

Akıllı Telefon Kullanımını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma

Serkan Ada, Hasan Sadık Tatlı

K.Maraş Sütçü İmam Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Kahramanmaraş

ada13126@gmail.com, h_sadik_88@hotmail.com

Özet: Akıllı telefonlar sadece günlük yaşamın değil iş yaşamının da vazgeçilmez unsurları haline gelmiştir. Son yıllarda yapılan araştırmalar, akıllı telefon kullanımının giderek arttığını göstermektedir. Artık akıllı telefonlar, sıradan mobil telefonların sağladığı özelliklerin yanı sıra, bilgisayarların yapabildiği çoğu işlemi yerine getirebilmektedir ve maliyet tasarrufu ve verimlilik başta olmak üzere işletmelere çok sayıda faydası olan aygıtlar haline gelmiştir. Bu araştırmada, akıllı telefonların kullanımını etkileyen faktörlerin tespit edilmesi ve bu faktörlerin akıllı telefon kullanımını ne düzeyde etkilediğinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Çalışma kapsamında, mobil iletişim sektörü çalışanlarına yönelik bir anket uygulaması yapılmıştır. Araştırmanın bulguları, örgütsel faktörlerin mobil iletişim sektörü çalışanlarının akıllı telefon kullanımını pozitif olarak etkilediğini göstermektedir. Ayrıca, bireysel ve sosyal faktörlerin akıllı telefon kullanımını etkilemediği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Akıllı telefon, bireysel faktörler, örgütsel faktörler, sosyal faktörler, mobil iletişim sektörü

An Investigation on Factors Affecting the Use of Smartphones

Abstract: Smartphones have become necessary components of both daily life and business life. Recent research shows that smartphone use gradually increases. In addition to the features provided by mobile phones, smartphones have most of the functionalities of computers, and provide many benefits to businesses, including savings and productivity. In this research study, the factors that affect the use of smartphones and whether or not these factors affect smartphone use will be investigated. In the context of this study, a survey was conducted with the mobile communication sector personnel. Results of this study reveal that organizational factors positively influence smartphone use. We also found that individual and social factors do not have any statistically significant impact on smartphone use.

Keywords: Smartphone, individual factors, organizational factors, social factors, mobile communication sector

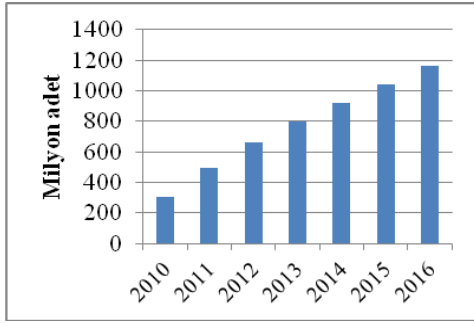
1. Giriş

Son yıllarda mobil cihazlar hayatımıza büyük ölçüde yön vermeye başlamıştır. İlk zamanlarda sadece telefon görüşmesi ve kısa mesaj gönderimi gibi fonksiyonları içeren bu cihazlar günümüzde büyük bir değişim sürecine girmiştir. Mobil cihazlar arasında akıllı telefonlar (smartphone) artık bir bilgisayardan farksız bir hale gelmiş olmakla

birlikte, her ölçekteki işletmeler tarafından artan oranlarda birçok faaliyetin yürütülmesinde kullanılmaktadır. Öyle ki, 2011'de yapılan bir araştırmada, küçük işletmelerin %63'ü, orta ölçekli işletmelerin %82'si ve büyük işletmelerin ise %92'si akıllı telefon kullandıkları sonucuna varılmıştır [8].

IDC (International Data Corporation)'nin

yaptığı araştırmaya göre, 2010 yılında dünya çapında 305 milyon adet akıllı telefon satışı gerçekleşmiştir (Şekil 1). 2011 yılında ise bu rakam %62'lik bir artış göstererek 494 milyon adete ulaşmıştır. Aynı araştırmaya göre, 2012 yılı için tahmin edilen toplam akıllı telefon satışı 660 milyon adet olarak tahmin edilmekle birlikte, 2015 yılı itibariyle dünya çapında toplam bir milyar adet akıllı telefon satışına ulaşılmış öngörülmektedir. Akıllı telefon satışları yıllar geçtikçe artmakta birlikte, bu rakamlar akıllı telefonların günlük yaşamda ve iş yaşamındaki önemini artacağına bir göstergesidir [7].



