde ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik testleri kapsamında açıklayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Daha sonra ise hipotezleri test etmeye yönelik analizler uygulanmıştır. Turizm öğrenimi gören öğrencilerin pazarlama etiğine ilişkin tutumlarındaki farklılıkları tespit etmek amacıyla - cinsiyete, öğrenim gördükleri bölüme ve yenilikçilikle ilgili bir sertifika programına katılma durumlarına göre - analizler yapılmıştır. Çalışma dâhilinde gerçekleştirilen istatistikî testlerde anlamlılık düzeyi 0,05’tir.

4. BULGULAR

4.1. Demografik Bulgular

Çalışmaya iştirak eden öğrencilere ilişkin sosyo-demografik dağılımlar ile mesleğin seçilmesinde etkili olan durum, mezun olduktan sonra mesleği yapma isteği ve yenilikçilikle ilgili herhangi bir sertifika programına katılma durumuna ilişkin dağılımlar Tablo 1’de gösterilmektedir. Tablo 1’e göre, cevaplayıcıların %56,6’sı erkek ve %43,4’ü kız öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmaya iştirak eden öğrencilerin %20’sinin 17-19 yaş arasında, %58,4’ünün 20–22 yaş arasında ve %21,6’sının 23 yaş ve üzeri olduğu belirlenmiştir. Cevaplayıcıların %36,6’sını 1. sınıf, %22,8’ini 2. sınıf, %21,4’ünü 3. sınıf ve %19,2’sini 4. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Katılımcıların %40,2’si Turizm İşletmeciliği, %59,6’sı Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde öğrenim görmektedir. Ayrıca katılımcıların %60,2’si birinci öğretim ve %39,8’i ikinci öğretim programında kayıtlıdır.

Tablo 1. Demografik Değişkenler

	n	%		n	%
Cinsiyet			Program		
Erkek	283	56,6	Birinci Öğretim	301	60,2
Kadın	217	43,4	İkinci Öğretim	199	39,8
Toplam	500	100	Toplam	500	100
Yaş			Mesleğin Seçilmesinde Etkili Olan Durum		
17-19 yaş	100	20	İsteyerek Seçtim	277	55,4
20-22 yaş	292	58,4	İstemeyerek Seçtim	53	10,6
23 yaş ve üzeri	108	21,6	Kısmen İsteyerek Seçtim	170	34
Toplam	500	100	Toplam	500	100
Sınıf			Mezun Olduktan Sonra Mesleği Yapma İsteği		
1. sınıf	183	36,6	Evet	317	63,4
2. sınıf	114	22,8	Hayır	66	13,2
3. sınıf	107	21,4	Belki	117	23,4
4. sınıf	96	19,2	Toplam	500	100
Toplam	500	100	Yenilikçilikle ilgili Bir Sertifika Programına Katılma Durumu		
Bölüm			Evet, katıldım	128	25,6
TUİ*	201	40,2	Hayır, katılmadım	372	74,4
GMS*	298	59,6	Toplam	500	100
Toplam	500	100			

* TUİ: Turizm İşletmeciliği GMS: Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Meslek seçiminde etkili olan durum açısından cevaplayıcılar %55,4’ü bu mesleği kendi isteği ile seçtiğini, %10,6’sı istemeyerek seçtiğini, %34’ü ise kısmen isteyerek seçtiğini ifade etmiştir. Araştırmaya iştirak eden öğrencilerin %63,4’ü mezuniyetinden sonra

mesleği yapmak istediğini, %13,2'si mesleği yapmak istemediğini, %23,4'ü ise yapıp yapmayacağı hususunda kararsız olduklarını belirtmiştir. Katılımcıların %25,6'sı yenilikçilikle ilgili herhangi bir sertifika programına katıldığını, %74,4'ü katılmadığını beyan etmiştir.

4.2. Ölçeklerin Güvenilirliği, Yapı Geçerliliği ve Açıklayıcı Faktör Analizi

Kullanılan Bireysel Yenilikçilik Ölçeği'nin güvenilirliğini belirlemek amacıyla Cronbach's Alpha modeli uygulanmıştır. Bu metot ile ölçekte geçen k sorunun homojen bir yapı gösteren bir bütünü ifade edip etmediği araştırılmaktadır. α değeri 0 ile 1 arasında bir değer olası tüm ikiye ayırma kombinasyonları sonucu ortaya çıkacak katsayılarının bir ortalamasını ifade etmektedir. Geçerli bir α değerinin en az 0,70 olması beklenmektedir(Altunışık vd., 2012, s. 126; İslamoğlu ve Alınacak, 2013, s. 278) sosyal bilimlerde α değeri;

0,00 < α < 0,40 ölçeğin güvenilir olmadığını,

0,41 < α < 0,60 ölçek güvenilirliğinin düşük olduğunu,

0,61 < α < 0,80 ölçek güvenilirliğinin kabul edilebilir seviyede olduğunu,

0,81 < α < 1,00 ölçek güvenilirliğinin yüksek olduğunu belirtmektedir.

Buna göre araştırmada kullanılan Bireysel Yenilikçilik Ölçeği'nin güvenilirlik katsayısı olan Cronbach's Alpha değeri 0,760 olarak saptanmıştır. Bu durum ölçek güvenilirliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğu göstermektedir.

