



ISSN 1304-8120 | e-ISSN 2149-2786

Araştırma Makalesi * Research Article

Girişimcilik Yönelimi ve Dijital Okuryazarlığın Girişimcilik Niyetine Etkisi: İİBF Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma

The Effect of Entrepreneurial Orientation and Digital Literacy on Entrepreneurial Intention: A Study on the Students of Faculty of Economics and Administrative Sciences*

Turgut Emre AKYAZI

Öğr. Gör. Dr., Aksaray Üniversitesi
teakyazi@gmail.com

Orcid ID: 0000-0003-2800-7530

Öz: Bu çalışma, İİBF öğrencilerinin girişimcilik yönelimi ve dijital okuryazarlık durumlarının girişimcilik niyeti üzerinde bir etkisi olup olmadığını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda bir devlet üniversitesi bünyesindeki İktisat, İşletme, Maliye, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Uluslararası İlişkiler ve Yönetim Bilişim Sistemleri bölümlerinde öğrenim görmekte olan 956 adet lisans öğrencisinden veri toplanmıştır. Yapılan analizler sonucunda girişimcilik dersi almış olan öğrencilerin girişimcilik yönelimi, girişimcilik niyeti ve dijital okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik dersi almamış olan öğrencilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Araştırmanın bir diğer sonucuna göre girişimcilik yönelimi ve dijital okuryazarlığın birlikte girişimcilik niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, girişimcilik yönelimi, girişimcilik niyeti, dijital okuryazarlık.

Abstract: This study was conducted in order to reveal whether the entrepreneurial orientation and digital literacy of Faculty of Economics and Administrative Sciences students have an impact on entrepreneurial intention. For this purpose, data was collected from 956 undergraduate students studying in the departments of Economics, Business Administration, Finance, Political Science and Public Administration, International Relations and Management Information Systems at a state university. As a result of the analyses, it was observed that the entrepreneurial orientation, entrepreneurial intention and digital literacy levels of students who had taken entrepreneurship courses were higher than those of students who had not taken entrepreneurship courses. Another important result of the study is that entrepreneurial orientation and digital literacy together had a positive and significant effect on entrepreneurial intention.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurial orientation, entrepreneurial intention, digital literacy.

GİRİŞ

Girişimcilik, fırsatları keşfetme, yeni iş modelleri geliştirme ve üretim süreçlerinde inovasyon gibi farklı faaliyetlerden oluşmaktadır (Agarwal ve Lenka, 2015). Girişimciler, bir ülkenin gayri safi yurtiçi hasılasına (GSYİH) ve istihdam fırsatlarının yaratılmasına önemli ölçüde katkıda bulunmalarından dolayı ekonomilerin omurgasını oluşturan ve büyümeyi destekleyen önemli bir stratejik yönetim

* Bu çalışma için Etik Kurulu onayı Aksaray Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 2024/01-17 protokol numarası ile 28.02.2024 tarihinde alınmıştır.

Geliş Tarihi:26.03.2018

Kabul Tarihi:15.04.2022

Yayın Tarihi:31.12.2022

Atıf: Akyazı, T.E. (2024). Girişimcilik yönelimi ve dijital okuryazarlığın girişimcilik niyetine etkisi: İİBF öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 539-552. Doi: 10.33437/ksusbd.1479088

paradigması olarak kabul edilirler (Karimi vd., 2016; Spencer, 2016; Hassan vd., 2020; Bhatti vd., 2021). Girişimciler yeni fikirler geliştirerek ve bunları ticari girişimlere dönüştürerek ekonomik refahın artırılmasına katkı yapar. Firma çeşitliliğinin artması önemli ve gereklidir çünkü birçok ekonomik alanda iş yaratılmasını, yeniliğin teşvik edilmesini ve verimliliğin artırılmasını sağlar (Rehan vd., 2019). Girişimcilik ayrıca yoksulluğu azaltarak ve ülkelerin genel refahını artıran kendi kendini destekleyen bir felsefe oluşturarak ülkelerdeki dinamik ekonomik değişimlere direnç gösterilmesine yardımcı olmaktadır (Saoula vd., 2023).

Girişimciliğin gerçekleşmesi için bireyin girişimciliğe karşı tutumu ve yönelimi belirleyicidir. Bu konuda literatürde iki temel kavram bulunmaktadır: girişimcilik yönelimi ve girişimcilik niyeti. Girişimcilik yönelimi örgütsel ve bireysel düzeyde olmak üzere iki farklı düzlemde incelenmektedir. Örgütsel düzeyde girişimcilik yönelimi bir firmanın genel stratejik duruşunu ifade eder ve firmaların yenilikçi, proaktif ve risk alan davranışlara yönelme eğilimini yansıtır. Girişimci odaklı firmalar ürün yeniliğiyle uğraşır, belirli riskleri üstlenir ve rakiplerini alt etmek için proaktif yeniliklerle ortaya çıkar (Sheng vd., 2023). Girişimcilik yönelimi, örgütlerin ani değişimleri anlamalarına ve uygun önlemleri geliştirmek için çevreyi analiz etmelerine yardımcı olur (Dewald ve Bowen, 2010; Munawar, 2019). Bireysel girişimcilik yönelimi ise bir bireyin girişimci olmaya yönelik kapasitesi, yetkinliği ve arzusu şeklinde tanımlanmaktadır (Taatila ve Down, 2012; Hassan vd., 2021). Bu yetkinlik deneyimsel öğrenme yoluyla da geliştirilebilir (Sahoo ve Panda, 2019). Girişimcilik yönelimi yüksek bireyler düşük olan bireylerden farklı zihinsel şemalara sahiptirler (Gupta vd., 2016). Yapılan araştırmalar, girişimcilik yönelimi yüksek olan bireylerde, onları daha muhafazakâr bireylerden ayıran birtakım kişilik özellikleri ve psikolojik özellikler bulunduğunu ortaya koymuştur. Örneğin girişimci davranışlar sergileyen bireylerin daha muhafazakâr bireylere kıyasla yeniliklere ve değişimlere daha açık oldukları gözlemlenmiştir (Chiles vd., 2007).

Girişimciliğe yönelik bireysel anlamda kişinin tutum ve yaklaşımını gösteren diğer kavram ise girişimcilik niyetidir. Girişimcilik niyeti, bireyin gelecekte herhangi bir zamanda kendi iş girişimini başlatma konusundaki kendine olan inancı ve niyeti olarak tanımlanmaktadır (Biswas ve Verma, 2022). Bir bireyin girişimcilik niyeti, işine tüm kalbiyle adanmaya hazır olması, bir girişim kurma niyetinin yüksek olması, bir firma kurma konusundaki kararlılığı ve girişimci olma arzusuyla ölçülmektedir (Echchabi vd., 2020; Biswas ve Verma, 2022). Girişimcilik niyeti herhangi bir bireyin girişimci olabilmesi için hayati bir faktör olarak kabul edilmektedir (Bhatti vd., 2021). Girişimcilik niyeti, girişimci davranışın en belirgin göstergesi olarak kabul edilir ve bu davranışı etkileyen tüm motivasyonel veya tutumsal öncülleri kapsar.