Kaynak: IDC, Mart 2012-11-24

Şekil 1. Dünya çapındaki akıllı telefon satışları

Akıllı telefonların hayatımızdaki artan önemi, son dönemde birçok araştırmacının da konusu olmuştur ve bu konuda yapılan araştırmaların sayısı artmaktadır [1]. Park ve Chen (2007) yaptıkları araştırmada doktor ve hemşirelerin akıllı telefon kullanımını etkileyen motivasyonel faktörleri incelemiştir. Bu araştırmacının bulgularına göre, kullanışlılık ve akıllı telefon kullanımına yönelik tutumlar, akıllı telefon kullanım niyetini pozitif olarak etkilemektedir [14]. Bodker vd. (2009), bireylerin içsel ve dışsal değerlerinin akıllı telefon kullanımını ne yönde etkilediğini incelemiş olup, akıllı telefon ve diğer kablosuz mobil aygıtların tasarımı için önerilerde bulunmuşlardır [3]. Chen vd. (2009), dağıtım hizmetleri ile ilgili bir

işletmede yapılan araştırmada, bilgisayar öz-yeterliliğinin akıllı telefon kullanımını, akıllı telefon kullanımına yönelik tutumlar üzerinden dolayı olarak etkilediği sonucuna ulaşmışlardır [4]. Bao vd. (2011) büyük bir işletmenin çalışanlarının akıllı telefon kullanımları ile ilgili yaptıkları çalışmada, bilgisayarlar ile karşılaştırıldığında, akıllı telefonların okumayı hızlandırdığı, fakat metin girişini yavaşlattığı sonucuna varmışlardır [2]. Kang vd. (2011) genel kullanıma yönelik yaptıkları çalışmada, kullanışlılığın akıllı telefon kullanım niyetini pozitif yönde etkilediği sonucuna varmakla birlikte, kullanım kolaylığı ve akıllı telefon kullanım niyeti arasında anlamlı bir ilişki tespit edememiştir [9]. Lane ve Manner (2011) ise kişilik özellikleri ve akıllı telefon sahipliği ve kullanımı arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik çalışmalarında, dışadönük bireylerin akıllı telefona sahip olmaya ve kullanmaya daha yatkın oldukları sonucuna varmıştır [11].

Akıllı telefon kullanımını etkileyen faktörlere yönelik literatürde çok sayıda çalışma olmakla birlikte, bu çalışmaları çoğunluğu genel kullanıma yöneliktir. Yapılan incelemelerde çalışanlara yönelik olarak yapılan az sayıda çalışmaya rastlanmakla birlikte, mobil iletişim sektörü çalışanlarına yönelik herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Ayrıca, bu konuda Türkiye’de yapılan herhangi bir ampirik araştırma tespit edilmemiştir.

İşte bu nedenle, bu araştırmacının amacı, akıllı telefon kullanımı ve bunu etkileyen bireysel, örgütsel ve sosyal faktörlerin incelenmesi ve bunlar arasındaki ilişkilerin tespit edilmesidir. Bu araştırma kapsamında, mobil iletişim sektörü çalışanlarına yönelik bir anket uygulaması yapılmış olup, araştırma modeli kısmi en küçük kareler (PLS) yöntemi ile analiz edilmiştir.

2. Akıllı Telefonlar (Smartphones)

Akıllı telefonlar, sıradan mobil telefonlara göre daha üst düzeyde bilgi işlem kabiliyeti

ve bağlanabilirliğe sahip olan mobil telefonlardır. Kullanıcılarına telefon görüşmeleri yapmalarına olanak sağlamalarının yanında, PDA ve çoğu bilgisayarlarda bulabilecekleri özellikleri (e-mail gönderip almak, ofis dokümanlarının düzenlenmesi, vb.) eklemelerini sağlarlar. Ayrıca, türü ne olursa olsun her türlü içeriğin (görüntü, ses ya da metin) oluşturulmasında kullanılabilirler [10]. Özetle, akıllı telefonlar aşağıdaki özelliklere sahip olabilmektedir [18];

- Telefon görüşmesi ve kısa mesaj
- GPS, WiFi, 3G, Bluetooth gibi gelişmiş bağlantı seçenekleri
- Mobil internet bağlantısı
- Mobil uygulamaların yüklenebileceği bir uygulama marketi
- Üzerinde uygulama geliştirilebilen bir mobil işletim sistemi
- Dokunmatik arayüz
- Birden fazla uygulamayı aynı anda çalıştırabilmesi
- Dahili yada eklenebilir hafıza
- Görüntü ve ses kaydı