Tablo 2. Turizm Pazarlaması Dersi Tutum Ölçeği İçin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Ortalama	Değişime Direnç	Fikir Önderliği	Risk Alma
Değişime Direnç				
7Çevremdeki insanların kabul ettiğini görene kadar yeni fikirleri benimsemem.	2,45	,688		
13Çevremdeki insanların işine yaradığını görünceye kadar yenilikleri kabul etmede isteksiz davranırım.	2,58	,675		
20Yeni fikirlere karşı şüpheci davranırım.	2,66	,664		
6Yeni bakış açıları ve yeni buluşlara şüphe ile bakarım.	2,74	,662		
10Çevremdeki insanların arasında yeniliği kabul eden en son kişi olduğumu düşünürüm.	2,23	,621		
15Eski yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyi yol olduğunu düşünürüm.	2,49	,610		

	Ortalama	Değişime Direnç	Fikir Önderliği	Risk Alma
17Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliği kullandığını görmek isterim.	3,24	,541		
Fikir Önderliği				
8Yenilikçilik konusunda insanları kolay etkileyen bir kişi olduğumu düşünürüm.	3,46		,780	
12Yenilikler konusunda gruba liderlik etmekten hoşlanırım.	3,65		,745	
11Yaratıcı bir kişi olduğumu düşünürüm.	3,81		,563	
14Düşünce ve davranışlarımla çevremdekileri özgün olmaya teşvik ettiğimi düşünürüm.	3,68		,537	
1Yenilikleri takip ettiğim için arkadaşlarım benden sık sık bilgi ve öneri alırlar.	3,32		,509	
Risk Alma				
16Problemlere ve belirsizliklere karşı mücadele ederim.	3,99			,738
18Yeni fikirlere açık biriyim.	4,24			,733
3Bir şey yaparken yeni yollar olup olmadığını araştırırım	4,03			,698
2Yeni şeyleri denemekten hoşlanırım.	4,19			,691
19Cevaplanmamış sorular beni çözüm bulmaya yöneltir.	3,85			,647
5Problemleri çözmek için genellikle yeni yöntemler bulurum.	3,76			,566
Açıkladığı Varyans %		16,201	13,670	19,506
Açıklanan Toplam Varyans %		16,201	29,871	49,377

Çalışmada Bireysel Yenilikçilik Ölçeği'nin yapı geçerliliğinin belirlenmesi için yapılan KMO testi sonucu 0,873 ve Barlett Küresellik Testi sonucu anlamlı ($p = ,000 < ,001$) bulunmuştur. KMO testinin sonucu ne kadar yüksek ise veri setine uygulanan faktör analizi o derece doğru sonuç verir. KMO oranının 0,50'nin üzerinde olması gerektiğinden, 0,80'in üzerindeki oranlar çok iyi ve 0,90'ın üzerindeki oranlar ise mükemmeldir (Kalaycı, 2010, s. 322). Analizlerde örneklem büyüklüğü faktör analizi için uygun olduğu ve dolayısıyla ölçeğe faktör analizinin de uygun olacağı görülmektedir.

18 maddeden oluşan ölçekte yapılan açıklayıcı faktör analizi ile toplam varyansın %49,37'sini açıklayan ve özdeğeri 1.00'ün üzerinde olan üç alt boyut tespit edilmiştir. Bu faktörler daha önce yapılmış çalışmalarla da uyumlu olarak "*Değişime Direnç*", "*Fikir Önderliği*" ve "*Risk Alma*" olarak açıklanabilir. Ölçekte yer alan ifadelerden 4. ifade (yeni fikirleri kabul etme konusunda genellikle dikkatli davranırım) ve 9. ifade (düşünce ve davranışlarımla özgün olduğumu düşünürüm) faktör yapısını bozması

nedeniyle analize dâhil edilmemiştir. 350 ve üzeri veri sayısı için faktör yüklerinin 0,30 ve üzerinde olması gerekmektedir. 0,50 ve üzerindeki faktör yükleri ise oldukça iyi kabul edilir (Kalaycı, 2010, s. 330). Tablo 1’de gösterildiği üzere 18 maddeye ilişkin faktör yükleri 0,509 ile 0,780 arasında değişmektedir.

4.3. Hipotezlere İlişkin Bağımsız Örneklem T Testi ve Tek yönlü ANOVA Analizi

Tablo 3. Cinsiyete İlişkin Bağımsız Örneklem t Testi

	Cinsiyet	Sayı (n)	Ortalama	Levene Varyansların Eşitliği		t	P (çift kuyruklu)
				F	P		
Risk Alma	Kadın	283	4,00	0,959	0,328	-0,070	0,945
	Erkek	217	4,01				
Değişime Direnç	Kadın	283	2,71	0,750	0,387	2,950	0,003
	Erkek	217	2,51				
Fikir Önderliği	Kadın	283	3,61	0,827	0,364	0,835	0,404
	Erkek	217	3,55				

Cinsiyete yönelik olarak yapılan bağımsız örneklem t testi sonucunda Levene Varyansların Eşitliği Testinde anlamlılık düzeyi tüm boyutlar için $p > 0,05$ değerinin üzerinde gerçekleştiği için varyansların eşit olduğu kararına varılmaktadır. Bu durumda varyansların eşitliği durumuna ilişkin t değerleri dikkate alınmıştır. Buna göre cinsiyet ile yalnızca *değişime direnç* boyutu arasında ($p=0,003 < 0,005$) anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu boyuta ilişkin ortalamalar birbirine yakın olmakla birlikte kadınların erkeklere göre daha fazla *değişime direnç* gösterdikleri sonucu elde edilmiştir. Bu durumda H_{1a} ve H_{1c} kabul edilememiş ve H_{1b} kabul edilmiştir.