21. yüzyıl becerileri arasında yer alan dijital okuryazarlık, içinde bulunduğumuz yüzyılda yaşanan dijital devrimle birlikte toplumsal hayatta ve iş hayatında meydana gelen dönüşümler nedeniyle bireylerin savrulmamak ve yolunu kaybetmemek için gereksinim duyduğu en önemli beceriler arasındadır. Dijital okuryazarlıktan söz edilebilmesi için bilgiye erişim için dijital teknoloji kullanımı, karmaşık bilgi ağları içerisinde aradığı bilgiye ulaşabilme becerisi, dijital ortamda bilgiyi okuyup anlayabilme ve dijital bilgi ekonomisine katkı yapabilmek gereklidir (Baron, 2019).

İlgili literatürde girişimcilik yönelimi, girişimcilik niyeti ve dijital okuryazarlık kavramlarının birbiriyle olan ilişkilerini inceleyen çalışmalar mevcut olmakla birlikte girişimcilik yönelimi ve dijital okuryazarlığın birlikte girişimcilik niyetine etkisini ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Literatürdeki bu eksikliğin giderilmesine katkı sağlamak amacıyla yapılan bu çalışmada Türkiye'deki bir devlet üniversitesine bağlı İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde İktisat, İşletme, Maliye, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Uluslararası İlişkiler ve Yönetim Bilişim Sistemleri bölümlerinde öğrenim görmekte olan öğrencilerin girişimcilik yönelimi ve dijital okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik niyetleri üzerinde bir etkisi olup olmadığı incelenmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Girişimcilik Yönelimi

Girişimcilik, yeni kaynaklar yaratma, mevcut kaynakları bir araya getirme, yeni ürün geliştirme ve pazarlamanın yeni yollarını bulma, yeni pazarlara ve yeni müşterilere erişme gibi becerileri içermektedir (Garcia-Morales vd., 2006). Ekonomik büyümenin ana motorlarından birini teşkil eden

girişimcilik, aynı zamanda yüksek performanslı işletmelerin temel özellikleri arasındadır (Lumpkin ve Dess, 1996). Girişimcilik ve girişimci kavramlarının literatürde pek çok tanımı olmakla birlikte ilk olarak 1755 yılında Richard Cantillon tarafından yapılan tanım en geniş kabul gören tanımdır. Cantillon'a göre girişimci; "kâr elde etmek amacıyla işi organize eden ve işin risklerini üstlenen kişidir" (Korkmaz, 2012). Girişimcilik yönelimi ise, bir işletmenin girişimcilik faaliyetlerine katılma eğilimini ifade eden bir kavramdır (Miller ve Le Breton-Miller, 2011). Girişimci ve girişimcilik kavramları piyasaya/ sektöre girişin bileşenlerini açıklarken, girişimcilik yönelimi bu yeni girişin nasıl gerçekleştirildiğini açıklamaktadır (Lumpkin ve Dess, 1996).

Girişimcilik yönelimi yüksek olan işletmeler daha güçlü bir kriz yönetimi becerisine sahip, yenilikleri kabul etmeye daha istekli, aynı zamanda yaratıcılığı teşvik etme eğilimine sahiptir (Keh vd., 2007; Li vd., 2009; Zhou, 2013; Munawar, 2019). Dolayısıyla, girişimcilik yönelimi odaklı bir işletmenin yenilik yaratma ve hızlı öğrenme kabiliyeti elde ettiği söylenebilir (Garcia-Morales vd., 2006). Bu özellikler sayesinde işletmelerde yalnızca inovasyonun önü açılmış olmakla kalmaz, aynı zamanda birçok yetenekli insan kaynağının istihdama çekilmesi de sağlanmış olur. Bu nedenle işletmelerin girişimcilik yönelimini teşvik edecek politikalar oluşturmak hükümetlerin öncelikleri arasında yer almalıdır (Zhou, 2013; Huand vd., 2023).

Girişimcilik yönelimi, girişimcilik süreci üzerindeki belirgin etkisi nedeniyle ana akım girişimcilik literatüründe en çok tartışılan konular arasında yer almaktadır (Lumpkin ve Dess, 1996). Girişimcilik yönelimi çalışmalarının kökleri strateji araştırmalarına, özellikle Mintzberg (1973), Khandwalla (1977) ve Miles ve Snow'un (1978) çalışmalarına dayanmaktadır. Girişimcilik yönelimi, girişimci karar ve eylemlere temel oluşturan politika ve uygulamaları temsil eder. Bu nedenle, kilit karar vericilerin örgütsel hedefleri hayata geçirmek, örgüt vizyonunu sürdürmek ve rekabet avantajı yaratmak için kullandıkları girişimci stratejileri oluşturma süreçleri olarak da değerlendirilebilir (Mason vd., 2015; Stock ve Erpf, 2022; Suder, 2023). İşletmeler açısından değerlendirildiğinde girişimcilik yönelimi, örgütlerin ani değişimleri anlamalarına ve uygun önlemleri geliştirmek için çevreyi analiz etmelerine yardımcı olmaktadır (Dewald ve Bowen, 2010; Munawar, 2019). Girişimcilik yönelimi, firmaları tüketicilerin farklı taleplerini karşılayarak yenilik peşinde koşmaya teşvik eder. Bunun yanı sıra, çevresel değişimin erken uyarı sinyallerine yönelik strateji geliştirmenin ve sınırlı kaynağa sahip firmalar için yeni fırsatları keşfetmenin etkili bir yoludur (Sheng vd., 2023; Xia vd., 2024).

Girişimcilik yönelimi, bir yenilik başlatmak gibi basit bir eylem veya faaliyetten daha fazlasıdır; genel bir stratejik duruştur (Wales, 2016). Anderson ve diğerlerine (2009) göre, girişimcilik yönelimi bir örgütün karar verme uygulamaları, yönetim felsefeleri ve doğası gereği girişimci niteliklere sahip stratejik davranışlarını kapsar. Yüksek girişimcilik yönelimine sahip örgütler, çalkantılı ortamlara karşı karşıya kaldıklarında riskli projeleri yürütmeye daha yatkındır. Bunun nedenlerinden biri, bu örgütlerde örgütsel öğrenme, takım çalışması ve açıklık gibi değerler teşvik edilir (Alegre ve Chiva, 2013). Muhafazakâr örgütler ise karanlıkta bir sıçramanın ürünlerin güvenilirliğini azaltacağını düşünmekte ve bunun sonucunda cesur eylemlerden kaçınmaktadır (Hughes ve Morgan, 2007). Nitekim girişimci firmaların genellikle daha muhafazakâr emsallerinden daha iyi performans gösterdiği ortaya konmuştur (Anderson vd., 2014).

Covin ve Slevin'e (1989) göre girişimcilik yönelimi kavramı *yenilikçilik*, *proaktiflik* ve *risk alma* olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Lumpkin ve Dess (1996) iki boyut daha eklemiştir: *özerklik* ve *rekabetçi saldırganlık*.

