

Gönderilme Tarihi : 05.11.2019  
Kabul Tarihi : 08.01.2020  
DOI : 10.32705/yorumyönetim.643389

*Araştırma Makalesi/Research Article*

## **TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN YENİLİKÇİLİK EĞİLİMLERİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE YÖNELİK DÜŞÜNCELERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ<sup>1</sup>**

**Muammer MESCİ**

*Doçent, Düzce Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,  
[muammermesci@duzce.edu.tr](mailto:muammermesci@duzce.edu.tr), ORCID:[0000-0002-3053-3954](https://orcid.org/0000-0002-3053-3954)*

**Zeynep MESCİ**

*Dr. Öğr. Üyesi, Düzce Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,  
[zeynepmesci@duzce.edu.tr](mailto:zeynepmesci@duzce.edu.tr), ORCID: [0000-0003-0697-9005](https://orcid.org/0000-0003-0697-9005)*

**Sümeyye TIZGİLİ**

*Düzce Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,  
[sumeyyetzgili@gmail.com](mailto:sumeyyetzgili@gmail.com), ORCID: [0000-0003-2165-6888](https://orcid.org/0000-0003-2165-6888)*

### **Öz**

Bu çalışmanın amacı turizm eğitimi alan son sınıf öğrencilerinin yenilikçilik eğilimlerinin turizm sektörüne yönelik düşüncelerinde farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmektir. Bu amaç doğrultusunda yükseköğretim kurumlarından lisans düzeyinde turizm bölümünde turizm eğitimi alan son sınıf öğrencilerinin yenilikçilik eğilimleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmada nicel araştırma yönteminden yararlanılmış ve anket tekniği ile toplam 220 öğrenciden veriler toplanmıştır. Analiz sonucunda, öğrencilerin yenilikçilik eğilimleri ile turizm sektöründe çalışmayı düşünmesi, çalışmak istenilen sektör, iş kurma olasılığı ve işyeri kurulması düşünülen bölge düşünceleri arasında anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Öğrencileri, Yenilik Eğilimleri.

### **ANALYSIS OF TOURISM STUDENTS' INNOVATION TENDENCIES IN TERMS OF TOURISM SECTORAL PERSPECTIVES**

#### **Abstract**

The aim of this study is to determine whether the innovational tendencies of the last year students receiving tourism education differ in their opinions about the tourism sector. In line with this aim, it has been determined that the innovation tendency of the last year students who have received tourism education in the undergraduate level tourism department of higher education institutions.

Qualitative research method was used in the study and data were collected by questionnaire technique. Data were collected from 220 students. As a result of the analysis, it has been found that there are significant differences between the innovation tendencies of the students and their thinking about working in the tourism sector, the sector they want to work in, the possibility of starting a business and the thoughts of the region that are planned to start a business.

**Key Words:** Tourism Students, Innovation Tendency

<sup>1</sup> 2019.15.01.1030 numaralı Düzce Üniversitesi BAP projesi kapsamında desteklenmiştir.  
9. Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

## GİRİŞ

Sürekli değişim ve gelişimin yaşandığı günümüz bilgi çağında, yenilik kavramına bireylerin duyarsız kalması neredeyse imkânsız görülmektedir. Yenilik kavramın farklı boyutları ile ele alınması ve derinleştirilmesi, kavramın anlaşılması açısından çok önem taşımaktadır. Kelime anlamı olarak Latince “innovare” kökünden türeyen yenilik sözcüğü “yeni ve değişik bir şey yapmak” anlamında kullanılmaktadır (Işık ve Türkmendağ, 2016:69). Rogers ise yeniliği “birey veya toplum tarafından yeni olarak algılanan fikir, uygulama veya nesne biçiminde tanımlamaktadır” (Bodur,2018:140). Yenilik sözcüğünün karşılığı olarak da kullanılan “Yenilikçilik” kavramına dair ilk çalışmalar Schumpeter (1934) tarafından yapıldığı ifade edilebilir. Schumpeter yenilikçiliği 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, 2007:15). Drucker (1985) yenilikçiliği; “bir örgüt ikliminde beraber çalışan farklı bilgi ve yetenekteki insanların verimli hale getirilmesi adına faydalı bilgiler olarak” tanımlamıştır. Drucker’a göre yenilikçilik girişimciliğin özel bir boyutu olmakla beraber toplumsal refahı arttırmak için yeni bir ortam oluşturan kaynakları bir araya getiren bir faaliyettir (Drucker, 1985’ten akt. Acaray, 2007: 28).

Çalışmanın temel amacı turizm eğitimi alan son sınıf öğrencilerinin yenilikçilik eğilimlerini turizm sektörüne yönelik düşüncelerine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemektir. Bu çalışmanın yapılmasındaki neden ise turizm öğrencilerine yönelik yapılan çalışmaların az olduğu fark edilmiş olmasıdır. Bu anlamda çalışma, hem literatüre katkıda bulunabilecek hem de eğitim aşamasında olan öğrencilerin düşüncelerinin önemsenip üzerinde durulması gereken bir konu olduğunu ortaya konulmuş olacaktır. Çalışmada yükseköğretim kurumlarından mezun olan öğrencilerin ortaya koyacağı yeni fikirler veya var olan fikirlere yeni eklemeler yapmaları işletmeler açısından önemli katkılar sağlayabilecektir. Bu nedenle işletmelerin, eğitimleri boyunca kazanmış oldukları bu bilgi ve deneyime sahip olan öğrencilerin ortaya koyacağı fikirleri ticari ürüne dönüştürebilmelerine imkânı ve ortam sağlamaları açısından çok önemlidir.