Tablo 4. Öğrenim Görülen Bölüme İlişkin Bağımsız Örneklem t Testi

	Bölüm	Sayı (n)	Ortalama	Levene Varyansların Eşitliği		t	P (çift kuyruklu)
				F	P		
Risk Alma	TUİ	201	4,01	0,154	0,695	0,050	0,990
	GMS	299	4,00				
Değişime Direnç	TUİ	201	2,77	1,256	0,263	3,404	0,001
	GMS	299	2,53				
Fikir Önderliği	TUİ	201	3,67	1,483	0,224	2,181	0,030
	GMS	299	3,52				

Katılımcıların öğrenim gördükleri bölüme yönelik olarak yapılan bağımsız örneklem t testi sonucunda Levene Varyansların Eşitliği Testinde anlamlılık düzeyi tüm boyutlar için $p > 0,05$ değerinin üzerinde gerçekleştiği için varyansların eşit olduğu karara varılmaktadır. Bu durumda varyansların eşitliği durumuna ilişkin t değerleri dikkate alınmıştır. Buna göre öğrenim görülen bölüm ile *değişime direnç* ($p= 0,001 < 0,005$) ve *fikir önderliği* ($p = 0,030 < 0,005$) boyutları arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Turizm İşletmeciliği bölümünde öğrenim gören katılımcıların Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde öğrenim görenlere göre daha fazla değişime direnç gösterdikleri ve yine fikir önderliğine de daha yatkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre H_{2a} kabul edilememiş ve H_{2b} ve H_{2c} ise kabul edilmiştir.

Tablo 5. Yenilikçilikle İlgili Sertifika Programına İlişkin Bağımsız Örneklem t Testi

	Katılma Durumu	Sayı (n)	Ortalama	Levene Varyansların Eşitliği		t	P (çift kuyruklu)
				F	P		
Risk Alma	Evet	128	4,10	1,138	0,287	1,766	0,078
	Hayır	372	3,97				
Değişime Direnç	Evet	128	2,60	0,201	0,654	-0,409	0,683
	Hayır	372	2,63				
Fikir Önderliği	Evet	128	3,76	0,840	0,360	3,157	0,002
	Hayır	372	3,52				

Katılımcıların yenilikçilikle ilgili herhangi bir sertifika programına katılıp katılmama durumlarına yönelik olarak yapılan bağımsız örneklem t testi sonucunda Levene Varyansların Eşitliği Testinde anlamlılık düzeyi tüm boyutlar için $p > 0,05$ değerinin üzerinde gerçekleştiği için varyansların eşit olduğu karara varılmaktadır. Bu durumda varyansların eşitliği durumuna ilişkin t değerleri dikkate alınmıştır. Analizler herhangi bir sertifika programına katılıp katılmama durumu ile yalnızca *fikir önderliği* boyutları arasında ($p=0,002 < 0,005$) anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir. Ayrıca daha önce bir sertifika programına katılmış olanların katılmamış olanlara göre fikir önderliğine daha yatkın olduğu belirlenmiştir. Böylece H_{3a} ve H_{3b} kabul edilememiş ve H_{3c} ise kabul edilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde öğrenim gören 500 öğrenci bireysel yenilikçilik algıları ile demografik özellikleri açısından incelenmiştir.

Araştırma kapsamında 20 ifadeden oluşan bireysel yenilikçilik ölçeği kullanılmış ve ölçeğin güvenirlik katsayısı 0.760 olarak bulunmuştur. Ölçeğe ilk olarak açıklayıcı faktör analizi uygulanmış ve bireysel yenilikçilik ölçeğine ilişkin risk alma, değişime direnç ve fikir önderliği olmak üzere üç boyut saptanmıştır.

Bireysel yenilikçilik boyutlarına ilişkin ortalamalar açısından analizlerden elde edilen sonuçlar Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin değişime direnç göstermediklerini, ancak yapılan fark analizinde kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha fazla değişime direnç sergilediklerini göstermektedir. Bu durumun toplum yapısı ve kültürle ilişkili olduğu göz önüne alınırsa kız öğrencilerin değişiklikleri kabullenme konusunda daha fazla cesaretlendirilmelerine ihtiyaç olduğu söylenebilir.

Diğer bir boyut olan fikir önderliğinde ise ortalamaların ne katılıyorum ne katılmıyorum ve katılıyorum ifadelerine daha yakın olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla öğrencilerin sahip oldukları yenilikçi özellikleri çevrelerine bu konuda önderlik etme konusunda etkin olarak kullanma davranışı gösterdikleri veya en azından bu yönde istekli oldukları düşünülmektedir. Ayrıca öğrencilerin yenilikçilikle ilgili bir sertifika programına katılmış olma durumları ile yalnızca fikir önderliği boyutu arasında farklılık göstermesi de önemli bir bulgu olarak dikkat çekicidir. Dolayısıyla bir sertifika programına katılmış olmanın fikir önderliği yapma konusunda öğrencileri cesaretlendirdiği ifade edilebilir.

