

T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**SOSYAL SERMAYENİN GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ VE
GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE
ÖZ YETERLİLİĞİN ARACI ROLÜ**

DOKTORA TEZİ

Eray CAVLAK

İşletme Anabilim Dalı

İşletme Doktora Programı

**TEMMUZ 2025
İSTANBUL**

T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**SOSYAL SERMAYENİN GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ VE
GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÖZ
YETERLİLİĞİN ARACI ROLÜ**

DOKTORA TEZİ

**Eray CAVLAK
210020009**

0009-0008-8625-3434

İşletme Anabilim Dalı

İşletme Doktora Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğretim Üyesi Ahmet ERKASAP

İstanbul 2025



T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü

Jüri Tez Onay Formu

03.07.2025

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

Bu çalışma 03.07.2025 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından İşletme Anabilim Dalı, İşletme (Doktora) Programı Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

TEZ JÜRİSİ

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ERKASAP

Danışman

İstanbul Gedik Üniversitesi

Üye (İmza)

Prof. Dr. Mehmet ERKAN

İstanbul Gedik Üniversitesi

Üye (İmza)

Doç. Dr. Gözde MERT

İstanbul Nişantaşı Üniversitesi

Üye (İmza)

Dr. Öğr. Üyesi İsmail ÖZDEMİR

İstanbul Gedik Üniversitesi

Üye (İmza)

Dr. Öğr. Üyesi Ali ÖZCAN

İstanbul Nişantaşı Üniversitesi

YEMİN METNİ

Doktora tezi olarak sunduğum ‘‘Sosyal Sermayenin Girişimcilik Yönelimi ve Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Öz Yeterliliğin Aracı Rolü’’ adlı çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldığıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını, patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışımın olmadığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım (03 / 07 / 2025)

Eray CAVLAK

ÖNSÖZ

Bu çalışmada Kocaeli ilinde KOBİ'lerde çalışmakta olan beyaz yakalı iş görenlerin, Sosyal Sermayenin Girişimcilik Yönelimi ve Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Öz Yeterliliğin Aracı Rolü üzerindeki etkileri araştırılmıştır.

Tez çalışmamın uçtan uca planlanmasında, yürütülmesinde ve ortaya çıkarılmasında desteğini hiç esirgemeyen, engin bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, yönlendirme ve bilgilendirmeleriyle çalışmamı bilimsel temeller ışığında şekillendiren sayın hocam Dr. Öğretim Üyesi Ahmet ERKASAP'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Haziran 2025

Eray CAVLAK

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
ÖNSÖZ	iv
İÇİNDEKİLER	v
ÇİZELGE LİSTESİ	viii
ŞEKİL LİSTESİ	x
ÖZET	xi
ABSTRACT	xii
1. GİRİŞ	1
2. SOSYAL SERMAYE	3
2.1 Sosyal Sermaye Tanımı.....	3
2.2 Sermaye Çeşitleri ve Sosyal Sermaye ile İlişkileri	8
2.2.1 Finansal (ekonomik) ve fiziksel sermaye	9
2.2.2 Entelektüel sermaye.....	9
2.2.3 Yapısal sermaye.....	9
2.2.4 İlişkisel sermaye	9
2.2.5 Beşeri sermaye.....	10
2.2.6 Kültürel sermaye.....	10
2.3 Sosyal Sermaye'nin Unsurları.....	10
2.3.1 Sosyal ağlar	10
2.3.2 Güven	11
2.3.3 İşbirliği	12
2.3.4 Normlar.....	12
2.4 Sosyal Sermayenin Boyutları	13
2.4.1 Yapısal sosyal sermaye.....	13
2.4.2 Bilişsel sosyal sermaye	14
2.4.3 İlişkisel sosyal sermaye	14
2.5 Sosyal Sermaye Türleri	15
2.5.1 Bağlayıcı sosyal sermaye	15
2.5.2 Köprü kuran sosyal sermaye.....	17

2.5.3 Birleştirici sosyal sermaye.....	17
3. BİREYSEL GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ.....	19
3.1 Girişimcilik.....	19
3.2 Girişimcide Olması Gereken Özellikler.....	21
3.3 Bireysel Girişimcilik Yönelimi.....	23
3.3.1 Yenilikçilik.....	26
3.3.2 Risk alma.....	26
3.3.3 Proaktiflik.....	27
4. GİRİŞİMCİLİK NİYETİ.....	29
4.1 Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörler.....	30
4.1.1. Demografik faktörler.....	30
4.1.2. Kişisel faktörler.....	32
4.1.3 Çevresel faktörler.....	33
4.2 Girişimcilik Niyeti Yaklaşımları.....	33
4.2.1 Girişimcilik olay modeli.....	34
4.2.2. Girişimcilik niyet modeli.....	35
4.3.3. Planlı davranış kuramı.....	35
5. ÖZ YETERLİLİK.....	37
5.1 Girişimcilik Öz Yeterliliği.....	37
5.2 Öz-Yeterlik İnancını Etkileyen Faktörler.....	40
5.2.1 Başarı (uzmanlık) deneyimleri.....	40
5.2.2 Dolaylı deneyimler.....	40
5.2.3 Sosyal ikna.....	41
5.2.4 Fizyolojik ve duygusal durumlar.....	41
5.3 Öz Yeterlik Boyutları.....	42
5.3.1 Öz yeterlik büyüklüğü.....	42
5.3.2 Öz yeterlik gücü.....	43
5.3.3 Öz yeterliğin genellenebilirliği.....	43
6. ARAŞTIRMA.....	44
6.1 Araştırma Amacı.....	44
6.2 Araştırma Soruları.....	45
6.3 Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	46
6.4 Araştırmanın Yöntemi ve Metodolojisi.....	47
6.4.1 Örneklem, veri toplama süreci ve sınırlılıklar.....	47

6.4.2 Araştırma kullanılan ölçekler	48
6.5. Verilerin Analizi.....	48
7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLARI	50
7.1 Araştırma Kapsamındaki Katılımcılara Ait Demografik Bulgular	50
7.2 Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	53
7.2.1 Girişimci niyeti ölçeği	53
7.2.3 Öz yeterlilik ölçeği	56
7.2.4 Sosyal sermaye ölçeği	58
7.2.5 Bireysel girişimcilik yönelimi ölçeği	61
7.3 Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları	65
7.4 Hipotezlere Ait Bulgular	68
8. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	76
KAYNAKÇA	83
EKLER.....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
Ek-1: Etik Kurul Onayı	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
Ek-2: Anket Formu.....	96

ÇİZELGE LİSTESİ

	Sayfa No.
Çizelge 3.1: Girişimcilik Yöneliminin Tanımları	25
Çizelge 7.1: Cinsiyete Göre Dağılım	50
Çizelge 7.2: Yaşa Göre Dağılım	50
Çizelge 7.3: Medeni Duruma Göre Dağılım	50
Çizelge 7.4: Eğitim Duruma Göre Dağılım	51
Çizelge 7.5: Kurumda Çalışma Süresine Göre Dağılım	51
Çizelge 7.6: Toplam İş Deneyimine Göre Dağılım	51
Çizelge 7.7: Çalışılan Sektöre Göre Dağılım.....	52
Çizelge 7.8: Pozisyona Göre Dağılım.....	53
Çizelge 7.9: Girişimci Olma Niyetine Göre Dağılım.....	53
Çizelge 7.10: Girişimci Niyeti Ölçeği KMO ve Bartlett's Test Results	53
Çizelge 7.11: Girişimci Niyeti Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları	54
Çizelge 7.12: Öz Yeterlilik Ölçeği KMO ve Bartlett's Test Results	56
Çizelge 7.13: Öz Yeterlilik Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları	56
Çizelge 7.14: Sosyal Sermaye Ölçeği KMO ve Bartlett's Test Results	58
Çizelge 7.15: Sosyal Sermaye Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları.....	59
Çizelge 7.16: Bireysel Girişimcilik Yönelimi Ölçeği KMO ve Bartlett's Test Results	61
Çizelge 7.17: Bireysel Girişimcilik Yönelimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları	62
Çizelge 7.18: Ölçeklerin Normallik Dağılımları.....	64
Çizelge 7.19: Ölçeklerin Güvenirlilik Değerleri.....	64
Çizelge 7.20: Uyum Değerleri	65
Çizelge 7.21: Sosyal Sermayenin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları	69
Çizelge 7.22: Sosyal Sermayenin Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları	69
Çizelge 7.23: Sosyal Sermayenin Öz Yeterlilik Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları.....	70

Çizelge 7.24: Girişimcilik Yöneliminin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları	70
Çizelge 7.25: Öz Yeterliliğin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları	71
Çizelge 7.26: Sosyal Sermayenin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Girişimcilik Yöneliminin Aracı Etkisinin Toplam, Doğrudan ve Dolaylı Etki Değerleri	72
Çizelge 7.27: Sosyal Sermayenin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Öz Yeterliliğin Aracı Etkisinin Toplam, Doğrudan ve Dolaylı Etki Değerleri	73
Çizelge 7.28: Öz Yeterliliğin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Girişimcilik Yöneliminin Aracı Etkisinin Toplam, Doğrudan ve Dolaylı Etki Değerleri	74
Çizelge 7.29: Hipotez Özetleri	75

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 6.1: Araştırmanın Modeli.....	46
Şekil 7.1: Girişimcilik Niyeti Ölçeği Standardize Edilmiş Model Çıktıları	67
Şekil 7.2: Sosyal Sermaye Ölçeği Standardize Edilmiş Model Çıktıları.....	67
Şekil 7.3: Öz Yeterlilik Ölçeği Standardize Edilmiş Model Çıktıları.....	68
Şekil 7.4: Bireysel Girişimcilik Yönelimi Ölçeği Ölçeği Standardize Edilmiş Model Çıktıları.....	68
Şekil 7.5: Sosyal Sermaye Girişimcilik Yönelimi Aracılığıyla Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi	71
Şekil 7.6: Sosyal Sermaye Öz Yeterlilik Aracılığıyla Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi.....	73
Şekil 7.7: Öz Yeterlilik Girişimcilik Yönelimi Aracılığıyla Girişimcilik Niyeti Üzerimdeki Etkisi	74

SOSYAL SERMAYENİN GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ VE GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÖZYETERLİLİĞİN ARACI ROLÜ

ÖZET

Araştırmanın amacı, Kocaeli’de bulunan küçük ve orta ölçekli işletmelerde (KOBİ’ler) çalışmakta olan beyaz yakalı çalışanların sahip oldukları sosyal sermayenin girişimcilik niyeti ve girişimcilik yönelimi üzerinde etkisinde öz yeterliliğin aracılık rolünü ortaya koymak ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda öneriler sunmaktır. Araştırmanın temel iddiası, sosyal sermayenin ve öz yeterliliğin, beyaz yakalı çalışanların girişimcilik niyetlerini olumlu yönde etkileyerek, KOBİ’lerde beyaz yakalı çalışanların yenilikçilik ve girişimcilik niyetlerinin geliştirilmesine katkı sağladığıdır. Bu araştırma girişimcilik potansiyelinin artırılması, ekonomik kalkınmaya destek sağlaması ve yenilikçi büyümeyi desteklemesi bakımından dolayı önemlidir. Araştırmanın evreni Kocaeli ili sınırları içerisinde farklı sektörlerde üretim yapan küçük ve orta ölçekli işletmelerde yer alan beyaz yakalı çalışanlardan oluşmaktadır. Örneklem kolayda örnekleme biçimiyle oluşturulmuş ve veriler anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. 516 anket uygulaması yapılmış, ortaya çıkan veriler SPSS v24.0 paket programı ile analizler tamamlanmıştır. Yapılan analiz ile birlikte, sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu, öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu ve sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde etkisinde girişimcilik yönelimi ve öz yeterliliğin aracılık rolünün olduğu sonuçları ortaya çıkmıştır. Sosyal sermaye, girişimcilik yönelimi, öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti arasında ilişkileri inceleyen farklı çalışmalar yapılmış iken, bu dört değişkenin birlikte incelendiği çalışmalar sınırlı kalmıştır. Bu araştırma sosyal sermaye öz yeterlilik, girişimcilik yönelimi ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişki incelenerek literatüre katkıda bulunacaktır. Ayrıca, bu değişkenler arasında ilişkiyi anlamak, ekonomik kalkınma ve yenilikçilik süreçlerine ışık tutacaktır. Araştırmanın sonuçlarından yola çıkarak, girişimci adayları mentörlük, koçluk ile motivasyonları yükselterek öz yeterliliğini arttıracak şekilde yapılandırılmalıdır. Girişimcilik ekosistemlerinin sosyal sermaye, girişimcilik yönelimi ve öz yeterlilik unsurlarını destekleyecek şekilde tasarlanması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal Sermaye, Girişimcilik Niyeti, Öz Yeterlilik, Girişimcilik, Beyaz Yakalı Çalışanlar*

THE MEDIATING ROLE OF SELF-EFFICACY IN THE IMPACT OF SOCIAL CAPITAL ON ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND ENTREPRENEURIAL INTENTION

ABSTRACT

Research is to reveal the effect of self-efficacy and individual entrepreneurial orientation on the entrepreneurial intention of white-collar workers working in SMEs operating in Kocaeli and to offer suggestions. The universe of the research consists of white-collar employees working in SMEs operating in different sectors within the borders of Kocaeli. The main claim of the research is that social capital and self-efficacy contribute to the development of innovation and entrepreneurship culture in SMEs by positively affecting the entrepreneurial intentions of white-collar employees. This research is important because it increases entrepreneurship potential, supports economic development and supports innovative growth. The sample was created by convenience sampling and data were obtained using the survey technique. 516 surveys were applied and the obtained data were analyzed using the SPSS v24.0 package program. As a result of the analysis, it was revealed that social capital has an effect on entrepreneurial intention, self-efficacy has an effect on entrepreneurial intention and self-efficacy has a mediating role in the effect of social capital on entrepreneurial intention. While different studies have been conducted examining the relationships between Social Capital, self-efficacy, individual entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention, studies examining these four variables together remain limited. This research will contribute to the literature by examining the relationship between social capital, self-efficacy and entrepreneurial intention. In addition, understanding the effects of social capital and self-efficacy perception on entrepreneurial intention will shed light on economic development and innovation processes. Based on the results of the research, entrepreneurial candidates should be structured in a way that will increase their motivation and self-efficacy through mentoring and coaching. Entrepreneurial ecosystems should be designed to support social capital and self-efficacy elements.

Keywords: *Social Capital, Entrepreneurial Intention, Self-Efficacy, Entrepreneurial, white-collar employees*

1. GİRİŞ

Girişimcilik, küresel rekabetin arttığı globalleşen dünyada hızlı gelişmelerin yaşandığı ülkeler için ekonomik gelişmeler önemli bir güçtür. Tüm ülkeler için önemli bir değere sahip olan girişimcilik, Türkiye ekonomisi içinde büyük öneme sahiptir (Özler, vd., 2017: 741). Girişimci bireyler için bilgi kaynaklarına ulaşmak, fırsatları yakalamak, rekabet üstünlüğü sağlamak ve girişimcilikte devamlılığı sağlamak için öz yeterliliklerini geliştirmek için çevresi ve sosyal ağlarla sürekli iletişim halinde olmaktadır. Bu nedenle bireyin öz yeterliliği ve sosyal sermayenin önemi günümüzde oldukça fazladır. Girişimciler, girişimcilik faaliyetlerini uygularken karşılıklarına çıktıkları fırsatları değerlendirmek ve rekabet üstünlüğünü ele geçirmek, girişimciler için önemli olan bilgi ve kaynaklara ulaşmak, yeni girişimlerde bulunmak, öz yeterlilik ve yetkinlerini geliştirebilmek için çevresiyle süreklilik sağlayacak şekilde sosyal ağlar kurmakta ve bu ağları genişletmektedir. Böylece öz yeterliliğin yüksek olması ve sosyal ağlar, girişimcinin olası fırsatları yakalaması ve bu fırsatlardan faydalanması, ticari ilişkileri geliştirebilmesi için oldukça önemlidir (Demirel, 2023: 130).

Bireyin girişimcilik niyetini demografik faktörler, kişisel faktörler ve çevresel faktörler etkiler (Şeşen ve Basım, 2012: 24). Bu çalışmada girişimcilik niyetine etki yapan çevresel faktörlerin içerisinde sosyal sermayenin seçilmesi hem makro seviyede (Putnam, 1993) hem de bireysel seviyede (Lin, vd., 2008) ekonomik büyüme için oldukça öneme sahip olmasındandır. Sosyal çevre yeni bilgi kaynaklarının ortaya çıkmasında oldukça önemli bir rol oynar. Yeni girişimlerin ortaya çıkmasında ve rekabet avantajı yaratmakta etkilidir (Xie, vd., 2021: 4). Sosyal sermaye, bireylerin girişimcilik niyetlerini güçlendiren ve girişimcilik yönlerine pozitif olarak katkı sağlayan değerli kaynak olarak değerlendirilir (Turkina vd., 2013: 114). Özellikle sosyal sermayenin sağladığı güven, karşılıklı yardımlaşma ve bilgi paylaşımı gibi unsurlar, girişimcilik süreçlerinde kritik öneme sahiptir. Bu unsurlar girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirme ve riskleri yönetme kapasitelerini arttırmaktadır (Audretsch ve Aldridge, 2012: 371). Sosyal sermayenin bu etkisi,

girişimcilerin sahip oldukları öz yeterlilik düzeylerine bağlı olarak farklılık gösterir (Yang, 2017: 525). Dolayısıyla sosyal sermayenin girişimcilik üzerindeki etkisinin tam anlamıyla anlaşılabilmesi için, öz-yeterlilik kavramının da dikkate alınması gerekir (Sahasranamam, vd., 2021).

Girişimcilik niyetini etkileyen diğer faktörlerden biri öz yeterliliktir. Bireyin iş kurma niyeti, risk alma düzeyi, karşılaşacağı iş fırsatları öz yeterlilik düzeyinin yüksek olması ile ifade edilir. Bir bireyin öz yeterliliği yüksek olması durumda kendisini ve çevresini etkileyebilir ve her hangi bir riskten kaçınmadan girişimcilik niyetinde bulunur (Özler, vd., 2017: 742). Bu bireylerin karşılaşacakları zor durumlarda işlerin üstesinden gelmesi ve hedeflere ulaşmalarıyla girişimcilik niyetini arttıracacağı düşünülür (Bektaş ve Zehir, 2022: 14). Öz yeterlilik, girişimcilik niyetinde, kişisel zaman ve sermayenin tahsisi de dahil olmak üzere çeşitli yatırım tercihlerini etkiler (Cassar, vd., 2009: 244). Bu durum, girişimcilerin iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları zorlukları aşmalarına ve başarıya ulaşmalarına katkı sağlar (Ye, 2012: 2451).

Bu araştırmanın temel amacı, sosyal sermayenin (bireylerin sosyal ağları ve ilişkileri aracılığıyla elde ettikleri kaynaklar) girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini girişimcilik yönelimi ve öz yeterlilik algısının (bireylerin kendi beceri ve yeteneklerine olan güveni) bu etkideki aracılık rolünü incelemektir. Özellikle KOBİ'lerde beyaz yakalı çalışanların bu dinamikler içindeki davranışlarını anlamayı amaçlar. sosyal sermaye, girişimcilik yönelimi, öz yeterlilik algısı ve girişimcilik niyeti birbirleriyle ilişkilerini anlamak, girişimcilik ekosisteminin güçlenmesine katkı sağlayacak ve ekonomik kalkınma ve yenilikçilik süreçlerine ışık tutacaktır.

2. SOSYAL SERMAYE

2.1 Sosyal Sermaye Tanımı

Tanımlanması oldukça zor olan, toplumun temel düzeyini oluşturan önemli bir kavramdır. Sosyal sermayenin temelinde bireyler arası ilişkiler ve kişilerin sivil toplum kuruluşları ile arasındaki etkileşim vardır. Bu ilişki ve etkileşimler herhangi bir şarta bağlı olarak sürmektedir. Bireylerin bu kurumlara güven duymaları için kurumların belirli niteliklere sahip olması gerekmektedir. Kurumların sahip oldukları temsil yetkinliği, kişilerin bu kurumlara güvenini arttıracaktır. (Kapu, 2008; 269)

Sosyal sermaye, bireylerin sahip oldukları sosyal ağlar, ilişkiler ve topluluk içindeki güven ve işbirliği potansiyelini ifade etmektedir (Dastourian vd., 2017; 121). Sosyal sermaye, bireylerin sosyal ilişkiler aracılığıyla elde ettikleri kaynakları ve bu kaynakların iş süreçlerinde nasıl kullanıldığını kapsamaktadır (Doh ve Acs, 2010; 251). Ayrıca girişimcilik süreçlerinde kritik bir rol oynayarak, girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirme ve işlerini büyütme kapasitelerini arttırmaktadır (Sahasranamam ve Nandakumar, 2020; 109).

Sosyal sermaye, bireylerin sosyal ağlar aracılığıyla bilgi, kaynak ve destek sağlamalarına olanak tanımaktadır (Jiao ve Robinson, 2011; 8461). Bu ağlar, girişimcilerin iş süreçlerinde karşılaştıkları zorlukları aşmalarına yardımcı olmaktadır (Zhao ve Li, 2021; 5). Aynı zamanda bireylerin topluluk içindeki güven ve işbirliği düzeyini artırarak, girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmektedir. Sosyal sermayenin bu yönü, girişimcilerin yenilikçi fikirlerini hayata geçirmelerine ve işlerini büyütmelerine olanak tanımaktadır (Zelekha ve Dana, 2019; 255).

Sosyal sermaye kavramı, sosyal bilimlerde uzun bir geçmişe sahip olup, bireyler arasındaki ilişkilerin ve bu ilişkilerden doğan güven, normlar ve ağların toplumsal ve ekonomik faydalarını araştıran bir alandır. Sosyal sermaye, ilk olarak 20. yüzyılın başlarında toplulukların ve bireylerin ekonomik ve sosyal yaşamlarını nasıl etkilediğini anlamaya çalışan araştırmacılar tarafından incelenmiştir (Hulgard ve Spear, 2006). Bu kavram, sosyal ağlar ve topluluk içindeki güvenin ekonomik

kalkınmayı ve sosyal bütünleşmeyi nasıl teşvik ettiğine dair erken çalışmalarda ortaya çıkmıştır (Doh ve Zolnik, 2011; 4964).

Sosyal sermaye ilk olarak sosyolojik bakış içerisinde Tocqueville'e, Durkheim'a, Weber'e, Colley'e kadar uzanmaktadır. Ekonomik bakış içerisinde ise Adam Smith'e, Marshall'a, Hume'a ve Hicks'a- uzanır. Bu kavramın gelişimine katkı sağlayan bu isimler 'sosyal' ve 'sermaye' yi birlikte düşünen, toplum içerisinde büyük öneme sahip olduğu göstermişler, Sosyal sermayenin kavramlaştırılmasına zemin hazırlamışlardır. (Şan ve Şimşek, 2011; 92)

Tocqueville 1831 yılında yayınladığı 'Amerika'da Demokrasi' isimli eserinde, güçlü bir ekonomisinin ve demokrasinin oluşmasının özünde resmi kuralların olmadığı, Amerika halkını birbirleriyle sosyal etkileşimde olmalarının ve bunlarında sivil toplum kuruluşlarındaki etkileşimlerin önemli bir yere sahip olduğunu ileri sürmektedir. Tocqueville sivil toplulukların bireyseliği yok etmekte önemli yeri olduğunu veya bireyselliğin vereceği zararları en aza indirmede büyük katkısı olduğunu vurgular. (Fukuyama, 2005; 44)

Durkheim, mekanik işbirliğinden, organik işbirliğine olan geçiş sürecindeki değişimi inceleyerek, değişen insan ilişkilerinin önemini belirtmiştir. Durkheim bu geçiş aşamasında sosyal yaşamda insanlarda meydana gelen değişimlerin sosyal sermayeye temel oluşturmuş, bu değişimin birbirlerini destekleyen ve tamamlayan önemli öğeler olarak değerlendirilmiştir. (Field, 2008; 24)

Cooley, aile, arkadaşlık, komşuluk üzerinde gelenek ve göreneklerin davranışlar üzerinde daha etkili olduğu birincil gruplar ile dernekler, sendikalar, özel veya resmi kurumlar, yasa, yönetmelik, tüzük vb. davranışlar üzerinde daha etkili olduğu ikincil gruplar olarak ifade etmiştir. Bu gruplar sosyal sermayenin türleri ve kaynakları üzerine geliştirilen yaklaşımlara temel oluşturmuştur. (Şan ve Şimşek, 2011; 93)

Adam Smith, sosyal etkileşim ve bu sosyal birlikteliğin iktisadi eylemlere etkisinden, ortak çıkarları doğrultusunda bir araya gelen, birbirleri arasında iş bölümünün olduğu, belirli kurallar ile düzenlenmiş sınıf şeklinde ifade etmiştir. Adam Smith toplumsal refah içinde ahlaki davranışlar, erdem ve dürüstlüğün sağlanmasıyla sosyal sermaye ve güvenin önemini vurgulamıştır. Max Weber sosyal etkileşimin ortak çıkarlar arasında işbölümü ve uzmanlaşmaya dayalı olduğu

sürecede birlikteliğin olabileceğini ifade ederek Smith'e benzer bir şekilde ifade etmiştir. Literatürde Weber'in tarif ettiği bireyler arasındaki toplumsal ortak yaşam şekli, kalkınmada değerli bir araç olarak kabul ettiği erdemli ve motivasyon gibi kavramlar, sosyal sermayenin birer parçası olduğu ileri sürülmektedir. (Safran, 2020; 45).

Daha sonra neoklasik iktisadi düşüncede yer bulan sermaye, üretimde yer alan fiziki sermayeyi teslim eden, üretim faktörlerinden biri olarak kabul edilmiştir. 1908 yılında ise Veblen gözle görülmeyen bireysel ve toplumsal ilişkilerle gelişen, işbirliği güven gibi ölçülmesi kolay olmayan ve toplumda giderek önemini arttıran, pozitif değerlerin de sermaye kavramı içerisinde yer alması gerektiğini belirtmiştir (Karaçay ve Varol, 2015;105).

Sosyal sermaye, kavram olarak ilk J. S. Hanifan söz etmiştir. Amerikalı Hanifan 1916 senesinde 'The Rural School Community Center' isimli çalışmada ekonomik anlam dışında, sermayeye katkısı olan, kişiler ve gruplar ile toplum ilişkilerinde bütünlüğü sağlayan, kişilerin hayatlarında sosyal ilişkiler sayesinde arkadaşlık, dostluk, sosyalleşmenin varlığını göstermek için bu ileri sürmüştür (Şan ve Şimşek, 2011; 94). Bu kavrama 1956'da J. Seeley, A. Sim ve E. Loosely'nin, "Crestwood Heights: A Study of the Culture of Suburban Life" adlı eserde, sosyal sermayenin önemini vurguladıkları çalışmada rastlamaktadır. (Özdemir, 2007; 35).

1970 yıllarına kadar sosyal sermaye daha çok ekonomik, finansal unsur olarak değerlendirilmiştir. Toplumda bireyler arasında sosyal ilişkilerin derecesine bakıldığında, bireyler arasında meydana gelen karmaşık ilişkileri açıklayacak çok boyutlu bir kavram olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda daha sonraki yıllarda önce Bourdieu sonrasında Coleman ve Putnam ile birlikte sosyal sermayenin gelişmesine katkı sağlayarak kavramlaştırmışlardır.

1980'lere kadar süren sosyal sermaye tartışmalarının ana karakterini belirleyen unsur, sosyal sermayenin daha çok iktisadi bir arka planla birlikte düşünüldüğü gerçeğidir. Toplumsal ilişkilerin çok boyutluluğu göz önüne alındığında, sosyal sermaye tartışmalarında tek boyutlu bir yaklaşımdan ziyade, karmaşık toplumsal ilişkileri tüm arka planıyla çözümlenebilecek çok boyutlu/interdisipliner bir yaklaşıma ihtiyaç olduğu aşikârdır. Bu bağlamda, özellikle 80'lerden itibaren Bourdieu, Coleman ve Putnam'ın başını çektiği sosyal bilimciler,

sosyal sermaye tartışmalarının kavramsallaştırılmasında ufuk açıcı isimler olmuşlardır.

Sosyal sermaye 1970 yıllarına kadar daha çok iktisadi bir yaklaşım olarak düşünülmektedir. Toplumda kişiler arası ilişkiler birden fazla boyutlarda olduğu düşünüldüğünden, kavramın bir boyutlu olmasının aksine, birden çok boyuta sahip olduğu disiplinlerarası bir yaklaşım olduğu görülmektedir. 1980 yıllarından sonra ise sosyal bilimciler kavramı geliştirerek, sosyal sermayenin kavramlaştırılması üzerinde birçok katkılar sağlamışlardır. (Yarcı, 2011; 4)

Sosyolojik açıdan ilk kuramsal çalışma Pierre Bourdieu'nun 'Distinction' eseridir. Sosyal sermayenin öncülerinden olan Bourdieu eserinde toplum içinde kültürel farklılıkların nasıl geliştiğini, toplum açısından benimsendiğini açıklamış ve bu kapsamda iktisadi sermaye ile birlikte ekonomik olmayan sermayenin önemine değinmiş bu kapsamda sosyal sermayeyi incelemiştir. Bourdieu, toplumsal farklılıklar ve sosyal gruptaki üyelerin tutumları sosyal sermayenin oluşmasına katkı sağladığını belirtmiştir. Bu kapsamda bireyin yaşadığı aile ortamının büyük öneme sahip olduğunu, ailenin gayri biçimsel sermaye olduğunu belirtmiştir. (Şan ve Şimşek, 2011; 96)

Sosyal sermayenin geliştirilmesinde önemli katkıları olan araştırmacılardan biri Pierre Bourdieu'dur. Sosyal sermayeyi Bourdieu, kişilerin sosyal ilişkiler aracılığıyla kazandıkları değerler şeklinde tanımlar (Hidalgo ve diğerleri 2024; 186). Bourdieu'nun çalışmaları, sosyal sermayenin ekonomik sermaye gibi somut ve ölçülebilir olduğuna dikkat çeker ve bireylerin toplumsal konumlarını ve sosyal ağlarını güçlendirmek için bu sermayeyi nasıl kullanabileceklerini araştırır (Zelekha ve Dana, 2019; 256).

Bourdieu, sosyal sermaye kavramını bütün olarak görmektedir. Bourdieu, Kişilerin herhangi bir gruba katılımları sonrasında elde ettikleri faydalar ve bu faydalardan elde edilen kaynakları gelişimi üzerine değerlendirmelerde bulunmuştur. Bireyler doğuştan sosyal ilişkiler içinde bulunmadığını, sosyal ilişkilerin bireylerin gruplara katılımları sonrasında geliştiklerini vurgulamıştır. Bourdieu, sosyal sermayeyi tanımlarken iki temel unsur üzerinde durmuştur. İlki sosyal ilişkilerde bulunan bireyler gruptaki kaynaklara ulaşabilmektedirler. İkincisi, bireylerin sosyal ilişkilerde bulunmaları elde ettikleri kaynakların kalite ve miktarını belirler.

Bourdieu sosyal sermayeye sahip olan bireylerin, kaynaklara ulaşımının oldukça kolay olacağını belirtir (Portes, 1998; 6).

Coleman, sosyal sermaye üzerine verdiği en önemli katkıları Amerika eğitim sistemi üzerine yaptığı çalışmalardan meydana gelmektedir. Sosyal sermayenin ana, öncül veya sonuç olmasından ziyade yan ürün olduğunu belirtmiştir. Coleman'a göre sosyal sermaye bireyler arasındaki etkileşim sonucu ortaya çıkan eylemler sonucu gelişen bir yan üründür. Sosyal sermaye kavramı bireylerin kendi çıkarları doğrultusunda, rekabet ortamında bile neden birlikte hareket etmeleri gerektiğini sorusuna cevap bulmayı sağlamıştır (Field, 2008; 54).

Coleman, sosyal sermaye üzerinde, ailenin küçük veya büyük olması, ailenin konumu, anne ve babaların çocuklar üzerinde beklentisi, dini kurumlar ile olan bağlar ile değerlendirmelerde bulunmuştur. Sosyal sermayenin bir öğeden ziyade iki öğeden oluşan ortak bir değere sahip olduğunu belirtir. Her bir öğe sosyal yapı içerisinde bulunan bireylerin eylemlerini kolaylaştırmaktadır. Bundan dolayı sosyal yapı içerisinde her bireyin birbirinden farklı beklentilere, görevlere sahip olduğunu belirtir. Sosyal sermayenin çok geniş bir sosyal ağlar arasındaki ilişkilerin çeşitliliği olduğunu, bilginin transferini, normlar ve görevlerden dolayı yapılan faaliyetleri kolaylaştırdıklarını belirtir. Fakat bu faaliyetler her zaman faydalı olmayabilir. Büyük bir grup içerisinde bazı faaliyetler faydalı olurken, küçük grup içerisinde bazı faaliyetler zararlı olabilmektedir (Kapu, 2008; 271).

Sosyal sermayeyi beşeri sermaye ile karşılaştıran Coleman'a göre norm, güven ve sosyal ağlardan meydana gelen sosyal sermaye bireyler arası eylemlerdir. Bireyler arasında olumlu veya olumsuz sonuçlar temelinde gelişebilir. Karşılıklı olması güven ve sosyal sermaye için önemli faktördür. Bireyler arası meydana gelecek, iş ve olanakların gelişmesine imkan sağlayan sosyal kaynaklarda sosyal sermaye unsuru olarak kabul edilebilir (Şan ve Şimşek, 2011; 96).