## Literatür Taraması

Yenilik ve Yenilik yönetimi kavramlarına yönelik yapılan çalışmalar günümüzde artmaktadır. Turizm sektörüne yönelik yenilik çalışmalarının çok eskiye dayanmamakla birlikte araştırmacıların üzerinde durduğu konulardan birisi olup üzerinde durulması önemle tavsiye ettikleri bir konudur. Emek yoğun ve dinamik bir sektör olan turizm sektöründe yenilik, değişen misafir beklentileri, nüfus yapısı, teknolojik gelişmeler, çevre koşulları gibi insanlara yüklediği sorumluluklar çerçevesinde değerlendirilmiş ve yeniliğin ürün, yönetsel, süreçler bazında ya da sektörel bazda ortaya çıkabileceği ifade edilmiştir (Işık ve Türkmendağ, 2016: 72). Scoot ve Cooper (2010) turizmde yenilikçi anlayışa sahip olmak için eğitimin önemine vurgu yapmıştır. Literatüre yönelik incelemelerde eğitim ile yenilikçilik ilişkisini araştıran çalışmalara rastlamakta mümkündür (Könings vd., 2007; Ferrari vd., 2018; Guang-xing vd.,2019).

Johnson ve Hayes (1996) yapmış oldukları çalışmada; ABD’de yapılan bir araştırmada işletmelerin %88’inin girişimci niteliğe sahip çalışanlar aramakta olduklarını dile getirmişlerdir. Bunun nedeninin ise girişimci niteliğe sahip çalışanların, işletmelerde ortalamanın çok daha üzerinde yenilik yapabilme yetkinliğine sahip olduklarını ifade etmektedirler (Daft, 2005: 650–651). Günümüzde işletmelerdeki stratejik bakış, çalışanların işlerini kaybetmek istememesi ve pozisyonlarını sağlamlaştırmak için uyguladıkları yenilikçi davranışlar bunun güzel bir yansımasıdır (Geisler, 1993: 58). Yenilik dar anlamda işletmeler için düşünülse de bugün ABD, Japonya, Almanya gibi gelişmiş ülkelerde de yenilikçi düşünce ve yaratıcı fikirlere önem verdikleri görülmektedir (Berberoğlu, 2010: 14). Bu yüzden geniş anlamda ülke ekonomilerinde yaşanan büyümede, gelişmede ve kalkınmada yeniliğin çok önemli bir rolü bulunmaktadır (Soyak, 2008: 1). Aynı zamanda ülkeler açısından yeniliğe önem vermek istihdamın artmasına, toplumların gelişmesine ve ekonomik olarak sosyal refahın artmasına yardımcı olabilmektedir (Tutar vd., 2007: 196).