Risk alma boyutunda ise ortalamaların katılıyorum ifadesine daha yakın olduğu tespit edilmiştir. Risk alma boyutunda gruplar arasında anlamlı farklılıklar gözlemlenememiş olmasının da önemli bir sonuç olduğu düşünülmektedir. Zira yenilikçiliğin riskli bir uğraş olduğu Yuan ve Woodman (2010) tarafından da belirlenmiştir.

Başarılı bir yenilikçilik için üretken fikirlerin başarılı bir şekilde ortaya konması gerekmektedir. Yenilikçiliğin “fikir geliştirme” ile başlayan ve devam eden sürecin başarısında bilgi, öğrenme ve deneyimin önemli bir yerinin olması yenilikçiliğin odağına üretkenlik ve insanı oturtmaktadır (Ersoy ve Şengül, 2008, s. 61-65).

Yenilikçiliğin organizasyonun etkinliği için önemli olduğu geniş ölçüde kabul edilmektedir. Özellikle çalışanların yenilikçi davranışları (örneğin; ürünler ve iş yöntemleri için yeni fikirler geliştirme, benimseme ve uygulama) dinamik bir iş çevresinde yer alan organizasyonda başarılı olmak için önemli bir niteliktir.

Organizasyon kültürü ve iklimi, üstler ile ilişkiler, iş özellikleri, sosyal/grup bağlamında ya da bireysel bağlamda farklılıklar gibi çeşitli faktörler bireysel yeniliğin öncülleri olarak incelenmektedir. Daha önce yapılmış çalışmalarda bireyin görevine olan içsel ilgisinin onun bireysel üretkenliğini pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Üretken fikirler yenilikçi davranışın önemli bir bileşeni olarak görüldüğü için içsel ilgi faktörü çalışan davranışını açıklamada kullanılabilir (Yuan ve Woodman, 2010, s. 323).

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlardan hareketle bireysel yenilikçilik konusunda öğrencilerin daha fazla cesaretlendirilmeleri ve bu konuda daha fazla bilgi edinmelerinin önemi ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla öğrencilerin bireysel yenilikçiliklerini geliştirebilecekleri ve problem çözme becerisini geliştiren, olaylar arasında neden sonuç ilişkisini kurulmasında olanak veren bir ders müfredatı oluşturulması ya da mevcut müfredat içerisinde bu unsurlara ağırlık verilmesi önerilebilir. Bu yolla öğrencilerin teorik bilgilerinin geliştirilmesinin yanı sıra uygulamaya yönelik çalışmalar yapmasını sağlayarak yeni fikirler geliştirmelerine yardımcı olunmalıdır. Nitekim bir sertifika programına katılmış olma durumunun öğrencilerin fikir önderliği yapma konusunda öğrencilere katkı sağladığı araştırma bulgularından da elde edilmiştir. Buna benzer bir uygulamanın ders kapsamına alınması öğrencilerde fikir önderliği yapmanın yanı sıra bireysel yenilikçiliğin diğer boyutları olan değişime direnç ve risk alma boyutlarında da öğrenciler üzerinde faydalı değişimler meydana getirebileceği düşünülmektedir. Derslerde verilen bilgilerin yanı sıra öğrencilere yönelik bireysel yenilikçilik ve eleştirel bakış açısı kazandırma konularında katkıda bulunabilecek çeşitli kişisel gelişim etkinlikleri gerçekleştirilmesi önerilebilir.

Ayrıca bireysel yenilikçilik kapsamında öğrencilerin bilgilerini uygulamaya dökmesi noktasında sektörün desteğinin sağlanması için turizm öğrenimi temel alınarak sektörle işbirliğinin oluşturulması ve geliştirilmesi önerilebilir. Bu doğrultuda sektörün yenilikçilik kavramını desteklemesi ve bu konuda geleceğin işgöreni olan turizm öğrencilerinin ufkunu açmasının önem arz ettiği düşünülmektedir.

Öğrencilerin öğretim üye ve elemanlarını örnek aldıkları ve birçok konuda öğretim üye ve elemanlarının öğrencilerine ışık tuttıkları düşünüldüğünde öğretim üyelerinin ve elemanlarının da kendilerini bu konuda geliştirerek öğrencilere rehber olma görevini

üstlenmesi ve üretkenlik ve yenilikçilik noktasında öğrencileri sınırlandıracak tavır ve davranışlardan kaçınması sağlanabilir.

Bireysel yenilikçilik yüksek performansa temel oluşturur, rekabetçiliği geliştirir ve uzun dönemli başarıyı teşvik eder. Dolayısıyla bir işletmede çalışanların yenilikçi olması o işletmenin değişen çevre şartlarına uyum sağlaması ve stratejik rekabette rekabet avantajına sahip olması için önem taşımaktadır (Kalyar, 2012, s. 1).