Sosyal sermaye, kişilerin veya grupların, fikir ve davranışlarını, topluma karşı alışkanlıkların tamamıdır. Bu sayede kişiler veya gruplar topluma karşı fikir ve davranışlarının geçerliliğini gösterir. Sermaye, vakit ilerledikçe yeni fikir, davranışlar ile birlikte değişir ve tekrardan kendini ortaya çıkarır (Yarcı, 2011; 5).

James Coleman ise sosyal sermayeyi, insanların birlikte çalışmasını kolaylaştıran ve toplumsal yapıların işleyişine katkıda bulunan bir kaynak olarak

tanımlar (Audretsch ve Aldridge, 2012; 371). Coleman'ın çalışmaları, özellikle eğitim ve gençlik gelişimi konularında sosyal sermayenin önemini vurgulamış ve sosyal ilişkilerin, eğitim başarıları üzerinde belirleyici bir rol oynadığını göstermiştir (Doh ve Acs, 2010; 244). Coleman sosyal sermayenin yalnız geniş imkanlara sahip kişi ve gruplar açısından değil, imkan ve olanları dar olan sosyal gruplar tarafından da olumlu etkiler göstereceğini belirtir. (Yarcı, 2011; 6).

Robert Putnam ise sosyal sermayeyi daha geniş bir toplumsal bağlamda ele almış ve topluluklardaki gönüllülük, katılım ve sosyal ağların demokrasinin işleyişine olan katkılarını incelemiştir (Mahato, vd., 2022: 506). Putnam'ın çalışmaları, sosyal sermayenin, toplumların sağlıklı ve verimli bir şekilde çalışabilmesi için kritik bir öneme sahip olduğunu ortaya koymuştur (Turkina ve Thai, 2013: 110).

Sosyal Sermaye'yi Putman (1993) güven, norm, ağlar ile toplumda koordinasyonu sağlayan, insanların sosyal eylemlerine yardımcı olan bir tür özellik olarak tanımlarken, Putman (1995), güven norm ve sosyal ağlar ile bireyleri ortak hedefleri doğrultusunda hareket eden, toplumsal hayatın ve ilişkilerin özellikleri olarak tanımlamıştır.

Özetle sosyal sermaye, bir bireyi gruplara ortak hedef ve amaçlar doğrultusunda diğer grup üyeleriyie birlikte çalışma becerisidir. Grup içinde oluşan normlar, iletişim ve güven faktörü bireylere kolaylıklar sağlamaktadır. Bu grup ilişkilerindeki etkileşimler bireylere önemli kaynak oluşturmaktadır. Bireylerin gruplar ile yakından bağ oluşturmaları gönüllülük esasına dayanır. Oluşan bu gruplar, kendi başlarına davranış sergileyen bireyler tarafından oluşmasının aksine bireylerin sosyal iletişime yatkın olması, bireyler arası işbirliği yapma isteğine bağlıdır. (Kapu, 2008; 272)

2.2 Sermaye Çeşitleri ve Sosyal Sermaye ile İlişkileri

Sermaye kavramına baktığımızda literatürde oldukça fazla sermaye çeşidi olduğu görülmektedir. Bu sermaye türlerinden önemli olanlarını aşağıda sosyal sermaye ile olan ilişkileri ile açıklamaktadır.

2.2.1 Finansal (ekonomik) ve fiziksel sermaye

Fiziksel sermaye, firmaların sahip oldukları makine, teçhizat gibi öğelerden oluşan, uzun süreler kullanılabilen sermayedir. Makro olarak bakıldığında ise demiryolları havayolları barajlar'da fiziki sermaye olarak değerlendirilebilir (Songur,2017; 2015).

Kişilerin veya örgütlerin sahip oldukları anında veya doğrudan paraya çevrilebilen değerlere finansal sermaye denir. Finansal ve fiziksel sermaye entelektüel sermayenin yapısal kısmıyla ilgilidir (Safran, 2020; 46).

Fiziki sermayenin meydana gelmesi ve üretime geçmesi için maliyet ve çaba gerekiyorsa, benzer durumlar sosyal sermaye içinde geçerlidir. Fakat harcanan emek ve çaba birbirinden farklıdır. Sosyal sermaye daha çok sosyal etkisimden doğan faaliyetlerden meydana gelmektedir (Karagül ve Masca, 2005; 41).

2.2.2 Entelektüel sermaye

İşletmenin sürdürülebilirliği açısından önemli olan entelektüel sermaye, marka, patent ve vb. diğer haklar gibi maddi olmayan farklıları temsil etmektedir. Diğer ifadeyle değere dönüşebilen bilgi şeklinde tanımlanabilir (Yörük, Erdem, 2008; 401). Bu sermaye türü, insan sermayesi, yapısal (örgütsel) sermaye ve müşteri sermayesinden meydana gelir. Bu bileşener dinamik ve özgün öğelerdir. Sosyal sermaye kapsamında, yapısal ve ilişkisel sermaye değerlendirilmektedir (Çetin, 2005; 361).

2.2.3 Yapısal sermaye

Bir işletmenin temel unsurlarıdır. Çalışanların geride bıraktıkları değerlerdir. Yapısal sermaye, işletmenin politikaları, laboratuvarları, veritabanları, bilgi akışları, yönetim tarzı vb öğeleri içermektedir (Eren ve Akpınar, 2004; 12).

2.2.4 İlişkisel sermaye

İşletme için büyük öneme sahip olan, işletmenin sürdürülebilirliği açısından müşteri, marka, dağıtım kanalları, lisans anlaşmaları, tedarikçiler, rakipler, vb.kurum için değer oluşturan öğeleri içermektedir (Görmüş, 2009; 62).

2.2.5 Beşeri sermaye

Bireylerin üretim veya hizmet süreçlerinde edindikleri bilgi, beceri ve yetenekleri ifade eder (Keskin, 2011; 132). Beşeri Sermaye etkinliğinin arttırılabilmesi için sosyal sermaye önemli rol oynamaktadır.

2.2.6 Kültürel sermaye

Kültürel sermaye bireyin eğitim ve toplumsal ilişkiler aşamasında edindiği bilgi ve tecrübelerdir. Bireyin sahip olduğu inanç, değer, kültürel yatkınlıkları, gelenek ve görenekleri, sosyal ve eğitim aşamasında her türlü öğrendiği bilgi ve tecrübeler kültürel sermayeyi oluşturmaktadır (Avcı, Yaşar, 2014). Bourdieu, bu sermayeyi okul sermayesi ile kültür sermayesi diye ikiye ayırmıştır. Okul sermayesi, bireyin resmi eğitimler ile hak edilen ve belge ve diplomalarla desteklenen biçimini, kültür sermayesi ise bireyin sosyal hayatı içerisinde elde ettiği kazanımları ifade etmektedir. Bu iki sermaye türü bireyin entelektüel kazanımlarının toplamını oluşturur (Avcı, 2022; 365).

2.3 Sosyal Sermaye'nin Unsurları

Sosyal sermaye kavramına değinen bilim insanları bu kavram üzerinde farklı noktaları değerlendirmişlerdir. Putnam (2000), normlar, güven, ağlar ve işbirliğinin bütünü olarak sosyal sermayeyi ele almıştır. Sosyal sermayenin bileşenleri, bireylerin sosyal ağları ve bu ağlar aracılığıyla elde ettikleri kaynakları, normları, güveni ve işbirliğini içermektedir (Dastourian, vd., 2017; 121). Sosyal sermaye, bu bileşenler aracılığıyla bireylerin sosyal ilişkilerinden elde ettikleri ekonomik ve sosyal faydaları kapsamaktadır (Dohv e Acs, 2010; 244;). Sosyal sermaye, bu unsurlar ile bilgi paylaşımı, karşılıklı yardımlaşma ve dayanışma gibi unsurların bir araya gelmesiyle oluşur (Sahasranamam ve Nandakumar, 2020; 111).

2.3.1 Sosyal ağlar

Sosyal sermayenin en önemli bileşenlerinden biri, bireylerin sosyal ağlarıdır (Jiao ve Robinson, 2011; 8462). Sosyal ağlar, bireylerin diğer kişilerle kurdukları ilişkiler ve bu ilişkiler aracılığıyla elde ettikleri kaynakları ifade etmektedir (Zhao & Li, 2021; 6). Sosyal ağlar, bilgi paylaşımı ve yenilikçiliği teşvik ederek girişimcilerin iş süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır (Zelekha ve Dana, 2019; 256). Bu ağlar,

aynı zamanda girişimcilerin kaynaklara erişimini kolaylaştırarak iş süreçlerinde karşılaştıkları zorlukları aşmalarına yardımcı olmaktadır (Dastourian vd., 2017; 118). Putman, Sosyal sermayenin meydana gelmesi için en önemli bileşen olduğunu belirtmektedir. Sosyal ağlar bireyler arasında ve örgütlerde bağlılığın meydana gelmesi için oldukça önemlidir. Bu sosyal ağların en önemli amacı kişilerin amaç ve hedeflerine ulaşmaları sağlamaktır. Sosyal ağlar sadece sosyal sermayenin temelini oluşturmaz ayrıca kişiler arasında meydana gelen işbirliklerinde ana temelini oluşturur. Sosyal ağlar birey ve örgütlere dolaylı olarak fayda sağlar, bireyleri kaynaklara ulaşımında kolaylık sağlar ve sonuçlara pozitif katkılar sunmaktadır. Böylece toplumdaki sosyal ağlar hedeflere ulaşmada kolaylık sağladığından hayatı kolaylaştırmaktadır (Çıkmaç, 2019; 1338).

Sosyal Ağlar, toplum içinde yatay ve dikey aşamada yer alan bireylerin veya örgütlerin iletişimini sağlar. Bu iletişim bireyler arasında güvenin gelişmesi ve yayılmasına katkı vermektedir. Gelişen bu güvenden dolayı bireylerin birbirleri arasındaki bilgi akışı kolaylaşır ve böylece bireyler arasındaki ortak değerler sosyal sermaye oluşumuna katkı verir. Sosyal sermaye içerisinde iletişim ağları, bireyler ile paylaşılan değerler, kişinin sosyal sermaye düzeyini belirlemektedir (Aslan, 2016; 191).

2.3.2 Güven

Sosyal sermayenin diğer önemli bir bileşenidir (Doh ve Acs, 2010; 251). Güven, bireylerin birbirlerine olan güven düzeyini ve bu güvenin iş süreçlerinde nasıl kullanıldığını ifade etmektedir (Sahasranamam ve Nandakumar, 2020; 107). Güven, sosyal ağlar içerisindeki bilgi paylaşımını ve işbirliğini artırarak, girişimcilerin iş süreçlerinde başarı şansını arttırmaktadır (Mahato vd., 2022; 511). Sosyal sermayenin bu bileşeni, bireylerin iş ilişkilerinde karşılaştıkları belirsizlikleri ve riskleri yönetmelerine yardımcı olmaktadır (Suhaimi vd., 2020; 841).

Fukuyama, güven kavramının en önemli unsularından olduğunu belirtmiş, sosyal sermayenin sürdürülebilir olmasını güvene bağlamıştır. Birey ve grupların uzun süre devam eden ilişkilerinde güven yok ise sosyal gruplardan söz etmek imkânsızdır. Bireyler sosyal gruplarda kişisel ilişkileri gönüllülük esasına göre devam ettirdiğinden güven var olduğu sürece bireyler arası işbirliklerinin var olduğu anlamına gelir fakat güvenin olmadığında ya da eksik olduğunda grup çalışmaları

veya bireyler arası ilişkiler olanaksız olmaktadır. Grup içersinden güvenin azaldığı veya yok olduğu zaman düzenlemeler ve kurallara dayalı ilişkiler mümkün olacaktır (Fukuyama, 1998).

2.3.3 İşbirliği

İşbirliği, sosyal sermayenin üçüncü bileşenidir (Turkina ve Thai, 2013; 112). İşbirliği, bireylerin birlikte çalışarak ortak hedeflere ulaşma kapasitelerini ifade etmektedir (Estrin, vd., 2016; 451). İşbirliği, sosyal ağlar içerisindeki bilgi paylaşımını ve karşılıklı yardımlaşmayı teşvik ederek, girişimcilerin iş süreçlerinde karşılaştıkları zorlukları aşmalarına yardımcı olmaktadır. Bu bileşen, aynı zamanda girişimcilerin yenilikçi fikirlerini hayata geçirmelerine ve işlerini büyütmelerine olanak tanımaktadır (Audretsch ve Aldridge, 2012; 374).

Sosyal sermayenin bileşenleri, bireylerin sosyal ağları, güveni ve işbirliğini kapsayarak, girişimcilik süreçlerinde kritik bir rol oynamaktadır (Yang ve Linyi 2017; 525). Bu bileşenler, bireylerin iş süreçlerinde karşılaştıkları zorlukları aşmalarına ve yenilikçi fikirlerini hayata geçirmelerine yardımcı olmaktadır (Williams vd., 2020; 295). Sosyal sermaye, bireylerin topluluk içindeki konumlarını güçlendirerek, ekonomik ve sosyal kalkınmayı teşvik etmektedir. Bu nedenle, sosyal sermayenin bileşenlerinin derinlemesine incelenmesi, girişimcilik süreçlerinin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlamaktadır (Rukuiziene, 2012; 133).

2.3.4 Normlar

Sosyal sermayenin bir diğer unsuru olan normlar, bireyler veya grupların ortak hedeflere başarılı şekilde ulaşmaları için geleneklere bağlı olarak, ortak kural ve kaideleri ifade etmektedir. Bireyler normlara ne kadar yüksek bağlı olursa, normları ihlal etme olasılıkları da okadar düşük olmaktadır. Böylece yapılan işlerde maliyetler düşecek ekonomik verimlilik artmış olacaktır (Arabo, 2023; 34).

Putnam ve Coleman sosyal sermayenin oluşumunda normların oldukça önemli olduğunu belirtmişlerdir. Putman ve Coleman'a göre bu normlar resmi kurallara ve yasalara yönelik olan ihtiyacı azaltırken, resmi olmayan bir kontrol mekanizması görevi görmektedir. Bu normlar çoğu kez yazılı kurallara dayanmazken, sosyal olarak değerli olan eylemlerin belirlenmesinde oldukça etkilidir. Putman ve Coleman sosyal ilişkilerin yüksek olduğu bölgelerde suç işleme

oranlarının ve resmi politikaların azaldığını, sosyal sermayenin arttığını belirtmiştir (Onyx vd., 2000; 26).

Birey ve grupların bir arada hareket etmelerinde sağlayan temel kaide ve kuralları düzenleyen normlar, sosyal sermayenin önemli unsurlarındandır. Sosyal sermayenin kavram olarak değerlendirmek için normlar kilit rol oynayan unsulardan biridir. Sosyal sermaye güven ve normlar temelinde oluşur. Sosyal hayatta birlikte yaşayan bireyler ve gruplar arasında benzer normlar kabul görmektedir. Bu bireyler ve gruplar bu normların dışına çıktıklarından ise güven kavramı yok olmuş demektir. Dolayısıyla sosyal ağlarda meydana gelecek olumsuz bir durumdan dolayı sosyal sermaye sistemi de yara almış olacaktır. Bundan dolayı sosyal sermaye içerisinde normlar kilit bir rol oynamaktadır (Çıkmaz, 2019; 1339).

2.4 Sosyal Sermayenin Boyutları

Tsai ve Ghoshal, kavramın boyutlarını incelerken yapısal, ilişkisel ve bilişsel olmak üzere üç boyutta sınıflandırmıştır. Bu boyutlar her bir organizasyonlarda işleyişleri etkilemektedir (Tsai & Ghoshal, 1998; 468).

2.4.1 Yapısal sosyal sermaye

Yapısal sosyal sermaye bireylerin etkileşimi ile meydana gelen pozitif ve negatif ilişkileri, bu ilişkilerin sayısını, yoğunluğunu, bireyler arasındaki etkileşimleri içermektedir (Kitapçı, 2016; 112).

Yapısal sosyal sermaye bireyleri yatay ve dikey şekilde oluşturan ağlar, ilişkiler ve örgütsel yapılardır. Bireyleri görev ve sorumlulukları ile yetki konusunda diğer bireylerle nasıl etkileşimde olduğunu ve birbirleri arasındaki ağları belirtmektedir. Birbirleri arasındaki ağlar, bir başka bireyler ile oluşacak etkileşimlere katkı sağlar ve bireyin bilgi ve kaynaklar ulaşımında enerji ve zaman tasarrufu sağlamaktadır (Arabo, 2023; 48).

Tsai ve Ghoshal (1998) bireyler ve grupların ortak hedeflere ulaşmaları için tecrübe ve deneyimlerini paylaştıklarından dolayı norm ve güvenin oldukça önemli olduğunu belirtmiştir. Ayrıca bu boyut ilişkisel ve bilişsel sosyal sermaye oluşumuna da öncü bir temel oluşturmaktadır (Kitapçı, 2016; 114).

2.4.2 Bilişsel sosyal sermaye

Bilişsel sosyal sermaye Coleman (1988) ve Putnam (1995) tarafından kavramsallaştırıldığı bireyler arası ilişkilere güvene ve normlara dayanmaktadır. Nahapiet ve Ghoshal (1998) bilişsel sosyal sermayeyi “bir sosyal ağdaki kişilerin o ağa ait konulardaki ortak benzerlikler ve paylaşımlar geliştirmesi” şeklinde belirtir. Bunlar sosyal sermayeyi geliştirdiğini belirtmişlerdir (Kitapçı, 2016; 114).

Bilişsel boyut, bireyler arasındaki paylaşılan değerler, bireyler arasındaki ortak dil ve hikâyelerdir. Bireyler arasındaki ortak dil kişilerin bilgiye ulaşmasını ve bilginin diğer bireylerle paylaşılmasını sağlamaktadır. Ortak dil sayesinde gözlemlene ve yorumlamadan ortak bir düşünce oluşmaktadır. Ortak dil, bireylerin sahip olduğu farklı bilgilerinde paylaşılarak, yeni bilgi kalıplarının oluşmasına olanak sağlamaktadır (Göksel vd., 2010; 91).

Bilişsel boyut, birey ve örgütlerin amaç ve hedeflerin aynı yönde olmasını kolaylaştıran, bireylerin mefaatlerine yönelik ortak değerler içeren durumlardan oluşmaktadır. Bilişsel sosyal sermaye organizasyon içindeki kişilerin birbirlerini anlama da, beyin fırtınası yapmada, kişilerin sorunlarını çözme ve birbirleriyle anlaşma yeteneğidir. Ayrıca iş açısından rakiplerine karşı avantaj ve firma performansına önemli katkılar sağlar (Arabo, 2023; 49).

Yapısal sosyal sermaye bireylerin kendi aralarında etkileşimi ifade ederken, bilişsel sosyal sermaye, ilişkisel sosyal sermayenin meydana gelmesinde etkin rol oynamaktadır. Örneğin yapısal sosyal sermaye bireylerin diğer bireye nasıl ulaştığını ifade ederken, bilişsel sosyal sermaye bireylerin nasıl algıladıkları ile ilgili soruları ifade etmektedir (Kitapçı, 2016; 115).

2.4.3 İlişkisel sosyal sermaye

İlişkisel sosyal sermaye Granovetter (1973) tarafından kavramsallaştırılmış ve zaman, duyguların yoğunluğu, güven ve bireylerin karşılıklı faydalarının bileşimi olarak ifade eder. Güven ilişkisel sermayenin temelini oluşturmaktadır. Çünkü güven kavramı bireyler arasında ortak çalışmayı, işbirliğinin gelişmesini ve her türlü olumlu davranışa destek olur. Güvenin olduğu örgütlerde bireyler arası rekabet ve bencillik düşük seviyededir. Bireylerin çıkarlarından ziyade örgütün çıkarları daha üstün olmaktadır (Uğurlu, 2016). Ayrıca bireylerin birbirleriyle iletişimleri sonucunda

geliştirdikleri güven, normlar, davranışlar gibi bireysel ilişkilerin kalitesini gösterir (Sözbilir, 2022; 1548).

İlişkisel sosyal sermaye güven, norm ve özdeşleşme unsurlarından oluşur. Bireyler arasındaki etkileşim ve iletişim, ilişkilerdeki özen güven ortamının sağlanmasına katkı verir. Norm ise grup içindeki kişilerin diğer başka kişileri ile oluşan etkileşim sonucunda ortaya çıkmaktadır. Normlar sosyal ortamda bireyler arası uzlaşma seviyesini belirtir. Özdeşleşme ise bireyleri grup veya organizasyon ile geliştirdikleri bağı ifade eder. Bireyin kendini bir gruba bağlı olduğunu belirtir (Turgut ve Beğenirbaş, 2014; 149).

İlişkisel sosyal sermaye bireylerin birbirleriyle yaptıkları ilişkilerin doğasını ve özelliklerini belirtir. Bireyler birbirleriyle iletişimde bulunma imkânları olsa bile, birbirleriyle daha çok iletişimde olmak, birbirlerinin ihtiyaç ve gereksinimlerini anlamak, birbirlerine yol göstermek ve ortak hedeflere gitmede en iyi yolu bulmaları gerekmektedir. İlişkisel sosyal sermaye bağımlılığı, saygıyı ve güveni ifade eder ve uzun süreli etkileşimi göstermektedir. Temelinden güven, yakınlık, dayanışma yatmaktadır (Güven ve Akmeşe, 2020; 2044).

2.5 Sosyal Sermaye Türleri

Sosyal Sermaye kavramı bilim insanlar tarafından bir çok farklı tanımlar yapıldığı gibi türlerini de farklı şekilde belirtmişlerdir. Sosyal sermayeyi genellikle; bağlayıcı, birleştirici, köprü kuran sosyal sermaye olarak üç şekilde ifade edilmektedir. Eğer ilişkiler yakın çevre şeklinde dar ve sınırlı ise “bağlayıcı sosyal sermaye”; eğer geniş ve uzak örgütleri içeriyorsa “köprü kuran sosyal sermaye”; yatay ve dikey etkileşiminin varlığı söz konusunda “birleştirici” rolüne sahiptir (Fidan ve Yurdasever, 2017; 222).

Woolcock (2001) sosyal sermayeyi bağlayıcı, köprü kuran ve birleştirici sosyal sermaye şeklinde üç tür olarak belirtmiştir.

2.5.1 Bağlayıcı sosyal sermaye

Bağlayıcı sosyal sermaye yakın ilişki ağları ve yoğun sosyal bağlarla karakterize edilir, ailedekiler, arkadaşlar ve komşular arasında sıkı bağlar kurar (Valdez, 2008; 961). Bağlayıcı sosyal sermaye, topluluk içinde dayanışmayı ve

karşılıklı yardımı teşvik eder, bu da bireylerin günlük yaşamlarında güven ve destek sağlamalarına yardımcı olmaktadır (Poon vd., 2012; 311). Bağlayıcı sosyal sermayenin ortaya çıkması için güçlü iletişim ve bireyler bağlarının olması gerekmektedir. Yoğun etkileşimler sonucundan bağlayıcı sosyal sermayede güven faktör öne çıkmaktadır (Arabo, 2023; 51).

Bağlayıcı sosyal sermaye'de bireyler arası etkileşimler mikro düzeyinde olduğundan, sonuçları da mikro düzeyde gelişmektedir. Örneğin, bireyleri yeni iş ilanlarından haberdar olması, herhangi bir konuda tavsiyede bulunulması, bireyler arası borç alma-verme vb. belli düzeyde ekonomik ilişkilerde bulunmak gibi eylemler bağlayıcı sosyal sermaye ile mümkündür (Hopoglu, 2017; 81).

Sosyal ağlarda bireyler genellikle farklı gruplardaki bireyler ile de iletişim ve etkileşim halinde bulurken bağlayıcı sosyal sermayede bireylerin grup harici etkileşimleri sınırlandırılmıştır. Bundan dolayı sadece grup üyelerinin içerisinde meydana gelen güven sağlanmış olmaktadır. Grup içinde bulunan üyeler benzer grupta yer aldıklarından birbirlerine güven duyarlar. Bu sayede grup üyeleri iş güvenliğine sahiptir. Bazı toplumlarda akrabalık etkileşimleri yüksek olduğundan bireylerin risk seviyeleri de düşük olmaktadır (Büyükilikmen, 2015; 32).

Putnam (2000), bağlayıcı sosyal sermayeyi, birbirini tanıyan insanları daha da yakınlaştıran toplumun sosyolojik "süper yapıştırıcısı" olarak adlandırmıştır. Köprüleyici sosyal sermayenin aksine, bağlayıcı sosyal sermaye, aidiyet duygusuyla desteklenen paylaşılan bir kimliğin geliştirilmesini sağlar. Yakınlık ve paylaşılan deneyim, güven, işbirliği ve karşılıklılığın gelişmesine olanak tanır ve bu da nihayetinde bir hareketin günlük hayatta kalmasına ve uzun vadede hayatta kalmasına yardımcı olur. Siyasi güven ile sosyal sermaye arasındaki bağlantıyı incelerken Jhang (2022), köprüleyici sosyal sermaye gibi, bağlayıcı sosyal sermayenin de yatay ve dikey bağlayıcı sosyal sermaye olarak ikiye ayrılabilceğini öne sürmüştür. Yatay bağlayıcı sosyal sermaye, kendilerine benzeyen ve siyasi otoriteden yoksun bireyleri bir araya getirirken, dikey bağlayıcı sosyal sermaye bireyleri resmi kurumların temsilcilerine veya otorite figürlerine bağlar (Wolf, vd., 2023; 5).

2.5.2 Köprü kuran sosyal sermaye

Birbirinden bağımsız gruplar arasındaki bağlantıları ve iletişimi belirtmektedir. Çeşitli sosyal ağlar ve topluluklar içinde bilgi ve kaynak transferini kolaylaştırarak, inovasyonu ve işbirliğini teşvik etmektedir. Köprü kuran sosyal sermaye, özellikle girişimcilik ve yenilik süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır, çünkü bu süreçler genellikle farklı bilgi ve kaynaklara erişim gerektirir (Williams, vd., 2017; 295).

Köprü kurma sosyal sermayesi, yerleşik bir grup veya topluluğun ötesinde, hatta potansiyel olarak geleneksel sosyal bölünmeler arasında bağlantılar kurarak, daha önce birbirleriyle etkileşime girmemiş toplum kesimlerini bir araya getirir. Başka bir deyişle, aynı alanda nadiren veya hiç toplanmamış olan bireyleri ve grupları bir araya getirmiştir. Genellikle farklı dünya görüşleri ve önceliklerle bölünmüş olan bu bireyler, hükümet direktiflerinin bireysel özgürlükler üzerindeki algılanan etkisine karşı protesto etme konusundaki ortak hayal kırıklıkları ve arzularına dayanarak bağlantı kurmuş ve ilk bakışta birleşmişlerdir (Wolf, vd., 2023; 5).

Köprü kuran sosyal sermaye genellikle farklı sosyal örgütlerden bireyler içeren heterojen sosyal ağlardır. Bu ağlarda kişiler daha fazla ölçüde bilgi desteği imkanı sağlamış olurlar. Field (2003) göre köprü kuran sosyal sermaye, toplumdaki farklı sosyal alanlarda yer alan bireyleri bir araya getirme eğilimindedir. Bu sayede yaş, ırk, ekonomik vb. farklı tür bireyleri bir araya getiren bağları açıklamamızı sağlar. Örneğin, farklı sosyoekonomik topluluklarda yaşayan bireylerin kurdukları ilişkileri ifade eder (Arabo, 2023; 51).

Köprüleyici sermayenin temelinde kişilerin hedef ve ortak çıkarlarının oluşmasıdır. Birleştirici sosyal sermaye köprüleyici sosyal sermaye ile benzer durumlar göstermekle beraber, daha çok kişilerin birbirleriyle olan etkileşimlerini kapsar. Bundan dolayı bağlayıcı sosyal sermaye mikro düzeyde kabul edilirken, köprüleyici ve birleştirici sermaye türü makro düzeyinde kabul edilir (Işık, 2020; 190).

2.5.3 Birleştirici sosyal sermaye

Birleştirici sosyal sermaye ise daha geniş toplumsal ağlar ve farklı sosyal gruplar arasındaki ilişkilerle ilgilidir. Farklı topluluklar ve gruplar ile köprüler

kurarak, bilgi ve kaynakların daha geniş bir alana yayılmasını sağlamaktadır (Guo, vd., 2019; 932). Birleştirici sosyal sermaye, bireylerin yeni fırsatlar keşfetmelerine ve farklı sosyal çevrelerden destek almalarına yardımcı olmaktadır (Kwon vd., 2013; 98).

Birleştirici sosyal sermayede yetki ve güç grupları ve bireyler arası ağların meydana geldiği türdür, Sivil toplum örgütleri, devlet kurumları, bankalar vb. yapılar bu türden yapılardır (Işık, 2020; 191).

Bağlantılı sosyal sermaye, insanların resmi veya kurumsal güçler arasında uzanan ağlarda etkileşime girmesiyle yaratılır (Jhang, 2022; 74). Woolcock (2002), birleştirici sosyal sermayeyi "topluluk ile bankalar, hükümet ve sivil toplum kuruluşları, okullar ve konut yetkilileri gibi kuruluşlar arasındaki bağlar" olarak tanımlar. Genellikle ittifak veya işlemsel biçimlerde ortaya çıkabilir ve bireyler veya gruplar, sosyal ve ekonomik kalkınmalarına yardımcı olmak için bilinen yetkililere çağrıda bulunur. Yerel hükümetten, STK'lardan ve toplum odaklı kuruluşlardan gelen hertürlü çalışma birleştirici sosyal sermayedir (Azad, Pritchard, 2023; 7). Bağlayıcı Sosyal sermaye, aynı veya birbirlerinin yerine geçebilen bireyler arasında ki etkileşimler ile ilgiliylen , birleştirici sosyal sermaye, kişiler ve örgütler arasındaki hiyerarşideki etkileşimler ile ilgilenmektedir. (Keskin, 2008; 24)

3. BİREYSEL GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ

3.1 Girişimcilik

Daha önceki yıllarda kullanılan “teşebbüse” ve “müteşebbis” kavramları günümüzde “girişimci” ve “girişimci” kavramları kullanılmaktadır. Günümüzde Bir eyleme başlamak için onu hayata geçirmeye “girişim”, bu eylemi harekete geçiren bireyde ‘girişimci’ ifadesi kullanılır (Aytaç ve İlhan, 2007; 106). Girişimci, üretim faktörlerini kullanarak ürün ve hizmet üreten, üretilen pazarlayan, tüm riskleri göze alan kar amacı güden kişi olarak tanımlanabilir. Girişimcilik kavramının tarihte ilk tanımını ise 18. Yüzyılda Richard Cantillon yapmıştır. Richard Cantillon’a göre, girişimci daha belli olmayan fiyat ile satmak için, üretimin girdi ve hizmetlerini üretilen satan kişi olarak tanımlamıştır. Daha sonrasında Jean Baptise Say ile geliştirilen girişimcilik tanımı, müteşebbisin riski üstlenmesinin yanında üretim girdilerini organize etme ve yöneltme yeteneğine yatkın olması gerektiğini belirtmiştir (Tosunoğlu, 2003; 25). İlk kez 1910 yılı sonrasındaki kitaplarda yer alan girişimcilik kavramını Schumpeter 1911 yılında “The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle” eserinde doğrulamıştır (Pazarcık, 2016; 152).

Girişimcilik eski çağlara kadar dayanan bir faaliyetlerdir. Eski çağlarda insanlar yerleşik hayata geçtiklerinde girişimcilik faaliyetlerinde de değişiklikler olmuştur. İlk girişimcilik faaliyetleri eski çağlarda risk alarak uzun mesafeli ticari işlerde bulunan tacirler olduğu belirtilmektedir. Daha sonraslarında tarım toplumuna geçişle toprak, sanayi toplumuna geçişle kapital, bilgi toplumuna geçişte de bilgi üretimi yapılmasında girişimcilik faaliyeti olduğu belirtilmektedir (Ercan ve Yıldırım, 2021;94).

Tarihsel olarak, girişimcilik kavramları ve dinamikleri, Knight, Schumpeter ve Kirzner, gibi önemli ekonomistler tarafından akademik literatüre tanıtılmıştır. Son elli yılda bilim insanları, bu olgunlaşan alanı daha iyi anlamamızı sağlamayı amaçlayan önemli teoriler geliştirdiler. Girişimciliğin incelenmesi, ekonomi,

sosyoloji, psikoloji, antropoloji, pazarlama, yönetim, finans, örgütsel davranış ve mühendislik gibi ilgili alanlardan teorik ve kavramsal çalışmaları değerlendirip, üzerine inşa ederek ve uyarlayarak alana ilişkin anlayışımızı artıran çeşitli yaklaşımları içerir (Kuratko ve Covin, 2025; 8).

Sanayi devriminden sonra gelişen dünyada girişimcilik farklı boyut almıştır. Endüstrinin gelişmesi, düşük maliyetler ile yüksek düzeyde üretim yapılmıştır. Böylece üretimde verimlilik sağlamış, müşteri tercih ve memnuniyeti ön planda olmuştur fakat bu dönemde sabit gelirle çalışma artmış, kendi işini kurma, girişimcilik faaliyeti azaldığı görülmektedir. Girişimcilik faaliyetleri daha çok büyük endüstriyel üretime yönelik olmaya başlamıştır. Son 50 yılda girişimciliğin önemimin artması araştırmacıları bu alan yöneltmiştir. Son 25 yılda büyük araştırmalar ve teoriler geliştirilmiştir. 1970-1980'lerde girişimcilik araştırmaların çoğu bireysel girişimciliği odaklanmıştır (Topaloğlu, 2024; 17).