- *Yenilikçilik*, örgütlerin yaratıcılığı teşvik ederek ve yeni fikirler geliştirerek mevcut statükonun üstesinden gelme eğilimini tanımlar (Covin ve Slevin, 1989; Lumpkin ve Dess, 1996; Stock ve Erpf, 2022). Yenilikçilik, teknolojik liderlik pozisyonlarını yakalamak için Ar-Ge'de kaynak kullanımı yoluyla yaratıcılık ve deney yapma eğilimini ifade eder (Morgan ve Anokhin, 2023). Sorunlara ve ihtiyaçlara çözüm üretme yeteneği de yenilikçilik boyutu kapsamında ele alınmaktadır (Ljungkvist vd., 2023).

- *Proaktiflik*, Webster's Ninth New Collegiate Dictionary'de (1991) "gelecekteki sorunları, ihtiyaçları veya değişiklikleri öngörerek hareket etmek" şeklinde tanımlanmaktadır. Bu nedenle proaktiflik, girişimcilik yönelimi için çok önemlidir çünkü yenilikçi faaliyetlerin eşlik ettiği ileriye dönük bir bakış açısı önerir (Lumpkin ve Dess, 1996). Örgütsel anlamda ise proaktiflik rekabet ederken yeni ürün veya hizmetler sunarak fırsatları araştırmak, öngöründe bulunmak ve gelecekteki pazar talebini

tahmin edebilmek anlamına gelmektedir (Munawar, 2019). Bir işletme, müşterilerin gereksinimlerindeki değişiklikleri rakiplerden önce ele alarak piyasada gelecekte olabilecek boşlukları önceden tahmin edebiliyorsa proaktif bir işletme olduğu söylenebilir (Stock ve Erpf, 2022).

- *Risk alma*, yüksek getiri ihtimali olan ancak risk içeren faaliyetlerde bulunma eğilimi ve belirsizliğin yüksek olduğu ortamlarda cesur eylemlerde bulunmayı içerir (Akarsu ve Döven, 2022). Daha detaylı bir tanıma göre, şirketlerin iş faaliyetlerinde yeni ve bilinmeyen pazarlara girme, şirket kaynaklarını kullanma veya diğer taraflardan (finans ve teknoloji gibi) büyük kaynakları belirsiz sonuçlarla borçlanma gibi riskli adımlar atma eğilimini ifade eder (Munawar, 2019).

- *Rekabetçi saldırganlık*, bir işletmenin pazara giriş yapmak veya konumunu geliştirmek, yani pazardaki endüstri rakiplerinden daha iyi performans göstermek için rakiplerine doğrudan ve yoğun bir şekilde meydan okuma eğilimini ifade eder (Lumpkin ve Dess, 1996). Ayrıca, rakiplerin üstlendiği faaliyetlere karşı agresif eylemler ve güçlü yanıtlarla karakterize edilir (Munawar, 2019). Rekabetçi saldırganlık, pazara hâkim olma hedefine odaklanarak örgütün rakiplerine karşı çatışmacı tutumunu kapsar (Covin ve Slevin, 1989; Lumpkin ve Dess, 1996; Stock ve Erpf, 2022).

- *Özerklik*, genel anlamda bir bireyin veya grubun bir fikri veya vizyonu ortaya çıkarma konusundaki bağımsız eylemini ifade eder. Örgütsel bağlamda, boğucu örgütsel kısıtlamalardan bağımsız olarak gerçekleştirilen eylemleri ifade eder. Küçük firmalar üzerinde yapılan çalışmalarda araştırmacılar, liderliğin ne kadar merkezi olduğunu ve yöneticilerin ne sıklıkla yetki devrettiğini araştırarak özerk davranışın doğasını ve kapsamını incelemiştir. Miller (1983), en girişimci firmaların en özerk liderlere sahip olduğunu tespit etmiştir (Lumpkin ve Dess, 1996). Özerkliği içselleştirmiş örgütler, çalışanlarının bağımsız hareket etmesine, önemli kararlar almasına ve ilerlemesine olanak tanıyan bir örgüt kültürünü benimsemiş örgütlerdir (Akarsu ve Döven, 2022).

Lumpkin ve Dess (1996), girişimcilikten söz edilebilmesi için girişimcilik yöneliminin tüm boyutlarının aynı anda var olmasının şart olmadığını öne sürmüştür. Onlara göre işletmelerin hangi boyutları ne düzeyde taşıdığı duruma göre değişebilmektedir.

Bireysel Girişimcilik Yönelimi

Girişimcilik yönelimi kavramı literatürde örgütlerin girişimci özelliklerini kapsayan bir terim olarak ele alınmakla birlikte, bireysel anlamda girişimcilik özelliklerini değerlendiren ve bu konuda ölçüm araçları geliştiren araştırmacılar da olmuştur. Bolton ve Lane (2012), bir örgütün bireylerin davranışlarının bir ürünü olarak tanımlanabileceğini, dolayısıyla girişimcilik yöneliminin birey için de ölçülebileceğini öne sürmüştür. Örgütsel düzeyde olduğu gibi birey düzeyinde de risk üstlenme ve örgüte liderlik etmede proaktif olma istekliliği, bir kişinin ortaya koyacağı önemli davranışlar arasındadır. Örneğin öğrencileri, “risk alan” ya da “risk almayan” veya “yenilikçi” ya da “yenilikçi olmayan” şeklinde kategorize etmek mümkündür. Bazı öğrenciler tek başına (özerk olarak) çalışmayı tercih ederken, diğerleri grubun konforunu tercih ederler. Bazı öğrenciler çok rekabetçi ve agresif bir şekilde sınıfın en iyisi olmanın peşinde koşarken, diğerleri sadece sınıfı geçmekle yetinirler. Bu nedenle, girişimcilik yöneliminin *yenilikçilik*, *proaktiflik*, *risk alma*, *rekabetçi saldırganlık* ve *özerklik* boyutlarında yer alan nitelikleri bir bireye uygulamak gayet makul bir yaklaşımdır. Aynı zamanda öğrencilerin sergilediği davranışlara dayalı etkili öğretim yöntemleri tasarlamaya da katkı sağlayacaktır (Bolton ve Lane, 2012).

Bireysel girişimcilik yönelimi “bir bireyin girişimci olmaya yönelik kapasitesi, yetkinliği ve arzusu” şeklinde tanımlanmaktadır (Taatila ve Down, 2012; Hassan vd., 2021). Bu kapasite veya yetkinliğin deneysel öğrenme ile geliştirilebileceği öne sürülmüştür (Sahoo ve Panda, 2019). Gupta ve diğerlerine (2016) göre, girişimcilik yönelimi yüksek bireylerin, dünyayı görme ve anlamlandırma biçimleri çok daha zengindir, o nedenle girişimcilik yönelimi düşük olan bireylerden farklı zihinsel şemalara sahip oldukları düşünülmektedir. Yapılan araştırmalarda, girişimcilik yönelimi yüksek olan bireylerde, onları daha muhafazakâr bireylerden ayıran birtakım kişilik özellikleri ve psikolojik özellikler bulunduğu ortaya konmuştur. Örneğin girişimci davranışlar sergileyen bireylerin daha muhafazakâr bireylere kıyasla yeniliklere ve değişimlere daha açık oldukları gözlemlenmiştir (Chiles vd., 2007). Girişimcilik yönelimi yüksek bireylere sahip örgütler ise piyasa değişimlerine daha kolay ayak uydurabilmekte ve temel yetkinliklerini daha hızlı yenileyebilmektedirler. Dolayısıyla çalışanların

girişimci davranışlarını teşvik etmek işletmeler için performans avantajı sağlamaktadır (Gupta vd., 2016).