İyidemirci (2019) yapmış olduğu çalışmada ülkelerin ekonomik olarak gelişmesinde yeniliğin önemini özellikle vurgulamıştır. Mazgal (2013) tarafından yapılan çalışmada ise girişimciliğin önemli olduğu belirtilmiş ve toplumsal ihtiyaçların belirlenip bu yönde yapılan yatırımların ileride toplumsal refaha dönüştürülmesinde bağlantılı olduğu ifade etmiştir. Planlanan yeni ya da geliştirilip uygulanan mevcut fikirler sadece yeni pazarlara açılmayla değil var olan pazarlarda da etkisini gösterebilmektedir (Aslan, 2018:8). Yeni bir fikrin üretilmesi, uygulanması, geliştirilmesi ve kabulü ise aynı zamanda ürün ve süreçlerin adaptasyonunu kapsamaktadır (Işık ve Türkmendağ, 2016: 69). Günümüz işletmeleri için de yeniliğin son derece önemli olduğu gözden kaçırılmamalıdır (Karadal, 2016:131). Burada önemli olan var olan, ya da yeni bir ürünün yenilikçi fikirlerle nasıl değer kazandırılacağı ve bu fikirlerin nasıl ürüne dönüştürülebileceğidir. Bu süreç bireylerin yaşam tarzını etkilemekte, ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürülmesinde etkilidir. Diğer bir ifade ile yenilik fikirlerinin ekonomik ve toplumsal yarar sağlayacak şekilde bürünmesidir (Elçi, 2007: 2). Fakat bu sürecin süreklilik göstermesi de son derece önemlidir. Bill Gates'in "Microsoft'un hayatta kalma sırlarından birisi, yenilik yapmadan devam edersek iki yıl sonra fesh oluruz" düşüncesi de buna güzel bir örnektir (Aslan, 2018:4). Teknolojik gelişmelerin yaşanmasıyla birlikte değişen talepler bireyleri yenilik yapmaya ve kendilerini bu sürece hazırlamaya iten diğer bir unsur olmuştur. Bir alanda gerekli iyileştirmeler ve kontroller yapılmazsa ilgili sektörün büyümesini ve verimli olabilmesini beklemek mümkün olmayabilir (Göydağ, 2019: 2). Bu yüzden yeni bir mal veya hizmet üretiminde ortaya çıkabilecek, herhangi bir sorunun çözümünü yenilikçi bilgi birikimlerinin uygulanması önemli bir adımı oluşturabilecektir (Çiftçi, 2013: 60). Bu durumu göz önünde bulunduran, etkin ve verimli bir teknolojiyi esas alan ülkeler ise isimlerini küresel rekabet ortamında ön sıralara taşıyabilirler. Aynı zamanda bu gelişim bireylerin de iş yaşamındaki başarılarını özellikle etkilemekte ve sahip oldukları yetenekleri, davranışları, fikirleri yansıtabilmelerinde imkan sağlayabilmektedir. Çünkü yenilik yapabilme yönünden bireyler önemli ve farklı yeteneklere sahiptirler (İyidemirci, 2019: 10). Bireylerin ilgi duydukları alanlar, bilgi düzeylerinin yeterliliği, deneyimleri, düşünme becerileri, sorunları benimseyip çözüm üretebilmeleri ise bireysel yenilikçiliğin gerçekleşebilmesi için önemlidir (Işık ve Türkmendağ, 2016: 70). Bu yeteneğe sahip olan bireyler, yenilikçi olmayan bireylere göre daha orijinal fikirlere ve görüşlere sahip olup yeniliğin oluşturacağı herhangi bir problem karşısında sorunları benimseyip çözüm odaklı olmaktan çekinmeyen bireyler olarak gösterebilirler (Şimşek, 2002: 307). Ancak işletmeler için önemli olan bireydeki yenilikçi kişiliğin, mevcut ya da yeni pazarlarda kendini gösterebilmesi, piyasaya yeni ürünlerin arz edilmesini sağlama ya da hammadde ve kaynak bulunmasında göstermiş olduğu aktivitelerin yansımalarıdır (Duran ve Saraçoğlu, 2009).

Kılıçer ve Odabaşı (2010) tarafından yapılan, çalışmada bireysel yenilik eğilimini etkileyen faktörler dört grupta ele alınmıştır. Bunlar; fikir önderliği, risk alma, deneyime açıklık ve değişime direnç faktörleridir. Bu noktada yenilikçi performansları arttırmak için gerekli desteği ve önemi vermekte son derece önemlidir. Çünkü bu bireysel yeteneklerin yenilikçi davranışa dönüşmesi sadece bireyler için değil işletmeler için de önem arz etmektedir. Bireysel yenilikçiliğin yanı sıra takım halinde yenilik yapmak ise yapılan yeniliklerde daha disiplinli ve koordinasyonlu çalışmayı gerektirir (Işık ve Meriç, 2015: 5). Bu noktada fikir liderlerinin yönlendirmeleri, tutum ve davranışları önemlidir. Bu durum yeni fikirlerin gelişim sürecinden uygulama sürecine kadar kritik rol oynamaktadır. Aksi taktirde uygulaması zor ve karmaşık olan bu yenilik süreci işletme içi farklı sorunlarında beraberinde getirebilir. Unutulmamalıdır ki uygulanan her yenilik sürecinde bir risk taşıyabilir (Tomala ve Senechal, 2003).

### **Araştırmanın Yöntemi**

Bu çalışma nicel araştırma yöntemine dayanmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın verileri anket tekniği ile elde edilmiştir. Nicel araştırma yöntemi gözlem, ölçümlerle tekrarlanabilen ve objektif bir biçimde uygulanabilen bir yöntemdir (Karagöz, 2017:565). Bu çalışmanın amacı turizm eğitimi alan son sınıf öğrencilerinin yenilikçilik eğilimlerini turizm sektörüne yönelik düşüncelerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmektir. Sektörün muhtemel çalışan ve yöneticileri olacak olan öğrencilerin yenilikçilik eğilimlerinin belirlenmesi önemli görülmüş ve yapılan diğer çalışmalar doğrultusunda katkı sağlanacağı düşünülmüştür. Bu bağlamda çalışmanın temel sorunsalı; turizm öğrencilerinin yenilikçilik eğilimleri (a) turizm sektöründe çalışmayı düşünüp düşünmeme (b) kendi işini kurma olasılığı ve (c) iş kurmayı düşündüğü bölge itibarıyla farklılaşp farklılaşmadığıdır.