Jean Babtiste Say, ekonomi olarak, girişimciliği bugünkü kullandığımız anlamda kullanmıştır. Say'a göre girişimci kişi, bütün üretim faktörlerini toplayarak, gereksinim olan mal ve hizmetleri üreten ve buna karşılık olarak kazandığı kâr için riski sahiplenen kişidir. Say, "Politik Ekonomi Üzerine Bir İnceleme" (1803) adlı eserinde girişimcinin sağladığı kâr ile sermayenin kârının farklı olduğunu belirtmiştir. Fransız ekonomist Nicolas Baudeau ise, girişimcinin bir takım yeni işleri değerlendirerek minimum maliyet ile kar maksimizasyonu sağlayan yenilikçi düşünen biri olarak belirtmiştir. Avustralyalı ekonomist Schumpeter, 1934 yılında yeniden yayınlanan Ekonomik Kalkınma Teorisi adlı eserinde girişimcinin yenilikçi karakterini öne çıkarmıştır (Örnek ve Danyal, 2015; 1152).

Girişimciliğin öneminin son elli yılda kabul edilmesi, akademisyenlerin benzeri görülmemiş bir ilgi göstermesine yansıyor ve büyük araştırma ve teori geliştirmelerinin çoğu son 25 yılda gerçekleşti. 1970'ler ve 1980'ler boyunca, girişimcilik araştırmalarının çoğu bireysel girişimciye ve yeni girişim başlatma olgusuna odaklandı. 1990'larda başlayıp 2000'lerin başına kadar, daha fazla teori ve araştırma girişimciliğe bir süreç olarak odaklandı. 2000'li yılların ilk on yılında, girişimciliğe uygulanan teoriler daha da genişlemiştir, kişiye, sürece ve çevreye ilişkin belirli kavramları ve olguları daha derinlemesine araştırılmıştır. Bugün, girişimcilik araştırmalarının girişimci zihniyetin çeşitli ortamlar ve süreçlerle olan ilişkisini giderek daha fazla kabul ettiğini görmekteyiz (Kuratko ve Covin, 2025; 8).

Girişimcinin sahip olması gereken en önemli özellikler, etkili bir yönetim tarzı, yenilikçi yaklaşım ve hedefe yönelik iş planına sahip olmasıdır. Girişimci korkunun hakim olduğu, belirsizlik ve kaos ortamında öngörüsü yüksek, yeniliğe açık, yeni fırsatları görebilmelidir. Girişimciler bilgi ve tecrübelerini etkili şekilde kullanarak her daim kendine yeni yollar açar. Risk analizi yaparak fırsatları etkin biçimde kullanarak diğer kişilerden ayrışır (Küçüköğlü vd., 2020; 96)

Girişimciliğin iki önemli fonksiyonu vardır. Bunlar ekonomik fonksiyonlar ve sosyal fonksiyonlar. Girişimciliğin bu fonksiyonları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Bozkurt vd., 2012; 232);

Ekonomik Alanda;

- İstihdamda artış sağlayarak işsizliğin azaltılması
- İktisadi büyümenin sağlanması
- Yeni sanayi dallarının ortaya çıkması
- Toplumun refah seviyesindeki artışın sağlanması
- Bölgesel gelişmişlik düzeylerinden farkların azaltılması

Sosyal Alanda;

- Yeni girişimler sonucunda yeni ürün ve hizmetleri ortaya çıkması
- Değer yaratma
- Toplumda yenilikçi anlayışının geliştirilmesi
- Toplumun değişim ve gelişme süreçlerinde etkinliği

3.2 Girişimcide Olması Gereken Özellikler

Girişimcilik kavramı, kişilerin karşılaştıkları fırsatlardan faydalanmak için hertürlü bilgi ve kaynaktan yararlanma sürecini ifade eder. Girişimciliğin temelinde, kar, kaynakları etkin kullanma ve yenilikçi girişimlerde bulunmak yatar (Çolakoğlu ve Çolakoğlu, 2016; 76).

Girişimcilik, tüm riskleri alarak bir işletmenin sürecidir. Girişimci, farklı düşünen, bir işletmeyi veya girişimi yenilikçi bir şekilde yöneten ve organize eden kişidir. Bir işletmenin en önemli bileşeni, önce ürün/hizmet yaratmak ve farklı düşündürmektir ancak bir girişimci doğru zamanda işe başlamazsa, sonsuza dek sadece bir hayal olarak kalacaktır. Girişimciler, işlerini verimlilik, zamanlama ve

karşılabilirlik temelinde inşa etmelidir. Bir girişimci, özellikle hayatındaki yeni iş fikirlerine karşı her şeye açık fikirli olmalıdır çünkü girişimcilik yenilikçi düşünmeyi, düşündüğünü cesurca yapmayı ve işini geliştirmek için yeni fikirler üretmeyi gerektirir. Girişimcilerin iş kurmadan önce sahip olması gereken bazı özellikler şunlardır (Gedik, vd. 2015; 1090);

- Bir girişimcinin finans, satış, üretim, pazarlama ve personel gibi çeşitli alanlarda hedeflere ulaşmak için iş planları geliştirebilecek planlama yeteneğine sahip olması gerekir.
- Girişimcinin mal veya hizmetlerini tartışan, açıklayan, satan ve pazarlayan iyi iletişim becerilerine sahip olması gerekir.
- Bir girişimcinin, insanların mal veya hizmet satın almak istemesini sağlayacak iyi pazarlama becerilerine sahip olması gerekir.
- Bir girişimcinin müşteriler, çalışanlar, danışanlar, finansal kuruluşlar, yatırımcılar, avukatlar ve muhasebecilerle olumlu ilişkiler kurma ve sürdürme yeteneğine sahip kişilerarası becerilere sahip olması gerekir.
- Bir girişimcinin, işletmenin görevlerini başkalarını işe alarak üstlenmesini sağlayacak temel yönetim becerilerine sahip olması gerekir.
- Bir girişimcinin, şirketi için bir vizyon geliştirecek liderlik becerilerine sahip olması ve çalışanları bu vizyonu takip etmeye teşvik etmesi başarının olmazsa olmazıdır.
- Başarılı olmak için bir girişimcinin başkalarının başarısızlıklarından ders çıkarması gerekir. Girişimciler bir işe başlamadan önce işletmeleri ve diğer girişimcilerin hatalarını araştırmalıdır.
- Girişimci, işletmenin veya işin istediği şey olduğundan emin olmalıdır. Elizabeth Amini'ye göre 'Eğer gerçekten istenilen bir durum ise, uzun vadeli düşünmenin faydalı olduğunu ve bu konuda ısrarcı olunması gerektiğini belirtir. Başarılı girişimcilerin çoğu sonunda onları başarıya götüren iş fikrini bulmadan önce birkaç kez başarısızlığa uğradı.
- Bir girişimci her zaman sorunları kolayca çözmelidir. Ajay Bam, 'Bir sorun arayarak bir çözümle başlamamalılar' der.
- Bir girişimci yeni bir işe başlamak için tutkulu olmalıdır. MJ Gottlieb, 'Tutku, sizi tökezleme taşlarından geçirecek ve yarışın ortasında pes etmenizi önleyecek şeydir' der.

- Girişimci, işini iyi yapanlardan tavsiye almalıdır. Girişimciler, başarılı olan akıl hocaları bulmak, kitaplar okumak, başarılı girişimci olan insanlarla network kurmak için iş sahibi olacaklardır.

3.3 Bireysel Girişimcilik Yönelimi

Girişimcilik yönelimi, geçmiş araştırmalara bakıldığında iki türlü değerlendirmeye alındığı görülmektedir. İlk çalışmalarda girişimcilik yöneliminin organizasyonu bütün olarak sahip olduğu özelliklere göre değerlendirilmiş son zamanlarda ise girişimcilik yönelimi bireysel bazda ele alınıp değerlendirildiği görülmektedir.

Girişimcilik yönelimi, bireylerin girişimcilik faaliyetlerine katılımını belirleyen tutum ve davranışlarını ifade etmektedir (Sun vd., 2023; 822). Bu yönelim, bireylerin yeni iş fırsatlarını fark etme, bu fırsatları değerlendirme ve yenilikçi çözümler üretme kapasiteleriyle ilgilidir (Agizan ve Bayramoglu, 2020; 672).

Girişimcilik yönelim girişimcinin karar alma tekniklerini, prosedürlerini ve uygulamalarını bünyesinde barındıran taktiksel konumlandırmasıdır. Girişimcilik yönelimi bireyin yaratıcı ve risk alan çabalara katılan ve rekabette bir avantaj elde etmek için proaktif yenilikler ortaya koymada pazar lideri olmaya çalışan bir firma olarak açıkça veya örtük olarak nasıl faaliyet göstermeyi seçtiğini ve özelliklerini nasıl ortaya koyacağını yansıtır (Ribeiro vd., 2021; 8).

Bu kavramın gelişiminde birçok araştırmacının katkıları bulunmaktadır. İlk olarak Miller tarafından tanımlanan girişimcilik yönelimi, zamanla Jeffrey G. Covin ve Dennis Slevin gibi araştırmacılar tarafından genişletilmiştir.

Miller girişimcilik yönelimi kavramını organizasyonel yapı ve stratejik davranışlarla ilişkilendirmiştir (Miller, 1983). Covin ve Slevin, girişimcilik yöneliminin işletmelerin performansı üzerindeki etkisini araştırmış ve bu yönelimin firmanın rekabetçi avantajını artırabileceğini savunmuşlardır (Kwon vd., 2013; 992).

Araştırmalarda girişimcilik yönelimi farklı boyutlarda değerlendirilmiştir. Covin ve Slevin (1989), kavramı risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik şeklinde değerlendirmiş, Lumpkin ve Dess (1996), bunlara ilave olarak rekabetçi, saldırganlık ve özerlik kavramlarını da eklemiştir. Lumpkin ve Dess, girişimcilik yöneliminin

sadece bireysel bir girişimci özelliği olmadığını, aynı zamanda organizasyonel bir özellik olarak ele alınması gerektiğini vurgulamışlardır (Williams vd.,2017; 724).

Bolton ve Lane (2012) ise önceki çalışmalardan yola çıkarak girişimcilik yönelimini örgüt düzeyi yerine bireysel olarak incelemiştir. Bolton ve Lane (2012) yaptığı çalışması, Lumpkin ve Dess'in (1996) girişimcilik yönelim modeline dayanmaktadır. Beş boyuttan oluşan bu model, özerklik, rekabetçilik, risk alma, saldırganlık, yenilikçilik, proaktiflik boyutlarından oluşmaktadır. Fakat Bolton ve Lane (2012) yılında üniversite öğrencilerine yönelik yaptığı çalışmada risk alma, yenilikçilik, proaktiflik boyutlardan oluşan ölçüm aracı geliştirmiştir. Sonrasında bireysel girişimcilik yönelimlerinin girişimcilik niyetiyle ilişkili olduğunu tespti etmiştir (Ercan ve Yıldırım, 2021; 98).

Risk alma; belirsizlik ortamında amaca yönelik harekete geçme, yenilikçilik; inovatif ve yeni fikirlerin ortaya çıkması, proaktiflik ise olası fırsatları değerlendirebilen olarak tanımlamıştır (Tangör ve Özgen, 2022; 166).

Girişimci yönelim kavramı, performansla ilgili çıktıları açıklamak için firma düzeyinde bir yapı olarak yönetim araştırmalarında yaygın olarak kullanılmıştır. Son zamanlarda, birçok akademisyen, örgütsel girişimci yönelimin bireysel düzeye çevrilebileceğini öne sürerek bireysel girişimcilik yönelimine odaklanmaya başlamıştır. Bireysel girişimcilik yönelimi "bireylerin değer yaratan fırsatları takip ederken sergiledikleri özerk, proaktif, yenilikçi, rekabetçi ve risk alan eğilimler ve davranışlar" olarak tanımlayan en son kavramsallaştırılmıştır. Bu görüşe göre bireysel girişimcilik yönelimi, "inançlar - davranışlar" ikiliği arasında bir köprü görevi görür ve bağlamdan bağımsız olarak bireysel düzeyde girişimciliğin hem "neden"ini hem de "ne"sini birleştirir. Girişimci yönelimin firmadan bireye geçişi, "girişimci olmanın ne anlama geldiğini" gösteren firma düzeyindeki yapının faydasını, "girişimci olmanın ne anlama geldiğini" açıklayan bireysel düzeydeki yapıya kadar genişletir (Bodolica, vd.,2024; 9).

Çizelge 3.1'de girişimcilik yöneliminin 1970'den yana farklı tanımları yer almaktadır.

Çizelge 3.1: Girişimcilik Yöneliminin Tanımları

Mintzberg (1973)	Girişimci modunda stratejiler oluştururken aktif olarak yeni fırsatlar arama ve belirsizlik karşısında hamleler yapabilme olarak tanımlar
Khandwalla (1976/1977)	Girişimcilik şekli, cesaretli, riski seven, saldırgan ve karr alma ile ifade edilir.
Miller ve Friesen (1982)	Girişimci, ürün-pazar stratejilerinde risklere giriliken cesurca ve düzenli olarak yenilik yapan firmaları ifade eder.
Miller (1983)	Girişimci, ürün-pazar inovasyonuna katılan, azda olsa riskli girişimlerde bulunan ve rakiplerinden önce davranarak 'proaktif' yenilikleri ilk ortaya koyandır.
Morris and Paul (1987)	Girişimci, karar alırken sahip olduğu proaktif, yenilikçi stratejileri gibi risk unsularını sahiptir.
Covin ve Slevin (1998)	Girişimci özelliğe sahip işletmeler, şirketlerin önemli kararları ve operasyonel yönetim felsefeleri tarafından kanıtlandığı üzere, tepe yöneticilerinin girişimci yönetim stillerini benimsediği firmalardır. Girişimci özelliğe sahip olmayan firmalar, tepe yöneticilerinin stilinin tamamıyla riskten uzak duran, yenilikçi davranışlara yanaşmayan ve pasif firmalardır".
Merz and Sauber (1995)	Girişimcilik yönelimi, işletmenin karar verdiği ürün-pazar biriminde proaktiflik (saldırganlık) durumu ve yeni işler yapma ve gerçekleştirme isteği şeklinde tanımlanır.
Lumpkin and Dess (1996)	Girişimcilik yönelimi "özerk hareket etme eğilimi, yenilik yapma ve risk alma isteği ve rakiplere karşı saldırgan olma ve pazar fırsatlarına göre proaktif olma eğilimi" boyutlarından bir veya daha fazlasıyla belirtilen yeniliklere yön veren süreçleri, uygulamaları ve karar alma eylemlerini ifade eder.
Zahra ve Neubaum (1998)	Girişimcilik Yönelimi; sonuçları belli olmayan işleri desteklemek amacıyla meydana gelen bir firmanın keskin bir yeniliğin, proaktif hareketin ve riske atılma gibi eylemlerin toplamıdır.
Voss, Voss, ve Moorman (2005)	Girişimcilik Yönelimi; risk alabilen, yenilikçi düşünebilen, proaktiflik, özerklik ve rekabetçi anlayış gösteren örgütlerde veya pazarda değişime neden olan eylemlerde bulunmaya yönelik şirket aşamasında bir durum olarak tanımlamaktadır.
Avlonitis ve Salavou (2007)	Girişimcilik Yönelimi şirketlerin rekabet ortamını kendi avantajlarına göre değiştirmek için proaktif ve agresif girişimlerde buldukları bir yönetsel yeteneği yansıtan bir örgütsel olguyu oluşturur.
Cools ve Van den Broeck (2007/2008)	Girişimci yönelimi, tepe yöneticilerinin yenilikçi düşünebilen, proaktiflik ve riskli hareket edebilme konusundaki stratejisini ifade eder"
Pearce, Fritz, ve Davis (2010)	Girişimcilik Yönelimi; yenilikçi anlayış, proaktiflik, rekabetçi olabilme, risk alabilen ve özerklik gibi özelliklere sahip, çeşitlik etkileşimli davranışlar kümesi şeklinde kavramsallaştırılır"

Kaynak: Covin and Wales (2012, p.3).

Bireysel girişimcilik başlaması için bireyin gerekli düzeyde niyet göstermesi gerekmektedir. Bireysel girişimcilik yönelim düzeyi yüksek olan bireylerde girişimcilik niyeti yüksek olmaktadır, bu bireyler yeni ürünleri keşfetme ve

kullanmaya yatkındır, yeni fikirlere açıktır ve risk alma seviyeleri yüksektir (Gürer ve Çiftçi, 2018).

Bireysel Girişimcilik yönelimi boyutları şu şekildedir;

3.3.1 Yenilikçilik

Lumpkin ve Dess (1996) yenilikçiliği, yenilikçi ürün, hizmet ve teknolojik imkanlar neden olan deney yapma veya yaratıcı olma eğilimi olarak tanımlar. Teece (1986) "bir yeniliğin, mevcut durumundan daha iyi bir şekilde işleri nasıl yapacağımıza dair teknik bilgidен oluştuğunu" öne sürer. Rogers (1995) bunu, yeni fikirlerin, nesnelere ve uygulamaların yaratılmasıyla sonuçlanan bir süreç olarak tanımlar.

Yenilikçilik, girişimcilik yöneliminin merkezinde yer alır ve işletmelerin yeni ürünler, hizmetler, süreçler veya iş modelleri geliştirme yeteneğini ifade etmektedir (Audretsch ve Aldridge, 2012; 372). Yenilikçilik, işletmelerin rekabet avantajı elde etme ve sürdürülebilir büyümeyi sağlama kapasitelerini artırır (Mahato vd., 2022; 510). Yenilikçi işletmeler, sürekli olarak pazar trendlerini ve müşteri ihtiyaçlarını izleyerek bu ihtiyaçlara uygun çözümler geliştirmeye odaklanır (Suhaimie vd., 2020; 842). Yenilikçilik, sadece ürün geliştirme ile sınırlı kalmaz, aynı zamanda işletme süreçlerinin ve yönetim uygulamalarının yenilenmesini de içermektedir. Bu boyut, işletmelerin piyasa değişikliklerine hızla uyum sağlama ve rekabetçi kalma yeteneklerini artırır (Turkina vd., 2013; 112).

Yenilikçiği benimsemiş olan işletmeler girişimcilik ruhuna sahip olarak, yeni fırsatları yakalanması, yeni iş fikirlerinin geliştirilmesi, inovasyon kültürünün oluşması, öğrenen organizasyon olma gibi birçok unsurlar kendilerini geliştirebileceklerdir. İşletmelerin asıl hedefi henüz girilmemiş yeni pazarlardan faydalanmaktır. Bu yenilik anlayışını benimsemiş olan işletmeler (girişimciler) sürdürülebilirliği sağlamak ve rekabet üstünlüğü yakalamak için eski ürün ve hizmetleri çıkarıp yeni ürün yaşam döngüsü yaratabilmektedirler (Ercan ve Yıldırım, 2021; 101).

3.3.2 Risk alma

Cantillon, girişimcilik süreçlerinde risk almayı tanımlayan ilk kişilerdendir. Risk alma, belirsizliği yüksek düzeyde olan pazarlara giriş, hedefe yönelik gidilen

süreçte cesurca borçlanmayı, bilinmeyen süreçlerde hamle yapabilmeyi ifade etmektedir (Ercan ve Yıldırım, 2021; 101).

Miller (2011), risk almanın büyük miktarda sermaye (kaynak) yatırma ve riske atma eğilimi olduğunu ve bunun sonucunda potansiyel olarak çok fazla belirsizlikle karşı karşıya kalındığını ileri sürmektedir.

Risk alma, girişimcilik yöneliminin en kritik bileşenlerinden biridir. İşletmelerin belirsizlik ve yüksek risk içeren projelere yatırım yapma eğilimini ifade etmektedir. Bu boyut, girişimcilerin potansiyel olarak yüksek getirili ancak aynı zamanda büyük kayıplar riski taşıyan girişimlerde bulunma cesaretini kapsar (Sahasranamam, vd., 2021; 32). Risk alma, yenilikçi girişimlerin ve yeni pazar fırsatlarının değerlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Doh ve Zolnik, 2011; 4964). Örneğin, teknolojik yenilikler veya yeni pazarlara giriş gibi stratejik kararlar, genellikle yüksek risk taşıyan ancak büyük potansiyel getiriler sunan kararlardır Risk alma eğilimi, girişimcilerin belirsizlikle başa çıkma kapasitelerini ve bu belirsizliğin üstesinden gelme stratejilerini belirler (Estrin, vd., 2016; 460).

Risk toleransı ve girişimcilik ruhu güçlü bir şekilde iç içe geçmiştir. Risk, bir aktivite veya iş deneyimine katılırken sistemik başarısızlığın, olası kaybın veya talihsiz bir olayın herhangi bir dezavantajlı doğal oluşumunun öznel olasılığıdır. Kişilik özelliği olarak risk, girişimciliğe yönelik tutumları etkiler. Birçok insan, ekonominin girişimci sektöründe çalışmanın doğasında bulunan risk de dahil olmak üzere çok çeşitli nedenlerle başarılı girişimciler olmaktan çekinir (Al-Mamary ve Alshallaqi, 2022; 6).

3.3.3 Proaktiflik

Lumpkin ve Dess (1996), proaktif olmanın yeni ortaya çıkabilecek olasılıkları öngörebilmek ve bunları takip etmek gibi işler için sorumluluk almak anlamına geldiğini ileri sürmektedir.

Proaktiflik, girişimcilik yöneliminin bir diğer önemli bileşenidir ve işletmelerin pazar fırsatlarını erken tespit etme ve bu fırsatlara yönelik hızlı ve etkili yanıt verme yeteneğini ifade etmektedir (Hidalgo, vd., 2024; 190). Proaktif işletmeler, rakiplerinden önce hareket ederek pazar payı kazanma ve müşteri ihtiyaçlarına ilk yanıt veren olma avantajını elde etmektedir (Dastourian vd., 2017: 118; 120). Proaktiflik, aynı zamanda gelecekteki pazar eğilimlerini tahmin etme ve

bu eğilimlere uygun stratejiler geliştirme yeteneğini de kapsar (Doh ve Acs, 2010; 250). Proaktif işletmeler, sürekli olarak çevrelerini izler ve pazar fırsatlarını ve tehditlerini analiz ederek stratejik planlarını buna göre şekillendirir (Sahasranamam ve Nandakumar, 2020; 110). Bu boyut, işletmelerin değişen pazar koşullarına hızlı uyum sağlama ve rekabet avantajını sürdürme yeteneklerini artırır (Jiao ve Robinson, 2011; 8462).

Büyük şirketler rekabetçi pazarda ihtiyaç ve geresinimlerini güvenle tahmin ederler ve bundan dolayı her zaman yeni pazarlara giren ilk şirketler olurlar. Büyük şirketlerin, bu girişimleri kendileri oluşturup sürdürseler de, genellikle ilk hareket eden şirketler olarak bilinirler. Lumpkin & Dess'e (1996) göre, yenilikçi davranış olası belirli endişeleri veya küçük değişiklikleri öngörerek hareket etmeye devam etmeyi içerir. Benzer şekilde, Astrini vd. (2020), proaktifliğin kapsamlı araştırma veya pazar araştırması analizi yoluyla belirlenen boşluklara odaklanan bir içgörü geliştirme kapasitesi olduğunu belirtmiştir. Proaktiflik, şirketlerin rekabette önde kalmasına yardımcı olurken aynı zamanda pazar rekabetini ilk hareket eden faaliyete hemen yanıt vermeye zorlar (Al-Mamary ve Alshallaqi, 2022; 8).

Yenilikçilik, kişinin göreve uygun bulunması ve bu görev ile ilgili yenilikçi çözüm ve hedefler araması, proaktiflik, kişinin yeni fırsat ve amaçlar edinmesi için öngörülü olması ve bunlara yönelik hareket geçmesi, kişinin belirsizlik ortamında yetkisi olmaya görevler ile ilgili yeni görevler edinmesinde istekli davranması olarak tanımlanabilir (Ercan ve Yıldırım, 2021; 96).

4. GİRİŞİMCİLİK NİYETİ

Girişimcilik niyeti, bireylerin girişimcilik faaliyetlerine katılma isteği ve bu yönde belirledikleri hedeflerdir (Daskalopoulou, vd., 2023; 4). Girişimcilik niyeti, girişimcilik sürecinin ilk adımı olarak kabul edilir ve bireylerin girişimci olma isteğini ve motivasyonunu yansıtır (Zhao, vd., 2011; 6). Bu niyet, bireylerin girişimcilik yolunda ilerlemeye karar verme aşamasında kritik bir rol oynamaktadır ve onların girişimci kimliklerini şekillendirmelerine yardımcı olmaktadır (Wang vd., 2024: 601).

Ajzen, niyetin bir bireyin bir aktiviteye katılmaya hazır olduğunu gösterdiğini ifade eder (Ajzen, 1991). Birçok akademisyene göre girişimcilik kasıtlı ve düşünceli bir çabadır. Ajzen'in (1991) Planlı Davranış Teorisine göre, bir iş kurmak da dahil olmak üzere tüm amaçlı eylemler, bu aktiviteye yönelik niyetle tahmin edilir, Girişimcilik niyeti, girişimcilik faaliyetinin önemli bir bileşenidir ve doğrudan girişimci eylemin öncüsüdür. İnsanların girişimcilikte bir kariyer peşinde koşma veya girişimlerini kurma eğilimlerini açıklar. Girişimciliğin çok adımlı sürecindeki ilk adım olan niyet, onun açılış adımı olarak hizmet etmektedir (Chadha, vd., 2025; 6).

Bird (1988), girişimci niyetleri formüle etmede zamanın etkilerini göz önünde bulundurarak şunları öne sürmüştür: "Girişimlerin yaratılması zaman alır, her biri farklı zaman taleplerine sahip birçok birbiriyle ilişkili olay ve süreç vardır ve bunlar organizasyonun ortaya çıkışı sırasında birbirine örülür. Girişimcinin bu olay ve süreçlerin ardındaki niyeti, faaliyetlerin hızını, sırasını ve senkronizasyonunu algılamayı ve yönlendirmeyi amaçlar. Girişimcinin farklı olay ve süreçlerin zaman gereksinimlerini anlaması gerekir" (Bird, 1992). Zaman ağırlıklı olarak ileriye doğru bir yörünge boyunca geri döndürülemez bir hareket olarak kavramsallaştırılır ve girişimcilerin geçmişe odaklanmaktan ziyade zamanın şimdiki ve gelecekteki yönlerine belirgin bir vurgu yaptıklarına inanılır. Dahası, girişimcilerin zamanı, organizasyonlar içindeki belirli rollerdeki bireylere kıyasla önemli ölçüde farklılık gösterir çünkü girişimciler çok çeşitli faaliyetlerde ve karmaşık rollerde yer alırlar.

Bununla birlikte, zamansallığın rolünü ele alan mevcut araştırmaların çoğu, Girişimcilik niyeti farklı bağlamlar ve/veya girişimcilik sürecinin aşamalarına ilişkin gücüne ve uzun vadeli istikrarına odaklanmıştır (Cox vd., 2025; 12).

Girişimcilik niyeti, iş dünyasında ortaya çıkan fırsat ve imkanları görme ve kullanma, yenilikçi düşünme ve değişim gerçekleştirme gib kalıcı psikolojik ve eylemsel eğilimleri ifade eder. Bu eğilimler, bir bireyin kendi işini kurma veya sahibi olma yönelimini yönlendirir. Girişimciliğin, belirsizliklerin ve risklerin varlığına rağmen, bir girişimciye önemli miktarda finansal sermaye ve iş özerkliği kazanma fırsatı sağladığı bilinmektedir ve bu nedenle genellikle daha iyi ekonomik ve kariyer koşulları için güçlü bir arzuya sahip kişiler tarafından takip edilir (Jiang, 2024; 178).

Girişimcilik niyetini üç değişkenin doğrudan etkilediğini düşünmektedir. İlk olarak, algılanan davranışsal kontrol (bireylerin gerçekleştirilecek bir davranışı, gerçekleştirilme kolaylığına göre değerlendirmesi), girişimciliğe yönelik tutum (belirli girişimci davranışlara veya eylemlere olan kişisel inanç) ve öznel normlar (bir bireyin etrafındaki insanların veya ilgili diğer kişilerin belirli bir davranış, örneğin bir iş girişimi başlatma hakkında ne düşündüğüne dair algıları) vardır (Ajzen, 1991; 186)

4.1 Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörler

Girişimcilik niyetini etkileyen faktörler;

- Demografik Faktörler
- Kişisel Faktörler
- Çevresel Faktörler

4.1.1. Demografik faktörler

Aile: Aile girişimcilik niyetini etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Birey doğumdan itibaren ailenin etkisinde kalarak, ilk izlenimleri bilgi ve tecrübeleri ailenin etkisiyle kazanmaktadır. Ailede yetişen çocuk annesini ve babasını veya beraber yaşadıkları diğer kişileri rol model olarak alır. Aile tarafından desteklenen girişimcilik faaliyetleri, kişininde girişimciliğe olan yatkınlığını arttırmaktadır. Ailenin içinde bulunduğu sosyal durumu, ailenin yaşadığı çevre, ailenin eğitim seviyesi kişide de etkili olmaktadır (Çelik vd., 2014; 116). Ailelerin karşılaştıkları

sorun ve çözümlere ortaklaşa yaklaşmaları, birbirlerine destek olmaları aile içinde yaşayan bireylerin öz güvenlerini de arttırmaktadır. Bu sayede bireyler girişimcilik eğilimlerinde yükselmiş olmaktadır. Yetenek ve kişilik gibi bazı girişimcilik özellikleri doğuştan gelmiş olsada, aile içinde yaşanan durumlar bireylerde öz güveni artırır, teşvik eder, girişimcilik bakış açılarının değişmesine katkı sağlamaktadır. Aile içinde bireylerde başarı ihtiyacı, risk, yenilikçilik ve kendine güven gibi bazı girişimcilik özelliklerini kazanabilirler (Tefek ve Çakıcı, 2024; 98). Ailenin çevresi ile ilişkileri, akrabaları olan iletişimleri aile bireyler içinde kişilik özelliklerinin gelişmesine katkı verebilmektedir. Aile içindeki çocuklar rekabet anlayışını ilk ailede yaşamaktadırlar. Aile içinde çocukların birbirleriyle mücadeleleri, kıskançlıkları, mutlulukları, diğer üçüncü şahıslara karşı verdikleri birlik ve dayanışmaları ileriki yaşamlarında da işbirliği ve mücadele konusunda deneyim sağlamış olacaktır. Ayrıca aile içindeki her bireyin sahip olduğu roller, diğer bireylere deneyim ve tecrübelerinde katkı sağlamaktadır. (İrmiş vd., 2010).

Eğitim: Bir ülkenin kalkınması ve gelişmesi açısından eğitim düzeyi oldukça önemlidir. Eğitim sistemi güçlü olan ülkelerde bireyler bilgi yetenek ve tecrübelerini arttırmakta, yeni gelişmeleri takip edip uyum sağlayabilmekte, bireylerin sahip oldukları kendi işlerinde verimlilik artmakta, yeni amaç ve hedefleri geliştirebilmektedir. Böylece yüksek eğitim seviyesi almış bireylerde girişimcilik vasıfları gelişmiş olmaktadır (Çelik ve Karababa, 2018; 61). Dünyadaki gelişmiş birçok ülkede eğitim sistemine önem vermişler ve odak noktası yenilikçilik olmak kaydıyla yeni iş kuracak kişileri desteklemektedirler. Ülkelerin kalkınması ve gelişmesi için girişimciliğin önemli olduğu vurgulanmış, bu konuda birçok çalışmalar yapılmıştır. Böylece doğuştan girişimcilik özelliklerini taşımayan bireyler, eğitim düzeylerini yukarı çekerek bilgi ve yeteneklerini arttırmış yeni iş kurma eğilimine yakın olmuş, girişimcilik konusunda bakış açılarını geliştirmişlerdir (Karahana ve Yeşilkaya, 2018; 276)

Yaş: Yapılan çalışmalarda girişimcilik niyeti ile yaşında etkili olduğu görülmektedir. Girişimciler çoğunlukla girişimcilik faaliyetleri 22-55 yaş aralığında başlamaktadırlar. Bu yaşlar dışında kalan yaşlarda girişimcilik faaliyetlerine başlamada mümkün olsada, girişimcilerde yüksek motivasyon, enerjik hissetme ve ekonomik durumlarının iyi olması beklenmektedir (Bozkurt, 2006; 98).

Rol Modeller: Rol modeller bireyin gelişimine yükselmesine, kariyerine etki eden en önemli faktörlerden biridir. Bireyin çevresinde bulunan aile, akraba, yakın arkadaşı, öğretmeni, başarılı insanlar, ulusal ve uluslararası ün sahibi olmuş başarılı girişimciler rol model olabilir. Bireyin etkilendiği bu rol modeller sadece girişimcilik niyetinde etkili değil ayrıca girişim başladıktan sonrada işlerini büyütmelerinde etkili olabilmektedir. Kısaca bireyin örnek aldığı rol modeller kişiler, iş konusunda da yol gösterici tarafta olmaktadır (Kaygın ve Güven, 2015).

4.1.2. Kişisel faktörler

Girişimcilik faaliyetleri bireyin sezgiler, gözlemleri ve tecrübeleriyle elde edilmiş bir bütün olarak görülmektedir. Girişimcilik başarısında, çevre, pazar yapısı gibi birçok etkinin yanında, girişimcinin sahip olduğu bireysel faktörlerde ön plana çıkmaktadır. Girişimcinin sahip olduğu kişisel özellikleri, yeni fırsatları keşfetme, karşılaşılan zorluklara karşı mücadele etme, yenilikçi düşünme gibi imkanlar sağlar. Bireyin sahip olduğu ruh hali, tutkusu gibi bireysel nitelikler, girişilen işlerde başarı sağlamasına katkı verir. Bu özelliklerin bazıları doğuştan kazanılmış olsa da bazıları sonradan öğrenilmiş olmaktadır. Bireyin sahip olduğu bu bireysel özellikler, karar verme de ve girişimcinin davranışlarının şekillenmesinde önemli katkı sağlar (Derindağ, 2018; 4).