Yenilikçiliğin bireye kazandırdığı özellikler, bir işletmede çalışanın sahip olması gereken niteliklerden biri olması nedeniyle önem arz etmektedir. Bu açıdan gelecekte turizm sektöründe çalışacak potansiyel iş görenler olarak turizm fakültesi öğrencilerinin bireysel yenilikçilik algılarının belirlenmesi sektörün geleceği ve toplumsal değer yaratımı için önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

Acaray, A. (2007). Küçük ve Orta Boy İşletmelerde Yenilik Yönetimi: Yenilik Yönetiminde Etkili Olan Örgütsel Yapı ve Faktörlere İlişkin Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aldebert, B., Dang, R. J. and Longhi, C. (2011). Innovation in the Tourism Industry: The Case of Tourism@. *Tourism Management*, 32, 1204-1213.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri- SPSS Uygulamalı*. (7. Basım). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Dil, S., Uzun, M. ve Aykanat B. Hemşirelik Eğitiminde İnovasyon. *International Journal of Human Sciences*, 9 (2), 1217-1228.

Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practise and Principles*. New York: Harper&Row.

Ersoy, B. A. ve Şengül, C. M. (2008). Yenilikçiliğe Yönelik Devlet Uygulamaları ve AB Karşılaştırması. *Yönetim ve Ekonomi*, 15 (1), 59-74.

Ersöz, F. (2009). Savunma Yeteneklerinin Geliştirilmesinde Bilgi ve Teknoloji, AR-GE ve İnovasyonun Rolü ile İnovasyon Göstergelerine göre Türkiye'nin Yeri. *Tünav Bilim Dergisi*, 2 (3), 364-371.

European Comission (1995). Green Paper on Innovation. Web: http://europa.eu/documents/comm/green_papers/pdf/com95_688_en.pdf adresinden 22.02.2016 tarihinde alınmıştır.

Hjalager, A. M. (2010). A Review of Innovation Research in Tourism. *Tourism Management*, 31, 1-12.

Hoarau, H. and Kline, C. (2014). Science and Industry: Sharing Knowledge for Innovation. *Annals of Tourism Research*. 46, 44-61.

Hsu, C. L., Lu, H. P. and Hsu, H. H. (2007). Adoption of the Mobile Internet: An Empirical Study of Multimedia Message Service (MMS). *The International Journal of Management Science*, 35, 715-726.

Işık, C. ve Keskin, G. (2013). Bilgi Ekonomilerinde Rekabet Üstünlüğü Oluşturulması Açısından İnovasyonun Önemi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27, 41-57.

Işık, C. (2013). The Importance of Creating a Competitive Advantage and Investing in Information Technology for Modern Economies: an ARDL Test Approach from Turkey. *J Knowl Econ*; 4, 387–405.

Işık, C. ve Meriç, S. (2015) Otel Yöneticilerinin Bireysel Yenilikçi Kapsamında Değerlendirilmesi: Van İli Örneği, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 4(1), s.1-16.

Işık, C., Keskin, G. ve Serçeoğlu, N., (2015) Turizm Sektöründe Nitelikli İşgücü Açığına Yenilikçi Yaklaşım: Kapadokya Örneği, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi* 4 (2), 27-48.

Işık, C., ve Aydın, E. (2016). Konaklama İşletmeleri Çalışanlarının Yenilikçi İş Davranışı Düzeylerinin İncelenmesi: Ayder Yaylası Örneği. *Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 17-30.

Işık, C., Işık, Z., & Tırak, L. (2016). Turizm Amaçlı Konaklama İşletmelerinde Duygusal Emek ile Bireysel Yenilikçilik İlişkisi: Palandöken Örneği. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 2(2), 117-133.

- İslamoğlu, A. H. ve Alnıaçık, Ü. (2013). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri- SPSS Uygulamalı*. (3. Basım). İstanbul: Beta Basım, Yayım, Dağıtım.
- Jong, J. P. J. de (2007). Individual Innovation The Connection Between Leadership and Employees' Innovative Work Behavior. Doctorate Thesis. Amsterdam University.
- Kalaycı, Ş. (2009). Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli. Kalaycı, Ş. (Ed.). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. (4. Basım). (ss. 259-269). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kalyar, M. N. (2012). Individual Innovation and its Antecedents: Mediating Role of Creativity and Self-leadership. *International Journal of Professional Management*, 7 (2), 1-16.
- Karamustafa K. (2014). Sunuş. 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 05-08 Aralık, Kayseri, xi-xiv.
- Kavrakoğlu İ. (2006). *Yönetimde Devrimin Rehberi: İnovasyon*. İstanbul: Alteo Yayıncılık.
- Kılıçer, K. ve Odabaşı, H. F. (2010). Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 150-164.
- King N. and Anderson, N. (2002). *Managing Innovation and Change: A Critical Guide for Organizations*, London: Thomson.
- Korucu, A. T. ve Olpak, Y. Z. (2015). Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Özelliklerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*. 5 (1), 111-127.
- Kozak, M. W. (2014). Innovation, Tourism and Destination Development: Dolnoslaskie Case Study. *European Planning Studies*, 22 (8), 1604-1624.
- Könings, K. D., Brand-Gruwel, S. and vanMerriënboer, J. J. G. (2007). Teachers' Perspectives on Innovation: Implication for Educational Design. *Teaching and Teacher Education*, 23, 985-997.