Evren, kısaca araştırmakta olduğumuz konuyla ilgili elemanların bütünü n ü oluştur an yapı şeklinde tanımlanabilir (Özen ve Gül, 2007:395). Örneklem ise, bu bütü nlerin içerisinden seçilmiş tek bir parça şeklinde tanımlanabilir (Yaşın, 2003:18). Çalışmanın evreni X Üniversitesinde turizm eğitimi alan 4. sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Bunun sebebi ise bu öğrencilerin kısa zamanda mezun olup, eğitim hayatını tamamlayıp çalışma yaşamına adım atacakları varsayılar ak dâhil edilmiştir. Öğrenci işlerinden alınan bilgilere dayanılarak birinci ve ikinci öğretimde öğrenim gören ve aktif öğrenci sayısının toplam 500 öğrenci olduğu belirlenmiştir. Bu sayı çalışma evrenini oluşturmaktadır. Sosyal bilimler araştırmalarında 500 deneğin yer aldığı bir evrende 217 örneklem sayısı yeterli görülmektedir (Sekaran, 1992:253). Çalışmada kolayda örnekleme tekniği ile veriler toplanmıştır. Kolayda örnekleme tekniği “ankete cevap veren herkesin örneğe dahil edilmesini kapsamaktadır” (Altunışık ve diğ, 2017:148). Bu çalışmada gönüllülük esasına dayalı olarak ankete cevap vermeyi kabul eden öğrencilerden veriler toplanmıştır. Bu araştırma kapsamında ise toplamda analiz yapmaya elverişli 220 anket formu değerlendirmeye alınmıştır.

Öğrencilerin yenilikçilik eğilimlerinin belirlenmesinde uygulanan anket formu Işık ve arkadaşlarının (2016) çalışmasından izin alınarak uygulanmıştır. Çalışmada kullanılacak verilerin toplanması için 230 adet anket dağıtılmış, bunlardan 220’si değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Ankette 5’li likert ölçeği tercih edilmiş ve toplanan veriler ise istatistiksel veri çözümleme programı aracılığı ile analizleri yapılmıştır.

Çalışmada pilot uygulama kapsamında öğrencilere 40 anket dağıtılmış ve elde edilen verilerin güvenilirliği incelenmiştir. Bu araştırmada elde edilen verilerin güvenilirliğini test etmek amacıyla Cronbach Alpha güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Cronbach’s Alpha değeri 0 ile 1 arasında değer almaktadır. Değer 1’e yaklaştıkça güvenilirlik artmaktadır (Cronbach,1990). Analiz sonucunda Cronbach’s Alpha değeri 0,828 çıkmıştır. Literatüre göre Alpha değeri  $0.80 \leq \alpha < 1.00$  arasında ise kullanılan ölçek yüksek derecede güvenilir olarak kabul edilmektedir (Karagöz, 2017:26).

Çalışmada analizlere başlanmadan önce veriler normal dağılım testine tabi tutulmuştur. Bu amaç ile normallik varsayımı araştırılmış ve veri setinin çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir.

**Tablo 1. Normal Dağılım Analizi**

	Değişime Direnç	Fikir Önderliği	Deneyime Açıklık	Risk Alma
	220	220	220	220
<b>Çarpıklık</b>	-0,173	-0,998	-0,445	-0,776
<b>Çarpıklığın Std. Hatası</b>	0,163	0,163	0,163	0,163
<b>Basıklık</b>	-0,125	1,482	0,022	1,180
<b>Basıklığın Std. Hatası</b>	0,324	0,324	0,324	0,324

Tablo 1’de yapılan analiz sonucunda ortaya çıkan çarpıklık ve basıklık sonuçları görülmektedir. Bu değerlerin +1,5/-1,5 arasında yer aldığı tespit edilmiştir (Tabachinck ve Fidell, 2013). Öte yandan çalışmada verilerin, mod medyan ve ortalamaları incelenmiştir. Verilerin normal dağılımın incelenmesinde, “Barret ve Goldsmith (1976) örnek hacminin 40’tan büyük olduğu durumlarda örnek ortalamalarının örnekleme dağılımlarının normal dağılıma uyacağını belirtmektedir”. Ayrıca çalışmada verilerin homojen olup olmama durumları da değerlendirilmiştir. Bu bağlamda verilerin normal dağılım sergilediği görülmüş ve analizler parametrik testler aracılığıyla yapılmıştır.

### **Bulgular**

Bu bölümde öğrencilerin demografik özelliklerine göre dağılımı, tanımlayıcı istatistikler aracılığı ile incelenmiştir. Yapılan frekans analizi sonucunda araştırmaya katılan öğrencilerin % 60,5’inin 22-25 yaş ve % 33,2’sinin ise 18-21 yaş aralığında olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin % 56,8’ini erkek, % 43,2’sini ise kız öğrenciler oluşturmaktadır.

Çalışmada öğrencilere turizm sektörüne yönelik düşüncelerine yönelik sorularda yöneltilmiştir. Bu sorulara ilişkin öğrencilerin % 61,3'ü turizm sektöründe çalışmayı düşündüğünü beyan etmiştir. Öğrencilerin % 34,1'inin iş kurma olasılıklarının % 50 olduğu, % 30'unun % 60 ve üstü olduğu, % 10,5'inin de hiç iş kurmak istemedikleri görülmektedir. Öğrencilerin iş kurmayı düşündükleri bölgeler açısından en fazla yüzdeyi % 30 ile Marmara Bölgesi'nin aldığı belirlenmiştir. Marmara Bölgesi'ni % 18,6 ile Ege Bölgesi ve % 15,9 Karadeniz Bölgesi takip etmektedir. Öğrencilerin, turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgelere iş kurmak istedikleri görülmektedir.