Doğuştan olmayan kişisel özellikler, girişimcinin çevre ile olan ilişkisiyle gelişir. Çevre olan ilişkilerde bireyin doğuştan gelen özellikleri, yaşamı, edindiği bilgi ve tecrübeler önemli etkiye sahiptir. Girişimcilik faaliyeti genelde bireyin kendi kararlarından oluştuğundan, kişilik özelliklerinin dikkate alınması, bireyin gelişmesi için oldukça faydalı olmaktadır (Sart, 2020; 64).

Literatürde öne çıkan önemli kişisel faktörler şöyledir;

Risk Alma Eğilimi: Girişimcilerin dış çevreden edindikleri bilgi ve tecrübeler onların işlerinde öngörülere, varsayımlara, yeni fikirlerin gelişmesine, davranışlarına yansımaktadır. Dış çevreye karşı kişinin maruz kaldığı bu durumlar bireyin hayatta karşılaşacağı çıkacak zor durumlarda, nasıl bir yol izlemesi gerektiği konusunda etki yapacaktır. Kişilerin risk algısı yaşadıkları olaylara deneyimlere göre değişiklik gösterecektir (Timuroğlu ve Çakır, 2014; 124).

Belirsizlik Toleransı: Bireylerin çevrelerindeki belirsizlik durumları ve değişen koşullara göre gösterilen duygusal yansımalarıdır. Başka bir deyişle bireyler

yaşadıkları olumsuz durumlara karşı pozitif tepki verebilmeleridir. Oluşan durumlara karşı tehdit değil fırsat olarak yaklaşabilmektir. Belirsiz koşullara karşı torelansı yüksek tutmak girişimcileri problem çözme, yaratıcı düşünme gibi kişisel özelliklerini kullanarak başarıya götürebilmektedir (Derindağ, 2018; 7).

Başarma İhtiyacı Duyma: Mc Clelland tarafından öne sürülen başarma ihtiyacı, bireyin ardında yatan itici bir güçtür. Bireylerin bir iş konusunda başarma ihtiyacı hissetmesi, işlerinde başarılı olmasında, inovatif davranışlar sergilemesinde, rekabetçi bir özelliği sahip olmaları büyük bir etkidir (Mirza ve Demiral, 2019; 3262).

Kontrol Odağı: Girişimcilerin yaşadıkları olayların kendi kişisel özelliklerinden kaynaklandığını, olaylardan kendilerini sorumlu tutma beklentisi olarak ifade edilir. Her girişimci bireyde olması gereken bu özellikte kişi meydana gelebilecek olaylara karşı kendini kontrol edebilmek yetkisine sahip olmaktadır (Gül ve Beysenova, 2018; 216).

Yenilikçilik: Yenilikçilik girişimcilik faaliyetlerinin odak noktasıdır. Girişimciler yeni fırsatları değerlendirerek yeni ürün veya hizmet ortaya koyma, yaptığı bir işi geliştirme olarak ifade edilir. Girişimcilik niyeti yüksek olan bireylerde yenilikçilik faaliyetleri de yüksek olduğu görülmektedir. Girişimciler ne kadar yenilikçi olursa rekabet üstünlüğünü o seviyede yakalamış olacaktır (Bozkurt, 2006; 98).

4.1.3 Çevresel faktörler

Çevresel faktörler girişimcinin üzerinde etkisi oldukça yüksektir. Çevre doğası itibariyle girişimcinin faaliyette bulunacağı işlerde negatif veya pozitif etkiler yansıtılmaktadır. Bir ülkenin ekonomik, siyasi, politik durumu, kültürel değerleri, çevrenin sunduğu fırsatlar ve tehditler girişimcilik faaliyetlerini etkileyebilmektedir (Durak, 2011; 196).

4.2 Girişimcilik Niyeti Yaklaşımları

Girişimcilik yaklaşımları, bir çok bilim dalındandaki kavramları alır ve birleştirir. Dolayısıyla bu modeller kırıldan ve zamanla değişebilmektedir.

Girişimcilerin kendi işlerini kurma niyetlerine yönelik birkaç model vardır (Top ve Sevensan, 2006; 122).

- Girişimcilik Olay Modeli
- Girişimcilik Niyet Modeli
- Planlı Davranış Modeli

4.2.1 Girişimcilik olay modeli

Girişimcilik olay modeli 1975 yılında ilk kez ortaya atılmış, Shapero ve Sokol tarafından 1982 yılında geliştirilmiş, Krueger ise bu modele dış faktörlerinde ekleyerek genişletmiştir (Sabuncu, 2017; 32).

Shapero ve Sokol (1982) girişimcilik olay modeli, bireyin girişimde bulunmak istediği iş ile ilgili faaliyete başlayıp başlatmayacağını, bu işin kendisi için uygunluğunu değerlendirdiği, kendisinin bu iş için ne kadar yetkin olduğunu değerlendirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu modelde birey girişimcilik konusunda isteklenir daha sonra bu istek karşısında kişi eyleme geçip geçmeyeceği konusunda karar verir (Krueger vd., 2000; 418).

Girişimcilik olayının ortaya çıkmasında yapılan çalışmalarda bilim insanları, olayı temelinde neler olduğunu, bunların neden girişimcilik eylemine sebep olup, diğer başka olaylara sebep olmadığını araştırmışlardır. Bunlara cevap olarak “yer değeristirmeler” olayın kaynağında yer aldığını “algılar” ise girişimcilik faaliyetlerine neden olduğunu cevabı vermişlerdir (Shapero ve Sokol, 1982). Bir girişimcilik faaliyetinde, işletmenin kurulmasında bireyin yaşamındaki negatif, pozitif ve nötr olaylar etkili olmaktadır. Yeni bir ortak ile karşılaşma pozitif vaka, bir kişinin işten ayrılması negatif vaka, bireyin herhangi bir okuldan mezun olması ise nötr olarak yer değeristirmeye örnektir. Bu gelişen olaylar bireyde bir istek ve heves uyandırıp girişimcilik faaliyetine başlamasına neden olmaktadır. Bir girişimcilik eyleminin başlamasında, algılardaki değerişim önemli olup, herhangi bir karar süreci olmaksızın, kişinin yaşadığı çevresel ve bireyler değerişimlerin bilişsel filtreden geçmeden girişimcilik eylemine neden olamayacağı belirtilmektedir (Tokatlıoğlu, 2019; 106).

Girişimlik niyetinde “Algılanan arzu edilebilirlik” ve “uygulanabilirlik” önemli faktörlerdendir. Kişinin yeni bir işe başlaması bu etmenlerden etkilenir. Algıda arzu edilebilirlik, iş arkadaşları, gelenek ve kültür, eğitim düzeyi gibi etmenlerden etkilenirler, algılanan uygulanabilirlik iş ortaklıkları, finansal teşvik vb.

faktörlerden etkilenir. Shapero (1982)' göre girişimcilik faaliyetleri bu faktörlerin birbirleriyle etkileşimden kaynaklandığı ve girişimcilik faaliyetlerini başlamada en önemli etken bireyin hayatındaki değişiklikler olduğunu fakat bunların tek başına yeterli olmadığını belirtir. Kişinin geçmişte yaşadığı olaylar ve tecrübeleri de etkili olmaktadır (Çakıcı, 2023; 18).

4.2.2. Girişimcilik niyet modeli

Bird (1988) göre girişimcilik niyeti, birey amaç ve hedefler doğrultusunda başarı sağlamak için kişinin dikkatini, tecrübesini yönlendirmesiyle oluşan ruhsal durum olarak değerlendirir. Böylece niyet planlı bir davranışın öngörüsü kapsamında değerlendirir. Girişimcinin bu davranışı “niyetli bir davranış” olarak tarif edilebilir (Timuroğlu ve Akpunar, 2017).

Girişimcilik niyet modeline göre, girişimcilik eyleminin başlamasında ile eylem sosyal, politik v.b çevresel etmenler ve bireysel etmenlerdir. Kişinin önceki deneyimleri ve elde ettiği tecrübe ve yetenekleri ve çevre kişinin rasyonel düşünmesine katkı sağlamaktadır. Sonuç olarak girişimcilik niyeti ortaya çıkar (Kalafatoğlu, 2020; 112).

Bird (1992), girişimci niyetleri formüle etmede zamanın etkilerini göz önünde bulundurarak girişimlerin yaratılması zaman alır, her biri farklı zaman taleplerine sahip birçok birbiriyle ilişkili olay ve süreç vardır ve bunlar organizasyonun ortaya çıkışı sırasında birbirine örülür. Girişimcinin bu olay ve süreçlerin ardındaki niyeti, faaliyetlerin hızını, sırasını ve senkronizasyonunu algılamayı ve yönlendirmeyi amaçlar. Girişimcinin farklı olay ve süreçlerin zaman gereksinimlerini anlaması gerektiğini belirtmiştir.

Boyd ve Vozikis (1994) girişimcilik niyet modeli'ni genişleterek modele öz-yeterlik kavramını ilave etmiştir. Algı, tutum ve öz-yeterlik algısal süreçlerden geçerek girişimcilik niyetini etkilemektedir. Daha Sonrasında bu niyetlerde davranışlara yön vermektedir. Öz-yeterlik niyet ve davranış sürecinde de etkili olmaktadır (Boyd ve Vozikis, 1994; 66).

4.3.3. Planlı davranış kuramı

Planlı Davranı Kuramı, 1975 yılında Fishbein ve Ajzen tarafından geliştirilmiştir. Daha sonra 1991 yılında Ajzen tekrardan düzenlenmiş, bireylerin

davranışlar üstünde etkili değişkenleri anlatan kapsamlı teori haline gelmiştir (Dinç ve Akçakanat, 2018; 767).

Planlı Davranış Kuramı, Ajzen tarafından geliştirilmiş olup, sosyal psikoloji alanında insan davranışsal niyetlerini açıklamak ve tahmin etmek için kullanılan bir araçtır. Davranışsal niyetlerin insan davranışını nasıl etkilediğine dair daha kapsamlı bir anlayış sağlamayı amaçlar. Ajzen'in araştırması, insanların %100 gönüllü olarak değil, kontrol altında hareket ettiğini bulmuştur (Ajzen, 1991; 186).

Planlı davranış kuramına göre, bir bireyin bir davranışta bulunma niyetinin, o davranışın en doğrudan belirleyicisi olduğunu ve bu niyetin üç temel belirleyici tarafından şekillendirildiğini öne sürer: davranışa yönelik tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontroldür (Wei vd., 2025).

Tutumlar, bireyin davranış hakkında negatif veya pozitif bir değerlendirmeye sahip olmasını belirtir; Tutumlar, bireyin davranış ile ilgili tutumu, davranışa ilişkin inancı ve davranışa ilişkin neticeler ile ilgili değerlendirmelerdir. Kişi davranış karşısında pozitif bir tutum sergiliyorsa, davranışı eyleme geçirme niyeti de artmaktadır (Özdemir vd., 2013).

Öznel normlar, davranışı gerçekleştirme veya gerçekleştirilmeme konusunda algılanan sosyal baskıyı içerir. Bir kişinin davranışı eyleme geçirip geçirmeme düşüncesinde hissettiği baskıdır. Kişide özel normların oluşmasına katkı verenler aile, arkadaşları, yakın çevresidir (Ajzen, 1991;199).

Algılanan davranışsal kontrol, öz yeterlilik kavramına benzer şekilde davranışı gerçekleştirmenin kolaylığını veya zorluğunu yansıtır. Bir davranışı harekete geçirmek için ihtiyaç duyulan kaynaklar ve imkânların durumu kişideki algıyı belirtir. Kişinin sahip olduğu kaynak ve fırsatlar ne kadar fazla olursa, algılanan davranışsal kontrolde o düzeyde artacaktır (Dinç ve Akçakanat, 2018; 768).

5. ÖZ YETERLİLİK

5.1 Girişimcilik Öz Yeterliliği

Albert Bandura, öz yeterlilik kavramını ilk olarak 1977'de "Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change" başlıklı makalesinde tanıtmıştır. Bandura, bu çalışmasında öz yeterliliğin bireylerin davranış değişimlerini nasıl etkilediğini ve motivasyonlarını nasıl şekillendirdiğini açıklamıştır. Öz yeterlilik, bir kişinin görevleri yerine getirebileceğine ve rolleri yerine getirebileceğine olan inancını ifade eder ve Öz yeterlilik beklentiler, hedefler ve motivasyonla doğrudan ilişkilidir (Bandura, 1997). Bandura, bireylerin davranışlarının ve motivasyonlarının, onların yeteneklerine ve bu yetenekleri kullanma kapasitelerine olan inançlarından büyük ölçüde etkilendiğini savunmuştur (Bandura, 1986).

Öz-yeterlilik, bireylerin belirli bir görevi başarma konusundaki inançlarını ve yeteneklerini ifade etmektedir (Liu, vd., 2018; 514). Öz-yeterlilik, bireylerin kendi becerilerine duydukları güven ve bu becerileri etkin bir şekilde kullanma kapasitelerini yansıtır.

Öz-yeterlilik, girişimcilik süreçlerinde kritik bir rol oynamaktadır ve girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirme ve iş süreçlerini yönetme kapasitelerini arttırmaktadır (Hu vd., 2021; 3370).

Öz yeterlilik, bir bireyin başarma yeteneğine olan güveni ve inancıyla ilişkili olan ve bireyin bilişsel düzeyini etkileyen motivasyonel bir kaynaktır. Birinin yeteneklerine olan güveni yansıtan öz yeterlilik inancı, engellere karşı ve gerçekleştirilecek faaliyetlerle ilgili kararlara yönelik çabaları ve kararlılığı etkileyen bir tür öz değerlendirilmedir (Hsu ve Chiu 2004; 374). Yani öz yeterlilik, hem işi etkileyen bireysel yeterlilik hakkındaki inançları hem de başarılı bir şekilde gerçekleştirilen faaliyetlerin belirli sonuçlarla sonuçlanacağı hakkındaki inançları içerir. Bu inançlar olumluysa, birey faaliyetleri başarılı olacak şekilde düzenleyecektir. Aksine, inançlar olumsuz olduğunda, birey gerekli becerilere sahip olsa bile, yeteneği hakkındaki şüpheler nedeniyle başarısızlık kaygısı hissedecek ve

engellerle karşılaştığında davranışı muhtemelen yapmayacaktır veya davranışı sürdürmekte ısrar etmeyecektir. Bu noktadan itibaren, öz yeterlilik inancı, benzer bilgi ve yeterliliğe sahip bireylerin neden farklı davrandığını anlamak için bir araçtır (Naktiyok ve diğerleri, 2010; 422).

Öz yeterliği anlamak girişimciler için oldukça önemlidir, çünkü bireylerin girişimciliğe katılma isteklerini ve hâlihazırda girişimci olanların davranışlarını etkileyebilir. Öz yeterlik potansiyel girişimcileri etkiler, çünkü bireylerin yeni işletmeler kurma niyetleri, bunu yapmanın hem uygulanabilir hem de arzu edilir olduğunu algılamalarının bir işlevidir. Girişimci olarak etkili bir şekilde işlev görme yeteneğine olan inanç, girişimciliğin uygulanabilir olduğunu algılamının temel bir bileşenidir. Öz yeterlik, daha önce hiç bir işe başlamamış kişiler arasında ve gelecekte tekrarlayan veya "seri" girişimci olma isteklerini etkileyebilen mevcut veya geçmiş girişimciler arasında girişimcilik niyetlerinin oluşumunu etkileyebilir (Kolvereid, 1997:8).

Girişimci öz yeterlilik zamanla gelişen bir olgudur ve bireyin yetiştirilme tarzı, ekonomik koşullar, kişilik ve değerler gibi bir dizi dış ve iç faktörden etkilenir. Girişimci öz yeterlilik, deneyim ve rol modelleme yoluyla güven kazanma fırsatlarının yaygın olması ve dolayısıyla özyeterliliğin artırması veya sınırlı olması ya da öz yeterliliğin azaltılması ölçüsünde ulusal veya bölgesel bağlamdan da etkiler söz konusudur. (Mueller ve Goic, 2003; 620). Girişimci öz yeterlilik, bir bireyin bir girişimcinin görevlerini başarıyla yerine getirebileceğine olan inancının gücünün yararlı bir ölçüsü olabilir. Ancak, girişimcilik tek bir görev değil, yeni bir iş girişimini yaratma ve büyütmeyle ilgili görevlerin bir karışımı ve dizisi olduğundan belirli girişimci görevleri belirlemek zordur (Stephen ve Data-on, 2008).

Ek olarak, Öz yeterlik mevcut girişimcilerin yeni girişimlerin yöneticileri olarak sorumluluklarını ne kadar iyi yerine getirdiklerini etkileyebilir. Öz yeterliğe karşılık geldiği davranışlar büyük ölçüde yeni girişim yönetimiyle ilgilidir ve bu nedenle girişimcilerden kuruluş noktasından çok sonra bile gelişebilir. Birçok girişimci, ilk kuruluş olayından uzun süre sonra girişimlerini yönetmeye devam ettiğinden girişimcilerin algıları ve inançları girişimlerini yönetme sürecinde üstlendikleri hareket davranışlarını etkileyebilir ve nihayetinde yeni girişim performansını etkileyebilir (Forbes, 2005; 602). Örneğin, yüksek öz yeterlik seviyelerine sahip bireylerin, yeni girişim performansını artırma olasılığı yüksek olan

ısrarcılık ve konsantrasyon sergileme olasılıkları daha yüksektir. Buna karşılık, düşük düzeydeki öz yeterlilik, çeşitli görevlerin performansında kararsızlık, dikkat dağınıklığı ve erteleme gibi performansı engelleyen davranışlarla ilişkilidir (Bandura, 2001; 14).

Öz yeterlilik yüksek olan girişimciler diğer kişilerden farklı olarak aşağıdaki özelliklere sahip olduğu görülmektedir (Luthans ve Youssef, 2014; 148).

- Bu girişimciler hedefe doğru ilerlemede zorlu görevlerle mücadele etmede isteklidir.
- Bu girişimciler belirsizlik ortamında karşılaştıkları zor durumları olağan bir durum olarak karşılamaktadır.
- Bu girişimcilikler hedefe doğru ilerlemede kendileri dışından hiçbir dışsal motivasyona ihtiyaç duymazlar.
- Amaç ve hedefleri doğrultusunda hertürlü çaba ve mücadeleyi göstermektedirler.
- Karşılaştıkları hertürlü zorlukla mücadele etmede azimlidirler.

Bandura (1997) özyeterlikte kişisel, davranışsal ve çevresel faktörlerin birbirleriyle ilişkisinin önemli olduğunu vurgulamıştır.

- *Kişisel faktörler ve davranışlar faktörleri arasındaki etkileşim:* Bireylerin sahip olduğu fikir ve düşünceler, inançları ve hisleri, demografik özellikleri, bireyin hareket ve davranışlarına da yansımaktadır. Örneğin, bireyin bir işle ilgili amaç ve hedefleri kendi özyeterliğine inancı hareket ve davranışlarına da yansımaktadır. Bu iş ile ilgili davranışları sonrası elde ettiği tecrübeler özyeterliğini de pozitif katkı yapacaktır.
- *Kişisel faktörler ile çevresel faktörler arasındaki etkileşim:* Bireylerin sahip olduğu duygusu, düşüncesi, kişisel özellikler, inançlarında çevre faktörleri oldukça önemlidir. Çevrenin kişisel özelliklerin gelişmesinde önemli rol oynadığı, kişisel özelliklerde çevreyi etkilediği söylenebilir. Bundan dolayı çevre ile kişisel özellikler arasında karşılıklı bir etkileşim vardır.
- *Davranışsal faktörler ile çevresel faktörler arasındaki etkileşim:* Toplumda bireylerin birbirleriyle olan etkileşimlerini standardize eden kuralların bireyler yoluyla düzenlendiği varsayıldığında bireyin hareket ve eylemleri çevrenin ürünü ve üreticisi olduğunu belirtir.

Öz-yeterlilik kavramının gelişimi, psikoloji ve eğitim alanlarında geniş bir literatür tarafından desteklenmiştir. Bandura'nın (1997) çalışmaları, öz-yeterliliğin bireylerin performansını ve motivasyonunu nasıl etkilediğini açıklamak için temel oluşturmuştur.

5.2 Öz-Yeterlik İnancını Etkileyen Faktörler

Öz Yeterlik birçok faktörün birleşimiyle kendini geliştirmektedir. Bandura, öz-yeterliliğin dört ana kaynağından geldiğini belirtmiştir (Bandura, 1997); Başarı deneyimleri, dolaylı deneyimler, sosyal ikna ve fizyolojik ve duygusal durumlardır.

5.2.1 Başarı (uzmanlık) deneyimleri

Bireylerin daha önce benzer görevlerde başarılı olma deneyimlerine dayanır. Bireylerde yüksek özyeterliğe sahip olması, doğrudan yaşadığı deneyimler ile sayeside olacaktır. Deneyimlerde yaşadıkları pozitif durumlar ileride benzer durumlarda yüksek özyeterliğe sahip olmasını destekler (Arseven, 2016; 66). Yaşadığı pozitif deneyimler bireyde güven duygusunu arttıracığından kendi performansında yüksek olmasını sağlayacaktır. Birey özyeterlik seviyesini güçlendirmesi için deneyimleriyle arttırmasının yollarından biri, belirsiz, orta ve büyük işleri küçük aşamalar halinde başarmasıdır. Özyeterliğin yükselmesi, performansın yükselmesine ve dolayısıyla başarının yükselmesine neden olur (Keçeci, 2022 ;29).

5.2.2 Dolaylı deneyimler

Başkalarının başarılarını gözlemleyerek öğrenmeyi içermektedir. Bireyin çevresindeki pozitif veya negatif olalar bireyin etkileyerek kendi açısından düşünmesine sebep olur. Bireyler birbirlerine yakın olan insanları gözlemeyip analiz ederek zor durumlar olaylarda nasıl mücadele ettiklerini inceler ve böylece kendilerine yönelik benzer beceriye veya bir inanca sahip olmuş olurlar (Arseven, 2016; 66). Bireyin özyeterlik oluşmasında başkalarının deneyimlerini gözlemleyip analiz etmesi, kendisinin birebir yaşadığı deneyimler kadar etkili olmamaktadır. Fakat bireyin başkalarının deneyimlerini incelerken, kendisinin o alanda deneyimi hiç yoksa, başka bireylerin yaşadıklarından çok fazla etkilenmektedirler. Birey model

aldığı kişinin deneyimlerini, kendisiyle birebir benzerlik görüyorsa etkilenme oranı oldukça yüksek olmaktadır. Yaş, cinsiyet, yaşadığı ortam, kültür, eğitim seviyesi gibi benzerlikler kurduğu bireylerden etkilenir, benzer işlerde bende yapabilirim/başarabilirim veya bende yapamam/başaramam gibi duygulara kapılmış olur (Kurbanoglu, 2004; 141).

5.2.3 Sosyal ikna

Başkalarının bireylerin yeteneklerine olan inançlarını ifade etmeleri yoluyla gerçekleşir. Kişinin amaç ve hedefleri doğrultusunda olması gereken bilgi ve yeteneği sahip olduğuna dair inancın pekişmesi olarak ifade edilmektedir. Burada ki amaç, kişinin kabiliyetinin yükseltilmesinden ziyade olması gereken yetkinliğin var olduğunu belirtmektir. Bireye dışarıdan gelebilecek her türlü destek “bu işi yapabilirsin, bu konuda başarılı olabilirsin” gibi teşvik edici davranışlar bireyde benzer duyguya “bu işi yapabilirim, bu konuda başarılı olabilirim” gibi bir algı ve inanca sahip olmasına imkan sağlamaktadır (Tschannen ve Woolfolk, 2007; 950).

Doğru olmana cesaretlendirici sözler ve davranışlar ise bireyin amaç ve hedefler doğrultusunda çabalarını olumsuz şekilde sonuçlanabilir bu da öz yeterlik seviyesinin hızlıca düşmesine neden olabilmektedir. Pajares (2002)’e göre olumsuz şekilde cesaretlendirme sonucu özyeterlik seviyesinin düşürülmesi, olumlu ikna ile özyeterlik seviyesinin yükseltilmesine göre daha kolay olmaktadır. (Arseven, 2016).

5.2.4 Fizyolojik ve duygusal durumlar

Kişilerin stres, kaygı düzeylerini içermektedir ve bu durumlar, onların kendi yeteneklerini nasıl algıladıklarını etkilemektedir. Fizyolojik ve duygusal durumu yüksek olan kişiler, işleri başarıyla üstesinden gelebilmesinde özyeterlikleri yüksektir. Dolayısıyla pozitif duygusal durumlar özyeterlikleri güçlü tuttuğu, negatif durumlar ise kişilerin özyeterlik inançlarını azaltmaktadır. Kişiler bir işi gerçekleştirmek için kendi yetenek ve becerilerinde negatif düşünceler var ise, bu duygular özyeterlik inançlarında aşağı yönde olumsuz etkiler yapmaktadır (Bandura, 2001; 11).

Bireylerin bir konudaki yetenek ve beceri inançları, o işi eyleme geçirirken deneyimledikleri duygusal davranışlarla da sınanmaktadır. Bireyin bir duruma göre karşı deneyimlediği heyecanı, stresi, korkusu vb duygusal durumları, o işin başarılı

olup olmayacağı hakkında da bilgi vermektedir. Pozitif duygular öz yeterlik seviyesini yükseltiren, negatif duygular öz yeterlik inancını azaltmaktadır, yaşanan negatif duygusal durum iş ile ilgili performansında negatif etkilemektedir (Kurbanoglu, 2004; 140). Pajares (2002), duygusal davranışların genellikle iş ile ilgili bir durum olmadığını vurgulamıştır. Örneğin; negatif duygusal durumdaki bireyler özyeterlik inançları eldeki işten farklı düşünölebilmektedir. Dolayısıyla negatif durumları azaltmak, özyeterlik inancındaki negatif durumları yok etmek açısından önemlidir (Kurbanoglu, 2004; 142).

Belirli bir görevde yüksek öz yeterliliğe sahip bireylerin, belirli görevle ilgili eylemleri üstlenme, görevde daha uzun süre kalma ve daha fazla çaba gösterme olasılığı daha yüksektir. Öz yeterliliğin, iş performansı, küçük işletme büyümesi, iş arama etkinliği, akademik performans, akademik anadal seçimi ve kariyer seçimi dahil olmak üzere çok çeşitli seçimleri etkilediği gösterilmiştir (Cassar ve Friedman, 2009; 248).

Bir işe başlamak, yeni girişim olanaklarını öngörebilmek ve harekete geçmede itici güç olarak tanımlanan öz yeterlilik, girişimciliğin en önemli temellerinden biridir. Öz yeterlilik sadece girişim aşamasında değil, işletme kurulduktan sonra büyüebilmesi yeni fırsatları yakalayabilmesi, sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir. Öz yeterliği yüksek olan girişimciler karşlarına çıkabilecek her türlü zorluklarla başa çıkabilecek istek ve mücadeleye sahip kişilerdir (Zehir, Bektaş, 2022; 18).

5.3 Öz Yeterlik Boyutları

Öz yeterlik 3 boyuttan oluşmaktadır (Bandura, 1997);

- Büyüklük
- Güç
- Genellenebilirlik

5.3.1 Öz yeterlik büyüklüğü

Bireyin bir davranışı eyleme geçirebilme düzeyi, inanç seviyesi olarak tanımlanır. Birey bir görevi uygularken karşısına çıkacak zorlukları ve zorlukların

düzeylei belirtir. Örneğin; yapılacak işler ne kadar zordur ? görevlerin kolay veya zor olma düzeylei vb.

5.3.2 Öz yeterlik gücü

Bireyin bir davranışı gerçekleştirirken yerine getirebilme güvenini ifade eder. Bireyin eylemi gerçekleştirirken zor durumda olsa bile o zorluk karşısında başarılı olabilme inancını ifade eder. Örneğin bir işin üstünden gelebileceğine ne seviyede inanıyorum ? vb.

5.3.3 Öz yeterliğin genellenebilirliği

Bir durumun diğer duruma göre değişkenliğini belirtir. Bir olay karşısında beklentiler bir başka olay karşısında da genelleyebileceğini belirtir. Örneğin bir kişinin öğrendiklerinin ilerde işine yaracağından emin olma durumudur.

6. ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın konusu, temel hedefi ve amacı, araştırma soruları, model, hipotezler, metodoloji ve yöntem, araştırmanın evreni, veri toplama araçları, örneklem, ölçekler, istatistiksel analizi uygulanmış ve elde edilen bulguların değerlendirilmesi yapılmıştır.

6.1 Araştırma Amacı

Araştırmanın amacı, Kocaeli ili içerisinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren KOBİ'lerde çalışmakta olan beyaz yakalı çalışanların, sosyal sermayelerinin girişimcilik yönelimi ve girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterliliğin aracı rolünü ortaya koymaktır.

Çalışmada detaylı olarak incelenen kavramlar, sosyal sermaye, girişimcilik yönelimi, öz yeterlilik ve girişimcilik niyetidir.

Sosyal sermaye, bir kişinin sosyal ilişkilere dayalı farklı kaynaklara erişimi olarak tanımlanır. Bir kişi, kendisine yardımcı olabilecek arkadaşları ve akrabalarıyla yakın ilişkiler yoluyla gerekli kaynaklara erişir. Ek olarak, üyeleri ek destek sağlayabilecek çeşitli derneklere, kulüplere ve diğer gruplara katılım yoluyla da yardım alır (Hauberer, 2011).

Öz yeterlilik, bir kişinin görevleri yerine getirebileceğine ve rolleri yerine getirebileceğine olan inancını ifade eder ve beklentiler, hedefler ve motivasyonla doğrudan ilişkilidir. Öz yeterlilik özünde kişilerin yetenekli olmasından ziyade, kişilerin sahip oldukları yetkinliklere güven duyması anlamına gelir (Bandura, 2001; 6).

Girişimcilik yönelim girişimcinin karar alma tekniklerini, prosedürlerini ve uygulamalarını bünyesinde barındıran taktiksel konumlandırmasıdır. Girişimcilik yönelimi bireyin yaratıcı ve risk alan çabalara katılan ve rekabette bir avantaj elde etmek için proaktif yenilikler ortaya koymada pazar lideri olmaya çalışan bir firma

olarak açıkça veya örtük olarak nasıl faaliyet göstermeyi seçtiğini ve özelliklerini nasıl ortaya koyacağını yansıtır (Ribeiro vd., 2021; 9).

Girişimcilik niyeti, yeni bir iş kurma veya halihazırda başlamış bir iş için yeni değer yaratma niyeti olarak tanımlanır. Başka bir deyişle, dikkati, deneyimi, hareketi, hedef belirlemeyi, bağlılığı, iletişimi, organizasyonu ve diğer görevleri girişimci davranışın ortaya çıkmasını yönlendiren bir zihin durumudur (Akbari, vd., 2024; 5).

Bu araştırmanın sonuçları, KOBİ'lerde beyaz yakalı çalışanların, sosyal sermaye ve öz yeterlilik algısının girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerini anlamak, girişimcilik ekosisteminin güçlenmesine katkı sağlayacak ve ekonomik kalkınma ve yenilikçilik süreçlerine ışık tutacaktır. Ayrıca bu çalışma girişimcilik ekosistemine katkı sağlayacaktır.

6.2 Araştırma Soruları

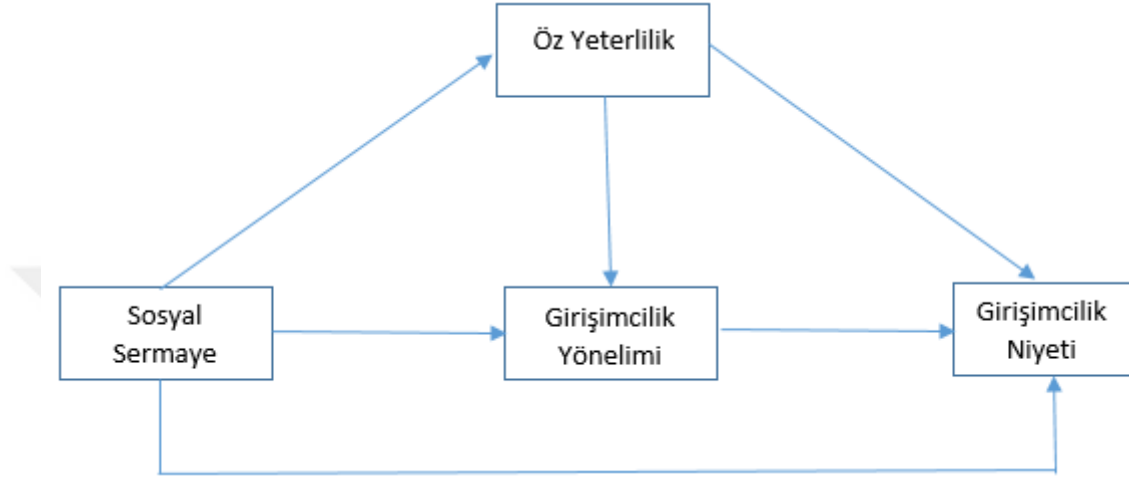
Bu çalışmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır;

- 1- Kocaeli ilinde yaşayan beyaz yakalı çalışanların sosyal sermayelerinin girişimcilik niyeti üzerinde etkileri nedir ?
- 2- Kocaeli ilinde yaşayan beyaz yakalı çalışanların sosyal sermayelerinin girişimcilik yönelimi üzerinde etkileri nedir ?
- 3- Kocaeli ilinde yaşayan beyaz yakalı çalışanların sosyal sermayelerinin öz yeterlilik üzerinde etkileri nedir ?
- 4- Kocaeli ilinde yaşayan beyaz yakalı çalışanların girişimcilik yönelimlerinin girişimcilik niyeti üzerinde etkileri nedir ?
- 5- Kocaeli ilinde yaşayan beyaz yakalı çalışanların öz yeterliklerinin girişimcilik niyeti üzerinde etkileri nedir ?
- 6- Kocaeli ilinde yaşayan beyaz yakalı çalışanların sosyal sermayelerinin girişimcilik yönelimi aracılığıyla girişimcilik niyeti üzerinde etkileri nedir ?
- 7- Kocaeli ilinde yaşayan beyaz yakalı çalışanların sosyal sermayelerinin öz yeterlilik aracılığıyla girişimcilik niyeti üzerinde etkileri nedir ?
- 8- Kocaeli ilinde yaşayan beyaz yakalı çalışanların öz yeterliklerinin girişimcilik yönelimi aracılığıyla girişimcilik niyeti üzerinde etkisi nedir ?