Akıllı telefonlar günümüzde verilerin iletimi, internet erişimi, e-mail ve anlık mesajların iletimi, dijital içeriğin görüntülenmesi ve şirket içindeki sistemlerle veri iletimi yapılması, vb. gibi bilgisayarların yaptığı çoğu işin yürütülmesini sağlayabilmektedir. Önümüzdeki birkaç yıl içinde ise akıllı telefon, netbook ve tablet bilgisayar gibi mobil aygıtların internet erişimi gibi bilgi ihtiyaçlarının karşılanmasında temel araçlar olacağı, işletmelerin ise bilgi işlem süreçlerini masaüstü bilgisayarlardan bu mobil aygıtlara kaydıracağı öngörülmektedir [12].

Akıllı telefonlar ve bunların sağladıkları özellikler, sadece ticari işletmelerde değil her türlü örgüte fayda sağlayabilmektedir. Bu faydalar örgütlere genel olarak maliyet tasarrufu, verimlilik artışı ve yenilikçilik kabiliyeti olarak yansımaktadır. Akıllı telefonların örgütlere sağladığı faydalar aşağıdaki gibi özetlenebilir [17];

- Akıllı telefonlar ile e-mail hesaplarına erişim kolay olmakla birlikte bu maliyetleri azaltıp, verimliliği arttırmaktadır.
- İşletme içindeki sistemlere uzaktan erişim sayesinde gereksiz telefon görüşmeleri ve şirket ziyaretleri azaltılmaktadır.
- Navigasyon kabiliyeti sayesinde ulaşım istenen yerlere zaman ve maliyet tasarrufu sağlanarak ulaşılmaktadır.
- GPS fonksiyonu sayesinde mekan paylaşımı ve çalışan takibi sağlanabilmektedir.
- Yüksek çözünürlüklü kameralar işbirliği ve doküman paylaşımını sağlayabilmektedir.
- Wi-Fi özelliği sayesinde ücretsiz internet erişimi sağlanabilmekte ve seyahatlerde internet maliyetlerini azaltabilmektedir.
- Örgütteki sistemler aracılığıyla dışarıdan veri paylaşımı ve transferi gerçekleştirilebilmektedir.

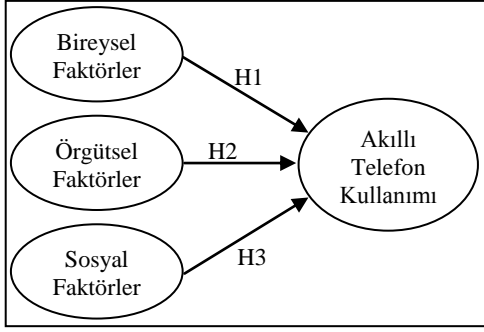
3. Araştırma

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, sadece gündelik hayatın değil iş yaşamının da vazgeçilmez unsurları arasında yer almaya başlayan akıllı telefonların kullanımını etkileyen faktörlerin tespit edilmesi ve bu faktörlerin akıllı telefon kullanımını ne düzeyde etkilediğinin incelenmesidir.

3.2. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

Bu çalışma kapsamında test edilecek olan araştırma modeli Şekil 2'de gösterilmiştir. Araştırma modelinde *Akıllı Telefon Kullanımı* bağımlı değişken olup, *Bireysel Faktörler*, *Örgütsel Faktörler* ve *Sosyal Faktörler* araştırmanın bağımsız değişkenlerini oluşturmaktadır.



Şekil 2. Araştırma modeli ve hipotezleri

Araştırma modelindeki *Akıllı Telefon Kullanımı (ATKL)*, çalışanların işleri ile ilgili faaliyetlerinde akıllı telefonları kullanım düzeyleri olarak tanımlanmıştır. *Bireysel Faktörler (ATBF)*, akıllı telefon kullanımını etkileyen eğitim, yaş, deneyim ve kişisel özellikler gibi faktörler olup, *Örgütsel Faktörler (ATOF)* üst yönetim desteği, işletme büyüklüğü, girişimcilik yeteneği vb. gibi faktörlerdir. Son olarak *Sosyal Faktörler (ATSF)* ise diğer kişilerin ve işletmenin akıllı telefon kullanımını ne düzeyde etkilediği ile ilgili faktörlerden oluşmaktadır.