- Kösterelioğlu, M. A. ve Demir, F. (2014). Öğretmenlerin Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin Öğretmen Liderliğine Etkisi. *International Journal of SocialScience*, 26, 247-256.
- Lu, J., Yao, J. E. and Yu, C. S. (2005). Personal Innovativeness, Social Influences and Adoption of Wireless Internet Services Via Mobile Technology. *Journal of Strategic Information Systems*, 14, 245-268.
- Mattsson, J., Sundbo, J. and Füssing-Jensen, C. (2005). Innovation Systems in Tourism: The Roles of Attractors and Scene-Takers. *Industry and Innovation*, 12 (3), 357-381.
- Nieves, J. and Segarra-Cipres, M. (2015). Management Innovation in the Hotel Industry. *Tourism Management*, 46, 51-58.
- Novelli, M., Schmitz, B. and Spencer, T. Networks, Clusters and Innovation in Tourism: A UK Experience. *Tourism Management*, 27, 1141-1152.
- Okтуğ, Z. ve Özden, M. S. (2013). Bireycilik/Toplulukçuluk ile Bireysel Yenilikçilik Eğilimi Arasındaki İçsel Motivasyonun Biçimlendirici Rolü. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (2), 1-22.
- Oyedoyin, B., Ilori, M. O., Oyebisi, T., Oluwale, B. A. and Jegede, O. O. (2014). Involvement of Stakeholders in the R&D and Innovation Process: An Analysis of Nigeria's Innovation System. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 3 (1), 1-24.
- Özdemir, Ö. G. ve Özer, D. (2014). Yenilikçilik mi? Tüketim mi?: Yenilikçi Tüketime Eleştirel Bir Yaklaşım ve Nitel Bir Analiz. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 3 (1), 25-48.
- Özgür, H. (2013). Bilişim Teknolojileri Öğretmen Adaylarının Eleştirel Düşünme Eğilimleri ile Bireysel Yenilikçilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 409-420.
- Öztürk, Z. Y. ve Summak, M. S. (2014). İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Bireysel Yenilikçiliklerinin İncelenmesi. *International Journal of Science Culture and Sport, Special Issue 1*, 844-853.

Rodríguez, I., Williams, A. M. and Hall, C. M. (2014). Tourism Innovation Policy: Implementation and Outcomes. *Annals of Tourism Research*, 49, 76-93.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (Fifth Edition). New York: Free Press.

Sandıkçı, M., Çelik, S., Töre Başat, H. Ve Yayla, Ö. (2014). Alternatif Tatilden Alternatif Tedaviye Termal Turizmde İnovasyon Süreci: Afyonkarahisar Örneği. 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 05-08 Aralık, Kayseri, 236-248.

Sarıoğlu, A. (2014). Bireysel Yenilikçilik Ölçeği'nin Hemşirelikte Geçerlilik ve Güvenirliği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Scott, S. G. and Bruce, R. A. Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace. *Academy of Management Journal*, 37 (3), 580-607.

Stamboulis, Y. and Skayannis, P. (2003). Innovation Strategies and .Technology for Experience-based Tourism. *Tourism Management*. 24, 35-43.

Yamaç, K. (2001). Nedir Bu İnovasyon? *Bilim, Eğitim ve Düşünce Dergisi*. 1 (3), 6-8. <http://www.universite-toplum.org/text.php3?id=41> adresinden 02.03.2016 tarihinde alınmıştır.

Yuan, F. and Woodman, R. W. (2010). Innovative Behavior in the Workplace: The Role of Performance and Image Outcome Expectations. *Academy of Management Journal*, 53 (2), 323-342.

Türk Dil Kurumu. (TDK). 2016,

Web:http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_karsilik&arama=kelime&guid=TDK.GTS.56ed6939e322d2.99334347 adresinden 13.02.2016 tarihinde alınmıştır.

EXTENDED ABSTRACT

Innovation means “doing something new and different”, which derives from the root of “innovare” in Latin. Nowadays, innovation as a value created by novelties is the key to development together with technology (Işık, 2013, s. 42).

Particularly, increasing competition conditions affects every aspect of life and make it imperative that individuals develop themselves based on constantly changing changes, rapidly changing differences and new situations. Willing to change and adapting to innovations within mentioned obligations stands out as an important feature for individual (Oktuğ ve Özden, 2013, p. 1-2).

Individuals who have the talents and skills of the 21st century; is people who can achieve the information they need in any circumstance, solve problems, provide active communication, and demonstrate innovation characteristics (Korucu ve Olpak, p. 115). These people incorporate the characteristics of those who embrace innovations and their reactions to innovations. In this respect innovation; willingness to try change and new things takes place at the level of adopting any innovation of individuals or institutions within a social system in the process of adoption (Kılıçer ve Odabaşı, 2010, p. 151). Therefore, innovation is an umbrella term that includes features such as risk taking, opening to experiment, creativity, and opinion leadership. Thus, the innovative characteristics inherent in the individual are also different from each other (Korucu ve Olpak, 2015, p. 115).

This research, aimed at measuring individual innovation perceptions of students as individuals and future employees in the society, focus primarily on the literature on innovation, then methodology, findings, conclusions and recommendations.

Innovation, which is the expression of innovation at the point of producing, implementing and accepting a new idea, involves adaptation of products and processes from outside the organization. Innovation that is the expression of a new product at the point of producing, implementing and accepting a new idea involves adaptation of products and processes from outside the organization. In this respect individual innovation is expressed recognition of problems, production, development or adoption of ideas or solutions (Scott ve Bruce, 1994, p. 581).