Araştırmada yenilik ölçeği açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Araştırmada veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını değerlendirmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ve Barlett Küresellik testleri uygulanmıştır. KMO testi örnek büyüklüğünün faktör analizi için uygun olup olmadığını test eder ve KMO değerini 0,50'den büyük olması kabul edilir (Field, 2007). Analizde, KMO değerinin 0,854 çıktığı tespit edilmiştir. Bu oranın KMO değeri için yeterli düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Bartlett's testi analize tabi tutulacak değişkenler arasındaki ilişkinin anlamlı olup olmadığını test eder (Hair, ve diğ., 1998:99). Bartlett's testinin p değerinin 0.05'ten küçük olduğu için anlamlı ve yeterli düzeyde bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Yenilikçilik ölçeği olarak veri setine yönelik yapılan faktör analizinde Varimax döndürme tekniği ve temel bileşen analizi kullanılmıştır. Yenilikçilik ölçeği, Değişime Direnç, Fikir Önderliği, Deneyime Açıklık ve Risk Alma olmak üzere dört boyut etrafında toplanmıştır.

- Değişime Direnç boyutunun öz değeri 3,931; **varyansı %20,691**, faktör yükleri ise 0,808-0,618 arasında;
- Fikir Önderliği boyutunun öz değeri 3,689; **varyansı %19,415**, faktör yükleri ise 0,774-0,563 arasında;
- Deneyime Açıklık boyutunun öz değeri 2,252; **varyansı %11,853**, faktör yükleri ise 0,822-0,818 arasında;
- Risk Alma boyutunun öz değeri 1,587; **varyansı %8,352**, faktör yükleri ise 0,757-0,619 arasında olduğu ve bu dört faktörün açıklanan toplam varyans oranının ise %60,311 olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 2. Yenilikçilik Eğilimi ile Turizm Sektöründe Çalışmayı Düşünme Arasındaki İlişkiye Yönelik T-Testi**

		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Ort. Fark.	Fark. Std. Hatası
Deneyime Açıklık	Varyans Eşit	0,234	0,629	3,441	219	0,001	0,41471	0,12053
	Varyans Eşit Değil			3,406	172,544	0,001	0,41471	0,12176

sig: anlamlılık değeri

Tablo 2'de yenilikçiliğin alt boyutu olan deneyime açıklık ile öğrencilerin turizm sektöründe çalışmayı düşünmesi arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir (sig=0,001<0,05). Öğrencilerin "turizm sektöründe çalışmayı düşünmesi" ifadesine evet cevabı veren öğrencilerin ortalaması  $\bar{x}=3,86$ , hayır cevabı verenlerin ise  $\bar{x}=3,45$  olduğu görülmektedir. Buna göre evet cevabı veren öğrencilerin deneyime açıklık boyutu kapsamında turizm sektöründe çalışmayı düşündükleri ifade edilebilir.

**Tablo 3. Yenilik Eğilimi ile Çalışmak İstenen Sektöre Arasındaki İlişkiye Yönelik ANOVA Testi**

		Kareler Top.	df	Ort. Karesi	F	Sig.
Fikir Önderliği	Gruplar Arası	4,753	3	1,584	3,442	0,018
	Gruplar içi	100,805	219	0,460		
	Toplam	105,558	222			

Tablo 3 incelendiğinde yenilikçiliğin alt boyutu olan fikir önderliği ile çalışmak istenen sektör arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ( $\text{sig}=0,018<0,05$ ). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğuna ilişkin Scheffe testi yapılmıştır. Analiz sonucunda fikir önderliği boyutuna göre, kamu sektöründe herhangi bir işte çalışmayı düşünen öğrencilerin ortalamalarının diğer sektörde çalışma durumlarına göre düşük olduğu tespit edilmiştir. Özel sektörde prestijli bir işte çalışmak isteyen öğrencilerin daha fazla risk alabileceği düşüncesinden bu öğrencilerin yenilikçiliğe daha açık oldukları ifade edilebilir.

**Tablo 4. Yenilikçilik Eğilimi ile İş Kurma Olasılığına İlişkin ANOVA Testi**

		Kareler Top.	df	Ort. Karesi	F	Sig.
Fikir Önderliği	Gruplar Arası	10,033	3	3,344	7,667	0,000
	Gruplar içi	95,525	219	0,436		
	Toplam	105,558	222			
Deneyime Açıklık	Gruplar Arası	14,017	3	4,672	6,273	0,000
	Gruplar içi	163,115	219	0,745		
	Toplam	177,132	222			

Tablo 4 incelendiğinde yenilikçiliğin alt boyutları olan fikir önderliği ve deneyime açıklık ile iş kurma olasılığı arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ( $\text{sig}=0,000<0,05$ ). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğuna ilişkin Scheffe testi yapılmıştır. Analiz sonucunda fikir önderliği boyutuna göre, hiç iş kurma olasılığı olmayan öğrencilerin ortalamalarının, iş kurma olasılığı olanlara göre düşük olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan, deneyime açıklık boyutuna göre, % 60 ve üzeri iş kurma olasılığı düşüncesine sahip olan öğrencilerin ortalamalarının diğer olasılıklı düşünenlere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. İş kurma oranı % 60 ve daha üstü olan öğrencilerin sayısının fazla olması yenilikçiliğe daha açık olmaları ile ifade edilebilir.