Akıllı telefon kullanımı göz önünde bulundurulduğunda, yukarıda belirtilen faktörlerin akıllı telefon kullanımını pozitif yönde etkilediğine yönelik araştırma hipotezleri aşağıdaki gibidir:

Hipotez 1: Bireysel faktörler ile akıllı telefon kullanımı arasında pozitif bir ilişki vardır.

Hipotez 2: Örgütsel faktörler ile akıllı telefon kullanımı arasında pozitif bir ilişki vardır.

Hipotez 3: Sosyal faktörler ile akıllı telefon kullanımı arasında pozitif bir ilişki vardır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma kapsamında, Türkiye’de mobil iletişim sektöründe faaliyette bulunan bir işletmenin Diyarbakır, Erzurum ve İzmir bölge müdürlüklerinde çalışanlara bir anket uygulaması yapılmıştır. Online anket yöntemi ile 152 çalışana anket linki gönderilmiştir. Bunlardan 47’si anketimize katılmış olup %31’lik bir anket cevap oranı yakalanmıştır.

Anket, akıllı telefon kullanımı, bunu etkileyen bireysel, örgütsel ve sosyal faktörler, akıllı telefonu kullanım amaçları ve demografik soruların yer aldığı altı bölümden oluşmaktadır. Anket sorularının oluşturulmasında literatürden çeşitli kaynaklardan faydalanılmıştır [14, 16]. Anket soruları 5’li Likert tipinde hazırlanmıştır (1 = Kesinlikle katılmıyorum, 5 = Kesinlikle katılıyorum). Katılımcıların gönderdiği anketler incelendiğinde, 10 adet anketin eksik cevaplandığı tespit edilmiştir ve bunlar veri analizine dahil edilmemiştir.

3.4. Veri Analizi

Araştırmada Şekil 1’de gösterilen model PLS (Partial Least Squares-Kısmi En Küçük Kareler) yapısal eşitlik modellemesi yöntemi ile analiz edilmiştir. Bu analiz SmartPLS paket programı kullanılarak yapılmıştır [15]. PLS ölçülen modelin psikometrik özellikleri (her bir değişkenin ölçümünde kullanılan ölçeğin güvenilirlik ve geçerliliği) ve yapısal modelin parametrelerini (modeldeki değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi ve anlamlılık düzeyi) eşzamanlı olarak değerlendirmektedir. PLS yönteminin veri dağılımı konusunda hiçbir varsayımı olmamakla birlikte, tahminlerin istatistiki anlam düzeylerinin tespitinde (bootstrapping ve jackknifing gibi) parametrik olmayan yöntemleri kullanmaktadır. Ayrıca PLS yöntemi örneklem büyüklüğü konusunda minimum düzeyde kısıtlama getirmektedir. Yani, örneklemin küçük olduğu durumlarda veri analizini mümkün kılmakta ve bu özelliğiyle de bu araştırma için en uygun yöntem olmaktadır [5].

Test edilen modelin güvenilirlik sonuçları Tablo 1’de gösterilmektedir. Bu kapsamda bileşik güvenilirlik (Composite Reliability) ve Cronbach Alpha katsayısı değerleri hesaplanmıştır. Analiz sonucunda tabloda görüldüğü gibi, model için tüm güvenilirlik değerleri genel kabul görmüş değere (0,70) eşit ya da üzerinde çıkmıştır [13]. Ayrıca, Açıklanan Ortalama Varyans (AVE-Average Variance Extracted) değeri hesaplanmış olup,

bu değer Fornell ve Larcker (1981)'in önerdiği 0,50'lik düzeyin üstündedir [6].

Tablo 1. Araştırma modeli güvenilirlikleri

	AVE	Bileşik Güvenirlik	Cronbachs Alpha
ATBF	0,68	0,89	0,86
ATOF	0,70	0,92	0,89
ATSF	0,73	0,91	0,87
ATKL	0,64	0,87	0,80

Araştırma modelinde, üç bağımsız değişkenin (bireysel, örgütsel ve sosyal faktörler) akıllı telefon kullanımı pozitif yönde etkilediği gösterilmiştir. Her bir değişkenin farklı bir kavramı ölçtüğünü kontrol etmek için ayırdedicilik geçerliliği (discriminant validity) hesaplanmıştır. Tablo 2'de köşegen elemanları ayırdedicilik geçerliliğini destekler şekilde kendine ait sütun ve satırdaki değerlerden daha yüksektir. Sonuçlar tüm değişkenlerin ampirik olarak birbirlerinden farklı olduklarını göstermektedir.