The changing conditions are forcing individuals to innovate in today's world where a new technology has penetrated into our lives. This fact increases the success of individuals especially in business life (Kösterelioğlu ve Demir, 2014, p. 248). In this context individual innovation can be expressed as the perception of any product, service or idea by a person. So individual innovation is a discipline, a skill of learning and practice. Innovation as individuals' acceptance of an idea is dependent on the behavior of the individual towards renewal. In this case, it is a prerequisite for the individual to have an adequate level of knowledge, relevant undergraduate experience, creative thinking skills and to be able to adopt and solve the problem so that individual innovation can take place. These conditions lead to individuals within a social system to accept any innovation earlier than others. Thus, there are three different groups; individuals who are unaware of the gains achieved from innovation, individuals who are aware of their achievements (indirect adopters) but who do not yet acknowledge and truly accept (Sarioğlu, 2014, p. 25).

Some studies in the literature investigated the relationship between education and innovation. In this context Könings et al. (2007) also investigated the innovation characteristics in the field of education, Odabaşı (2010) examined the validity and reliability of individual innovation scale with 343 university students, Oktuğ ve Özden (2013) investigated the influence of internal motivation in relation to individualism / collectivism and individual innovation tendency, with 138 university students, Özgür (2013) examined the relationship between teacher candidates' critical thinking tendencies and individual innovativeness traits, Kösterelioğlu and Demir (2014), Summak (2014), Korucu ve Olpak (2015) examined individual innovation levels of teachers.

METHODOLOGY

Research Method and Hypotheses

The level of innovation that the individual possesses and the category of innovation that belongs to are developed by H. Thomas Hurt, Katherine Joseph and Chester D. Cook. (Innovativeness Scale (IS) -1977). A questionnaire was applied to the students who had learned tourism in order to determine individual innovation perceptions in the research. In this context, 20-item Individual Innovation Scale was used to collect data.

Expressions in the Individual Innovation Scale were adapted from Sarıoğlu's (2014) master thesis, "Individual Innovation Scale's Validity and Reliability in Nursing".

Research hypotheses are as follows.

H₁: The perceptions of tourism learners about the dimensions of individual innovation differ according to gender.

H_{1a}: The perception of the risk taking dimension of the students who are learning tourism differ according to gender.

H_{1b}: The perception of the opinion leadership dimension of the students who are learning tourism differ according to gender.

H_{1c}: The perception of the resistance to change dimension of the students who are learning tourism differ according to gender.

H₂: The perceptions of tourism learners about the dimensions of individual innovation differ according to the department they have studied.

H_{2a}: The perception of the risk taking dimension of the students who are learning tourism differ according to the department they have studied.

H_{2b}: The perception of the opinion leadership dimension of the students who are learning tourism differ according to the department they have studied.

H_{2c}: The perception of the resistance to change dimension of the students who are learning tourism differ according to the department they have studied.

H₃: The perceptions of tourism learners about the dimensions of individual innovation differ according to their participation in a certification program on innovation.

H_{3a}: The perception of the risk taking dimension of the students who are learning tourism differ according to their participation in a certification program on innovation.

H_{3b}: The perception of the opinion leadership dimension of the students who are learning tourism differ according to their participation in a certification program on innovation.

H_{3c}: The perception of the resistance to change dimension of the students who are learning tourism differ according to their participation in a certification program on innovation.

Selection of Population and Sampling

The population of the study consists of students who are trained at Ataturk University Faculty of Tourism in the fall semester of 2015-2016 academic year. The sample of the study is composed of tourism faculty students who agreed to participate in the questionnaire. Based on the information received from the Student Affairs Office, it was determined that there were 545 students in the Department of Gastronomy and Culinary Arts and 462 students in the Department of Tourism Management. These figures include the total number of students studying in formal and evening education. In the scope of this research, 500 questionnaire forms suitable for analysis were taken into consideration.

Data Collection Method

For the purpose of providing primary data, the questionnaire method was chosen as the most preferred method in researches, as well as the fastest, least costly and suitable tool for achieving the purpose and desired results. The questionnaire form was distributed to participants and participants were asked to complete this form. Expressions included in the questionnaire to identify individual innovation perceptions of participants were assessed using a 5-point Likert-type scale (I strongly do not agree (1), I do not agree (2), neutral (3), I agree (4) and I strongly agree (5)).

Analysis of Data

Analysis of the data was carried out through the SPSS 20 statistical program. Data analysis is done in two steps. The scale was tested for validity and reliability within the study and exploratory factor analysis was used. Then were applied analyses to test hypotheses. In order to determine the differences in the attitudes of tourism students to individual innovation, analyzes were carried out according to gender, learned department, participation in a certification program related to innovation. The significance level of the statistical tests performed within the study is 0.05.