**Tablo 5. Yenilik Eğilimi ile İş Kurmayı Düşünülen Bölgeye İlişkin ANOVA Testi**

		Kareler Top.	df	Ort. Karesi	F	Sig.
Değişime Direnç	Gruplar Arası	14,212	7	2,030	3,051	0,005
	Gruplar içi	127,755	192	0,665		
	Toplam	141,966	199			
Risk Alma	Gruplar Arası	9,685	7	1,384	2,112	0,044
	Gruplar içi	125,754	192	0,655		
	Toplam	135,439	199			

Tablo 5 incelendiğinde yenilikçiliğin alt boyutları olan değişime direnç ve risk alma ile iş kurmayı düşünülen bölge arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ( $\text{sig}<0,05$ ). Farklılığın hangi gruplar arasında kaynaklandığına ilişkin Scheffe testi yapılmıştır. Analiz sonucunda değişime direnç ve risk alma boyutlarına göre, Akdeniz bölgesinde iş kurmayı düşünenlerin ortalamaları diğer bölgelerde iş kurmayı düşünenlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

### Tartışma

Çalışmada öğrencilerin % 61'i turizm sektöründe çalışmayı düşündüğünü ifade etmişlerdir. Bu durum turizm eğitimi alan öğrencilerin yarısından fazlasının öğrenim gördükleri bölüm ile ilgili bir meslekte çalışmayı düşündüklerini göstermektedir. Çalışmada elde edilen veriler bağlamında, deneyime açıklık boyutuna göre, turizm sektöründe çalışmayı düşünen öğrencilerin düşünmeyenlere göre daha fazla oldukları tespit edilmiştir. Işık ve Türkmenadağ (2016) yaptıkları çalışmalarında turizm öğrencilerinin fikir önderliğine daha yatkın olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Çalışmada elde edilen diğer bir bulguda, fikir önderliği boyutuna göre, kamu sektöründe herhangi bir işte çalışmayı düşünenlerin düşünmeyenlere göre düşük olduğu belirlenmiştir. Özel sektörde prestijli

bir işte çalışmak isteyen öğrencilerin daha fazla risk alabileceği düşüncesi ile yenilikçiliğe daha açık oldukları ifade edilebilir. Işık ve arkadaşları (2016) yapmış oldukları çalışmada özel sektörde prestijli bir işte çalışmak isteyen kız öğrencilerin kamu sektöründe herhangi bir işte çalışmak isteyen kız öğrencilere göre daha fazla risk alabilecekleri sonucuna ulaşmışlardır. Yenilikçi süreçlerin örgütte başarılı bir şekilde kendini göstermesi, süreçte yer alan bireylerin girişimci adımlar atması, kararlı ve istekli olması ile bağlantılıdır. Bu özellikleri gösteren bireyler deneyime açık bireylerdir (Şimşek, 2002: 307).

Bununla birlikte, fikir önderliği boyutuna göre, hiç iş kurma olasılığı düşüncesine sahip olmayan öğrencilerin iş kurma olasılığı olanlara göre düşük olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan, deneyime açıklık boyutuna göre, % 60 ve üzeri iş kurma olasılığı düşüncesine sahip öğrencilerin ortalamalarının diğer olasılıklı düşünenlere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. İş kurma oranı % 60 ve daha üstü olan öğrencilerin sayısının fazla olması ise yenilikçiliğe daha açık oldukları ile ifade edilebilir. Öztürk ve Summak (2014) yılında yapmış oldukları çalışmalarında ilköğretim okulu öğretmenlerinin bireysel yenilikçilik düzeylerini araştırmış ve bu bağlamda katılımcıların genel olarak orta düzeyde yenilikçiliğe sahip oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Korucu ve Olpak (2015) da öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik özelliklerini farklı değişkenler açısından ilişkilerini incelemişlerdir. Yazarlar çalışmasının sonucunda, öğrencilerin bireysel yenilikçilik özelliklerinin sorgulayıcı kategorisinde oldukları tespit etmişlerdir. Işık ve Türkmendağ (2016) ise bireysel yenilikçilik konusunda öğrencilerin daha fazla cesaretlendirilmeleri ve bu konuda daha fazla bilgi edinmelerine önemle vurgu yapmışlardır.

Çalışmada yapılan diğer bir analizde değişime direnç ve risk alma boyutlarına göre, Akdeniz bölgesinde iş kurmayı düşünen öğrencilerin oranının diğer bölgelerde iş kurmayı düşünenlere göre daha yüksek olduğudur. Bu bulgu bağlamında öğrencilerin turizmin yoğun olduğu bölgelerde iş kurmayı düşündükleri ifade edilebilir. Kert ve Tekdal (2012)'nin son sınıf öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada da bireysel yenilikçilik algılarının bölgesel farklılıklar bakımından farklılaştığı sonucuna ulaşmışlardır.