Girişimcilik Niyeti

Niyet, insanların belirli bir hedefe odaklanmaya motive oldukları zihinsel durum olarak tanımlanmaktadır (Chhabra vd., 2020). Bu nedenle girişimcilik yolculuğunda niyetin oynadığı rolü anlamak çok önemlidir. Verheul ve diğerlerine (2012) göre girişimcilik niyeti kavramının anlaşılması, girişimcilik sürecinin altında yatan motivasyonların belirlenmesinde kilit rol oynar. Yapılan çalışmalarda, başarılı bir işletme kurmanın ilk adımının girişimcilik niyeti olduğu ortaya konmuştur (Saeed vd., 2013; Miralles vd., 2016; Awwad ve Al-Aseer, 2021).

Girişimcilik niyeti, belirli bir görevi yerine getirme niyeti daha yüksek olan bireyin, söz konusu görevi daha etkili bir şekilde yerine getireceğini varsayan bir kavramdır (Maresch vd., 2016). Bu bağlamda, insan davranışının niyet yoluyla açıklanabileceği öne sürülmüştür. Girişimcilik literatürüne göre de, girişimcilik niyeti herhangi bir bireyin girişimci olabilmesi için hayati bir faktör olarak kabul edilmektedir (Bhatti vd., 2021). Girişimcilik niyeti, girişimci davranışın en belirgin göstergesi olarak kabul edilir ve bu davranışı etkileyen tüm motivasyonel veya tutumsal öncülleri kapsar. Buna göre, daha yüksek bir girişimcilik niyetinin varlığı, davranış odaklı iş yaratımının gerçekleştirilme olasılığını artırmaktadır (Perez vd., 2024).

Shapero ve Sokol'un (1982) girişimsel olay modeline göre *algılanan yapılabilirlik* ve *algılanan arzu edilebilirlik* girişimcilik niyetinin temel belirleyicileridir. Algılanan yapılabilirlik, bireyin bir girişime başlama becerisinin derecesini gösterir ve bireyin beklentileriyle doğrudan ilişkilidir. Algılanan arzu edilebilirlik ise bireyin bir girişimin yaratılmasındaki çekime kapılma derecesini ifade eder ve girişimcilik faaliyetine ilişkin etkisini yansıtır (Krueger, 1993). Ajzen'in (1991) Planlanmış Davranış Teorisi'ne göre bu niyet, *davranışa yönelik tutum*, *algılanan davranış kontrolü* ve *özel normlar* ile açıklanmaktadır. Davranışa yönelik tutum, girişimciliğe yönelik kişisel takdir derecesini ifade eder ve bireyin girişimci kariyere olan ilgisini gösterir. Algılanan davranış kontrolü, girişimci olmanın algılanan kolaylığı veya zorluğu olarak tanımlanır ve bireyin davranışını yönetme yeteneğini yansıtır (Zhang vd., 2014). Son olarak özel normlar, girişimci davranışlarda bulunmaya yönelik algılanan sosyal baskıyı ölçer ve girişimci olma kararında referans gruplarının algılanan onayını yansıtır (Perez vd., 2024).

Dijital Okuryazarlık

21. yüzyıl becerileri arasında yer alan dijital okuryazarlık, içinde bulunduğumuz yüzyılda yaşanan dijital devrimle birlikte toplumsal hayatta ve iş hayatında meydana gelen dönüşümler nedeniyle bireylerin savrulmamak ve yolunu kaybetmemek için gereksinim duyduğu en önemli beceriler arasındadır. Dijital okuryazarlık kavramı, literatüre Gilster (1997) tarafından yaklaşık 30 yıl önce kazandırılmıştır (Bayrakçı ve Narmanlıoğlu, 2021). Gilster (1997), dijital okuryazarlığın köklerinin Sümer tabletlerine dayandığını savunur. Ona göre, dijital okuryazarlık çağımızda her bireyde bulunması gereken bir beceri olmanın yanı sıra adeta bir hayatta kalma becerisidir.

Toplumsal ve kültürel şartlar devamlı değiştiği için dijital teknolojilerin de kullanım amaçları ve şekilleri değişmektedir. Dijital okuryazarlık kavramının da teknoloji kullanım amaçlarını ve şekillerini içermesi nedeniyle farklı tanımları mevcuttur. Ancak pek çok araştırmada, dijital okuryazarlığın teknik ve bilişsel becerilerin ötesinde etik yaklaşım ve sivil katılımı da içeren çok boyutlu bir kavram olduğu vurgulanmıştır (Martin ve Grudziecki, 2006; Helsper, 2008; Akman, 2021). Baron'a (2019) göre, dijital okuryazarlıktan söz edilebilmesi için bilgiye erişim için dijital teknoloji kullanımı, karmaşık bilgi ağları içerisinde aradığı bilgiye ulaşabilme becerisi, dijital ortamda bilgiyi okuyup anlayabilme ve dijital bilgi ekonomisine katkı yapabilmek gereklidir. Yapılan son araştırmalar, çalışanların dijital okuryazarlık becerilerindeki eksikliğin başarılı adaptasyonun engellenmesinde önemli bir rol oynadığını öne sürmektedir (Imjai vd., 2024). Dolayısıyla, hızla değişen ve dönüşen yaşam koşulları içerisinde iş ortamının ve çalışma şartlarının da hızla evrildiği göz önüne alındığında, çalışanların ve yöneticilerin söz konusu dönüşüme uyum sağlayabilmesi için dijital okuryazarlık düzeylerini artırmaları gerektiğini iddia etmek yanlış olmayacaktır.

YÖNTEM

Üniversite öğrencilerinin girişimcilik yönelimi ve dijital okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik niyetine etkisini ortaya koymayı hedefleyen bu çalışmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Araştırmanın örneklem büyüklüğünden ötürü nicel araştırma yöntemi tercih edilmiş ve ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırma verileri çevrim içi ortamda anket formları ile toplanmıştır. Araştırmanın bilimsel etik kurallara uygunluğuna istinaden Etik Kurulu onayı Aksaray Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 2024/01-17 protokol numarası ile 28.02.2024 tarihinde alınmıştır. Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi, araştırma modeli, kuramsal temeli ve hipotezler, evren ve örneklem, veri toplama araçları, verilerin analizi ve bulgulara yer verilmiştir.