Tablo 2. Araştırma modeli ayırt edicilik geçerliliği

	ATBF	ATOF	ATSF	ATKL
ATBF	0,82			
ATOF	0,73	0,84		
ATSF	0,55	0,53	0,85	
ATKL	0,53	0,69	0,46	0,80

Araştırmada yakınsaklık geçerliliği (convergent validity) PLS ile her bir anket sorusunun ayrı ayrı faktör yüklemesi yapılarak test edilmiştir. Genel kabul görmüş kurula göre yakınsaklık geçerliliğini belirleyebilmek için; kendi yapısı içerisinde her bir soru 0,70'den büyük olarak yüklenmelidir. Tablo 3'de görüldüğü gibi sadece bir anket sorusu dışında (ATKL = 0,57) tüm anket soruları ilgili faktörlere

0,70'den daha büyük olarak yüklenmiştir. Bundan dolayı, bu çalışmada kullanılan ölçeklerin yakınsaklık geçerliliği onaylanmıştır.

4. Bulgular

4.1. Demografik Bulgular

Demografik bulgular Tablo 4'de gösterilmiştir. Ankete katılanların %3'ü 20-24, %24'ü 25-29, %38'i 30-34, %30'u 35-39 yaş aralığında olup, 40 yaş ve üzeri çalışanlar katılımcıların %3'ünü teşkil etmektedir. Tabloya bakıldığında, anket katılımcılarının çoğunluğunun erkek olduğu (%59), 6 ile 10 yıl arasında çalıştığı (%38) ve genellikle lisans mezunu oldukları (%57) gözlemlenmektedir. Ankete katılan bir kişi ise demografik soruları boş bırakmıştır.

Tablo 4. Demografik bulgular

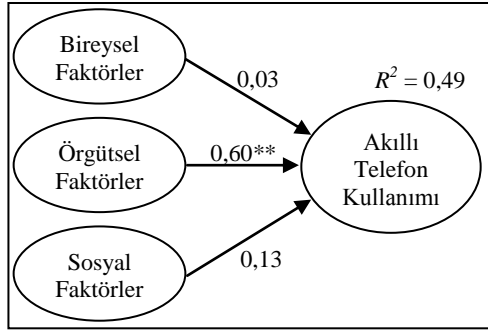
	Frekans	Yüzde
Yaş		
20 – 24	1	3
25 – 29	9	24
30 – 34	14	38
35 – 39	11	30
40 ve üzeri	1	3
Boş	1	3
Cinsiyet		
Kadın	14	38
Erkek	22	59
Boş	1	3
Çalışma Süresi		
0 – 5 yıl	5	14
6 – 10 yıl	14	38
11 – 15 yıl	13	35
16 – 20 yıl	4	11
Boş	1	3
Eğitim durumu		
Lise	2	5
Önlisans	9	24
Lisans	21	57
Yüksek Lisans	4	11
Boş	1	3

Tablo 3. Araştırma modeli ölçekleri ortalama, standart sapma ve faktör yüklemeleri