### **Sonuç ve Öneriler**

Çalışmada yenilikçilik eğilimleri dört boyut olarak ortaya konulmuştur. Bu boyutlar, değişime direnç, fikir önderliği, deneyime açıklık ve risk alma olarak adlandırılmıştır (Kılıçer ve Odabaşı, 2010: 151; Işık ve diğ., 2016). Çalışmanın temel amacı öğrencilerin yenilikçilik eğilimlerinin sektöre yönelik düşüncelerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmektir. Bununla birlikte, çalışmanın temel sorunsalı; turizm öğrencilerinin yenilikçilik eğilimleri (a) turizm sektöründe çalışmayı düşünüp düşünmemesi (b) kendi işini kurma olasılığı ve (c) iş kurmayı düşündüğü bölge itibarıyla farklılaşp farklılaşmadığıdır. Yapılan analiz sonucuna göre, öğrencilerin yenilikçilik eğilimlerinin bazı boyutları ile turizm sektöründe çalışmayı düşünmesi, çalışılmak istenen sektör, iş kurma olasılığı ve iş kurulması düşünülen bölge düşünceleri arasında anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmanın diğer bir amacı da, turizm eğitimi alan son sınıf öğrencilerinin yenilikçilik eğilimleri belirlemektir. Çünkü yeni bir gelecek için öğrencilerin sahip olması gereken önemli özelliklerden biri yenilikçiliktir. Aynı zamanda yaşam boyu öğrenmenin ve bunları aktarmayı başarabilmenin, güncel kalabilmenin önemi de unutulmamalıdır. Çalışmada, tüm ifadelerin ortalaması alınmış ve bu değerlerin ortalaması  $\bar{x}=3,56$  üzerinde olduğu belirlenmiştir. Bu değer kapsamında turizm öğrencilerinin yenilik algılarına katılma düşüncelerinin önemli ölçüde olumlu ve yüksek olduğu ifade edilebilir. Bu noktada bireylerin yenilikçi performanslarını yansıtılabilmelerinde işletmelerin ve çevrenin de önemli bir etken olduğunu belirtmek bir kez daha faydalı olabilecektir.

İleride yapılacak çalışmalar için turizm eğitimi alan veya almayan öğrenciler üzerinde araştırmalar yapılabilir; ayrıca nitel araştırma yöntemi tasarlanarak öğrencilerin yenilikçilik düşüncelerine yönelik derinlemesine bilgi toplanabilir. Sektörde faaliyet gösteren turizm işletmeleri öğrencilerin yenilikçi fikirlerini rahat bir biçimde ifade etmelerine imkân sağlayabilir ve onların fikirlerini desteklemelerine yönelik projeler geliştirebilirler. Sadece derslerde verilen bilgilerle değil, çeşitli etkinlikler aracılığıyla farklı bakış açıları oluşturulabilir. Bu konuda belli bir statüye ulaşmış veya tecrübeli kişilerin hayatlarından örnek verilmesi ve bu kişilerin rehber olma görevini üstlenmesi sağlanabilir. Çünkü bireysel yenilikçilik, fikir geliştirme ile başlayan, rekabetçiliği geliştiren, uzun dönemli başarıyı teşvik eden riskli

bir süreçtir. Bu süreçte bireye kazandırdığı özellikler ise günümüzde birçok işletmenin, çalışanlarında olmasını istediğı özellikler olması nedeniyle daha da önem kazanmıştır. Gelecekte bu sektörlerde aktif bir şekilde rol alacak potansiyel iş görenlerin ve özellikle de öğrencilerin bireysel yenilikçilik algılarının belirlenmesi son derece önemlidir. Bununla birlikte çalışmada ortaya çıkan bulgular kapsamında ileride aşağıda belirtilen konularda çalışmalar yapılabilir;

- Öğrencilerin neden daha çok Akdeniz bölgesinde iş kurmak istemeleri araştırılabilir,
- Öğrencilerin neden kamu sektörünün dışında işte çalışmak istedikleri araştırılabilir,
- Öğrencilerin turizm dışında farklı işletmelerde çalışmak istemeleri araştırılabilir.