Çalışma Grubu

Araştırma evrenini Türkiye'deki devlet ve vakıf üniversitelerinde bulunan İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde öğrenim görmekte olan üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini ise Türkiye'de bir devlet üniversitesine bağlı İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Örneklemini oluşturan katılımcılar söz konusu üniversiteye bağlı İİBF bünyesindeki İktisat, İşletme, Maliye, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Uluslararası İlişkiler ve Yönetim Bilişim Sistemleri bölümlerinde öğrenim görmekte olan üniversite öğrencileridir. Araştırmada olasılık dışı örnekleme yöntemleri arasından kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiş olup anketler gönüllülük esasına dayalı biçimde çevrimiçi olarak katılımcılara uygulanmıştır. Araştırma verileri Mart-Nisan 2024 tarihleri arasında toplanmıştır. Toplamda 1021 öğrenciye anket uygulanmış olup eksik veya hatalı doldurulan anketler çıkarıldığında toplam 956 adet anket analize tabi tutulmuştur. Araştırma kapsamında ulaşılan örneklem büyüklüğünün %5 hata payı ve %95 güven aralığı çerçevesinde yeterli bir büyüklükte olduğu görülmüştür (Ural ve Kılıç, 2018).

Veri Toplama Araçları

Araştırmada katılımcıların girişimcilik yönelimi, dijital okuryazarlık ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla bir anket formu oluşturulmuştur. Anket formunun birinci bölümünde katılımcıların cinsiyeti, öğrenim gördükleri fakülte/MYO ve bölüm/programlar, not ortalamaları ve daha önce girişimcilik dersi alıp almama durumuna ilişkin sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde katılımcıların girişimcilik yönelimini belirlemek amacıyla Bolton ve Lane (2012) tarafından geliştirilen ve Ercan ve Yıldırım (2021) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Bireysel Girişimcilik Yönelimi Ölçeği (BGYO) yer almaktadır. 10 maddeden oluşan ölçeğin madde faktör yükleri ,61 ile ,85 arasında olup iç tutarlılık (Cronbach Alfa) katsayısı ,842 olarak tespit edilmiştir. Veri toplama formunun üçüncü bölümünde Linan ve Chen (2009) tarafından geliştirilerek Bakan ve Amirli (2021) tarafından Türkçe'ye uyarlanan ve 6 maddeden oluşan Girişimcilik Niyeti Ölçeği bulunmaktadır. Ölçeğin madde faktör yükleri ,50 ile ,71 arasında olup Cronbach Alfa katsayısı ,830 olarak hesaplanmıştır. Formun dördüncü ve son bölümünde ise Bayrakçı (2020) tarafından geliştirilen ve 29 maddeden oluşan Dijital Okuryazarlık Ölçeği yer almaktadır. Ölçeğin madde faktör yükleri ,53 ile ,73 arasında olup Cronbach Alfa katsayısı ,913 olarak hesaplanmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında toplanan 956 adet veri toplama formu üzerinde SPSS 22 yazılımı ile istatistiksel analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bağımsız değişkenleri girişimcilik yönelimi ve dijital okuryazarlık, bağımlı değişkeni ise girişimcilik niyetidir. Toplanan veriler üzerinde yapılan analizler sonucunda katılımcılara ilişkin demografik bilgiler, ölçeklere ilişkin açıklayıcı faktör analizi, normal dağılım testi, güvenilirlik analizi ve araştırma hipotezlerine ilişkin T testi, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Verilerin normal dağılıp dağılmadığını tespit etmek için çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Çarpıklık ve basıklık değerleri tüm değişkenler için +1,96 ile -1,96 arasında olup verilerin normal dağılım gösterdiği görülmüştür (Corder ve Foreman, 2009).

BULGULAR

Araştırma örneklemini oluşturan 956 katılımcının %55,4'ü kadın, %44,6'sı erkektir. Katılımcıların %54,9'u daha önce girişimcilik dersi almış olup %45,1'i girişimcilik dersi almamıştır. Not ortalaması bakımından değerlendirildiğinde ise katılımcıların %22,8'i 3,00 ve üzerinde bir not

ortalamasına sahiptir. %22,7'lik bir öğrenci grubunun ise 2,00 ve altında bir not ortalaması bulunmaktadır.

Tablo 1. Girişimcilik yönelimi, girişimcilik niyeti ve dijital okuryazarlığın girişimcilik dersi alma durumu açısından karşılaştırılmasına ilişkin T-testi sonuçları

GY	Girişimcilik Dersi	N	%	X	Ss	t	p
	Evet	525	36,79	36,79	6,025	7,791	,000*
	Hayır	431	33,42	33,42	7,141		
	Toplam	956	100,0				
GN	Girişimcilik Dersi	N	%	X	Ss	t	p
	Evet	525	36,79	22,02	3,523	9,362	,000*
	Hayır	431	33,42	19,67	4,098		
	Toplam	956	100,0				
DOY	Girişimcilik Dersi	N	%	X	Ss	t	p
	Evet	525	36,79	105,58	16,058	6,640	,000*
	Hayır	431	33,42	97,99	18,716		
	Toplam	956	100,0				

*p< ,00

Tablo 1 değerlendirildiğinde, üniversite öğrencilerinin girişimcilik yönelimi, girişimcilik niyeti ve dijital okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik dersi alıp almama durumuna göre anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir (p< ,00). Analiz sonuçlarına göre girişimcilik dersi almış olan öğrencilerin girişimcilik yönelimi, girişimcilik niyeti ve dijital okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik dersi almamış olan öğrencilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Araştırma değişkenleri arasındaki ilişkileri gösteren korelasyon analizi sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Değişkenler arasındaki ilişkiye yönelik korelasyon analizi sonuçları

	GN	GY	DOY
GN	1,000	,676*	,348*
GY	,676*	1,000	,335*
DOY	,348*	,335*	1,000

*p< ,00

Tablo 2'de değişkenler arasındaki ilişkiler incelendiğinde, girişimcilik niyeti ile girişimcilik yönelimi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki (r= ,676, p<,00), girişimcilik yönelimi ile dijital okuryazarlık arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki (r= ,335, p<,00) ve girişimcilik niyeti ve dijital okuryazarlık arasında da pozitif ve anlamlı bir ilişki (r= ,348, p<,00) olduğu gözlemlenmiştir. Girişimcilik yönelimi ve dijital okuryazarlık değişkenlerinin, girişimcilik niyetini anlamlı bir şekilde yordayıp yordamadıklarını belirlemek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. girişimcilik yönelimi ve dijital okuryazarlığın girişimcilik niyetine etkisine ilişkin regresyon analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	B	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	3,229	,191		-16,867	,000		
GN	,542	,004	,924	139,642	,000	,676	,615
DOY	,050	,001	,222	33,491	,000	,335	,220
R= ,579	R2= ,559						
F(2-953)= 11163,16	p= ,000*						

*p< ,00

Tablo 3 incelendiğinde, girişimcilik yönelimi ve dijital okuryazarlık değişkenlerinin girişimcilik niyetinin anlamlı birer yordayıcısı olduğu görülmektedir (p< ,00). Buna göre, girişimcilik yönelimi ve dijital okuryazarlık ile kurulan model, girişimcilik niyeti puanlarındaki değişimin %55,9'unu açıklamaktadır.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Girişimciler, bir ülkenin gayri safi yurtiçi hasılasına (GSYİH) ve istihdam fırsatlarının yaratılmasına önemli ölçüde katkıda bulunarak ekonomilerin omurgasını oluşturan önemli bir stratejik yönetim unsurudur (Karimi vd., 2016; Spencer, 2016; Hassan vd., 2020; Bhatti vd., 2021). Ülkemiz gibi gelişmekte olan ekonomilerde bilhassa üniversite öğrencilerinin mezun olduktan sonra kendi işlerini kurma teşebbüsünde bulunmaları hem işsizliğin azaltılmasına hem de alternatif iş kolları ve iş imkânları sağlanmasına ciddi katkılar sağlayacaktır.