Soru No	Anket Sorusu	Ort.	St. Sp.	Yükleme
Bireysel Faktörler (ATBF)				
ATBF1	Akıllı telefon kullanımı, kullanıcıların ilgili bilişim alanlarındaki eğitime bağlıdır.	3,35	1,30	0,80
ATBF2	Akıllı telefon kullanımı, kullanıcıların yaşına bağlıdır.	3,14	1,27	0,73
ATBF3	Akıllı telefon kullanımı, kullanıcıların ilgili bilişim uygulamalarıyla olan deneyimine bağlıdır.	3,51	1,26	0,87
ATBF4	Akıllı telefon kullanımı, kullanıcıların kişisel özelliklerine bağlıdır.	3,92	1,12	0,88
Örgütsel Faktörler (ATOF)				
ATOF1	Üst yönetim desteği arttıkça akıllı telefon kullanımı artar.	4,08	1,06	0,87
ATOF2	Akıllı telefon kullanımını işletmenin büyüklüğü etkiler.	3,95	1,10	0,78
ATOF3	Akıllı telefon kullanımı işletmenin faaliyetlerinin kalitesini etkiler.	4,24	0,98	0,91
ATOF4	İşletmede akıllı telefonlar yeni kullanılmaya başlandığında, örgüte adapte edilebilmesi için kullanıcıların katılımı gereklidir.	3,95	0,94	0,79
ATOF5	Akıllı telefon kullanımı, işletmenin girişimci niteliğe sahip olmasından kaynaklanır.	4,05	0,94	0,83
Sosyal Faktörler (ATSF)				
ATSF1	Davranışımı etkileyen kişiler akıllı telefon kullanmam gerektiğini düşünüyor.	3,19	1,29	0,88
ATSF2	Benim için önemli olan kişiler akıllı telefon kullanmam gerektiğini düşünüyor.	3,30	1,22	0,90
ATSF3	Üst yönetim akıllı telefon kullanımı konusunda yardımcıdır.	3,51	1,26	0,85
ATSF4	Genel olarak, çalıştığım işletme akıllı telefon kullanımı konusunda destekleyicidir.	4,14	1,08	0,79
Akıllı Telefon Kullanımı (ATKL)				
ATKL1	Mümkün olduğu zamanlarda akıllı telefonu işimde kullanırım.	4,51	0,96	0,57
ATKL2	Mümkün oldukça akıllı telefonu farklı şeyleri yapmak için kullanırım.	4,51	0,80	0,85
ATKL3	Akıllı telefon kullanımım zorunlu olmasaydı yine de kullanırdım.	4,65	0,68	0,95
ATKL4	Akıllı telefon kullanımımı gelecekte artırma niyetim var.	4,51	0,73	0,77

4.2. Temel Bulgular

Yapısal model sonuçları Şekil 3’de gösterilmiştir. Şekilde, değişkenler arasındaki bağlantıların Beta katsayıları ve önem düzeylerine, ayrıca içsel değişkenin R^2 değerine yer verilmiştir. İçsel değişken olan *Akıllı Telefon Kullanımı*’na ait R^2 değeri önemli ölçüde yüksektir. *Akıllı Telefon Kullanımı*’ndaki değişimin %49’ü bunu etkileyen değişkenler (bireysel, örgütsel ve sosyal faktörler) tarafından açıklanmaktadır.



* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

Şekil 3. Yapısal model sonuçları

Yapısal model sonuçların göre *Bireysel Faktörler* ve *Sosyal Faktörler* ile *Akıllı Telefon Kullanımı* arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bu sonuçlara göre Hipotez 1 ve Hipotez 3 reddedilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, *Örgütsel Faktörler* ve *Akıllı Telefon Kullanımı* arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır ($\beta = 0,60$; $p < 0.01$). Buna göre Hipotez 2 kabul edilmiştir.

5. Sonuç

Bu çalışmada, akıllı telefonların kullanım düzeyini etkileyen faktörler ve bu faktörlerin akıllı telefon kullanımını ne düzeyde etkilediğinin tespit edilmesi gibi konular ele alınmıştır. Araştırma kapsamında, mobil iletişim sektörü çalışanlarına yönelik bir anket uygulaması yapılmıştır.

Araştırmanın temel bulgularına göre, üst yönetim desteği, işletme büyüklüğü,

girişimcilik yeteneği vb. gibi bileşenlerden oluşan örgütsel faktörler akıllı telefon kullanımını önemli ölçüde etkilemektedir. Diğer yandan, araştırmanın sonuçları, eğitim, yaş, deneyim ve kişisel özellikler gibi bileşenlerden oluşan bireysel faktörlerin, diğer kişiler ve işletme yönetimi gibi bileşenlerden oluşan sosyal faktörlerin akıllı telefon kullanımını etkilemediğini göstermektedir.

Sonuç olarak, akıllı telefon kullanımına başlayan, bunu yaygınlaştırmaya çalışan ya da gelecekte bu teknolojilerden faydalanmayı amaçlayan işletmeler, bireysel ya da sosyal faktörlerden çok örgütsel faktörlere yönelmeleri gerekmektedir. İşletmelerin akıllı telefonlardan faydalanmaları ve işletmeye artı bir değer olarak entegre edebilmeleri için, çalışanlarına akıllı telefon sağlamaları tek başına yeterli olmamaktadır. Bu teknolojilerin mümkün olduğunca işletmenin süreçlerine entegre edilmesi ve çalışanların faaliyetlerini bu teknolojiler sayesinde yürütmelerinin sağlanması gerekmektedir. Bu konuda üst yönetimin desteği ve belirleyeceği politikalar çalışanların akıllı telefon kullanımını ve bunun artırılmasını konusunda yol gösterici olacaktır. Ayrıca, işletme içinde çalışanların yenilikçilik kabiliyetlerini gösterebileceği bir kültür oluşturulması ve bunun teşvik edilmesi de akıllı telefonların işletmelerde etkin olarak kullanılmasını sağlayacaktır.