6.3 Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın modeli oluşturulurken, literatür araştırması sonrasında ulusal ve uluslararası araştırmalarda yer alan değişkenler referans alınarak oluşturulmuştur.

Araştırmanın amaç ve hedefine yönelik olarak oluşturulan model aşağıda belirtilmiş ve araştıma hipotezleri yer almıştır.



Şekil 6.1: Araştırmanın Modeli

H1: Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H2: Sosyal sermayenin girişimcilik yönelimi üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H3: Sosyal sermayenin öz yeterlilik üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H4: Girişimcilik yöneliminin girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H5: Öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H6: Sosyal sermaye girişimcilik yönelimi aracılığıyla girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir.

H7: Sosyal sermaye öz yeterlilik aracılığıyla girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir.

H8: Öz yeterlilik girişimcilik yönelimi aracılığıyla girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir.

6.4 Araştırmanın Yöntemi ve Metodolojisi

Araştırmada yöntem olarak anket uygulanmıştır. Nicel araştırma yöntemlerinden biri olan ankette amaç, mümkün oldukça tarafsız olmak, öznel olmaktan uzak, sebep-sonuç ilişkisini ifade eden ve örneklemden yola çıkarak evrene genellenebilir bilgi sağlamaktır (Gall ve Borg, 1996).

Bu kısımda araştırmanın evreni, yöntem ve metodoloji, örneklem, veri toplama süreci, araştırmanın sınırları, ölçekler yer almaktadır.

6.4.1 Örneklem, veri toplama süreci ve sınırlılıklar

Çalışmada araştırmanın evreni Türkiye’de farklı sektörlerde faaliyet gösteren KOBİ’lerdeki firmalarda çalışan beyaz yakalı çalışanlara yönelik hedeflenmiştir fakat çalışmanın hem maliyet hemde zaman kısıtlamasından dolayı araştırmanın evreninde kısıtlamaya gidilmiş olup Kocaeli ili sınırları içerisinde faaliyet gösteren farklı sektörde faaliyet gösteren KOBİ’lerdeki büro hizmetlerinde çalışanlar, profesyonel meslek grupları ve yönetici meslek gruplarından oluşan toplam 70.962 beyaz yakalı iş görenden oluşur (İşkur, 2019; 29). Araştırmaya mavi ve gri yakalı çalışanlar dahil edilmemiştir.

Kocaeli, Türkiye’nin sanayi kentleri açısından en önde gelen ilidir. Kocaeli’nin 2024 yılı verilerine göre Türkiye otomotiv sektörünün içerisindeki payı %44’ü, kimya sanayisi %27’i, metal sanayi payı %19’dur. Otomotiv, kimya metal sanayi sektörü dışında, birçok sektör yer alır. Kocaeli AR-GE Merkezi sayısında İstanbul ve Ankara’dan sonra üçüncü sırada yer alır. Türkiye’deki 1331 AR-GE Merkezi’nden 138’i Kocaeli’nde bulunur (Kocaeli Valiliği, 2021). Dolayısıyla beyaz yakalı çalışan grupların temsili bakımından diğer illere göre üstün konumundan dolayı Kocaeli ili seçilmiştir.

Araştırmada örneklem uygulamasında, kolayda örnekleme yöntemiyle oluşturulmuş olup, anketler KOBİ’lerdeki beyaz yakalı çalışanlara yüz yüze olacak şekilde yapılmıştır. T.C İstanbul Gedik Üniversitesi, Etik Kurul Komisyonunun 22.12.2023 tarihli 2023/11 sayılı toplantı kararına istinaden doktora tez başlığı etik olarak uygun bulunmuş ve anket verileri, 12/2023 – 03/2024 tarihleri arasında toplanmıştır. Yapılan anketler içerisinde fazladan işaretlenmiş ve eksik bırakılmış

olan 14 anket hatalı kabul edilmiş ve değerlendirilmeye alınmamıştır. Geçerli toplam 516 adet anket araştırmaya dahil edilmiştir.

6.4.2 Araştırma kullanılan ölçekler

Araştırmada verileri toplamak için anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu 4 bölüm ve toplam 36 sorudan meydana gelmektedir. Anketin son bölümünde çalışanların yaş, cinsiyet, eğitim, medeni durumu, sektörü, çalıştığı toplam süre ile ilgili sorular sorulmuştur.

İlk bölümde girişimcilik yönelimine yer verilmiştir. Bireysel girişimcilik yönelimi ölçmek amacıyla Bolton ve Lane (2012) aracılığıyla geliştirilmiş olan 10 maddeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek Ercan ve Yıldırım (2021) aracılığıyla Türkçe'ye uyarlaması yapılmıştır. Ölçek 5'li likert formatında hazırlanmıştır. Anket risk alma boyutu 3 madde (1., 2., ve 3. Maddeler), yenilikçilik boyutu 4madde (4., 5., 6. Ve 7 maddeler), proaktiflik boyutu 3 madde (8., 9., 10. Maddeler) olmak üzere 3 boyuttan oluşmaktadır.

İkinci bölümde sosyal sermayenin varlığını ve etkilerini ölçmek amacıyla Sosyal Sermaye ölçeği kullanılmıştır. Sosyal Sermaye ölçeği olarak Barış Safran'ın (2020) çalışmasında geliştirilen ölçeğe yer verilmiştir. Bu ölçek 15 ifadeden oluşmaktadır. Sosyal sermaye ölçeği 3 boyuttan (bağlayıcı, köprü kuran ve birleştirici) oluşmaktadır.

Üçüncü bölümde öz yeterlilik, Gavin Cassar & Henry Friedman'nın (2009) geliştirdiği ölçük kullanılmıştır. Bu ölçek Bektaş ve Zehir'in (2022) Türkçeleştirdiği 5'li Liket'te sahip tek boyuttan (4 maddelik) oluşmaktadır.

Dördüncü bölümde ise girişimcilik niyeti Linan ve dğ., (2010) tarafından geliştirilmiş, Bektaş ve Zehir (2022) aracılığıyla Türkçe'ye uyarlaması yapılmış 5'li Liket'te sahip 6 maddelik tek boyutlu ölçek ile ölçülmüştür.

6.5. Verilerin Analizi

Araştırma bulgularında, SPSS 24.0 programı kullanılarak istatistiksel analizler gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizi yapılırken, istatistiksel metotların (Standart sapma, oran, ortalama, frekans, maksimum ve minimum), ile birlikte nicel verilerin normal dağılımına uygunluğu, basıklık ve çarpıklık değerlerinin sınırları,

Çarpıklık (Skewness) değerleri ile değerlendirilmiştir. Etkiyi incelemek için Regresyon analizi kullanıldı. Aracı etki lümlmek için Hayes Process Macro yardımıyla Hayes Model 4 uygulandı. Anlamlılık düzeyi $p<0,01$ ve $p<0,05$ olarak değerlendirilmiştir.



7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLARI

7.1 Araştırma Kapsamındaki Katılımcılara Ait Demografik Bulgular

Çizelge 7.1: Cinsiyete Göre Dağılım

		n	%
Cinsiyet	Erkek	218	42,2
	Kadın	298	57,8

Araştırma kapsamında elde edilen verilere göre, çalışmaya katılan toplam 516 katılımcının %57,8'ini kadınlar (n=298), %42,2'sini ise erkekler (n=218) oluşturmaktadır. Bu dağılım, kadın katılımcıların araştırmada sayıca daha fazla temsil edildiğini göstermektedir.

Çizelge 7.2: Yaşa Göre Dağılım

		n	%
Yaş	25-30 yaş	127	24,6
	31-35 yaş	207	40,1
	36-40 yaş	135	26,2
	41 yaş ve üzeri	47	9,1

Araştırmaya katılan bireylerin yaş aralıklarına göre dağılımı incelendiğinde, en yüksek katılımın 31–35 yaş grubunda olduğu görülmektedir (n=207, %40,1). Bu grubu sırasıyla 36–40 yaş aralığındaki katılımcılar (n=135, %26,2) ve 25–30 yaş grubundakiler (n=127, %24,6) izlemektedir. En düşük katılım ise 41 yaş ve üzeri bireylerden oluşmuştur (n=47, %9,1). Bu dağılım, örneklemin büyük çoğunluğunun 25 ile 40 yaş arasındaki bireylerden oluştuğunu göstermektedir.

Çizelge 7.3: Medeni Duruma Göre Dağılım

		n	%
Medeni Durum	Bekar	217	42,1
	Evli	299	57,9

Araştırma örnekleminde, katılımcıların büyük çoğunluğunun evli olduğu görülmektedir (n=299, %57,9). Bekar katılımcıların oranı ise daha düşük olup, toplam katılımcıların %42,1'ini oluşturmuştur (n=217). Bu dağılım, örnekleminde evli bireylerin daha fazla temsil edildiğini ortaya koymaktadır.

Çizelge 7.4: Eğitim Duruma Göre Dağılım

	n	%	
Eğitim Durumu	<i>Lise</i>	13	2,5
	<i>Ön Lisans</i>	97	18,8
	<i>Lisans</i>	324	62,8
	<i>Yl/Doktora</i>	82	15,9

Araştırma örnekleminde katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde, en yüksek oranı lisans mezunları oluşturmakta olup, bu grup toplam katılımcıların %62,8'ini (n=324) temsil etmektedir. Onu sırasıyla, yüksek lisans ve doktora mezunları (n=82, %15,9) ve ön lisans mezunları (n=97, %18,8) izlemektedir. Lise mezunlarının oranı ise oldukça düşüktür, yalnızca %2,5 (n=13) seviyesindedir.

Çizelge 7.5: Kurumda Çalışma Süresine Göre Dağılım

	n	%	
Kurumda Çalışma Süresi	<i>0-1 Yıl</i>	57	11,0
	<i>1-5 Yıl</i>	275	53,3
	<i>5-10 Yıl</i>	173	33,5
	<i>10 Yıl ve üzeri</i>	11	2,1

Araştırmaya katılan bireylerin kurumda çalışma sürelerine göre dağılımı incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun 1 ile 5 yıl arasında bir süredir çalıştığı görülmektedir (n=275, %53,3). Bu grubun ardından 5-10 yıl arasında çalışan katılımcılar gelmektedir (n=173, %33,5). 0-1 yıl arası bir sürede çalışanlar ise daha düşük bir orana sahip olup, toplamın %11'ini (n=57) oluşturmaktadır. En düşük orana sahip grup ise 10 yıl ve üzeri süreyle aynı kurumda çalışan katılımcılardır (n=11, %2,1).

Çizelge 7.6: Toplam İş Deneyimine Göre Dağılım

	n	%	
Toplam İş Deneyimi	<i>0-1 Yıl</i>	4	0,8
	<i>1-5 Yıl</i>	59	11,4
	<i>5-10 Yıl</i>	281	54,5
	<i>10-15 Yıl</i>	127	24,6
	<i>15+ Yıl</i>	45	8,7

Araştırma örneklemindeki katılımcıların toplam iş deneyimlerine göre dağılımı incelendiğinde, en yüksek oranı 5-10 yıl arasında iş deneyimi olan katılımcılar oluşturmaktadır (n=281, %54,5). Bu grup, toplam katılımcıların yarısından fazlasını temsil etmektedir ve bu bireylerin genellikle iş dünyasında önemli bir deneyim birikimine sahip oldukları söylenebilir. Ardından 10-15 yıl

arasında iş deneyimi bulunan katılımcılar (n=127, %24,6) yer almakta olup, bu grup da deneyimli çalışanları temsil etmektedir. 1-5 yıl arasında iş deneyimi olan katılımcılar (n=59, %11,4) örnekleme daha az yer almakta, 0-1 yıl arasında iş deneyimi bulunanlar ise yalnızca %0,8 (n=4) gibi çok küçük bir oranla temsil edilmektedir. 15 yıl ve üzeri iş deneyimi olan bireylerin oranı ise %8,7 (n=45) olarak belirlenmiştir. Bu dağılım, örnekleme genellikle daha deneyimli bireylerin (5-10 yıl ve 10-15 yıl arası grupların) temsil edildiğini göstermektedir. Bu gruplar, iş yerindeki uygulamalara ve iş süreçlerine dair derinlemesine bilgi ve deneyime sahip oldukları için, araştırma sonuçları bu grup katılımcılarının görüş ve perspektiflerine daha fazla yansıma yapabilir. Özellikle 5-10 yıl arasında deneyime sahip bireylerin, işyerindeki uygulamalara dair kapsamlı bilgiye sahip olmaları muhtemeldir.

Çizelge 7.7: Çalışılan Sektöre Göre Dağılım

	n	%	
Çalışılan Sektör	Kimya	17	3,3
	Otomotiv	10	1,9
	Enerji	11	2,1
	Hızlı Tüketim Malları	11	2,1
	İlaç	11	2,1
	Bilişim	58	11,2
	Hizmet Sektörü	218	42,2
	Plastik/Ambalaj	2	0,4
	Diğer	178	34,5

Araştırma örnekleminde katılımcıların çalıştıkları sektörler incelendiğinde, hizmet sektörü en yüksek oranı oluşturan sektör olarak öne çıkmaktadır. Katılımcıların %42,2'si (n=218) hizmet sektöründe çalışmaktadır. Katılımcıların çalıştıkları diğer sektörler şu şekildedir: %3,3'ü (n=17) kimya, %1,9'u (n=10) otomotiv, %2,1'i (n=11) enerji, %2,1'i (n=11) hızlı tüketim malları, %2,1'i (n=11) ilaç, %11,2'si (n=58) bilişim, %0,4'ü (n=2) plastik/ambalaj sektörü, %34,5'i (n=178) diğer sektörde çalışmaktadır.

Çizelge 7.8: Pozisyona Göre Dağılım

	n	%
Pozisyon	Üst Kademe Yönetici	38 7,4
	Orta Kademe Yönetici	66 12,8
	Alt Kademe Yönetici	11 2,1
	Uzman	31 6,0
	Uzman Yardımcısı	24 4,7
	Diğer	346 67,1

Orta kademe yöneticiler (n=66, %12,8) ve üst kademe yöneticiler (n=38, %7,4) de örnekleme yer alırken, alt kademe yöneticileri (n=11, %2,1) düşük bir temsil oranına sahiptir. Bu durum, yönetim kademelerinin üst ve orta düzeyde daha fazla temsil edildiğini göstermektedir. Uzman pozisyonundaki katılımcılar (n=31, %6,0) da dikkate değer bir temsil oranına sahip olup, uzman yardımcısı (n=24, %4,7) pozisyonundaki çalışanlar ise daha az bir oranla temsil edilmektedir.

Çizelge 7.9: Girişimci Olma Niyetine Göre Dağılım

	n	%
Girişimci Olma Niyeti	Evet	178 34,5
	Hayır	338 65,5

Araştırma örnekleminde katılımcıların girişimci olma niyetine bakıldığında, katılımcıların büyük çoğunluğunun (n=338, %65,5) girişimci olma niyetinde olmadığı görülmektedir. Yalnızca %34,5 (n=178) oranındaki katılımcılar, girişimcilik yapma düşüncesine sahip olduklarını belirtmişlerdir. Bu durum, katılımcıların büyük kısmının mevcut işlerinde kalmayı tercih ettiklerini ve girişimcilik gibi riskli bir yol yerine daha güvenli bir kariyer yolu seçme eğiliminde olduklarını göstermektedir.

7.2 Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

7.2.1 Girişimci niyeti ölçeği

Çizelge 7.10: Girişimci Niyeti Ölçeği KMO ve Bartlett's Test Results

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,934
Chi-Square	4554,492
Df	14
Sig.	<0.000

Faktör Analizinde uygulanabilirlik ölçümü için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) yeterlilik ölçüsüne ve Bartlett's Küresellik testi uygulanmıştır. (KMO) ölçümünde 1'e yakın olma durumu sahip olunan veri grubunun faktör analiz testinin yapılmasının uygun olacağını gösterir (Živadinović; 2004). Araştırmada 0,934 olduğu görülmektedir. Dolayısıyla veri grubuna analiz uygulanması uygun olduğu görülür. KMO değeri 0 ile 1 değer arasında değişir ve çoğunlukla 0,6'nın üzerindeki değerler faktör analizinin uygun olduğunu gösterir. Buradaki 0,934'lük yüksek KMO değeri, verilerin faktör analizine uygun olduğunu ve analiz için yeterli örneklem büyüklüğüne sahip olduğunu göstermektedir.

Bartlett's testi, veriler arasındaki ilişkilerin anlamlı bir ilişki olup olmadığını inceler ve faktör analizinin uygulanabilirliğini değerlendirir. Bu testin sonuçlarına göre, Chi-Square değeri 4554,492 ve serbestlik derecesi 14 olarak bulunmuştur. Anlamlılık değeri (Sig.) ise <0.000 olarak rapor edilmiştir. Bu, Bartlett's testinin sonuçlarının istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve verilerin faktör analizi için uygunluğunu göstermektedir. Anlamlılıkta ise değer 0,05'ten küçük olduğunda, verilerin faktör analizi için uygun olduğu kabul edilir.

Bu sonuçlar, girişimci niyeti ölçeği için faktör analizinin uygulanabilir olduğunu ve verilerin faktör analizine uygun olduğunu güçlü bir şekilde desteklemektedir. Girişimcilik niyetiyle ilgili yapılan bu analiz, verilerin yapısal olarak anlamlı olduğunu ve ölçeğin güvenilirliğini değerlendirmek için daha ileri düzeyde faktör analizlerinin yapılabileceğini göstermektedir.

Çizelge 7.11: Girişimci Niyeti Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Boyutlar	Faktör Yükleri	Eigen Değeri	Açıklanan Varyans (%)
<i>Girişimci Niyeti</i>			
<i>Girişimci olmak için her şeyi yapmaya hazırım.</i>	0,912		
<i>Profesyonel hedefim girişimci olmak.</i>	0,941		
<i>Kendi firmamı kurmak ve işletmek için her türlü çabayı göstereceğim</i>	0,951	5,352	89,193
<i>Gelecekte bir firma kurmaya kararlıyım.</i>	0,952		
<i>Bir firma kurmayı çok ciddi olarak düşündüm.</i>	0,953		
<i>Bir gün bir firma kurmaya kesin niyetim var.</i>	0,957		

Açıklayıcı faktör analizinde sonuçlar görüldüğü gibi tek bir faktörden meydana gelmektedir. Çizelge 7.11'de faktörlerin özdeğer ve varyans açıklama oranı görülmektedir. Toplam varyans açıklama oranı %89,193 şeklinde bulunmuştur.

Yapılan analiz sonucunda ortaya çıkan varyans oranları ne kadar büyükse faktör yapısının bir oladar güçlü olacağı ve sosye alanlarda ise %40 -%60 olması halinde yeterli olacağı belirtilmektedir (Karagöz, 2017). Yapılan analizde faktörlerin değişkenler üzerindeki ortak faktör varyansı, maddelerin faktör yükleri, açıklanan varyans oranları değerlendirilmiştir. Faktör yükünün değerinin 0.30 veya 0.30 değerinin üzerinde bir değere sahip olması durumunda, bir maddenin bir yapıyı veya faktörü iyi düzeyde ölçtüğünü söyleyebiliriz (Steven, 2002). Yapılan bu çalışmada Çizelge 12'de görüldüğü gibi faktör yüklerinin tamamı 0.30 ve üstünde olduğu görülmektedir.

Ölçekte yer alan her bir madde, faktörle güçlü bir şekilde ilişkilidir ve yüksek faktör yükleri ile ilişkilidir. Örneğin, "Bir gün bir firma kurmaya kesin niyetim var." maddesi 0,957 gibi çok yüksek bir faktör yüküne sahiptir. Bu yüksek faktör yükleri, her bir maddenin, katılımcıların girişimcilik niyeti hakkındaki tutumlarını ölçmede oldukça etkili olduğunu göstermektedir. Diğer maddeler de benzer şekilde yüksek faktör yüklerine sahiptir: "Bir firma kurmayı çok ciddi olarak düşündüm." (0,953), "Gelecekte bir firma kurmaya kararlıyım." (0,952), "Kendi firmamı kurmak ve işletmek için her türlü çabayı göstereceğim." (0,951), "Profesyonel hedefim girişimci olmak." (0,941), ve "Girişimci olmak için her şeyi yapmaya hazırım." (0,912).

Girişimci niyeti ölçeği için elde edilen Eigen değeri 5,352'dir. Bu değer, faktör analizinin doğru şekilde yapılmış olduğunu ve bir faktörün verilerdeki varyansı yeterince açıklayabildiğini gösterir. Eigen değeri genellikle 1'in üstünde yer alan faktörler anlamlı olarak kabul edilmektedir. Bu durumda elde edilen değer oldukça yüksek olması, tek bir faktörün büyük ölçüde verilerin varyansını açıkladığını göstermektedir.

Bu sonuçlar, girişimci niyeti ölçeğinin tek bir faktörle güçlü bir şekilde temsil edildiğini ve bu faktörün, katılımcıların girişimcilik ile ilgili tutum ve niyetlerini açıklamada oldukça etkili olduğunu göstermektedir. Ölçek, girişimcilik niyetini ölçmek için geçerli ve güvenilir araç olarak değerlendirilebilir.

7.2.3 Öz yeterlilik ölçeği

Çizelge 7.12: Öz Yeterlilik Ölçeği KMO ve Bartlett's Test Results

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,799
Chi-Square	1894,473
Df	6
Sig.	<0.000

Faktör analizinin uygulanabilirliğinin ölçülmesi kapsamında Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) yeterlilik ölçüsüne bakılmış ve Bartlett's Küresellik testine bakılmış ve incelenmiştir. Faktör analizinin uygulanabilirliğinin kabul edilebilmesi için KM değerinin 1'e yakın olması beklenir (Živadinović; 2004). Bu araştırmada 0,799 değerinde bulunmuştur, dolayısıyla veri gruba analiz yapılması uygun olarak değerlendirilmiştir.

Bartlett's testi ile veriler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı kontrol edilmiştir. Chi-Square değeri 1894,473 olarak bulunmuş ve serbestlik derecesi (df) 6'dır. Anlamlılık (Sig.) değeri ise <0.000 olarak rapor edilmiştir. Bu, Bartlett's testinin sonuçlarının istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve verilerin faktör analizi için uygun olduğunu belirtir. Anlamlılık değeri 0,05'ten küçük olduğu için, verilerin faktör analizine uygun olduğu kabul edilmektedir.

Bu bulgular, öz yeterlilik ölçeği için faktör analizinin yapılması için gerekli koşulların sağlandığını ve verilerin bu tür bir analiz için yeterince uygun olduğunu ortaya koymaktadır. KMO ve Bartlett's testlerinin yüksek değerleri, faktör analizinin güvenilir ve geçerli sonuçlar vereceğini işaret etmektedir.

Çizelge 7.13: Öz Yeterlilik Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Boyutlar	Faktör Yükleri	Eigen Değeri	Açıklanan Varyans (%)
Satın Alma			
<i>Bir işe başlamak için gereken çabayı ortaya koyabileceğime eminim</i>	0,883		
<i>Geçmiş tecrübelerim bir işe başlamak için çok değerli olacaktır.</i>	0,935		
<i>Genel olarak, becerilerim ve yeteneklerim bir işe başlamamda yardımcı olur.</i>	0,936	3,322	83,328
<i>Eğer sıkı çalışırsam, başarılı bir şekilde bir işletme kurabilirim / bir işi başarılı bir şekilde başlatabilirim.</i>	0,896		

Açıklayıcı faktör analizi yapılarak ortaya çıkan sonuçlara bakıldığında ölçeğe ait maddeler tek bir faktörden meydana gelmektedir. Çizelge 7.13'te faktörün özdeğeri ile varyans açıklama oranları yer almaktadır. %83,328 ile toplam varyans açıklama oranı bulunmuştur. Yapılan analiz ile birlikte bulunan varyans oranı büyük olması faktör yapısının bir okadar güçlü olacağını göstermektedir. Sosyal alanlarda ise %40 ila %60 değerlerinde olmasının yeterli olacağı belirtilir (Karagöz, 2017). Yapılan analizler ile birlikte faktörlerin değişkenler üzerinde üstündeki ortak faktör varyansı, açıklanan varyans oranları, maddelerin faktör yükleri değerlendirilmiştir. Bir maddenin bir yapıyı veya faktörü iyi düzeyde ölçtüğünü belirtmek için faktör yükünün 0.30 ve ya 0.30 üzerinde bir değere sahip olması gerekmektedir (Stevens, 2002) Yapılan araştırmadaki bütün maddelerin faktör yükleri 0.30 ve üzerinde olduğu görülmüştür. Ve Çizelge 7.13'te belirtilmiştir.

Çizelge 14'te yer alan faktör yükleri oldukça yüksek olup, her bir madde 0,883 ile 0,936 arasında değişen değerlerle güçlü bir şekilde faktöre bağlanmaktadır. Örneğin, "Geçmiş tecrübelerim bir işe başlamak için çok değerli olacaktır." ifadesi 0,935 gibi yüksek bir faktör yüküne sahipken, "Bir işe başlamak için gereken çabayı ortaya koyabileceğime eminim." ifadesi de 0,883 değerinde bir faktör yükü sergilemektedir. Bu durum, her bir ifadenin öz yeterlilik faktörünü güçlü bir şekilde temsil ettiğini ve katılımcıların iş kurma konusunda kendilerine olan güvenlerini ölçmede etkili olduğunu göstermektedir.

Öz yeterlilik ölçeği için yapılan faktör analizinin sonuçlarında, Eigen değeri 3,322 olarak bulunmuştur. Eigen değeri, faktör analizinde her bir faktörün veri setindeki varyansı ne kadar açıkladığını gösteren bir ölçüttür. Eigen değeri genellikle 1'in üstünde ise bu faktörler anlamlı olarak kabul edilir. Buradaki 3,322'lik Eigen değeri, ölçekte yer alan faktörlerin anlamlı olduğunu ve verinin büyük bir kısmını açıkladığını göstermektedir.

Sonuç olarak, öz yeterlilik ölçeği yalnızca bir faktör etrafında yoğunlaşmakta ve bu faktör, ölçeğin yüksek açıklanan varyans oranıyla çok büyük bir kısmını açıklamaktadır. Bu durum, ölçeğin geçerli ve güvenilir bir araç olduğunu ve girişimcilerin iş kurma konusunda sahip oldukları öz yeterlilik düzeylerini başarılı bir şekilde ölçebileceğini göstermektedir.

7.2.4 Sosyal sermaye ölçeği

Çizelge 7.14: Sosyal Sermaye Ölçeği KMO ve Bartlett's Test Results

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,913
Chi-Square	9993,634
Df	105
Sig.	<0.000

Faktör analizinin uygulanabilirliğinin ölçülmesi kapsamında Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) yeterlilik ölçüsüne bakılmış ve Bartlett's Küresellik testine bakılmış ve incelenmiştir. Faktör analizinin uygunlanabilirliğinin kabul edilebilmesi için KM değerinin 1'e yakın olması beklenir (Živadinović; 2004). Bu araştırmada 0,913 olarak değerinde bulunmuştur, dolayısıyla veri gruba analiz yapılması uygun olarak değerlendirilmiştir. Bu yüksek KMO değeri, verilerin faktör analizi için güçlü bir temel sunduğunu göstermektedir.

Bartlett's testi, veriler arasındaki ilişkilerin anlamlı olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan bir istatistiksel testtir. Chi-Square değeri 9993,634 ve serbestlik derecesi (df) 105 olarak bulunmuştur. Anlamlılık (Sig.) değeri ise <0.000'dir. Bu düşük p değeri, veriler arasındaki ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve faktör analizinin uygun olduğunu göstermektedir. Anlamlılık değeri 0,05'ten küçük olduğunda, verilerin faktör analizi için uygun olduğu kabul edilir. Bu durumda, Bartlett's testinin sonuçları faktör analizine başlamak için uygun bir temel sağladığını göstermektedir.

Sonuç olarak, sosyal sermaye ölçeğinde uygulanan KMO ve Bartlett's testleri, faktör analizinin güvenilir bir şekilde yapılabilmesi için gerekli koşulları sağladığını göstermektedir. Bu testler, sosyal sermaye ölçeğinin veri yapısının uygun ve geçerli olduğunu desteklemekte, ölçeğin faktör analizine dayanarak anlamlı sonuçlar verebileceğini göstermektedir.

Çizelge 7.15: Sosyal Sermaye Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Boyutlar	Faktör Yükleri	Eigen Değeri	Açıklanan Varyans (%)
Birleştirici Sosyal Sermaye			
<i>Kamu kurumları ve siyaset camiasında önemli tanıdıklarım var.</i>	0,853		
<i>Üniversite çalışanları ve akademisyenlerle iyi ilişkilere sahibim.</i>	0,874		
<i>Sahip olduğum sosyal çevre sayesinde pek çok sorunumu kolayca çözebiliyorum.</i>	0,868	8,302	55,344
<i>İş açısından önemli kişilerle iyi bir iletişime sahibim.</i>	0,882		
<i>Medya ve kültür/sanat dünyasından ünlü tanıdıklarım var.</i>	0,865		
<i>İş dünyasında önemli tanıdıklarım var.</i>	0,859		
<i>Yurt dışında önemli bağlantılara sahibim.</i>	0,839		
Köprü Kuran Sosyal Sermaye			
<i>Çalıştığım sektörde geniş bir çevrem (tedarikçiler, proje ortakları, müşteriler) var.</i>	0,862		
<i>Yeni iş ilişkileri kurmak ve mevcut olanları sürdürmek için çaba ve zaman sarf ederim.</i>	0,857		
<i>Çalıştığım yerlerde kritik bilgiler sağlayabilecek kişilerle aram iyidir.</i>	0,903	2,206	14,707
<i>İnternet ve sosyal medyadaki bağlantılarımı etkili kullanıyorum.</i>	0,878		
<i>Sivil toplum kuruluşlarındaki faaliyetlerim sayesinde geniş bir sosyal çevreye sahibim.</i>	0,578		
Bağlayıcı Sosyal Sermaye			
<i>Aile ve akrabalarım sayesinde geniş bir sosyal çevreye sahibim.</i>	0,753		
<i>İhtiyacım olduğunda yakın arkadaşlarımdan yardımcı olacağına güvenim tam.</i>	0,809	1,814	12,091
<i>Mahalledeki esnaf ve komşularıyla iyi ilişkilerim var</i>	0,782		

Açıklayıcı faktör analizi uygulanması sonucunda ortaya çıkan ölçek maddeleri üç faktörden meydana gelmektedir. Çizelge 7.15'te faktör özdeğeri ile varyans açıklama oranları belirtilmiştir. %82,142 ile toplam varyans açıklama oranı bulunmuştur. Yapılan analiz ile birlikte bulunan varyans oranı büyük olması faktör yapısının bir okadar güçlü olacağını göstermektedir. Sosyal alanlarda ise %40 ila %60 değerlerinde olmasının yeterli olacağı belirtilir (Karagöz, 2017). Yapılan analizler ile birlikte faktörlerin değişkenler üzerinde üstündeki ortak faktör varyansı, açıklanan varyans oranları, maddelerin faktör yükleri değerlendirilmiştir. Bir

maddenin bir yapıyı veya faktörü iyi düzeyde ölçtüğünü belirtmek için faktör yükünün 0.30 ve ya 0.30 üzerinde bir değere sahip olması gerekmektedir (Stevens, 2002) Yapılan araştırmadaki bütün maddelerin faktör yükleri 0.30 ve üzerinde olduğu görülmüştür. Ve Çizelge 7.15'te belirtilmiştir.

Birleştirici Sosyal Sermaye: Bu boyut, bireylerin sosyal çevrelerinden sağladıkları genel destek ve ilişkilerle ilgilidir. Eigen değeri 8,302 ve açıklanan varyans oranı %55,344 olan bu boyut, verilerin büyük bir kısmını açıklayan en önemli faktör olarak öne çıkmaktadır. Bu boyutun içinde yer alan maddeler, kamusal alandaki tanıdıklar, üniversite çalışanları, iş dünyasıyla olan ilişkiler gibi daha geniş ve genel sosyal bağlantılarla ilgilidir. Yüksek faktör yükleri (0,839 ile 0,882 aralığında değişen değerler) bu durum ilişkilerin sosyal sermaye için güçlü bir temel oluşturduğunu göstermektedir.