Girişimcilik yönelimi ve dijital okuryazarlığın girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini İİBF öğrencileri örneğinde ölçmeyi hedefleyen bu çalışma, ilgili alanyazında girişimcilik yönelimi kavramının dijital okuryazarlık ile birlikte girişimcilik niyetini nasıl etkilediğini ölçen tek çalışma olması nedeniyle söz konusu alandaki bir eksikliğin giderilmesine katkı sunmuştur. 956 adet katılımcıdan toplanan verilerin analizi sonucunda, girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimcilik yönelimi, girişimcilik niyeti ve dijital okuryazarlık düzeylerinin bu dersi almayan öğrencilere kıyasla daha yüksek olduğu ortaya konmuştur. Bu bulgunun literatürdeki pek çok çalışma tarafından ortaya konan sonuçlarla desteklendiğini söylemek mümkündür. Fayolle ve Klandt (2006), girişimcilik eğitiminin girişimcilik becerileri ve davranışlarını oluşturmada kritik rol oynadığını belirtmiştir. Ayrıca, üniversite öğrencileri tarafından algılanan eğitimsel desteğin start up girişimi başlatma kararları üzerinde etkili olduğunu ortaya koyan çalışmalar mevcuttur (Engle et al., 2011; Trivedi, 2016; Anwar et al., 2020). Benzer şekilde, üniversite düzeyinde verilen girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik yetkinliği düzeylerini artırdığı ve bunun sonucunda girişimcilik niyetinin de artış gösterdiği yapılan çalışmalarda gözlemlenmiştir (Franco vd., 2010; Robinson ve Stubberud, 2014; Lindberg vd., 2017).

Çalışmada ortaya çıkan bir diğer bulgu ise girişimcilik yönelimi ve girişimcilik niyeti arasındaki pozitif yönlü ve anlamlı ilişkidir ($r = ,676, p < ,00$). Literatürde söz konusu ilişkiyi destekleyen birçok çalışma bulunmaktadır. Girişimcilik yöneliminin, girişimcilik niyeti ile bağlantılı girişimcilik sürecini teşvik etmede belirleyici bir faktör olduğunu öne süren birtakım çalışmalar mevcuttur. (Martins ve Perez, 2020; Anwar vd., 2021; Perez vd., 2024). Benzer şekilde, girişimcilik yönelimi ile girişimcilik niyeti arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koyan pek çok çalışma bulunmaktadır (Zhang ve Bruning, 2011; Ekpe ve Mat, 2012; Ibrahim ve Lucky, 2014; So vd., 2017; Kör vd., 2020; Kumar vd., 2021; Perez vd., 2024).

Araştırmada girişimcilik yönelimi ve dijital okuryazarlığın girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmüştür ($p < ,00$). Yapılan regresyon analizinin sonuçlarına göre, girişimcilik yönelimi ile dijital okuryazarlık, girişimcilik niyeti puanlarındaki değişimin %55,9'unu açıklamaktadır. Yapılan literatür taramasında girişimcilik yönelimi ve dijital okuryazarlığın birlikte girişimcilik niyetine olan etkisinin incelendiği bir çalışmaya rastlanmamakla birlikte, Triyonu ve diğerlerinin (2023) yaptıkları çalışmada dijital becerilerin girişimcilik yönelimi ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide kısmi aracılık etkisine sahip olduğu aktarılmıştır. Bu sonucun çalışma bulgularını desteklediği söylenebilir. Cesur ve Köse (2021) yaptıkları çalışmada Z kuşağının teknolojiye yönelik tutumlarının girişimcilik niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğunu rapor etmiştir.

Gelişmekte olan ekonomilerde girişimciliğin desteklenmesi, devlet politikalarını belirleyen karar vericiler ve uzmanların gerekli önemi vermesi gereken hayati bir konu olarak karşımızda durmaktadır (Chan ve Mustafa, 2020; Sim vd., 2023). Bilhassa üniversite öğrencilerinin girişimciliğe yönlendirilmesi oldukça önemlidir. İçerisinde bulunduğumuz dijital dönüşüm çağında bunun gerçekleştirilebilmesi için üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerini artırmaya yönelik olarak lisans ve ön lisans bölüm ve programlarındaki ders içeriklerinin dijital dönüşüme ayak uydurmaya katkı sağlayacak şekilde hazırlanması yerinde bir hamle olacaktır. Bilhassa ülkemizde üniversite öğrencilerinin girişimciliğe ve teknolojiye yönelik tutumlarının daha pozitif olması, girişimcilik yönelimini artıracaktır. Girişimciliğe yönelmeyi düşünen öğrencilerin girişimcilik niyeti düzeyleri de yükselecek, bu sayede kısa vadede olmasa da orta ve uzun vadede ülkemizde girişimciliğin hız kazanması ve daha çok gencin kendi işini kurma adımını atmasına zemin hazırlanacaktır. Bu çalışmada da ortaya konduğu üzere, girişimcilik niyetinin artması için gençlerin dijital okuryazarlığı düzeylerinin çeşitli yöntemlerle artırılması çok önemlidir. Gelecekte konuyla ilgili yapılacak çalışmalarda dijital okuryazarlığın boyutları ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiler derinlemesine incelenebilir. Ayrıca, farklı fakültelerde okuyan öğrencilerin girişimcilik niyeti ve dijital okuryazarlık düzeyleri incelenebilir. Farklı fakültelerdeki bölümlerden mezun olan öğrencilerin kendi işlerini kurma durumları istatistiki olarak analiz edilerek girişimcilik

yönelimi ve potansiyeli daha yüksek öğrencilerin bulunduğu bölümler tespit edilebilir. Bu bölümlerde okuyan öğrencilerin ders içeriklerine dijital okuryazarlık düzeylerini artırmaya yönelik dersler ve etkinlikler eklenebilir.

KAYNAKÇA

Agarwal, S. & Lenka, U. (2015). Study on work life balance of women entrepreneurs- review and research agenda. *Industrial and Commercial Training*, 47(7), 356-362.

Akarsu, O. & Döven, M. S. (2022). Girişimcilik yönelimini etkileyen faktörler: teknoparklarda bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 143-164. <https://doi.org/10.17494/ogusbd.1093800>

Akman, Y. (2021). Dijital okuryazarlık, çevrim içi öğrenme ve akademik isteklilik arasındaki ilişkinin incelenmesi. *TEBD*, 19(2), 1012-1036.