6. Kaynakça

- [1] Aldhaban, F., “Exploring the Adoption of Smartphone Technology: Literature Review”, **2012 Proceedings of PICMET’12: Technology Management for Emerging Technologies**, (2012).
- [2] Bao, P., Pierce, J., Whittaker, S., Zhai, S., “Smart Phone Use by Non-Mobile Business Users”, **MobileHCI 2011**, Stockholm, Sweden, August 30–September 2, (2011).
- [3] Bødker, M., Gimpel, G., Hedman, J., “The User Experience of Smart Phones: a

Consumption Values Approach”, **8th Global Mobility Roundtable**, Cairo, Egypt, (2009).

[4] Chen, J. V., Yen, D. C., Chen, K. “The Acceptance And Diffusion of The Innovative Smart Phone Use: A Case Study of a Delivery Service Company in Logistics”, **Information & Management**, 46: 241–248, (2009).

[5] Chin, W. W., “The Partial Least Squares Approach for Structural Equation Modeling”, Ed: G. A. Marcoulides, **Modern Methods for Business Research: 295-336. Lawrence Erlbaum Associates**, Hillsdale, New Jersey, (1998).

[6] Fornell, C. and Larcker, D. F.. “Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error”, **Journal of Marketing Research**, 48, 39-50, (1981).

[7] IDC, “Worldwide Smartphone 2012–2016 Forecast Update”, September (2012).

[8] ITC Policy Compliance Group, “Managing the Benefits and Risks of Mobile Computing”, Aralık (2011), <http://www.isaca.org/Knowledge-Center/Documents/Managing-the-Benefits-and-Risks-of-Mobile-Computing-ITPCG-Dec2011.pdf>, Erişim tarihi: 23.11.2012

[9] Kang, Y. M., Cho., C., Lee, S., “Analysis of Factors Affecting the Adoption of Smartphones”, IEEE International Technology Management Conference, San Jose, CA, USA, (2011).

[10] Kim, S. and Zeelim-Hovav, A., “The Impact of Smart Phone Usability on Group Task Performance in a University Environment: Media Synchronicity Perspective”, **CONF-IRM 2011 Proceedings**, Paper 24, (2011).

[11] Lane, W., Manner, C., “The Impact of Personality Traits on Smartphone Ownership

and Use”, **International Journal of Business and Social Science**, Vol. 2, No. 17 , 22-28, (2011).

[12] Laudon, K. J. and Laudon, J. P., “Management Information Systems: Managing the Digital Firm”, **Prentice Hall**, Boston, USA, sf. 181, (2012).

[13] Nunnally, J. C., “Psychometric Theory (2nd ed ed.)”, **McGraw-Hill**, New York, USA, (1978).

[14] Park, P., Chen, J. V., “Acceptance and Adoption of the Innovative Use of Smartphone”, **Industrial Management & Data Systems**, Vol. 107, Issue: 9, 1349 – 1365, (2007).

[15] Ringle, C. M., Wende, S., Will, A., SmartPLS 2.0 (M3) beta, (2005).

[16] Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D., “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View”, **MIS Quarterly**, Vol. 27, No. 3, 425-478, (2003).

[17] Werdata Inc., “Ways Smartphones Can Save Money and Increase Productivity”, (2010), <http://www.werdata.com/pdf/SavingMoneyWithSmartphones.pdf>, Erişim tarihi: 23.11.2012

[18] Yurdagül, B., “Akıllı Telefon Nedir, Ne İşe Yarar? Dünyadaki Akıllı Telefon Kullanım Oranları ve Türkiye’deki Durum”, **Android Türkiye**, Aralık 24, (2011), <http://androidturkey.net/2011/12/24/akilli-telefon-nedir-ne-ise-yarar-dunyadaki-akilli-telefon-kullanim-oranlari-ve-turkiyedeki-durum/#comments>, Erişim tarihi: 23.11.2012