Köprü Kuran Sosyal Sermaye: Bu boyut, daha spesifik ve iş odaklı sosyal bağlantılarla ilgilidir. Eigen değeri 2,206 ve açıklanan varyans oranı %14,707 olan bu boyut, sektörel ve profesyonel çevrelerdeki bağlantıları ifade eder. Faktör yükleri 0,857 ila 0,903 aralığında değişmekte olup, özellikle iş ilişkileri kurma ve sürdürme, bilgi edinme ve sosyal medya kullanımı gibi unsurlar bu boyutta yoğunlaşmaktadır. Bu boyut, iş dünyasındaki etkileşimlerin sosyal sermaye üzerindeki etkisini vurgulamaktadır.

Bağlayıcı Sosyal Sermaye: Bu boyut, daha yakın ve kişisel bağlantıları temsil eder. Eigen değeri 1,814 ve açıklanan varyans oranı %12,091 olan bu boyut, aile, arkadaşlar ve komşularla olan ilişkilerle ilgilidir. Faktör yükleri 0,753 ila 0,809 aralığında değişen değerler, kişisel ağların sosyal sermaye üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, sosyal sermaye ölçeği üç farklı boyuttan oluşmakta ve bu boyutlar, bireylerin sosyal sermaye düzeyini belirlerken farklı sosyal çevrelerden ve ilişkilerden nasıl faydalandıklarını açık bir şekilde yansıtmaktadır. Birleştirici sosyal sermaye, en yüksek varyans açıklama oranına sahip olup, katılımcıların daha geniş sosyal çevreleriyle olan etkileşimlerini vurgulamaktadır. Köprü kuran sosyal sermaye ise profesyonel çevrelerdeki bağlantıları ve bunların iş dünyasında nasıl kullanıldığını açıklarken, bağlayıcı sosyal sermaye kişisel, yakın ilişkilerin gücüne dikkat çekmektedir.

7.2.5 Bireysel girişimcilik yönelimi ölçeği

Çizelge 7.16: Bireysel Girişimcilik Yönelimi Ölçeği KMO ve Bartlett's Test Results

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,862
Chi-Square	4012,022
Df	45
Sig.	<0.000

Faktör analizinin uygulanabilirliğinin ölçülmesi kapsamında Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) yeterlilik ölçüsüne bakılmış ve Bartlett's Küresellik testine bakılmış ve incelenmiştir. Faktör analizinin uygulanabilirliğinin kabul edilebilmesi için KM değerinin 1'e yakın olması beklenir (Živadinović; 2004). Bu araştırmada 0,862 değerinde bulunmuştur, dolayısıyla veri gruba analiz yapılması uygun olarak değerlendirilmiştir. Bu yüksek KMO değeri, verilerin faktör analizi için güçlü bir temel sunduğunu göstermektedir.

Bartlett's testi, veri setindeki korelasyonların anlamlı olup olmadığını test eden bir yöntemdir. Chi-Square değeri 4012,022 ve serbestlik derecesi (df) 45 olarak bulunmuştur. Anlamlılık (Sig.) değeri ise <0.000'dir. Bu p-değeri, veri setindeki ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve dolayısıyla faktör analizinin yapılmasına izin verildiğini göstermektedir. Anlamlılık düzeyi 0,05'ten küçük olduğunda, verilerin faktör analizine uygun olduğu kabul edilir. Burada elde edilen düşük p-değeri, bireysel girişimcilik yönelimi ölçeği'nin faktör analizine uygun olduğunu doğrulamaktadır.

Sonuç olarak, bireysel girişimcilik yönelimi ölçeği için yapılan KMO ve Bartlett's testleri, faktör analizinin güvenli ve geçerli bir şekilde uygulanabileceğini göstermektedir. KMO değeri, verilerin yüksek bir uyum sağladığını, Bartlett's testi ise veriler arasındaki ilişkilerin anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu da ölçeğin faktör analizine dayanarak geçerli ve güvenilir sonuçlar elde edilebileceğini işaret etmektedir.

Çizelge 7.17: Bireysel Girişimcilik Yönelimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Boyutlar	Faktör Yükleri	Eigen Değeri	Açıklanan Varyans (%)
Risk Alma			
<i>Bilmediğim konularda cesaretle girişimde bulunmayı severim.</i>	0,883		
<i>Yüksek getiri sağlayacağına inandığım bir şeye çok fazla zaman ayırmaya ve/veya para yatırmaya meyilliyim.</i>	0,893	5,129	51,290
<i>Riskli durumlarda cesur davranma eğilimdeyim.</i>	0,908		
Yenilikçilik			
<i>Riskli olsun ya da olmasın, genellikle, standart olmayan yeni ve sıra dışı aktiviteler denemeyi severim.</i>	0,854		
<i>Genel olarak, daha önce kullanılan, denenmiş ve mevcut proje ve yöntemleri ele almak yerine, özgün ve eşi benzeri olmayan projeler ve yaklaşımlara daha çok önem veririm.</i>	0,837	2,239	22,375
<i>Yeni şeyler öğrenirken herkesin yaptığı gibi yapmaktansa kendime özgü benzersiz bir yöntem denemeyi tercih ederim.</i>	0,872		
<i>Problem çözerken, başkalarının çoğunlukla kullandıkları yöntemleri kullanmak yerine, farklı ve orijinal yaklaşımları tercih ederim.</i>	0,901		
Proaktiflik			
<i>Genellikle gelecekte yaşanabilecek problemleri, ihtiyaçları veya değişiklikleri öngörebilirim.</i>	0,860		
<i>Projeleri önceden planlama eğilimindeyim.</i>	0,878	1,121	8,214
<i>Bir projeyi oturup başkasının yapmasını beklemek yerine, onu hızlandırmayı ve üzerinde çalışmayı tercih ederim.</i>	0,870		

Açıklayıcı faktör analizi uygulanması sonucunda ortaya çıkan ölçek maddeleri üç faktörden meydana gelmektedir. Çizelge 7.17’de faktör özdeğeri ile varyans açıklama oranları belirtilmiştir. %81,879 ile toplam varyans açıklama oranı bulunmuştur. Yapılan analiz ile birlikte bulunan varyans oranı büyük olması faktör yapısının bir okadar güçlü olacağını göstermektedir. Sosyal alanlarda ise %40 ila %60 değerlerinde olmasının yeterli olacağı belirtilir (Karagöz, 2017). Yapılan analizler ile birlikte faktörlerin değişkenler üzerinde üstündeki ortak faktör varyansı, açıklanan varyans oranları, maddelerin faktör yükleri değerlendirilmiştir. Bir

maddenin bir yapıyı veya faktörü iyi düzeyde ölçtüğünü belirtmek için faktör yükünün 0.30 ve ya 0.30 üzerinde bir değere sahip olması gerekmektedir (Stevens, 2002) Yapılan araştırmadaki bütün maddelerin faktör yükleri 0.30 ve üzerinde olduğu görülmüştür ve Çizelge 7.17’de belirtilmiştir.

Risk Alma: Eigen Değeri: 5,129 Açıklanan Varyans (%): %51,290 olduğu görülmektedir. Bu boyut, girişimcilerin risk alma eğilimlerini ve cesaretli davranma özelliklerini yansıtmaktadır. Faktör yükleri yüksek olup (0,883 ile 0,908 aralığında), bireylerin riskli durumlarda cesur davranma ve potansiyel getiri sağlama amacına yönelik hareket etme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Risk alma, bireysel girişimcilik yöneliminin temel unsurlarından biri olarak, bireylerin yenilikçi ve cesur girişimci tavırlarını ortaya koymaktadır.

Yenilikçilik: Eigen Değeri: 2,239 Açıklanan Varyans (%): %22,375 olduğu görülmektedir. Yenilikçilik boyutu, bireylerin geleneksel yöntemlerden sapma ve yenilikçi çözümler geliştirme eğilimlerini ölçmektedir. Faktör yükleri 0,837 ile 0,901 aralığında değişiklik göstermektedir ve bu da bireylerin, yeni ve orijinal projelere olan ilgisini, sıradışı aktiviteleri denemeye olan isteklerini ve benzersiz yöntemler geliştirmeye olan eğilimlerini vurgulamaktadır. Yenilikçilik, girişimciliğin temel bir bileşeni olarak, piyasada farklılaşma ve rekabet avantajı sağlama amacını taşır.

Proaktiflik: Eigen Değeri: 1,121 Açıklanan Varyans (%): %8,214 olduğu görülmektedir. Bu boyut, bireylerin geleceği öngörme, projeleri planlama ve başkalarının yerine harekete geçme gibi özelliklerini ölçmektedir. Proaktiflik, bireylerin iş yaşamındaki hedeflere ulaşma konusunda daha ileriye dönük planlama yapma ve hızlı karar alabilme becerilerini ifade eder. Faktör yükleri 0,860 ile 0,878 aralığında değişiklik göstermekte olup, bireylerin problemleri önceden tahmin etme ve çözme çabalarını ortaya koymaktadır.

Faktör analizi sonuçları, bireysel girişimcilik yönelimi ölçeği'nin üç ana boyutunun, girişimciliği oluşturan temel tutum ve davranışları yansıttığını göstermektedir. Risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik boyutları, girişimcilik yeteneklerinin ve tutumlarının anahtar bileşenleri olarak dikkat çekmektedir. Bu bulgular, girişimcilik yöneliminin bireylerin cesaret, yenilikçilik ve geleceği öngörme becerileriyle yakından ilişkili olduğunu ve girişimciliği başarılı bir şekilde icra edebilmek için bu özelliklerin kritik öneme sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Çizelge 7.18: Ölçeklerin Normallik Dağılımları

	<i>Çarpıklık</i>	<i>Basıklık</i>
<i>Girişimci Niyeti Ölçeği</i>	0,543	1,678
<i>Öz Yeterlilik Ölçeği</i>	-0,509	-0,994
<i>Birleştirici Sosyal Sermaye</i>	0,723	1,907
<i>Köprü Kuran Sosyal Sermaye</i>	0,255	1,032
<i>Bağlayıcı Sosyal Sermaye</i>	10,931	1,086
<i>Sosyal Sermaye Ölçeği</i>	0,670	1,869
<i>Risk Alma</i>	-0,380	-0,761
<i>Yenilikçilik</i>	0,469	1,593
<i>Proaktiflik</i>	0,608	1,094
<i>Bireysel Girişimcilik Yönelimi Ölçeği</i>	1,540	1,689

Bir dağılımın normal bir dağılıma sahip olup olmadığını belirtmek için çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılır. Bu kapsamda basıklık ve çarpıklık değerlerinin kesme noktaları (sınırları) çarpıklık (Skewness) için mutlak değer olarak 3 ve basıklık (Kurtosis) için mutlak değer olarak 10'un üstünde olmamalıdır (Kline 2011). Çalışmamızda görülen bütün değerler söz konusu sınırlar aralığında olduğundan normal dağılım için uygun olduğu söylenir.

Çizelge 7.19: Ölçeklerin Güvenirlilik Değerleri

	<i>Cronbach's Alpha</i>
<i>Girişimci Niyeti Ölçeği</i>	0,975
<i>Öz Yeterlilik Ölçeği</i>	0,933
<i>Birleştirici Sosyal Sermaye</i>	0,929
<i>Köprü Kuran Sosyal Sermaye</i>	0,915
<i>Bağlayıcı Sosyal Sermaye</i>	0,893
<i>Sosyal Sermaye Ölçeği</i>	0,855
<i>Risk Alma</i>	0,884
<i>Yenilikçilik</i>	0,829
<i>Proaktiflik</i>	0,917
<i>Bireysel Girişimcilik Yönelimi Ölçeği</i>	0,814

Araştırmada yer alan ölçekler c.alpha değerleri 0,70 ila 0,99 olması durumunda güvenilir olduğunu belirtilmektedir (Tavakol ve Dennick, 2011). Bu çalışmamızda yer alan bütün değerler söz konusu sınırlar arasında bulunduğu için güvenilir olduğu görülmektedir.

Girişimci niyeti ölçeği (0,975) ve öz yeterlilik ölçeği (0,933) gibi ölçekler, oldukça yüksek güvenilirlik değerlerine sahip olup, bu ölçeklerin iç tutarlılığının ve güvenilirliğinin çok yüksek olduğunu gösterir.

Birleştirici sosyal sermaye (0,929) ve köprü kuran sosyal sermaye (0,915) gibi diğer ölçekler de çok iyi güvenilirlik seviyelerinde yer almaktadır. Bu, ilgili ölçeklerin de oldukça tutarlı ve güvenilir ölçümler sunduğunu göstermektedir.

Bağlayıcı sosyal sermaye (0,893) ve sosyal sermaye ölçeği (0,855) gibi ölçekler ise, iyi güvenilirlik değerlerine sahiptir. Bu değerler, tutarlı ve güvenilir olduğunu gösterir.

Risk alma (0,884) ve proaktiflik (0,917) gibi ölçekler de çok iyi güvenilirlik değerine sahipken, yenilikçilik (0,829) ve bireysel girişimcilik yönelimi ölçeği (0,814) gibi ölçekler iyi güvenilirlik göstermektedir.

Genel olarak, cronbach's alpha değerleri, tüm ölçeklerin güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir. Özellikle girişimci niyeti ölçeği ve öz yeterlilik ölçeği gibi ölçekler çok yüksek güvenilirlik gösterirken, diğer ölçekler de 0,80 üzeri değerlere sahip olup, bu da güvenilirlik açısından iyi bir seviyeyi yansıtmaktadır.

7.3 Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Çizelge 7.20: Uyum Değerleri

Uyum Kriteri	χ^2/df	RMSEA	SRMR	NFI	CFI	NNFI
Girişimcilik Niyeti Ölçeği	4,63	0,097	0,012	0,98	0,98	0,97
Sosyal Sermaye Ölçeği	5,07	0,094	0,036	0,94	0,94	0,93
Öz Yeterlilik Ölçeği	3,70	0,096	0,029	0,98	0,99	0,97
Bireysel Girişimcilik Yönelimi Ölçeği	4,14	0,095	0,052	0,97	0,97	0,96

Yapılan değerlendirme sonrasında, RMSEA, SRMS, NFI, CFI ve GFI ölçümleri uyum değerleri aralığında olduğu görülmektedir. Dolayısıyla araştırmada yer alan veriler kabul edilebilir ve iyi uyuma sahip olduğunu ve doğrulayıcı faktör analizinin sonuçlarının istatistiksel olarak anlamlı ve geçerli olduğunu belirtmektedir (Erkorkmaz vd., 2013).

χ^2/df (Chi-Square/df Ratio): Modelin uyumunu değerlendirmek için kullanılan bir katsayıdır. Genellikle, bu değer 3'ün altı iyi bir uyum gösterirken, 5'in üzeri kötü bir uyumu ifade eder. Çizelgede yer alan değerler, her bir ölçeğin iyi uyum sağladığını gösterir:

Girişimcilik niyeti ölçeği (4,63) ve sosyal sermaye ölçeği (5,07) bu sınıra yakın, kabul edilebilir seviyelerde olduğunu gösterir.

Öz yeterlilik ölçeği (3,70) ve bireysel girişimcilik yönelimi Ölçeği (4,14) ise iyi uyum göstermektedir.

RMSEA: Modelin hatalarını ölçen bir çeşit uyum istatistiğidir. 0,05 ve 0,08 aralığında yer alan değerler uyum olarak kabul edilirken, 0,08'in üzeri uyumsuzluğu gösterir. Yüksek uyum değerleri için; girişimcilik niyeti ölçeği (0,097) ve sosyal sermaye ölçeği (0,094) 0,08 ile kabul edilebilir bir uyum olduğunu belirtmektedir. Öz yeterlilik ölçeği (0,096) ve bireysel girişimcilik yönelimi Ölçeği (0,095) ise uygun seviyelerde yer almaktadır.

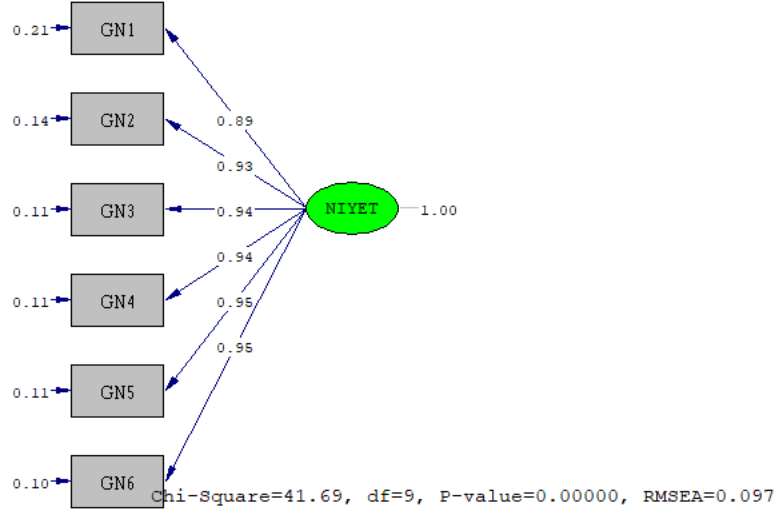
SRMR (Standardized Root Mean Square Residual): 0 ile 1 arasında bir değeri olan bu istatistik, 0,08'in altındaki değerlerin iyi uyum gösterdiğini belirtir. Çizelgede gözlemlenen tüm ölçekler, mükemmel uyum sağladığını gösteren 0,052 ile 0,012 arasında SRMR değerlerine sahiptir.

NFI (Normed Fit Index): Bu indeks, modelin uyumunu gözlemlerle karşılaştırır ve genellikle 0,90'ın üstünde yer alması iyi uyum olarak kabul edilmektedir. Çizelgedeki tüm ölçekler, 0,90 ve üzerinde NFI değerleri göstererek çok iyi uyum sağladıklarını belirtmektedir: Girişimcilik niyeti ölçeği (0,98) ve öz yeterlilik ölçeği (0,98) gibi ölçekler çok iyi uyum sağlamaktadır.

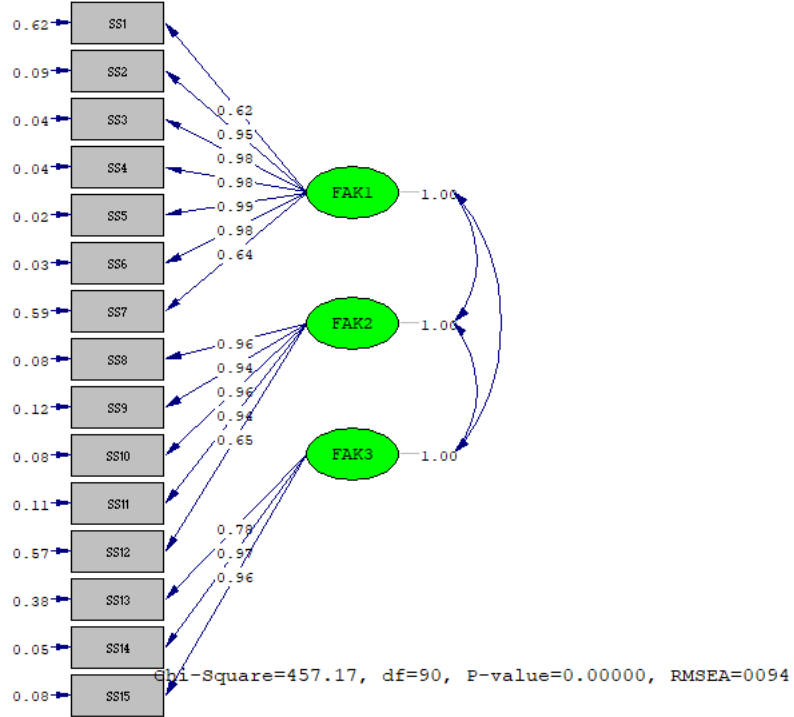
CFI (Comparative Fit Index): Bu indeks, modelin uyumunun kendi referans modeline karşılık gelen değeri ifade eder. 0,90 ve üzeri değerler iyi uyumu gösterir. Sonuçlar, tüm ölçeklerin 0,94 ile 0,99 arasında CFI değerleri ile çok iyi uyum sağladığını göstermektedir.

NNFI (Non-Normed Fit Index): Bu indeks de, 0,90 ve üzerindeki değerlerin iyi uyum gösterdiğini ifade eder. Çizelgedeki tüm ölçekler, 0,93 ile 0,97 arasında NNFI değerlerine sahip olup, çok iyi uyum sağlamaktadır.

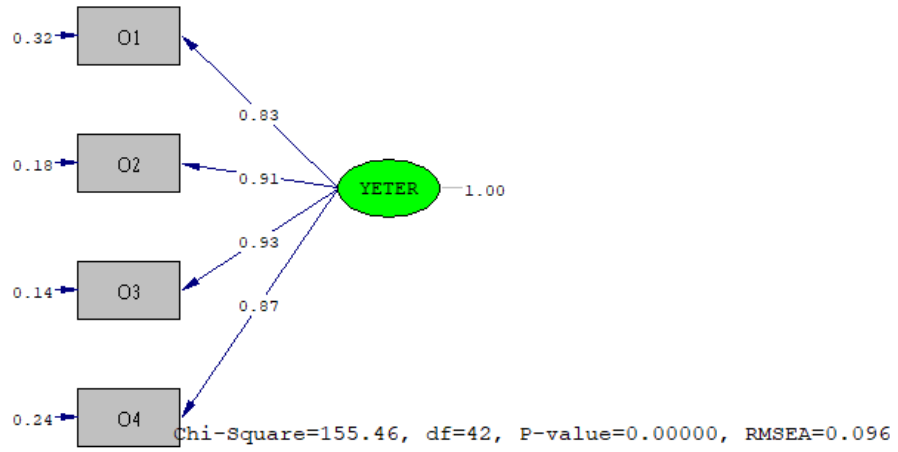
Çizelge 7.20, kullanılan tüm ölçeklerin genel olarak iyi bir uyum sağladığını ve veriye uygun şekilde tasarlandığını göstermektedir. Her bir ölçeğin uyum kriterleri oldukça yüksek olup, bu da ölçüm araçlarının geçerliliğini ve güvenilirliğini artırmaktadır.



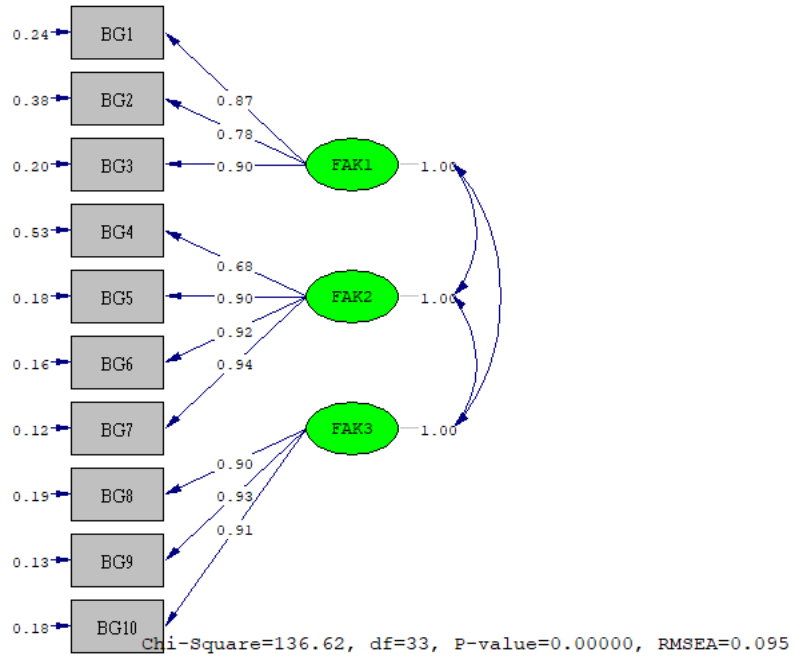
Şekil 7.1: Girişimcilik Niyeti Ölçeği Standardize Edilmiş Model Çıktıları



Şekil 7.2: Sosyal Sermaye Ölçeği Standardize Edilmiş Model Çıktıları



Şekil 7.3: Öz Yeterlilik Ölçeği Standardize Edilmiş Model Çıktıları



Şekil 7.4: Bireysel Girişimcilik Yönelimi Ölçeği Ölçeği Standardize Edilmiş Model Çıktıları

7.4 Hipotezlere Ait Bulgular

Bu bölümde hipotezlere ilişkin sonuçlar belirtilmiştir ve aşağıda yer alan Çizelgelerde gösterilmiştir.

Hipotez 1: Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır.

Çizelge 7.21: Sosyal Sermayenin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Katsayı	B	S.H.	t	p
Sabit	2,541	0,121	20,490	0,001**
Sosyal Sermaye	0,217	0,056	2,281	0,001**

y= girişimcilik niyeti ***p<0,01*

Bağımsız değişken olan “Sosyal Sermaye” ile bağımlı değişken olan “Girişimcilik Niyeti” arasındaki basit doğrusal regresyon modeli, anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0,001$; $<0,01$; Adjusted R^2 : 0,109). Dolayısıyla, sosyal sermayede meydana gelebilecek 1 birim artış girişimcilik niyeti için 0,217 birim artış meydana getirecektir.

Bu regresyon analizi, sosyal sermaye ve girişimcilik niyeti ile arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu belirtir. Yani, bireylerin sosyal sermaye seviyeleri arttıkça, girişimcilik niyetleri de artmaktadır. Bu bulgu, sosyal ağların ve bağlantıların, girişimcilik davranışlarını etkileyebileceğini ve sosyal sermayenin girişimcilik niyetini güçlendirdiğini göstermektedir. Bu tür sonuçlar, girişimcilik ekosisteminin desteklenmesi için sosyal sermayenin önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.

Hipotez 2: Sosyal sermayenin girişimcilik yönelimi üzerinde etkisi vardır

Çizelge 7.22: Sosyal Sermayenin Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Katsayı	B	S.H.	t	p
Sabit	1,663	0,057	29,993	0,001**
Sosyal Sermaye	0,210	0,026	7,994	0,001**

y= girişimcilik yönelimi ***p<0,01*

Bağımsız değişken olan “Sosyal Sermaye” ile bağımlı değişken olan “Girişimcilik Yönelimi” arasındaki basit doğrusal regresyon modeli, anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0,001$; $<0,01$; Adjusted R^2 : 0,123). Dolayısıyla, sosyal sermayede meydana gelebilecek 1 birim artış girişimcilik yöneliminde 0,210 birim artış meydana getirecektir.

Bu regresyon analizi, sosyal sermayenin girişimcilik yönelimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Sosyal sermaye birikimi

arttıkça, bireylerin girişimcilik yönelimlerinin de arttığı söylenebilir. Bu sonuç, sosyal çevrenin ve ağların, girişimcilik davranışlarını teşvik edebileceğini ve bireylerin girişimci olma yönelimlerini artırabileceğini göstermektedir.

Hipotez 3: Sosyal sermayenin öz yeterlilik üzerinde etkisi vardır

Çizelge 7.23: Sosyal Sermayenin Öz Yeterlilik Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Katsayı	B	S.H.	t	p
Sabit	0,508	0,058	8,793	0,001**
Sosyal Sermaye	0,397	0,026	15,093	0,001**

$y = \text{öz yeterlilik}$ ** $p < 0,01$

Bağımsız değişken olan “Sosyal Sermaye” ile bağımlı değişken olan “Öz Yeterlilik” arasındaki basit doğrusal regresyon modeli, anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0,001$; $<0,01$; Adjusted R^2 : 0,304). Dolayısıyla, sosyal sermayede meydana gelebilecek 1 birim artış öz yeterlilikte 0,397 birim artış meydana getirecektir.

Bu regresyon analizi, sosyal sermayenin öz yeterlilik üstünde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir. Sosyal sermaye arttıkça, bireylerin öz yeterlilikleri de artmaktadır. Bu sonuç, bireylerin sosyal çevrelerinde daha fazla bağlantı ve kaynak bulduklarının, kendi becerileri ve yeterlilikleri hakkında daha yüksek bir güven duymalarına yardımcı olabileceğini gösterir.

Hipotez 4: Girişimcilik yöneliminin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır

Çizelge 7.24: Girişimcilik Yöneliminin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Katsayı	B	S.H.	t	p
Sabit	1,788	0,185	9,66	0,001**
Girişimcilik Yönelimi	0,483	0,086	5,628	0,001**

Bağımsız değişken olarak ele alınan “Girişimcilik Yönelimi” ile bağımlı değişken olarak ele alınan “Girişimcilik Niyeti” arasındaki basit doğrusal regresyon modeli, anlamlı bulunmuştur ($p=0,001$; $<0,01$; Adjusted R^2 : 0,156). Şu şekilde ifade edilebilir ki, girişimcilik yönelimdeki 1 birim artışın girişimcilik niyeti için 0,483 birim artış yaratacağı anlamı taşımaktadır.

Bu regresyon analizi, girişimcilik yöneliminin girişimcilik niyeti üstünde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Girişimcilik yönelimi arttıkça, bireylerin girişimcilik niyetinin de arttığı söylenebilir. Bu sonuç, girişimcilik yönelimlerini güçlendiren faktörlerin, bireylerin girişimcilik niyetlerini teşvik edebileceğini ve bu yönde karar almalarını kolaylaştırabileceğini göstermektedir.

Hipotez 5: Öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır

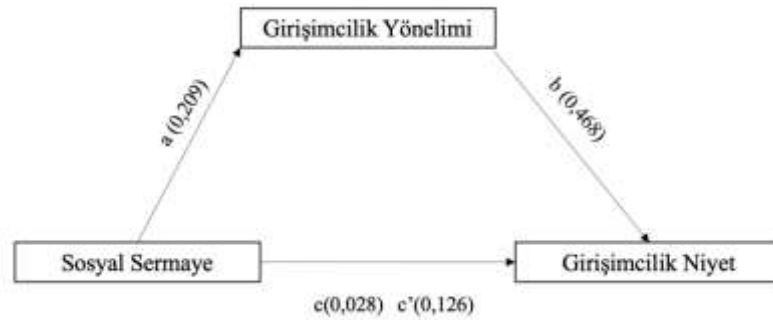
Çizelge 7.25: Öz Yeterliliğin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Katsayı	B	S.H.	t	p
Sabit	2,586	0,112	26,813	0,001**
Öz Yeterlilik	0,148	0,077	2,041	0,001**

Bağımsız değişken olan “Öz Yeterlilik” ile bağımlı değişken olan “Girişimcilik Niyeti” arasındaki basit doğrusal regresyon modeli, anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0,001$; $<0,01$; Adjusted R^2 : 0,085). Dolayısıyla, öz yeterlilikte meydana gelebilecek 1 birim artışın girişimcilik niyetimde 0,148 birim artış meydana getirecektir.

Öz yeterlilik arttıkça, bireylerin girişimcilik niyetlerinin de arttığı söylenebilir. Bu sonuç, bireylerin kendilerine olan güvenlerinin, girişimcilik niyetlerini güçlendirdiğini ve girişimcilik yolunda daha kararlı adımlar atmalarına olanak tanıyabileceğini gösterir.

Hipotez 6: Sosyal sermaye girişimcilik yönelimi aracılığıyla girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir.



Şekil 7.5: Sosyal Sermaye Girişimcilik Yönelimi Aracılığıyla Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi

Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde girişimcilik yöneliminin aracı etkisini göstermek için bootstrapping testi yapılmış ve sonuçları incelenmiştir. Bu kapsamda ortaya çıkacak dolaylı bir etkinin %95 bootstrap güven aralığında sonuçlarının sıfırdan farklı ve sıfırın üstünde bir değer aralığında olması gerekmektedir (Hayes, 2013).

Bu araştırmada dolaylı etki $BootLLCI=0,030$ ile $BootULCI=0,136$ aralığında yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla istatistiksel olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Elde edilen bulgular Çizelge 7.26’da gösterilmiştir.

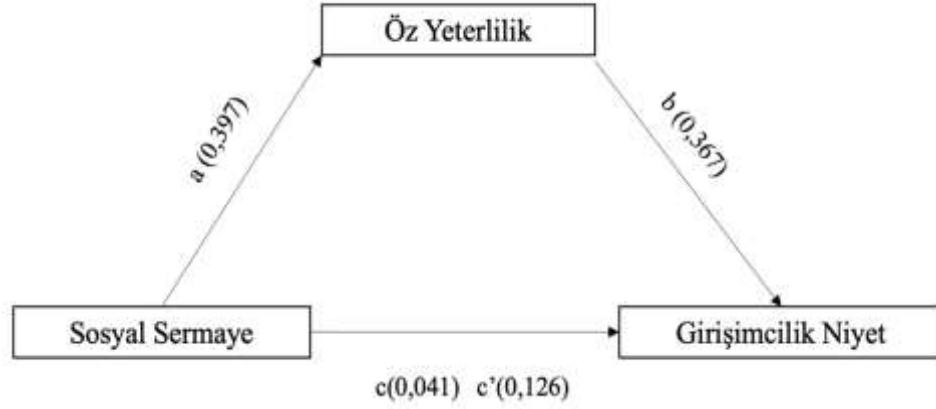
Çizelge 7.26: Sosyal Sermayenin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Girişimcilik Yöneliminin Aracı Etkisinin Toplam, Doğrudan ve Dolaylı Etki Değerleri

	Effect	LLCI	ULCI
Toplam Etki	0,126	0,017	0,235
Doğrudan Etki	0,028	0,084	0,142
Dolaylı Etki	0,077	0,030	0,136

Toplam etki ve doğrudan etki arasındaki fark olan dolaylı etki aracı etkinin büyüklüğünü göstermektedir (Hayes, 2013). Girişimcilik yöneliminin aracı etkisi pozitif yönlü 0.077 düzeyindedir.