Alegre, J. & Chiva, R. (2013). Linking entrepreneurial orientation and firm performance: the role of organizational learning capability and innovation performance. *Journal of Small Business Management*, 51(4), 491-507. Doi: 10.1111/jsbm.12005

Anderson, B. S., Kreiser, P. M., Kuratko, D. F., Hornsby, J. S. & Eshima, Y. (2015). Reconceptualizing entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 36, 1579-1596. Doi: 10.1002/smj.2298

Anderson, B. S., Covin, J. G. & Slevin, D. P. (2009). Understanding the relationship between entrepreneurial orientation and strategic learning capability: An empirical investigation. *Strategic Entrepreneurship Journal* 3(3), 218-240.

Anwar, I., Saleem, I., Islam, K. B., et al. (2020). Entrepreneurial intention among female university students: examining the moderating role of entrepreneurial education. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 12(4), 217-234.

Anwar, I., Alalyani, W. R., Thoudam, P., Khan, R. & Saleem, I. (2021). The role of entrepreneurship education and inclination on the nexus of entrepreneurial motivation, individual entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention: testing the model using moderated-mediation approach. *Journal of Education for Business*, 1-11.

Awwad, M. S. & Al-Aseer, R. M. N. (2021). Big Five personality traits impact on entrepreneurial intention: the mediating role of entrepreneurial alertness. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 15(1), 87-100. <https://doi.org/10.1108/APJIE-09-2020-0136>

Bakan, İ. & Amirli, H. (2021). Girişimcilik Niyeti ve Yaşam Doyumunun, Sosyal Zekâ Algısı Bağlamında İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 497-527. Doi: 10.33437/ksusbd.842706

Baron, R. (2019). Digital Literacy. İçinde R. Hobbs ve P. Mihailidis (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Literacy* (ss. 1-6). JohnWiley & Sons, Inc.

Bayrakçı, S. (2020). *Dijital yetkinlikler bütünü olarak dijital okuryazarlık: ölçek geliştirme çalışması* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi.

Bayrakçı, S. & Narmanlıoğlu, H. (2021). *Digital literacy as whole of digital competences: scale development study. Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(4), 1-30.

Bhatti, M. A., A Al Doghan, M., Mat Saat, S. A., Juhari, A. S. & Alshagawi, M. (2021). Entrepreneurial intentions among women: does entrepreneurial training and education matters? (Pre- and post-evaluation of psychological attributes and its effects on entrepreneurial intention). *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(2), 167-184. <https://doi.org/10.1108/JSBED-09-2019-0305>

Biswas, A. & Verma, R. K. (2022). Engine of entrepreneurial intentions: revisiting personality traits with entrepreneurial education. *Benchmarking: An International Journal*, 29(6), 2019-2044. Doi: 10.1108/BIJ-11-2020-0607

Bolton, D. L. & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument. *Education + Training* 54(2/3), 219-233.

Cesur, D. & Köse, C. (2021). Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumların Girişimcilik Niyetindeki Rolü: Z Kuşağında Bir Araştırma. *Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3), 252-270.

Chan, W. L. & Mustafa, M. J. (2020). Journal of entrepreneurship in emerging economies (JEEE): reflecting on the past five years while thinking about the future. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(5), 791-818. doi: 10.1108/JEEE-06-2020-0162.

Chhabra, S., Raghunathan, R. & Rao, N. V. M. (2020). The antecedents of entrepreneurial intention among women entrepreneurs in India. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 76-92.

Chiles, T. H., Bluedorn, A. C. & Gupta, V. K. (2007). Beyond creative destruction and entrepreneurial discovery: a radical Austrian approach to entrepreneurship. *Organization Studies*, 28(4), 467-493.

Corder, W. G. & Foreman, D. I. (2009). *Nonparametric statistics for nonstatisticians: a step-by-step approach*. John Wiley & Sons.

Covin, J. G. & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87.

Dewald, J. & Bowen, F. (2010). Storm clouds and silver linings: responding to disruptive innovations through cognitive resilience. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 197-218, doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00312.x.

Echchabi, A., Omar, M. M. S. & Ayedh, A. M. (2020). Entrepreneurial intention among female university students in Oman. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 12(4), 280-297.

Ekpe, I. & Mat, N. (2012). The moderating effect of social environment on the relationship between entrepreneurial orientation and entrepreneurial intentions of female students at Nigerian universities. *International Journal of Management Sciences and Business*, 1(4), 1-16.

Engle, R. L., Schlaegel, C. & Dimitriadi, N. (2011). Institutions and entrepreneurial intent: a cross-country study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16(2), 227-250.

Ercan, S. & Yıldırım, C. (2021). Bireysel girişimcilik yönelimi ölçeği'nin Türkçe'ye uyarlanması. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 16(1), 91-105.

Fayolle, A. & Klandt, H. (2006). International entrepreneurship education: issues and newness. İçinde A. Fayolle ve H. Klandt (Eds.), *Issues and Newness in the Field of Entrepreneurship Education: New Lenses for New Practical and Academic Questions* (ss. 1-20). Edward Elgar Publishing.

Franco, M., Haase, H. and Lautenschlager, A. (2010). Students' entrepreneurial intentions: an inter-regional comparison. *Education + Training*, 52(4) 260-275.

Garcia-Morales, V. J., Llorens-Montes, F. J. & Verdu-Jover, A. J. (2006). Antecedents and consequences of organizational innovation and organizational learning in entrepreneurship. *Industrial Management and Data Systems*, 106(1), 21-42. doi: 10.1108/02635570610642940.

Gomes, G., Seman, L. O., Berndt, A. C. & Bogoni, N. (2022). The role of entrepreneurial orientation, organizational learning capability and service innovation in organizational performance. *Revista de Gestão*, 29(1), 39-54. <https://doi.org/10.1108/REGE-11-2020-0103>

Gupta, V. K., Niranjana, S., Goktan, B. A. & Eriskon, J. (2016). Individual entrepreneurial orientation role in shaping reactions to new technologies. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12, 935–961. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0373-4>

Hassan, A., Anwar, I. & Saleem, I. (2021). Individual entrepreneurial orientation, entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial motivations. *Industry and Higher Education*, 20(10), 1-16. Doi: 10.1177/09504222211007051

Hassan, H., Sade, A. B. & Rahman, M. S. (2020). Shaping entrepreneurial intention among youngsters in Malaysia. *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*, 2(3), 235-251.

Helsper, E. (2008). *Digital inclusion: An analysis of social disadvantage and the information society*. Department for Communities and Local Government.

Huang, J., Tong, L. & Cao, Q. (2023). Political motivation of entrepreneurial orientation: An integrated perspective of knowledge acquisition and institutions. *Journal of Business Research*, 168, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114211>

Hughes, M. & Morgan, R. E. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management*, 36(5), 651-661. doi: 10.1016/j.indmarman.2006.04.003.

Ibrahim, N. A & Lucky, E. O. I. (2014). Relationship between entrepreneurial orientation, entrepreneurial skills, environmental factor and entrepreneurial intention among Nigerian students in UUM. *Entrepreneurship and Innovation Management Journal*, 2(4), 203–213.