#### 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.
- Altunışık, R., Coşkun, R., ve Yildirim, E. (2017). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Aslan E. (2018). İnovasyon ve Girişimcilik (3. Baskı Çeviri), Ankara, Nobel Yayıncılık.
- Barrett, J. P. ve Goldsmith, L. (1976). When is n Sufficiently Large?. *The American Statistician*, 30(2), 67-70.
- Berberoğlu, B. (2010). Bilgi Toplumu ve Bilgi Ekonomisi Oluşturma Yolunda Türkiye ve Avrupa Birliği. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 29(2), 111-131.
- Bodur, G. (2018). Hemşirelik Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik (İnovasyon) Düzeyleri ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki. *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, 5(2), 140.
- Işık, C., Işık, Z. ve Tırak, L. (2016). Potansiyel kadın turizmcilerin girişimcilik ve inovasyon eğilimlerinin belirlenmesi. *Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 31-44.
- Cronbach, L.J. (1990). Essentials of Psychological Testing. (Fifth Edition). New York: Harper Collins.
- Çiftçi, H. (2013). Türkiye'nin Bilim ve Teknoloji Stratejisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 57-73.
- Daft, R.L. (2005). The Leadership Experience (Third Edition). Canada: Thomson South-Western College Publishing.
- Drucker, P. (1985). Innovation and Entrepreneurship: Practise and Principles. New York: Harper & Row
- Duran C. ve Saraçoğlu M. (2009). Yeniliğin Yaratıcılıkla Olan ilişkisi ve Yeniliği Geliştirme Süreci, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 16(1), 57-71.
- Elçi, Ş. (2007). İnovasyon: Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı (Genişletilmiş On ikinci Baskı). Ankara: Technopolis Group Yayınları.
- Ferrari, M., Mura, G., ve Diamantini, D. (2018). Digital Innovation in Education: Occupational Stress and Attitude toward Change among Schoolteachers. *American Journal of Educational Research*, 6(2), 142-148.
- Field, A. (2000). Discovering Statisticsusing SPSS for Windows, London – ThousandOaks – New Delhi: Sagepublications.
- Geisler, E. (1993). Middle Managers as Internal Corporate Entrepreneurs: An Unfolding Agenda. *Interfaces*, 23(6), 52-63.
- Göydağ, D. (2019). Ar-ge ve İnovasyon: Türkiye’de İnovasyonu Destekleyen Politikalar. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü



- Hair, C. F, Anderson, R. E., Tatham, R. L., ve Black, V. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. 5th edition. New Jersey: Printence Hall Harper Collins.
- Işık, C. ve Meriç, S. (2015). Otel Yöneticilerinin Bireysel Yenilikçi Kapsamında Değerlendirilmesi: Van İli Örneği. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 4(1), 1-16.
- Işık, C., ve Türkmenadağ, T. (2016). Atatürk Üniversitesi turizm fakültesi öğrencilerinin bireysel yenilikçilik algılarının belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1(1), 69-99.
- İyidemirci, H. (2019). Girişimcilik ve İnovasyon Stratejilerinin Ülke Kalkınmasına Etkileri: Desteklenen Girişimcilik ve İnovasyon Kültürünün Rekabetçi Üstünlük Elde Etmede Aracı Rolü. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Johnson, T.L. ve Hayes, C. (1996). Wanted: Entrepreneurial Skills. *Black Enterprise*, 26 (9), 62-63.
- Jong De J.P.J.(2007). *Individual Innovation, The Connection Between Leadership and Employees' Innovative Work Behavior*, Academisch Proefschrift, ISBN 978-90- 371-0725-8
- Karadal H, (2016). Girişimcilik: Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi & Güncel Konular Girişimci Destekleri & İş Planı (Gözden Geçirilmiş 4.Baskı) İstanbul: Beta Yayınları.
- Karagöz, Y. (2017). SPSS ve Amos Uygulamalı Nitel ve Nicel Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kert, S. B. ve Tekdal, M. (2012). Farklı Eğitim Fakültelerine Devam Eden Bireylerin Yenilikçilik Algılarının Karşılaştırılması. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(4), 1150-1161.
- 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.
- Korucu, A. ve Olpak, Y. (2015). Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Özelliklerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama Dergisi*, 5(1), 109-127.
- Könings, K. D., Brand-Gruwel, S. ve van Merriënboer, J. J. G. (2007). Teachers' Perspectives on Innovation: Implcation for Educational Design. *Teaching and Teacher Education*, 23, 985-997.
- Mazgal, S. (2013), Girişimciliğin Bir Kariyer Olarak Tercih Edilmesinde Dışsal Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (15), 395.
- 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.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Scott, S. G. ve Bruce, R. A. (1994). Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace. *Academy of Management Journal*, 37 (3), 580- 607.
- Sekaran, U. (1992). *Research Methods for Business*, Canada: John Wiley&Sons, Inc.
- Soyak, A. (2008). Teknoekonomi Politikalarının Işığında Ulusal Yenilik Sistemi ve İnsan Faktörü. Yazılı Bildiri, Teknoloji, Yenilik Yaratma, Gelişme Sempozyumu. *Bilim ve Ütopya Dergisi*, 1-10.
- Şimşek Ş. M. (2002), *Yönetim ve Organizasyon*, Konya: Günay Ofset.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6th ed.), Boston: Allyn and Bacon.
- Tomala F. ve Senechal O., (2003), "Innovation Management: A Synthesis of Academic And Industrial Points of View", *International Journal of Project Management*, 22(4), 281-287.

Tutar, F., Kocabay, M., ve Arıç, H. (2007). Firmaların Yenilik (İnovasyon) Yaratma Sürecinde Serbest Bölgelerin Rolü: Kayseri Serbest Bölgesi Örneği. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F Dergisi(Özel Sayı)*, 195-203.

Yaşın, C. (2003). Siyasal Araştırmalarda Örneklem Sorunu, Gazi Üniversitesi, İletişim 2003/18.

Zhu, G. X., Hong-jie, M. A., ve Han, Y. (2019). Study the Status and Path of Reform of Innovation and Entrepreneurship of Civil Engineering Education System. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 267 (5), 1-5, IOP Publishing.