Bu sonuçlar, sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde doğrudan ve dolaylı etkilerinin olduğunu göstermektedir. Ancak, sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki dolaylı etkisi, doğrudan etkisinden daha büyüktür. Bu, girişimcilik yöneliminin sosyal sermaye ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkinin güçlü bir aracı olduğu göstermektedir. Sosyal sermaye arttıkça, bireylerin girişimcilik yönelimi artmakta ve bu da nihayetinde girişimcilik niyetini artırmaktadır. Bu da, girişimcilik yönelimini artıran stratejilerin sosyal sermayenin etkisini daha verimli bir şekilde kullanmaya yardımcı olabileceğini ortaya koymaktadır.

Hipotez 7: Sosyal sermaye öz yeterlilik aracılığıyla girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir.



Şekil 7.6: Sosyal Sermaye Öz Yeterlilik Aracılığıyla Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi

Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterliliğin aracı etkisini göstermek için bootstrapping testi yapılmıştır ve sonuçlar incelenmiştir. Bu kapsamda oraya çıkacak dolaylı etkinin %95 bootstrap güven aralığında sonuçlarının sıfırdan farklı ve sıfırın üzerinde bir değer aralığında yer alması beklenmektedir (Hayes, 2013). Bu çalışmada dolaylı etki BootLLCI=0,029 ile BootULCI=0,172 aralığında yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla istatistiksel olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Elde edilen bulgular Çizelge 7.27’de gösterilmiştir.

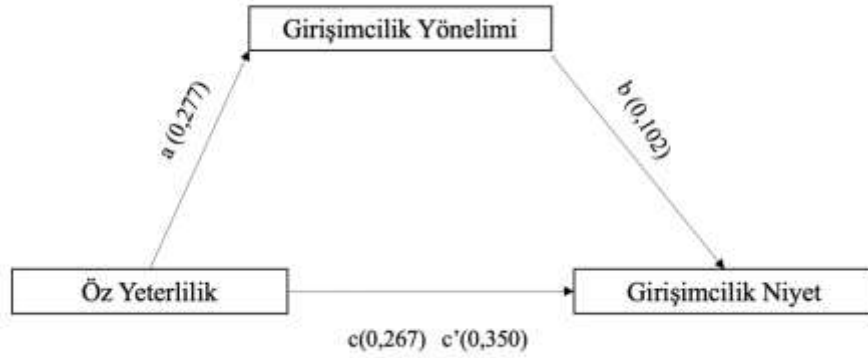
Çizelge 7.27: Sosyal Sermayenin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Öz Yeterliliğin Aracı Etkisinin Toplam, Doğrudan ve Dolaylı Etki Değerleri

	Effect	LLCI	ULCI
Toplam Etki	0,126	0,017	0,235
Doğrudan Etki	0,041	0,143	0,401
Dolaylı Etki	0,085	0,029	0,172

Toplam etki ve doğrudan etki arasındaki fark olan dolaylı etki aracı etkinin büyüklüğünü göstermektedir (Hayes, 2013). Öz yeterliliğin aracı etkisi pozitif yönlü 0.085 düzeyindedir.

Bu sonuçlar, öz yeterliliğin sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini önemli bir şekilde aracılık ettiğini ortaya koymaktadır. Sosyal sermaye, girişimcilik niyeti üzerinde hem doğrudan hem de dolaylı etkiler yaratmaktadır. Ancak, öz yeterlilik, sosyal sermayenin etkisini daha güçlü bir şekilde artırarak, dolaylı etkiyi önemli ölçüde yükseltmektedir.

Hipotez 8: Öz yeterlilik girişimcilik yönelimi aracılığıyla girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir.



Şekil 7.7: Öz Yeterlilik Girişimcilik Yönelimi Aracılığıyla Girişimcilik Niyeti Üzerinde Etkisi

Öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde girişimcilik yöneliminin aracı etkisini göstermek için bootstrapping testi yapılmış ve sonuçları incelenmiştir. Bu kapsamda ortaya çıkacak dolaylı etkinin %95 bootstrap güven aralığında sonuçlarının sıfırdan farklı ve sıfırın üzerinde bir değer aralığında olması gerekmektedir (Hayes, 2013). Bu araştırmada dolaylı etki BootLLCI=0,041 ile BootULCI=0,157 aralığında yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla istatistiksel olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Elde edilen bulgular Çizelge 29’de gösterilmiştir.

Çizelge 7.28: Öz Yeterliliğin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Girişimcilik Yöneliminin Aracı Etkisinin Toplam, Doğrudan ve Dolaylı Etki Değerleri

	Effect	LLCI	ULCI
Toplam Etki	0,350	0,310	0,590
Doğrudan Etki	0,267	0,230	0,546
Dolaylı Etki	0,083	0,041	0,157

Toplam etki ve doğrudan etki arasındaki fark olan dolaylı etki aracı etkinin büyüklüğünü göstermektedir (Hayes, 2013). Girişimcilik yöneliminin aracı etkisi pozitif yönlü 0.083 düzeyindedir.

Bu sonuçlar, girişimcilik yöneliminin öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini önemli ölçüde aracılık ettiğini ortaya koymaktadır. Öz yeterlilik, girişimcilik niyetini hem doğrudan hem de dolaylı yollarla etkilemektedir. Özellikle girişimcilik yönelimi, bu ilişkide güçlü bir aracı rol oynamaktadır.

Çizelge 7.29: Hipotez Özetleri

Hipotez	Duru m
H1: Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.	Kabul Edildi
H2: Sosyal sermayenin girişimcilik yönelimi üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.	Kabul Edildi
H3: Sosyal sermayenin öz yeterlilik üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.	Kabul Edildi
H4: Girişimcilik yöneliminin girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.	Kabul Edildi
H5: Öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.	Kabul Edildi
H6: Sosyal sermaye girişimcilik yönelimi aracılığıyla girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir.	Kabul Edildi
H7: Sosyal sermaye öz yeterlilik aracılığıyla girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir.	Kabul Edildi
H8: Öz yeterlilik girişimcilik yönelimi aracılığıyla girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir.	Kabul Edildi

8. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma sosyal sermayenin (bireylerin sosyal ağları ve ilişkileri aracılığıyla elde ettikleri kaynaklar) girişimcilik niyeti ve girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisini ve öz yeterlilik algısının (bireylerin kendi beceri ve yeteneklerine olan güveni) bu etkideki aracılık rolünü incelemektir. Özellikle KOBİ'lerde beyaz yakalı çalışanların bu dinamikler içindeki davranışlarını anlamayı amaçlar.

Araştırma Kocaeli'nde bulunan küçük ve orta ölçekli işletmelerde (KOBİ) çalışmakta olan beyaz yakalı çalışanlara yönelik yapılmıştır. Bu çalışmanın kapsamına firmalarda çalışan beyaz yakalı çalışanlar dahil edilmiştir. Kocaeli, imalat sanayi açısından Türkiye'nin önemli sanayi illeri arasında yer alır. Ayrıca Kocaeli Türkiye'de AR-GE Merkezi sıralamasında üçüncü, Tasarım Merkezi sıralamasında beşinci sırada yer alır (Kocaeli Valiliği, 2021). Dolayısıyla araştırma beyaz yakalı çalışan grupların temsili bakımından diğer illere göre üstün konumundan dolayı Kocaeli ili seçilmiştir. Araştırma kapsamında, toplam 516 beyaz yakalı çalışana anket uygulanmıştır. Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde girişimcilik yönelimi ve öz yeterliliğin aracılık rolünün olduğu sonuçları ortaya çıkmıştır.

Sosyal sermaye, bireysel girişimcilik yönelimi öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti arasında ilişkileri inceleyen farklı çalışmalar yapılmış iken, bu dört değişkenin birlikte incelendiği çalışmalar sınırlı kalmıştır (Özler vd., 2017; Işık ve Çiçek, 2020). Literatürdeki eksiklikten dolayı bu çalışma, beyaz yakalı çalışanlar özelinde bu dört ilişkinin incelenmesi sonucunda literatüre katkıda bulunacaktır. Ayrıca, sosyal sermaye ve öz yeterlilik algısının girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerini anlamak, girişimcilik ekosisteminin güçlenmesine katkı sağlayacak ve ekonomik kalkınma ve yenilikçilik süreçlerine ışık tutacaktır.

Sosyal sermayenin girişimcilik yönelimi ve girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterliliğin aracı rolünü açıklamak üzere gerçekleştirilen bu araştırmaya 516 kişi katılım göstermiştir. Katılımcıların çoğunluğu kadın (%57,8), lisans

mezunu (%62,8), 31-35 yaş aralığında (%40,1), evli (%57,9), aynı kurumda 1-5 yıl arasında çalışan (%53,3), hizmet sektöründe çalışan (%42,2), orta kademe yönetici (%12,8) konumundadır.

Ölçeklerin yapı gerçekliliği için açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri uygulanmıştır. Girişimcilik niyeti ölçeği için toplam varyans açıklama oranı %89,193 iken KMO değeri 0,934'dür. Öz yeterlilik ölçeği için toplam varyans açıklama oranı %,83,328 iken KMO değeri 0,799'dur. Sosyal sermaye ölçeği için toplam varyans açıklama oranı %82,142 iken KMO değeri 0,913'dur. Bireysel girişimcilik yönelimi için toplam varyans oranı %81,879 ilen KMO değeri 0,862'dir.

Çalışmada yer alan ölçeklerin yapı geçerliliği doğrulayıcı faktör analizi ile yapılmıştır. Çalışmanın analiz sonucu RMSEA, SRMS, NFI, CFI ve GFI ölçümleri uyum değerleri kapsamında olduğu görülmektedir. Dolayısıyla çalışmanın verilerinin kabul edilebilir olduğu ve iyi uyuma sahip olduğunu görülmektedir ve doğrulayıcı faktör analizimizin istatistiksel olarak anlamlı ve geçerli olduğunu göstermektedir.

Çalışmada bir dağılımın normal dağılım olup olmadığına bakmak için çarpıklık ve basıklık değerleri dikkate alınır. Bu kapsamda basıklık ve çarpıklık değerlerinin kesme noktaları (sınırları) çarpıklık (Skewness) için mutlak değer olarak 3 ve basıklık (Kurtosis) için mutlak değer olarak 10'un üzerinde olmamalıdır (Kline 2011). Çalışmamızda yer alan bütün değerler sınır aralıklarında olduğundan normal dağılıma uygundur. Ayrıca ölçeklerin Cronbach Alpha değerlerinin 0,70 ile 0,99 olması güvenilir olduğunu göstermektedir (Tavakol ve Dennick, 2011). Bu kapsamda çalışmamızda bulunan tüm değerler belirtilen sınır aralıklarında yer aldığı için güvenilirirdir.

Belirlenen kuvvetli ilişkiler sonucunda daha sonra regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Sosyal sermaye ile girişimcilik niyeti arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu belirlenmiştir. Sosyal sermayenin girişimcilik yönelimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Sosyal sermayenin öz yeterlilik üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir. Girişimcilik yöneliminin girişimcilik niyeti üstünde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir. Öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu görülmektedir. Araştırmanın hipotezleri (H1, H2, H3, H4, H5)

desteklenmiştir. Yani sosyal sermayenin özyeterlik, bireysel girişimcilik yönelimi ve girişimcilik niyetinin birbirleriyle ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.

Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde girişimcilik yöneliminin aracı etkisine sahip olup olmadığını belirlemek için bootstrapping testi yapılmıştır. Araştırmada dolaylı etki $BootLLCI=0,030$ ile $BootULCI=0,136$ aralığında yer aldığından istatistiksel olarak anlamlı görülmektedir. Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde doğrudan ve dolaylı etkilerinin olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde öz yeterliliğin sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini önemli bir şekilde aracılık ettiği ve girişimcilik yöneliminin öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini önemli ölçüde aracılık ettiği tespit edilmiştir. Araştırmanın hipotezleri (H6, H7, H8) desteklenmiştir.

Son yıllarda yapılan çalışmalar, sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde etkilerini analiz etmekte ve etkileri girişimcinin kişilik özellikleri, öz yeterlilikleri gibi faktörlerle ilişkilendiğini ele almaktadır. Literatürdeki çalışmalarda, sosyal sermayenin bireylerin öz-yeterlilik duygusunu pekiştirerek, girişimcilik yönelimlerini ve niyetlerini olumlu yönde etkilediği görülür. (Doh ve Zolnik, 2011). Bu durum, girişimcilerin iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları zorlukları aşmalarına ve başarıya ulaşmalarına katkı sağlamaktadır. (Ye, 2012). Öz yeterliliğini kazanmış olan bir birey çevresindeki ağlarla etkileşimde bulduklarında sosyal sermayeleri de gelişmiş olur. Birey sosyal sermaye kazandığında öz yeterliliğini de etkilemiş olur (Wu, vd., 2012: 249). Öz yeterlilik, bireylerin belirli bir görevi başarma konusundaki inançlarını ve yeteneklerini ifade eder ve girişimcilik faaliyetlerinde başarı için hayati bir unsurdur (Yu, vd., 2017: 351). Sosyal sermaye, bireylerin öz-yeterlilik duygusunu güçlendirerek, girişimcilik faaliyetlerinde daha cesur ve kararlı adımlar atmalarını sağlar (Churchill, vd., 2023: 4).

Özbezek, vd., (2022) yılında Gaziantep'teki Suriyeli girişimciler üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada, sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerindeki etkisi ve bu etkide girişimcilik niyetinin aracılık rolü incelenmiştir. Araştırma, sosyal sermayenin hem doğrudan hem de girişimcilik niyeti aracılığıyla dolaylı olarak yenilikçi davranışı olumlu yönde etkilediğini ve girişimcilik niyetinin kısmi aracılık rolü oynadığını ortaya koyar. Alp ve Aksoy (2019) yılında Antalya'da bulunan kadın girişimciler üzerinde yaptığı çalışmada, sosyal sermayenin kadın girişimcilerin iş

kurma ve geliştirme süreçlerinde nasıl bir rol oynadığını incelemiştir. Çalışma, kadın girişimcilerin finansal ve sosyal destekleri büyük ölçüde yakın çevrelerinden sağladığını ve sosyal sermayenin, karşılaşılan zorluklarla başa çıkmada önemli bir kaynak olduğunu ortaya koyar.

Batjargal (2007) Çin'deki internet girişimcileri üzerinde yaptığı çalışmada, sosyal sermayenin girişimcilik performansını artırdığını bulmuştur. Bauernschuster vd., (2010), sosyal sermayenin girişimcilik faaliyetlerine erişim ve katılımı artırdığını göstermiştir. Literatürdeki diğer çalışmalara baktığımızda sonuçlar paralellik gösterir (Kwon vd., 2013; Light vd., 2013; Liu vd., 2018)

Sosyal sermayenin girişimcilik yönelimi üzerinde pozitif bir etkisi olduğu (H2) bulgumuz da literatürle uyumludur. Ajzen (2002) ve Bandura (1986) sosyal sermayenin bireylerin davranışsal niyetleri ve yönelimleri üzerinde belirleyici bir rol oynadığını doğrulamaktadır. Ayrıca, Rukuiziene (2012), kırsal alanlarda girişimcilik gelişimi ve sosyal sermaye arasındaki süreksizlikleri inceleyerek, sosyal sermayenin girişimcilik yönelimini olumlu yönde etkilediğini belirtmiştir. Hulgård ve Spear (2006) sosyal sermayenin Avrupa'daki sosyal işletmelerde mobilize edilmesi üzerine yaptıkları çalışmada, sosyal sermayenin girişimcilik yönelimi üzerindeki pozitif etkisini vurgulamıştır.

Öz yeterlilik ise girişimcilik niyeti üzerinde doğrudan ve pozitif etkiye sahiptir. Sosyal sermayenin öz yeterlilik üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu bulgumuz, Bandura'nın (1977, 1982) öz yeterlilik teorisiyle uyumludur. Bandura, sosyal desteğin ve ilişkilerin, bireylerin kendi yeterlilik algılarını güçlendirdiğini belirtmiştir. Chen (2007) ise sosyal sermayenin, bireylerin öz yeterliliklerini artırarak girişimcilik faaliyetlerinde daha başarılı olmalarına yardımcı olduğunu göstermiştir.

Benzer çalışmalara baktığımızda öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu görülür. (Wu, vd., 2012; Yu, vd., 2017; Churchill, vd., 2023; Gönül ve Yaşar, 2023). Öz yeterlilik, bireylerin girişimcilik niyetlerini güçlendirmekte ve girişimcilik faaliyetlerine katılımı artırmaktadır. Bandura'nın (1986) öz yeterlilik teorisi, bireylerin kendi yeterlilik algılarının, onların niyetlerini ve dolayısıyla davranışlarını etkilediğini vurgular. Avnimelech ve Zelekha (2023), öz yeterlilik düzeyi yüksek bireylerin, girişimcilik faaliyetlerinde daha fazla başarılı olma eğiliminde olduklarını belirtir. Ayrıca, Cai ve dg. (2021) de sosyal sermaye ve öz

yeterliliğin girişimcilik davranışları üzerindeki etkisini inceleyerek, benzer sonuçlar elde etmiştir. Bu bulgu, çalışmamızın sonuçları ile tutarlıdır.

Ayrıca, üniversite öğrencileri arasında yapılan bir başka araştırmada, öz-yeterlilik ve işsizlik kaygısının girişimcilik niyeti üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Veriler, öğrencilerin öz-yeterlilik düzeylerinin yüksek olduğunu, işsizlik kaygısı ve girişimcilik niyetlerini etkilediğini gösterir (Gönül ve Yaşar, 2023). Nart ve Yıldırım (2021), girişimcilik eğitimi almanın, öğrenciler üzerinde girişimcilik faaliyetlerine başlamasında pozitif yönde ve anlamlı şekilde etkilediği ve bu ilişkide, öz-yeterlilik algısının aracılık etkisi yarattığı görülmüştür. Diğer bir ifadeyle, girişimcilik eğitimi, öz-yeterlilik üzerinden girişimcilik niyetini etkiler.

Girişimcilik yöneliminin girişimcilik niyeti üzerinde pozitif bir etkisi olduğu hipotezinde literatürde geniş çapta desteklenmektedir. Choi (2010), girişimcilik yöneliminin bireylerin girişimcilik niyetlerini doğrudan etkilediğini belirtmiştir. Aynı şekilde, Doh ve Acs (2010) da girişimcilik yöneliminin, bireylerin girişimcilik niyetlerini şekillendirdiğini ve bu niyetlerin girişimcilik faaliyetlerine dönüştürülmesine katkı sağladığı bulmuştur.

Sosyal sermayenin öz yeterlilik aracılığıyla girişimcilik niyeti üzerinde dolaylı bir etkiye sahip olduğunu literatürde yapılan çalışmalarda görülür ve sosyal sermayenin bireylerin öz yeterliliklerini arttırarak girişimcilik niyetlerini güçlendirdikleri ve girişimcilik faaliyetlerine teşvik ettiği görülür (Chen, 2007; Hung, vd., 2007; Estrin, vd., 2013; Doh, vd, 2011). Sosyal sermaye, bireylerin öz yeterliliklerini arttırarak girişimcilik niyetlerini güçlendirmekte ve girişimcilik faaliyetlerine katılımı teşvik eder. Chen (2007), ise sosyal sermayenin, bireylerin öz yeterliliklerini arttırarak girişimcilik faaliyetlerinde daha başarılı olmalarına yardımcı olduğunu göstermiştir. Bu bulgu, Hung, ve dğ. (2007) tarafından yapılan çalışma ile de desteklenmektedir; sosyal sermaye, bireylerin öz yeterlilik algılarını olumlu yönde etkilemiştir. Estrin, ve dğ. (2013), sosyal sermayenin, öz yeterlilik aracılığıyla girişimcilik niyetlerini güçlendirdiğini belirtir. Benzer şekilde, Doh ve Zolnik (2011) de sosyal sermayenin, bireylerin öz yeterlilik algıları aracılığıyla girişimcilik niyetlerini artırdığını bulmuştur. Literatürdeki çalışmalar ile paralellik gösterdiği görülür.

Araştırmamızda elde edilen bulgular, sosyal sermaye, girişimcilik yönelimi ve öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde ortaya koymaktadır. Sosyal sermaye, bireylerin sosyal ağları ve ilişkileri aracılığıyla girişimcilik niyetlerini ve yönelimlerini güçlendirmekte, öz yeterlilik ise bireylerin kendilerine olan güvenlerini artırarak girişimcilik faaliyetlerine katılımı teşvik etmektedir. Bu bulgular, sosyal sermaye, girişimcilik yönelimi ve öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki kritik rolünü vurgulamakta ve gelecekteki araştırmalar için önemli ipuçları sunmaktadır. Bu nedenle, sosyal sermaye, girişimcilik yönelimi ve öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkileri hem teorik hem de pratik açıdan önemlidir ve bu alanda yapılacak daha fazla araştırma ile daha da derinlemesine incelenmelidir.

Araştırma sonuçları, bireylerin sosyal çevreleriyle olan ilişkilerinin, bilgiye erişimlerini kolaylaştırdığını, güven ortamı sağladığını ve girişimcilik davranışlarını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Sosyal sermaye, bireylerin girişimcilik fırsatlarını fark etme, risk alma ve yenilik yapma kapasitelerini artırarak, girişimcilik yönelimlerini güçlendirmektedir. Benzer şekilde, güçlü sosyal bağlara sahip bireylerin girişimcilik niyeti de daha yüksek düzeyde gözlemlenmiştir.

Girişimcilik özyeterliliği ise bireylerin kendi girişimcilik becerilerine olan güvenlerini temsil etmekte ve girişimcilik niyeti üzerinde doğrudan etkili olmaktadır. Araştırma bulguları, sosyal sermaye düzeyi yüksek bireylerin, aynı zamanda daha yüksek özyeterlilik algısına sahip olduğunu ve bu öz güvenin girişimcilik niyetine katkı sağladığını ortaya koymuştur. Bu bağlamda, özyeterlilik düzeyi, sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini pekiştiren önemli bir aracı değişken olarak işlev görmektedir.

Bulgular doğrultusunda, sosyal sermaye, öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki kritik rolünü vurgulamakta ve gelecekteki araştırmalar için önemli ipuçları sunar. Bu nedenle, sosyal sermaye, öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkileri hem teorik hem de pratik açıdan önemlidir ve bu alanda yapılacak daha fazla araştırma ile daha da derinlemesine incelenmelidir.

Bu etkiler göz önünde bulundurarak çeşitli önerilerde bulunmak mümkündür. İlk olarak, sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki pozitif etkisi dikkate alındığında, girişimcilik ekosistemlerinin geliştirilmesinde sosyal ağların ve

toplulukların güçlendirilmesine yönelik politikalar ve programlar teşvik edilmelidir. Bu bağlamda, girişimcilere yönelik sosyal etkinlikler, ağ oluşturma fırsatları ve topluluk destekli girişimcilik programları artırılmalıdır. Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini artırmak için sosyal ağların genişletilmesi ve girişimcilerin birbirleriyle etkileşimlerini artıracak platformlar oluşturulmalıdır. Öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki olumlu etkisi göz önüne alındığında, girişimcilik eğitim programları, girişimcilerin öz yeterliklerini artıracak şekilde yapılandırılmalıdır. Bu programlar, girişimcilere yönelik mentörlük ve koçluk hizmetleri sunarak, onların kendilerine olan güvenlerini artırmalı ve girişimcilik becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmalıdır. Ayrıca, girişimcilerin başarı öykülerini paylaşarak, diğer potansiyel girişimcilerin motivasyonlarını artırmak ve onları girişimcilik yolculuğuna teşvik etmek de önemli bir strateji olacaktır.

Sosyal sermayenin ve öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki dolaylı etkileri dikkate alındığında, girişimcilik ekosistemlerinin sosyal sermaye ve öz yeterlilik unsurlarını destekleyecek şekilde tasarlanması gerekmektedir. Girişimcilik ekosistemleri, girişimcilik niyet üzerindeki etkileri artıracak sosyal sermaye unsurlarını teşvik etmeli ve bu unsurların girişimciler arasında yaygınlaşmasını sağlamalıdır. Bu amaçla, girişimciler arasında bilgi ve deneyim paylaşımını artıracak, mentörlük ve koçluk hizmetlerini teşvik edecek programlar geliştirilmelidir. Bu öneriler, girişimcilik ekosistemlerinin daha güçlü ve etkili bir şekilde yapılandırılmasına katkı sağlayacak ve girişimcilik faaliyetlerinin başarılı bir şekilde yürütülmesine yardımcı olacaktır.

Araştırmanın en önemli kısıtı örnekleme belirli bir bölge içinde yapılması, bulguların genelleme yapılmasını zorlaştırabilmektedir. Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde etkisinden öz yeterlilik aracılık rolünü belirlerken çeşitli değişkenlerde göz önünde bulundurulması gerekir fakat tüm faktörler bu çalışmada yer almamıştır. Gelecekteki araştırmalar daha da genişletilerek kapsamlı bulgular elde edilebilir. Çalışanların farklı çevre koşullarından etkilendikleri göz önünde bulundurarak kişilik özellikleri, girişimcilik yönelimleri, duygusal zeka gibi araştırmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Agizan, K., Bayramoglu, Z. (2020). The Role Of Social Capital İn The Formation Of Entrepreneurship Skills On Agricultural Farms. *Agricultural Entrepreneurship Journal*, 23(3), 678-686.
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Akbari M., Irani H., Zamani Z., Valizadeh N., Arab S., (2024), Self-Esteem, Entrepreneurial Mindset, And Entrepreneurial İntention: A Moderated Mediation Model, *The International Journal Of Management Education*, 22(1), 100934,
- Al-Mamary Y.H, Alshallaqi M., (2022), Impact Of Autonomy, İnnovateness, Risk-Taking, Proactiveness, And Competitive Aggressiveness On Students' İntention To Start A New Venture, *Journal Of Innovation & Knowledge*, 7
- Alp, G. T., & Aksoy, B. (2019). Kadın Girişimciliği Ve Sosyal Sermaye: Nitel Bir Araştırma-Women Entrepreneurship And Social Capital: A Qualitative Research. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(27), 127-148.
- Arabo, S.K, (2023), Suriyeli Göçmen Girişimcilerin Sosyal Sermaye Ve Girişimcilik Eğilimlerinin Yenilikçi Davranışlara Ve Firma Performansına Etkisi: Trc1 Bölgesinde Bir Araştırma, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi*
- Arsevan A., (2016), Öz Yeterlilik: Bir Kavram Analizi, *International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic* Volume 11/19 Fall 2016, P. 63-80
- Aslan S.(2016), Türkiye’de Sosyal Sermaye Bileşenlerinden Güven Hakkında Bir Değerlendirme, *C.Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 17, Sayı 2, S. 181 – 204
- Astrini, N. J., Rakhmawati, T., Sumaedi, S., Bakti, I. G. M. Y., Yarmen, M., & Damayanti, S. (2020). Innovativeness, Proactiveness, And Risk-Taking: Corporate Entrepreneurship Of Indonesian Smes. In *Proceedings Of The IOP Conference Series: Materials Science And Engineering*.
- Audretsch, D., & Aldridge, T. (2012). Transnational Social Capital And Scientist Entrepreneurship. *Journal Of Science And Innovation*, 16(3), 369-376.
- Avcı Y.E, Yaşar M., (2014), Kültürel Sermaye Ölçeği: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması, *International Journal Of Social Science Research*, Cilt: 3 Sayı: 1
- Avcı Y.E, (2022), Öğretmenlerin Kültürel Sermaye Yeterliklerinin İncelenmesi, *EKEV Akademi Dergisi* • Yıl: 26 Sayı: 89, S.361 – 378

- Avnimelech, G., Zelekha, Y. (2023). Religion And The Gender Gap İn Entrepreneurship. *Journal Of Cultural And Social Entrepreneurship*, 19(2), 629-665
- Aytaç, Ö., İlhan S., (2007), Girişimcilik Ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif, *The Journal Of Selcuk University Social Sciences Institute*, Issue: 18, 101 – 120
- Azad M., Pritchard B. (2023), Bonding, Bridging, Linking Social Capital As Mutually Reinforcing Elements İn Adaptive Capacity Development To Flood Hazard: Insights From Rural Bangladesh, <https://doi.org/10.1016/j.crm.2023.100498>
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations Of Thought And Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice-Hall
- Bandura A. (1997). *Self-Efficacy İn Changing Societies*. Cambridge University Press: Cambridge, U.K.
- Bandura A. (2001). *Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective*. *Annual Review Of Psychology* 52(1), 1–26.
- Batjargal, B. (2007). Internet Entrepreneurship: Social Capital, Human Capital, And Performance Of İnternet Ventures İn China. *Journal Of Internet Business Research*, 36(5), 605-618.
- Bauernschuster, S., Falck, O., & Heblich, S. (2010). Social Capital Access And Entrepreneurship. *Small Business Economics Journal*, 76(3), 821-833.
- Bektaş G., (2022), Duygusal Zekâ Ve Girişimcilik Niyeti Arasında Öz Yeterliliğın Aracılık İlişkisi, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Bektaş, G., & Zehir, C. (2022). Duygusal Zekâ Ve Girişimcilik Niyeti Arasında Öz Yeterliliğın Aracılık İlişkisi. *Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 11-21.
- Bird, B. J. (1988). Implementing Entrepreneurial İdeas: The Case For İntentions. *Academy Of Management Review*, 13(3), 442–454.
- Bird, B. J. (1992). The Operation Of İntentions İn Time: The Emergence Of The New Venture. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 17(1), 11–20.
- Bodolica V., Shirokova G., Ragulina D., Lushnikova, A. (2024), Students' İndividual Entrepreneurial Orientation And The Scope Of Startup Activities İn Russia: The Role Of University İnfrastructure, <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100986>
- Bollen, K. A. (1989). *Structural Equations With Latent Variables*. New York: Wiley. P.278.
- Bolton, D. L., & Lane, M. D. (2012). Individual Entrepreneurial Orientation: Development Of A Measurement İstrument. *Education+ Training*, 54(2/3), 219-233.
- Boyd, N. G., Ve Vozikis, G. S. (1994). The Influence Of Self -Efficacy On The Development Of Entrepreneurial Intentions And Actions. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 18(4):63-67.