Imjai, N., Promma, W., Usman, B. & Aujirapongpan, S. (2024). The intertwined effects of digital literacy, agile mindset on design thinking skill and management control competency: Insights from Thai young accountants. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4, 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100244>

Karimi, S., Biemans, H. J., Lans, T., Chizari, M. & Mulder, M. (2016). The impact of entrepreneurship education: a study of Iranian students' entrepreneurial intentions and opportunity identification. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 187-209.

Keh, H. T., Nguyen, T. T. M. & Ng, H. P. (2007). The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 592–611.

Khandwalla, P. N. (1977). Some top management styles, their context and performance. *Organization and Administrative Sciences*, 7, 21–51.

Korkmaz, O. (2012). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(2), 209-226.

Kör, B., Wakkee, I. & Mutlutürk, M. (2020). An investigation of factors influencing entrepreneurial intention amongst university students. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 20(1), 70-86.

Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21.

Kumar, S., Paray, Z. A. & Dwivedi, A. K. (2021). Student's entrepreneurial orientation and intentions: a study across gender, academic background, and regions. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 11(1), 78-91.

Li, Y. H., Huang, J. W. & Tsai, M. T. (2009). Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. *Industrial Marketing Management*, 38(4), 440–449.

Lindberg, E., Bohman, H., Hulten, P., et al. (2017). Enhancing students' entrepreneurial mindset: a Swedish experience. *Education + Training* 59(7/8), 768–779.

Ljungkvist, T., Evansluong, Q. & Boers, B. (2023). Family influences on entrepreneurial orientation in immigrant entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(11), 241-267. <https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2022-0602>

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>

Maresch, D., Harms, R., Kailer, N. & Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technology Forecasting and Social Change*, 104(3), 172-179.

Martins, I. & Perez, J. P. (2020). Testing mediating effects of individual entrepreneurial orientation on the relation between close environmental factors and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 26(4), 771-791.

Mason, M. C., Floreani, J., Miani, S., Beltrame, F. & Cappelletto, R. (2015). Understanding the impact of entrepreneurial orientation on SMEs' performance. The Role of The Financing Structure. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1649-1661. Doi: 10.1016/S2212-5671(15)00470-0

Miles, R. E., Snow, C. C., Meyer, A. D. & Coleman, H. J. (1978). Organizational strategy, structure, and process. *Academy of Management Review*, 3(3), 546-562.

Miller, D. & Le Breton-Miller, I. (2011). Governance, social identity, and entrepreneurial orientation in closely held public companies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 1051-1076. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00447.x>

Mintzberg, H. (1973). Strategy-making in three modes. *California Management Review*, 16, 44-53.

Miralles, F., Giones, F. & Riverola, C. (2016). Evaluating the impact of prior experience in entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(3), 791-813.

Morgan, T. & Anokhin, S. (2023). Entrepreneurial orientation and new product performance in SMEs: The mediating role of customer participation. *Journal of Business Research*, 164, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113921>

Munawar, F. (2019). The Role of Entrepreneurial Orientation and Adaptive Capability to Performance of SME Food & Beverages. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 11(1), 139-151.

Perez, J. P., Martins, I., Mahauad, M. D. & Sarango-Lalangui, P. O. (2024). A bridge between entrepreneurship education, program inspiration, and entrepreneurial intention: the role of individual entrepreneurial orientation. Evidence from Latin American emerging economies. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(2), 288-310. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2021-0137>

Rehan, F., Block, J. & Fisch, C. (2019). Entrepreneurship in Islamic communities: how do Islamic values and Islamic practices influence entrepreneurship intentions? *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(5), 557-583.

Robinson, S. & Stubberud, H. A. (2014). Elements of entrepreneurial orientation and their relationship to entrepreneurial intent. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(2), 1-11.

Saeed, R., Mussawar, S., Lodhi, R. N., Iqbal, A., Nayab, H. H. and Yaseen, S. (2013). Factors affecting the performance of employees at the workplace in the banking sector of Pakistan. *Middle East Journal of Scientific Research*, 17(9), 1200-1208.

Sahoo, S. and Panda, R. K. (2019). Exploring entrepreneurial orientation and intentions among technical university students: role of contextual antecedents. *Education + Training*, 61(6), 718-736.

Saoula, O., Shamim, A., Ahmad, M. J. & Abid, M. F. (2023). Do entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial motivation, and family support enhance entrepreneurial intention? The mediating role

of entrepreneurial education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 17(1), 20-45. <https://doi.org/10.1108/APJIE-06-2022-0055>

Shapero, A. & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, 7240, 72-90.

Sheng, L., Gu, J. & Wu, J. (2023). How does entrepreneurial orientation influence firm performance? The roles of corporate social responsibility and institutional environments. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(4), 2021-2036. <https://doi.org/10.1002/csr.2471>

Sim, M. S., Galloway, J. E., Ramos, H. M. & Mustafa, M. J. (2023). University's support for entrepreneurship and entrepreneurial intention: the mediating role of entrepreneurial climate. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(2), 360-378. Doi: 10.1108/JEEE-09-2021-0354

So, I. G., Ridwan, A., Simamora, B. H. & Aryanto, R. (2017). Confirming entrepreneurial orientation dimensions and linking it with entrepreneurial intention among business students in Indonesia. *International Journal of Economics and Management*, 11(2), 277-299.

Spencer, J. (2016). Success strategies Saudi entrepreneurs used to navigate through regulations in Jeddah. *Journal of Entrepreneurship and Organization Management*, 5(3), 199-224.

Stock, D. M. & Erpf, P. (2023). Systematic literature review on entrepreneurial orientation in nonprofit organizations – Far more than business-like behavior. *Journal of Philanthropy and Marketing*, 28(4), e1753. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1753>

Suder, M. (2023). Impact of entrepreneurial orientation on performance and moderating role of crisis perception: multi-method examination. *Journal of Organizational Change Management*, 36(8), 86-116. <https://doi.org/10.1108/JOCM-04-2023-0124>

Taatila, V. & Down, S. (2012). Measuring entrepreneurial orientation of university students. *Education + Training*, 54(8/9), 744-760.

Trivedi, R. (2016). Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 790-811.

Ural, A. & Kılıç, İ. (2018). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. (5. Baskı), Detay Yayıncılık.

Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I. & Van der Zwan, P. (2012). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: gender and the entrepreneurial personality. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 325-341.

Wales, W. J. (2016). Entrepreneurial orientation: A review and synthesis of promising research directions. *International Small Business Journal*, 34(1), 3-15. <https://doi.org/10.1177/0266242615613840>

Xia, Q., Xie, Y., Hu, S. & Song, J. (2024). Exploring how entrepreneurial orientation improve firm resilience in digital era: findings from sequential mediation and FsQCA. *European Journal of Innovation Management*, 27(1), 96-122. <https://doi.org/10.1108/EJIM-12-2021-0593>

Zhang, D. & Bruning, E. (2011). Personal characteristics and strategic orientation: entrepreneurs in Canadian manufacturing companies. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 17(1), 82-103.

Zhang, Y., Duysters, G. & Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(3), 623-641.

Zhou, W. (2013). Political connections and entrepreneurial investment: Evidence from China's transition economy. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 299-315. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.05.004>