FINDINGS

Demographic Findings

Table 1. Demographic Variables					
	n	%		n	%
Gender			Programme		
Male	283	56,6	Formal Education	301	60,2
Female	217	43,4	Evening Education	199	39,8
Total	500	100	Total	500	100
Age			Effective Condition in Carrier Choice		
17-19 age	100	20	I willingly chose	277	55,4
20-22 age	292	58,4	I unwillingly chose	53	10,6
23 age and over	108	21,6	I partly willingly chose	170	34
Total	500	100	Total	500	100
Class			Willingness to Make a Profession After Graduation		
1. class	183	36,6	Yes	317	63,4
2. class	114	22,8	No	66	13,2
3. class	107	21,4	Maybe	117	23,4
4. class	96	19,2	Total	500	100
Total	500	100	Participation in a Certificate Program on Innovation		
Department			Yes, I joined	128	25,6
TM*	201	40,2	No, did not join	372	74,4
GCA*	298	59,6	Total	500	100
Total	500	100			

*TM: Tourism Management GCA: Gastronomy and Culinary Arts

Reliability and Structural Validity of Scale and Exploratory Factor Analysis

Table 2. Exploratory Factor Analysis for Individual Innovation Scale				
	Mean	Resistance to Change	Opinion Leadership	Risk Taking
Resistance to Change				
7 I rarely trust new ideas until I can see whether the vast majority of people around me accept them.	2,45	,688		
13 I am reluctant about adopting new ways of doing things until I see them working for people around me.	2,58	,675		
20 I often find myself skeptical of new ideas.	2,66	,664		
6 I am suspicious of new inventions and new ways of thinking.	2,74	,662		
10 I am aware that I am usually one of the last people in my group to accept something new	2,23	,621		
15 I tend to feel that the old way of living and doing things is the best way.	2,49	,610		
17 I must see other people using new innovations before I will consider them.	3,24	,541		

Table 2. Exploratory Factor Analysis for Individual Innovation Scale

	Mean	Resistance to Change	Opinion Leadership	Risk Taking
Opinion Leadership				
8 I feel that I am an influential member of my peer group.	3,46		,780	
12 I enjoy taking part in the leadership responsibilities of the group I belong to.	3,65		,745	
11 I am an inventive kind of person.	3,81		,563	
14 I find it stimulating to be original in my thinking and behavior.	3,68		,537	
1 My peers often ask me for advice or information.	3,32		,509	
Risk Taking				
16 I am challenged by ambiguities and unsolved problems.	3,99			,738
18 I am receptive to new ideas.	4,24			,733
3 I seek out new ways to do things.	4,03			,698
2 I enjoy trying new ideas.	4,19			,691
19 I am challenged by unanswered questions.	3,85			,647
5 I frequently improvise methods for solving a problem when an answer is not apparent.	3,76			,566
Explained Variance %		16,201	13,670	19,506
Explained Total Variance %		16,201	29,871	49,377

Independent Sample T Test and One-Way ANOVA Analysis on Hypotheses

Table 3. Independent Sample t Test for Gender

	Gender	Number (n)	Mean	Levene Equality of Variances		t	P (two tailed)
				F	P		
Risk Taking	Female	283	4,00	0,959	0,328	-0,070	0,945
	Male	217	4,01				
Resistance to Change	Female	283	2,71	0,750	0,387	2,950	0,003
	Male	217	2,51				
Opinion Leadership	Female	283	3,61	0,827	0,364	0,835	0,404
	Male	217	3,55				

Table 4. Independent Sample t Test for Department

	Department	Number (n)	Mean	Levene Equality of Variances		t	P (two tailed)
				F	P		
				Risk Taking	TM		
	GCA	299	4,00				
Resistance to Change	TM	201	2,77	1,256	0,263	3,404	0,001
	GCA	299	2,53				
Opinion Leadership	TM	201	3,67	1,483	0,224	2,181	0,030
	GCA	299	3,52				

Table 5. Independent Sample t Test for Innovation-Related Certificate Program

	Participation Status	Number (n)	Mean	Levene Equality of Variances		t	P (two tailed)
				F	P		
				Risk Taking	Yes		
	No	372	3,97				
Resistance to Change	Yes	128	2,60	0,201	0,654	-0,409	0,683
	No	372	2,63				
Opinion Leadership	Yes	128	3,76	0,840	0,360	3,157	0,002
	No	372	3,52				

Results

In this study, 500 students who are training at Ataturk University Faculty of Tourism were examined in terms of individual innovation perceptions and demographic characteristics. The results obtained from the analyzes in terms of the averages of the individual innovativeness dimensions show that the Atatürk University Faculty of Tourism students did not show resistance to change but the difference analysis showed that female students showed more resistance to change than male students. Given the community structure and culture, it can be said that girls need to be encouraged to accept changes.

In another dimension of opinion leadership, it was determined that the averages were closer to the “neutral” and “I agree” expressions. Therefore, the innovative features of the students have been shown to actively use their environments to lead this way or at least they are thought to be willing to do that.

It is thought that significant differences between the groups in the risk taking dimension cannot be observed as an important result. It is also determined by Yuan and Woodman (2010) that innovation is a risky endeavor.

Individual innovation creates a basis for high performance, improves competitiveness and promotes long-term success. Therefore, the innovative nature of employees in an enterprise is crucial for the company to adapt to changing environmental conditions and to have a competitive advantage (Kalyar, 2012:1).

The characteristics that innovation brings to the individual are important because it is one of the qualifications that an employee must possess in an enterprise and in satisfying the needs of our time. From this point of view, determining the individual innovation perceptions of tourism faculty students as potential business people to work in the tourism sector in the future is important for the future of the industry and for the creation of social value.