- Bozkurt Ö., (2006), Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerin Önemi, Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi 1.2 93-111
- Bozkurt Ö.Ç., Kalkan A., Koyuncu O., Alparslan A.M.,(2012), Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl: 2012/1, Sayı:15, S. 229 - 247
- Büyükilikmen A.Y. (2015), Sosyal Sermayenin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi: Konya-Karaman Örneği, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi
- Cai, W. J., Gu, J. B., & Wu, J. L. (2021). How Entrepreneurship Education And Social Capital Promote Nascent Entrepreneurial Behaviors: The Mediating Roles Of Entrepreneurial Passion And Self-Efficacy. *Entrepreneurship Education Journal*, 13(20), 1-13.
- Cassar G., Friedman H. (2009), Does Self-Efficacy Affect Entrepreneurial Investment?, *Strategic Entrepreneurship Journal*, Strat. Entrepreneurship J., 3: 241–260 (2009)
- Chadha, P., Upadhaya G., Devi N. (2025), Exploring The Nexus Of Personality Traits, Self-Efficacy, And Entrepreneurial Intention: A Study Of University Students, *The International Journal Of Management Education* 23
- Chen, T. J. (2007). The Impact Of Social Capital On Entrepreneurship: An Analysis From Zhejiang Businessman In China. *Strategic Management Journal*, 1(1), 60-67.
- Choi, H. (2010). Religious Institutions And Ethnic Entrepreneurship: The Korean Ethnic Church As A Small Business Incubator. *Journal Of Ethnic Studies*, 24(4), 372-383.
- Churchill, S. A., Hayward, M., & Trinh, T. A. (2023). Crime, Community Social Capital, And Entrepreneurship: Evidence From Australian Communities. *Journal Of Community Studies*, 38(2), 1-10.
- Coleman, J.S. (1988), “Social Capital In The Creation Of Social Capital”, *American Journal Of Sociology*, Supplement: Organizations And Institutions: Sociological And Economic Approaches To The Analysis Of Social Structure 94, 95-120
- Cox G. K., Gyesare M.A., Lanivich S.E., Adomako, S., Chu I., Polychronicity And Entrepreneurial Intentions: Exploring Cognitive Flexibility And Adaptability In Potential Entrepreneurs, *Journal Of Business Research* 189 (2025) 115153
- Covin, J. G. Ve Slevin, D. P. (1989). Strategic Management Of Small Firms In Hostile And Benign Environments. *Strategic Management Journal*, 10, 75–87. Doi: 10.1002/Smj.4250100107
- Covin, J.G., Wales, W.J., (2012). The Measurement Of Entrepreneurial Orientation. *Entrepreneur. Theory Pract.* 36 (4), 677–702.
- Çakıcı, A. (2023), Aile Yapısının Girişimcilik Eğilimi Ve Girişimcilik Niyetine Etkisi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi

- Çelik A., İnce M., Bozyiğit S., (2014), Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma, Niğde Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Yıl: Ekim 2014 Cilt-Sayı: 7 (3) Ss:113-124
- Çelik M., Karababa A. (2018), Girişimcilik Niyetlerinin Demografik Faktörlere Göre İncelenmesi, Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi, Yaz 2018, Cilt:13 Sayı:1, 57-67
- Çetin A.(2005), Entellektüel Sermayenin Ölçülmesi, Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, Cilt: 20, Sayı:1, S. 359 - 378
- Çıkmaz E. (2019), Sosyal Sermaye Bileşenlerinin Kamu Yönetimine Etkisi: Gaziantep Valiliği Örneği, Gaziantep University Journal Of Social Sciences 18 (4), 1334-1345
- Çolakoğlu H., Çolakoğlu T. (2016), Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitimi İle Öz Yeterlilik Algısı Ve Girişimcilik Potansiyeli İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması, Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, Girişimcilik Özel Sayısı, Cilt 17-Sayı 37, S. 70-84
- Daskalopoulou, I., Karakitsiou, A., & Thomakis, Z. (2023). Social Entrepreneurship And Social Capital: A Review Of Impact Research. Journal Of Social Impact Research, 15(6), 1-10
- Dastourian, B., Kesim, H. K., & Moradi, S. (2017). Women Entrepreneurship: Effect Of Social Capital, İnnovation And Market Knowledge. Journal Of Women Entrepreneurship, 30, 115-130.
- Demirel E., (2023), Sosyal Sermayenin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Bir Meta Analiz Çalışması, Sosyal Bilimler Ekev Akademi Dergisi, Özel Sayı, 125-137
- Derindağ, Ö.F. (2018), Girişimcilik Başarısını Etkileyen Unsurlar: Kişilik Özellikleri Bağlamında Bir Analiz, Journal Of International Management Educational And Economics Perspectives, 6(3), 1-12.
- Dinç, M., Akçakanat, T. (2018). Planlanmış Davranış Teorisi Bağlamında Girişimcilik Niyeti Üzerinde Makyavelist Kişiliğin Etkisi. Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi, 761-780.
- Doh, S., Acs, Z. J. (2010). Innovation And Social Capital: A Cross-Country Investigation. Journal Of Innovation Studies, 17(3), 241-262
- Doh, S., Zolnik, E. J. (2011). Social Capital And Entrepreneurship: An Exploratory Analysis. Entrepreneurship Research Journal, 5(12), 4961-4975.
- Durak, İ. (2011). Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması. Yönetim Bilimleri Dergisi, 9(2), 191-213.
- Ercan S., Yıldırım C., (2021), Bireysel Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin Türkçe'ye Uyarlanması, Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi, Cilt: 16 Sayı: 1, S. 91 - 105
- Eren E., Akpınar S. (2004), Yapısal Sermayenin İşletme Performansı Üzerindeki Etkilerinin Araştırılması, Öneri Dergisi, Cilt:6 S.22, Ss 9-17

- Erkorkmaz, Ü., Etikan, I., Demir, O., Özdamar, K., & Sanisoğlu, S. Y. (2013), Doğrulayıcı Faktör Analizi Ve Uyum İndeksleri. Türkiye Klinikleri Journal Of Medical Sciences, 33(1), 210-223.
- Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2016). Human Capital In Social And Commercial Entrepreneurship. International Journal Of Entrepreneurship, 31(4), 449-467.
- Fidan Y., Yurdasever E., (2017), Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Sermaye Profilleri Üzerine Bir Araştırma: Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Örneği, MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi Cilt:15, Sayı: 1, S.219 – 248
- Field, John (2008), Sosyal Sermaye, Çev: Bahar Bilgen Ve Bayram Şen, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2.Baskı, İstanbul.
- Forbes, D. P. (2005). The Effects Of Strategic Decision Making On Entrepreneurial Self-Efficacy. Entrepreneurship Theory And Practice, 29(5), 599–626.
- Fukuyama, F., (2005), Güven (Sosyal Erdemler Ve Refahın Yaratılması), 3. Baskı, Çev: Ahmet Buğdaycı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Gall, M.D., Borg, W.R., & Gall, J.P. (1996). Educational Research: An Introduction, (Sixth Edition). USA: Longman.
- Gedik, Ş., Miman M., Kesici M.S.(2015), Characteristics And Attitudes Of Entrepreneurs Towards Entrepreneurship, Procedia - Social And Behavioral Sciences 195, 1087 – 1096
- Göksel A., Aydın B., Bingöl D., (2010) Örgütlerde Bilgi Paylaşım Davranışı: Sosyal Sermaye Boyutundan Bir Bakış, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Volume: 65 Issue: 04, 87-109
- Gönül, F., & Yaşar, M. E. (2023). Üniversite Öğrencilerinin Öz Yeterlilik Ve İşsizlik Kaygılarının Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi. Bingöl Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(2), 85-101.
- Görmüş, A.Ş., (2009), Entelektüel Sermaye Ve İnsan Kaynakları Yönetiminin Artan Önemi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi (C.X I,S I, 2009), S.57 - 75
- Granovetter, M. S. (1973). The Strength Of Weak Ties. The American Journal Of Sociology, 78(6), 1360-1380.
- Guo, F., Zou, B., & Shi, L. X. (2019). What Determines Academic Entrepreneurship Success? A Social Identity Perspective. Journal Of Academic Entrepreneurship, 15(3), 929-952.
- Gül, H., & Beyşenova, A. (2018). Kontrol Odağı Ve Girişimcilik Eğilimi İlişkisi: KTMÜ Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(2), 213-234.
- Gürer A., Çiftçi G.B. (2018), Kültürel Zekanın Bireysel Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi, AL-FARABI 2nd International Congress On Social Sciences,
- Güven M., Akmeşe A., (2020), Sosyal Sermayenin Örgütsel Performans Ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi Örneği,

- Häuberer, J. (2011). *Social Capital Theory: Towards A Methodological Foundation*. Wiesbaden: VS Verlag Für Sozialwissenschaften.
- Hayes, A.F., (2013). *Introduction To Mediation, Moderation, And Conditional Process Analysis Methodology In The Social Sciences* , 85–159.
- Hidalgo, G., Monticelli, J. M., & Bortolaso, I. V. (2024). *Social Capital As A Driver Of Social Entrepreneurship*. *Social Enterprise Journal*, 15(1), 182-205.
- Hopoğlu S. (2017) *Yıkıcı Sosyal Sermaye Ve Darbeler: Teorik Bir Değerlendirme*, 3. Uluslararası Yeşilyurt Sempozyumu, 77-89
- Hsu, M., & Chiu, C. (2004). *Internet Self-Efficacy And Electronic Service Acceptance*. *Decision Support Systems*, 38, 369–381.
- Hu, M. Z., Su, Y. X., & Zhang, H. Y. (2021). *Migrant Entrepreneurship: The Family As Emotional Support, Social Capital, And Human Capital*. *Journal Of Urban Migration Studies*, 57(12), 3367-3386.
- Hulgård, L., & Spear, R. (2006). *Social Entrepreneurship And The Mobilization Of Social Capital In European Social Enterprises*. *Social Enterprise Journal*, 85-108.
- Işık M. (2020), *KOBİ'lerde Sosyal Sermayenin Stratejik Çevikliğe Etkisi*, İzmir İktisat Dergisi (İzmir Journal Of Economics) , Yıl:2020, Cilt:35, Sayı:1, S. 187 - 200
- Işık, M., Çiçek, B. (2020). *Planlı Davranış Teorisi Perspektifinden Girişimcilik Niyeti Üzerinde Sosyal Sermaye Öz Yeterlilik Ve Öz Saygının Rolü*. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, 15(1), 185-206.
- İrmiş Ayşe, İbrahim Durak, Lütfiye Özdemir (2010), *Girişimcilik Kültürü*, Anadolu Girişimciliğinden Örnekler, Ekin, Bursa.
- Jhang, F.-H. (2022). *Bonding Social Capital And Political Trust: The Mediating Role Of Trust In Public Figures In Taiwan*. *The Social Science Journal*, 59(1), 71–84
- Jiang Y. (2024), *Childhood Financial Difficulty And Entrepreneurial Intention: The Roles Of Work-Family Conflict And Openness To Experience*, *Journal Of Business Research* 175
- Jiao, H., & Robinson, J. A. (2011). *Building International Entrepreneurship Through Entrepreneurship Capital Perspective*. *Global Business Review*, 5(21), 8458-8469.
- Kalafatoğlu, Y. (2020). *Kalıp Yargıların Girişimcilik Niyetine Etkisi*. *İş Ve İnsan Dergisi*, 7(1), 105-118.
- Karaçay H., Varol Ç., (2015) *Sosyo-Ekonomik Kalkınmada Fiziki, Beşeri Ve Sosyal Sermaye Yatırımları: Vakıflar Genel Müdürlüğü Örneği*, Cilt: 17 Sayı: 3, 100 – 121
- Karagül M., Masca M.(2005), *Sosyal Sermaye Üzerine Bir İnceleme*, *Ekonomik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Bahar 2005, 1:37-52

- Karahan M. Yeşilkaya M.Ş.(2018), Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Yeteneklerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Fırat Üniversitesi Örneği, Kesit Akademi Dergisi, Yıl: 4, Sayı:14, S. 273 -288
- Kapu H., (2008), Sosyal Sermaye Ve Organizasyonların Öngörü Yeteneğini Geliştirme Gücü, Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 22, Sayı: 1, S. 259 - 288
- Karagöz, Y. (2017). SPSS Ve AMOS Uygulamalı Nitel-Nicel-Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri Ve Yayın Etiği. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Kaygın E., Güven B. (2015), Girişimci Olmayı Belirleyen Faktörler, <https://www.researchgate.net/publication/32910476>
- Keçeci Ş., (2022), İş Sağlığı Güvenliği Uzmanlarının Umut, Psikolojik Dayanıklılık, Özyeterlilik Ve İyimserlik Özelliklerinin İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde Mesleki Sosyalleşmenin Rolünün İncelenmesi: İstanbul İlinde Bir Uygulama, İstanbul Gedik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Doktora Tezi
- Keskin A. (2011), Ekonomik Kalkınmada Beşeri Sermayenin Rolü Ve Türkiye, Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 25, Sayı: 3-4, S. 125 - 153
- Keskin, M., (2008). “Sosyal Sermaye Ve Bölgesel Kalkınma Erzurum Ticaret Ve Sanayi Odası Üyelerine Sosyal Sermaye Düzeyi Ve Verilerin Analizi”, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum
- Kitapçı İ., (2016), Ekonomide Yenilikçi Bir Kavram: Bilişsel Sosyal Sermaye, Maliye Dergisi, Temmuz-Aralık 2016; 171:108-132
- Kocaeli Valiliği. (2024, 03 24). Kocaeli Ekonomisinde Sanayinin Yeri: <http://www.kocaeli.gov.tr/kocaeli-ekonomisinde-sanayinin-yeri> Adresinden Alındı
- Kwon, S. W., Heflin, C., & Ruef, M. (2013). Community Social Capital And Entrepreneurship. Journal Of Community Development Studies, 78(6), 980-1008.
- Kline, R.B., (2011), Principles And Practice Of Structural Equation Modelling, 3rd.Edition, NY: Guilford Press.
- Kolvereid L. (1997).Organizational Employment Versus Self–Employment: Reasons For Career Choice Intentions. Entrepreneurship Theory And Practice, 18, 5–21.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. Ve Carsrud, A. L. (2000). Competing Models Of Entrepreneurial Intentions. Journal Of Business Venturing, 15 (5), 411 – 432.
- Kuratko, D.F, Covin, J.G (2025), Fifty Years Of Entrepreneurship: Recalling The Past, Examining The Present, & Foreshadowing The Future, Journal Of Business Research, 186 (2025)
- Kurbanoglu S.S. (2004), Öz-Yeterlilik İnancı Ve Bilgi Profesyonelleri İçin Önemi, Bilgi Dünyası 2004, 5(2): 137-152

- Küçüköğlü M.T, Baynazoğlu M.E, Berber Ş. (2020), Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Kariyer Ve Girişimcilik Yönelimler, Yönetim Ve Ekonomi 27/1 (2020) 91-108
- Kwon, S. W., Heflin, C., & Ruef, M. (2013). Community Social Capital And Entrepreneurship. *Journal Of Community Development Studies*, 78(6), 980-1008.
- Light, I., & Dana, L. P. (2013). Boundaries Of Social Capital İn Entrepreneurship. *Regional Entrepreneurship Review*, 37(3), 603-624.
- Lin, N, Cook, K. & Burt, R. S., (2008), *Social Capital: Theory And Research* (4th Edition). USA: Transaction Publishers.
- Linan, F., Rodriguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors Affecting Entrepreneurial Intention Levels: A Role For Education. *International Entrepreneurship And Management Journal*, 7(2), 195–218.
- Liu, T. H., Lo, S. H., & Dai, C. Y. (2018). Expanding The Two Wings Of Social Capital For Value Creation: Strategic Entrepreneurship Of HTC, 1997-2008. *Journal Of Strategic Entrepreneurship*, 30(5), 512-523.
- Lumpkin, G.T., Dess, G.G., 1996. Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linking İt To Performance. *Acad. Manage. Rev.* 21 (1), 135–172.
- Luthans, F., Youssef, C. M., (2014), “Psychological Capital And Well-Being”, *Conceptual Review*, USA, Pages 145.
- Mahato, J., Jha, M. K., & Verma, S. (2022). The Role Of Social Capital İn Developing Sustainable Micro-Entrepreneurship Among Rural Women İn India: A Theoretical Framework. *Journal Of Rural Entrepreneurship*, 10(3), 504-526.
- Miller, D. (1983). “Th E Correlates Of Entrepreneurship İn Th Ree Types Of Firms”, *Management Science*, 29, 770–791.
- Miller, D., 2011 (1983). Revisited: A Reflection On EO Research And Some Suggestions For The Future. *Entrepreneur. Theory Pract.* 35 (5), 873–894.
- Mirza, Ş., Demiral, G. (2019). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkileri Ve Yüksek Lisans Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(4), 3256-3268.
- Mueller, SL And S Goic (2003). East-West Differences İn Entrepreneurial Self-Efficacy: Implications For Entrepreneurship Education İn Transition Economies. *International Journal Of Entrepreneurship Education*, 1(4), 613–632
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, İntellectual Capital, And The Organizational Advantage. *Academy Of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Naktiyok, A., Nur Karabey, C., & Caglar Gulluce, A. (2010). Entrepreneurial Self-Efficacy And Entrepreneurial İntention: The Turkish Case. *International Entrepreneurship And Management Journal*, 6(4), 419–435.

- Nart, S., & Yıldırım, Y. T. (2021). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Öz-Yeterlilik Algısının Aracılık Rolü Üzerine Bir Araştırma. *Journal Of Entrepreneurship And Innovation Management*, 10(1), 1-28.
- Onyx, Jenny, Paul Bullen, (2000) “Measuring Social Capital In Five Communities”, *Journal Of Applied Behavioral Science*, 36(1), 23-41.
- Örnek A.Ş., Danyal Y., (2015), Increased Importance Of Entrepreneurship From Entrepreneurship To Techno-Entrepreneurship (Startup): Provided Supports And Conveniences To Techno-Entrepreneurs In Turkey, *Procedia - Social And Behavioral Sciences* 195, 1146 – 1155
- Özbezek, B. D., Paksoy, H. M., & Arabo, S. K. (2022). Sosyal Sermayenin Yenilikçi Davranışa Etkisinde Girişimcilik Eğiliminin Aracılık Rolü: Gaziantep’teki Suriyeli Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (47), 211-227.
- Özdemir A. A. (2007), “Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye Ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerinde Yapılan Bir Alan Araştırması”, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Danışman: Prof.Dr.Enver ÖZKALP, Yönetim Organizasyon Anabilim Dalı, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eylül 2007.
- Özdemir, B., Yılmaz, G., & Çalışkan, O. (2013), Restoran Müşterilerinin Şikâyet Davranışlarının Planlı Davranış Kuramı Çerçevesinde İncelenmesi Üzerine Bir Pilot Çalışma, 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, Kayseri
- Özler E, Giderler C., Baran, H, (2017), Öz Yeterlilik Ve Kontrol Odağının Bireylerin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Uluslararası Yönetim İktisat Ve İşletme Dergisi*, ICMEB17 Özel Sayısı, 736 – 747
- Pazarcık, Y. (2016). Üniversitelerimiz Girişimci Yetiştirebiliyor M U?: Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Algısını/Eğilimini/Özelliklerini Ölçen Araştırmaların Sonuçsal Bir Değerlendirmesi. *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Cilt 17, Sayı 7, 140–167.
- Poon, J. P. H., Thai, D. T., & Naybor, D. (2012). Social Capital And Female Entrepreneurship In Rural Regions: Evidence From Vietnam. *Journal Of Rural Entrepreneurship Studies*, 35(1-2), 308-315.
- Portes, Alejandro. (1998) *Social Capital: Its Origins And Applications In Modern Sociology*.
- Putnam, R.D., (1993), *Making Democracy Work: Civic Traditions In Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton, NJ, 1993.
- Putnam, R.D. (1995), “Bowling Alone: America’s Declining Social Capital”, *Journal Of Democracy*, 6(1).
- Putnam, R.D. (2000). Economic Growth And Social Capital In Italy. *Eastern Economic Journal*, 21(23), 295-307.
- Ribeiro M.A., Adam I., Kimbu A.N., Afenyo-Agbe E., Adeola O., Figueroa-Domecq C., Jong A. (2021), Women Entrepreneurship Orientation, Networks And

Firm Performance In The Tourism Industry In Resource-Scarce Contexts, *Tourism Management* 86.

Rogers, Everett M., 1995. *Diffusion Of Innovations*. Free Press, New York.

Rukuiziene, R. (2012). Discontinuity Between Entrepreneurship Development And Social Capital In Rural Areas. *Journal Of Rural Sociology*, 32, 130-139.

Sabuncu, R. G. (2017). Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetleri Ve Çevresel Tutumlarını Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi Anadolu Üniversitesi

Safran, B., (2020), Girişimcilikte Tembellik Ve Sosyal Sermayenin Yaratıcılık Ve İnovasyon Üzerindeki Etkileri, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi

Sahasranamam, S., & Nandakumar, M. K. (2020). Individual Capital And Social Entrepreneurship: Role Of Formal Institutions. *International Journal Of Social Entrepreneurship*, 107, 104-117.

Sahasranamam, S., Nandakumar, M. K., Temouri, Y. (2021). Knowledge Capital In Social And Commercial Entrepreneurship: Investigating The Role Of Informal Institutions. *Journal Of Entrepreneurship Studies*, 27(1), 29-45.

Sart G.(2020), Bireysel Girişimcilik Eğilimi Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik Ve Güvenirlilik Çalışması. *International Journal Of Applied Economic And Finance Studies*, 1(5), 58-72.

Shapero, A., Ve Sokol, L. (1982). *The Social Dimensions Of Entrepreneurship*: Prentice-Hall.

Songur, M. (2017). Türkiye’de Beşeri Sermaye Ve Fiziksel Sermaye Arasındaki İkame Olanakları: Translog Üretim Fonksiyonu Yaklaşımı. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 201-224.

Sözbilir F. (2022), İlişkisel Sosyal Sermaye Demografik Faktörlerden Etkilenir Mi?, *Fiscaoeconomia* 6 (3), 1545-1567

Stephen, M. L., & Dato-On, M. C. (2008). Gender-Role Orientation As A Determinant Of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Journal Of Developmental Entrepreneurship*, 13(1), 4.

Suhaimee, S., Zaidi, M. A. S., & Sulaiman, N. (2020). Social İnnovation And Social Entrepreneurship As Mediators Of The Relationship Between Social Capital And Income Level Of B40 Households. *Journal Of Social Enterprise*, 21(2), 837-856.

Sun, X. H., Xiong, A. L., & Li, Y. H. (2023). Does Social Capital İnfluence Small Business Entrepreneurship? Differences Between Urban And Rural China. *China Business Journal*, 70(3), 819-837.

Şan, M.K. Şimşek, R. (2011), Sosyal Sermaye Kavramının Tarihsel - Sosyolojik Arka planı, *Akademik İncelemeler Dergisi Cilt:6 Sayı:1*, S.88-110

Şeşen, H., Basım, H. N. (2012). Demografik Faktörler Ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 12(Özel Sayı), 21-28.

- Tangör B.B., Özgen H., (2022), Öz-Yeterlik Ve Bireysel Girişimcilik Yönelimi İlişkisinde Mükemmeliyetçiliğin Aracı Rolü, Gazi İktisat Ve İşletme Dergisi, 8(1):164-178
- Tavakol M, Dennick R (2011) Making Sense Of Cronbach's Alpha. International Journal Of Medical Education, 2, 53–5, Doi: 10.5116/İjme.4dfb.8dfd.
- Teece, D.J., (1986). Profiting From Technological İnnovation. Res. Policy 15 (6), 285–305.
- Tefek A., Çakıcı A. (2024), Aile Yapısının Girişimcilik Eğilimi Ve Girişimcilik Niyetine Etkisi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 33 No: 1 Sayfa: 95-114
- Timuroğlu, M. K., & ÇAKIR, S. (2014). Girişimcilerin Yeni Bir Girişim Yapma Niyetlerinin Risk Alma Eğilimi İle İlişkisi. Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16(2), 119-136.
- Timuroğlu, M. K., Akpunar, E. N. (2017). Duygusal Zekânın Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi. Ataturk University Journal Of Economics & Administrative Sciences, 31(4).
- Tokatlioglu, S. (2019). İşletme Kurma Kararı. Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi, 14(1), 101-111.
- Top, S. (2006). Girişimcilik Niyet Modelleri Ve Kültürel Kimliğin Etkileri Dr. Seyfi Top Dr. Murat Sevcen Citation İno. Journal, V. VIII, (2), 117-135.
- Topaloğlu M. (2024), Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Bireysel Girişimcilik Yönelimine Etkisinde Kültürel Zekânın Rolü, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Tokat
- Tosunoğlu B. T. (2003), Girişimcilik Ve Türkiye'nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Eskişehir
- Tschannen-Moran, M., Woolfolk Hoy, A. (2007). The Differential Antecedents Of Selfefficacy Beliefs Of Novice And Experienced Teachers. Teaching And Teacher Education, 23, 944-956.
- Turgut E., Beğenirbaş M. (2014), İlişkisel Sosyal Sermayenin Yenilikçi Davranışa Etkisinde Örtülü Bilgi Paylaşımı Davranışının Aracılık Rolü, Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 2014, Cilt: 7, Sayı: 1, S. 146-160
- Turkina, E., & Thai, M. T. T. (2013). Social Capital, Networks, Trust And İmmigrant Entrepreneurship: A Cross-Country Analysis. Global Entrepreneurship Journal, 7(2), 108-122.
- Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital And Value Creation:The Role Of Intrafirm Networks. The Academy Of Management Journal, 41(4), 464–476.
- Uğurlu, Ö.Y., Sosyal Sermaye Ve İş Performansı Arasındaki İlişkide Örtülü Bilgi Paylaşımı Davranışının Aracılık Etkisi: Sigortacılık Sektöründe Bir Araştırma, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 18(1)
- Ürper, Y. (2012). Girişimcilik Ve İş Kurma. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi

- Valdez, Z. (2008). The Effect Of Social Capital On White, Korean, Mexican And Black Business Owners' Earnings In The US. *Ethnic Entrepreneurship Journal*, 34(6), 955-973.,
- Wang, Y., Tian, Y., & Zhang, R. (2024). Does Social Capital Influence Farmers' E-Commerce Entrepreneurship? China's Regional Evidence. *Journal Of Rural Digital Commerce*, Early Access., S. 601 - 625
- Wei W., Prasetyo Y.T., Belmonte Z.J.A., Cahigas M.M.L., Nadlifatin R., Gumasing M.J.J. (2025), Applying The Technology Acceptance Model– Theory Of Planned Behavior (TAM-TPB) Model To Study The Acceptance Of Building Information Modeling (BIM) In Green Building In China, *Acta Psychologica* 254 (2025) 104790
- Williams, N., Huggins, R., & Thompson, P. (2017). Social Capital And Entrepreneurship: Does The Relationship Hold In Deprived Urban Neighborhoods? *Urban Entrepreneurship Journal*, 48(4), 719-743.
- Williams, N., Huggins, R., & Thompson, P. (2020). Entrepreneurship And Social Capital: Examining The Association In Deprived Urban Neighbourhoods. *Urban Studies Journal*, 44(2), 289-309.
- Wolf K., Theunissen P. (2023), One Voice Or Multi-Issue Movement? Exploring The Role Of Bonding And Bridging Social Capital Within The COVID-19 Antivax Movement, <https://doi.org/10.1016/J.Pubrev.2023.102316>
- Woolcock, M.. (2001). Microenterprise And Social Capital: A Framework For Theory, Research, And Policy. *The Journal Of Socio-Economics*, 30, Pp. 193–98
- Wu, S. Y., Wang, S. T., Liu, F., Hu, D. C., & Hwang, W. Y. (2012). The Influences Of Social Selfefficacy On Social Trust And Social Capital-A Case Study Of Facebook. *Turkish Online Journal Of Educational Technology-TOJET*, 11(2), 246-254
- Xie, G., Wang, L. P., & Lee, B. F. (2021). Understanding The Impact Of Social Capital On Entrepreneurship Performance: The Moderation Effects Of Opportunity Recognition And Operational Competency. *Frontiers In Psychology*, 12, 1-10.
- Yang, Y. Linyi S. (2017). The Dilemma And Countermeasures Of Human Capital And Social Capital In College Students' Entrepreneurship. In *Proceedings Of The 2017 International Conference On Management, Education And Social Science (ICMESS 2017)* (Vol. 72, Pp. 524-527).
- Yarıç, S. (2011), Pierre Bourdieu'da Sosyal Sermaye Kavramı, *Akademik İncelemeler Dergisi Cilt:6 Sayı:1*
- Ye, P. Q. (2012). On The Effects Of Entrepreneurs' Social Capital On Entrepreneurship Behaviors. In *Proceedings Of The 2012 International Conference On Management Innovation And Public Policy (ICMIPP 2012)* (Vols. 1-6, Pp. 2449-2456).
- Yu, L., Yin, X. D., & Li, W. W. (2017). Lose To Win: Entrepreneurship Of Returned Migrants In China. *Journal Of Regional Urban Economics*, 58(2), 341-374.

- Yörük N., Erdem M., Entelektüel Sermaye Ve Unsurlarının, İmkb'de İşlem Gören Otomotiv Sektörü Firmalarının Finansal Performansı Üzerine Etkisi, Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 22 Temmuz 2008 Sayı: 2, S. 397 - 413
- Zehir C., Bektaş G. (2022), Duygusal Zekâ Ve Girişimcilik Niyeti Arasında Öz Yeterliliğin Aracılık İlişkisi, Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt. 6, Sayı. 1, Pp. 11–21
- Zelekha, Y., & Dana, L. P. (2019). Social Capital Versus Cultural Capital Determinants Of Entrepreneurship: An Empirical Study Of The African Continent. *Journal Of African Business*, 28(2), 250-269.
- Živadinović, K, N. (2004). Utvrđivanje Osnovnih Karakteristika Proizvoda Primjenom Faktorske Analize [Defining The Basic Product Attributes Using The Factor Analysis]. *Ekonomski Pregled*, 55, 952–966
- Zhao, J. M., & Li, T. C. (2021). Social Capital, Financial Literacy, And Rural Household Entrepreneurship: A Mediating Effect Analysis. *Journal Of Rural Development*, 12.
- Zhao, W. B., Ritchie, J. R. B., & Echtner, C. M. (2011). Social Capital And Tourism Entrepreneurship.

Ek-2: Anket Formu

T.C
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ

Sayın Katılımcı,

Bu anket formu, T.C İstanbul Gedik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde tamamen bilimsel amaçlarla yürütülen, Sosyal Sermayenin Girişimcilik Yönelimi ve Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Öz yeterliliğin Aracı Rolü konusunda bilgi edinme amacıyla yapılan doktora tez çalışması için hazırlanmıştır. Sorulara vereceğiniz cevaplar **KESİNLİKLE GİZLİ** tutulacaktır. Soruların doğru veya yanlış bir cevabı yoktur. Tüm katılımcıların cevapları bir araya getirilerek toplu değerlendirme yapılacaktır. Size göre en doğru olan cevabı vermeniz araştırmanın sağlıklı ilerlemesi açısından önem arz etmektedir. Anket toplam 4 bölümden oluşmakta ve yaklaşık 10 dakikanızı alacaktır. Değerli zamanınızı ona göre ayarlamanızı tavsiye ederiz.

İşbirliğiniz ve İlginiz için teşekkür ederiz.

Dr. Öğretim Üyesi Ahmet Erkasap
Danışman

Eray Cavlak
Gedik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Öğrencisi

Soruları cevaplarken her biri soruya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz. İşaretleyeceğiniz numarayı daire içine alınız.

Kişisel Bilgiler

Yaşınız:

Eğitim Durumunuz: a) İlköğretim b) Lise c) Ön Lisans d) Lisans d) Yüksek Lisans/Doktora

Hangi Sektörde Çalışıyorsunuz?

a) Kimya b) Otomotiv c) Enerji d) Hızlı Tüketim Malları e) İlaç F) Bilişim G) Hizmet Sektörü H) Plastik/Ambalaj I) Diğer

Cinsiyetiniz: a) Erkek b) Kadın c) Belirtmek İstemiyorum

Medeni Durum: a) Evli b) Bekar c) Diğer

Mevcut Kurumunuzdaki Çalışma Süreniz: a) 0-1 Yıl b) 1-5 Yıl c) 5-10 Yıl d) 10-15 Yıl e) 15+ Yıl

Toplam İş Deneyimi (Tüm İş Hayatı Boyunca) : a) 0-1 Yıl b) 1-5 Yıl c) 5-10 Yıl d) 10-15 Yıl e) 15+ Yıl

Pozisyonunuz: a) Uzman Yardımcısı b) Uzman c) Alt Kademe Yönetici d) Orta Kademe Yönetici e) Üst Kademe Yönetici f) Diğer

Sıra No	Bireysel Girişimcilik Yönelimi	1	2	3	4	5
	(1) Kesinlikle Katılıyorum, (2) Katılıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılmıyorum ve (5) Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini temsil etmektedir.					
1	Bilmediğim konularda cesaretle girişimde bulunmayı severim.					
2	Yüksek getiri sağlayacağına inandığım bir şeye çok fazla zaman ayırmaya ve/veya para yatırmaya meyilliyim.					
3	Riskli durumlarda cesur davranma eğilimdeyim.					
4	Riskli olsun ya da olmasın, genellikle, standart olmayan yeni ve sıra dışı aktiviteler denemeyi severim.					
5	Genel olarak, daha önce kullanılan, denenmiş ve mevcut proje ve yöntemleri ele almak yerine, özgün ve eşi benzeri olmayan projeler ve yaklaşımlara daha çok önem veririm.					
6	Yeni şeyler öğrenirken herkesin yaptığı gibi yapmaktansa kendime özgü benzersiz bir yöntem denemeyi tercih ederim.					
7	Problem çözerken, başkalarının çoğunlukla kullandıkları yöntemleri kullanmak yerine, farklı ve orijinal yaklaşımları tercih ederim.					
8	Genellikle gelecekte yaşanabilecek problemleri, ihtiyaçları veya değişiklikleri öngörebilirim.					
9	Projeleri önceden planlama eğilimindeyim.					
10	Bir projeyi oturup başkasının yapmasını beklemek yerine, onu hızlandırmayı ve üzerinde çalışmayı tercih ederim.					
Sıra No	Sosyal Sermaye Ölçeği	1	2	3	4	5
	(1) Her zaman, (2) Genellikle, (3) Ara sıra (4) Nadiren (5) Hiçbir zaman seçeneğini temsil etmektedir.					
11	Kamu kurumları ve siyaset camiasında önemli tanıdıklarım var					
12	Sivil toplum kuruluşlarındaki faaliyetlerim sayesinde geniş bir sosyal çevreye sahibim.					
13	Sahip olduğum sosyal çevre sayesinde pek çok sorunumu kolayca çözebiliyorum.					
14	Aile ve akrabalarım sayesinde geniş bir sosyal çevreye sahibim.					
15	İhtiyacım olduğunda yakın arkadaşlarımdan yardımcı olacağına güvenim tam.					
16	Çalıştığım sektörde geniş bir çevrem (tedarikçiler, proje ortakları, müşteriler) var.					
17	İş dünyasında önemli tanıdıklarım var.					
18	Çalıştığım yerlerde kritik bilgiler					

	sağlayabilecek kişilerle aram iyidir.					
19	İş açısından önemli kişilerle iyi bir iletişime sahibim.					
20	Mahalledeki esnaf ve komşularıyla iyi ilişkilerim var					
21	Üniversite çalışanları ve akademisyenlerle iyi ilişkilere sahibim					
22	Medya ve kültür/sanat dünyasından ünlü tanıdıklarım var.					
23	Yurt dışında önemli bağlantılara sahibim.					
24	İnternet ve sosyal medyadaki bağlantılarımı etkili kullanıyorum.					
25	Yeni iş ilişkileri kurmak ve mevcut olanları sürdürmek için çaba ve zaman sarf ederim.					
Sıra No	Girişimcilikte Özyeterlilik (1) Kesinlikle Katılıyorum, (2) Katılıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılmıyorum ve (5) Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini temsil etmektedir.	1	2	3	4	5
26	Bir işe başlamak için gereken çabayı ortaya koyabileceğime eminim					
27	Geçmiş tecrübelerim bir işe başlamak için çok değerli olacaktır.					
28	Genel olarak, becerilerim ve yeteneklerim bir işe başlamamda yardımcı olur.					
29	Eğer sıkı çalışırsam, başarılı bir şekilde bir işletme kurabilirim / bir işi başarılı bir şekilde başlatabilirim.					
Sıra No	Girişimcilikte Niyeti (1) Kesinlikle Katılıyorum, (2) Katılıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılmıyorum ve (5) Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini temsil etmektedir	1	2	3	4	5
30	Girişimci olmayı ciddi olarak hiç düşündünüz mü?	(Evet)				(Hayır)
31	Girişimci olmak için her şeyi yapmaya hazırım.					
32	Profesyonel hedefim girişimci olmak.					
33	Kendi firmamı kurmak ve işletmek için her türlü çabayı göstereceğim					
34	Gelecekte bir firma kurmaya kararlıyım.					
35	Bir firma kurmayı çok ciddi olarak düşündüm.					
36	Bir gün bir firma kurmaya kesin niyetim var.					