



## Kadın Yöneticilerin Sosyal Sermaye Düzeyleri İle İç Girişimcilik Davranışları Arasındaki İlişki (Spor Hizmet İşletmesi Örneği)



Aydın PEKEL [Sorumlu Yazar]

İstanbul Gelişim Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, apekel@gelisim.edu.tr



Nimet KORKMAZ

Bursa Uludağ Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, nhasil@uludag.edu.tr



Mehmet İNAN

Bursa Uludağ Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, inanmehmet12@outlook.com

**Makale Geliş Tarihi:** 08.05.2021

**Makale Kabul Tarihi:** 14.06.2021

**Makale Yayın Tarihi:** 30.06.2021

### Özet

Bu araştırmanın amacı; spor hizmet işletmesinde yöneticilik yapan kadın personelin sosyal sermaye algısı ile iç girişimcilik davranışları arasındaki ilişkinin yönü ve düzeyinin değerlendirilmesidir. Bu doğrultuda, araştırma ilişkisel tarama yöntemi uygulanarak yapılmıştır. Araştırmanın evrenini, İstanbul Büyükşehir Belediyesi İstanbul Spor Etkinlikleri ve İşletmeciliği Ticaret AŞ (Spor İstanbul) bünyesinde görev yapan (N=101) kadın yönetici, örneklemi ise (n=50) gönüllü katılımcı oluşturmaktadır. Katılımcılara çalışma hakkında bilgi verildikten sonra çalışmaya katılım gönüllülük esasına dayalı olarak yürütülmüştür. Katılımcılara tanımlayıcı bilgi formu, sosyal sermaye ölçeği ve iç girişimcilik ölçeği uygulanmıştır. İstatistiki işlem olarak korelasyon analizinden faydalanılmıştır. Sonuç olarak sosyal sermaye STK üyeliği boyutu ortalaması zayıf seviyede görülürken, diğer boyutların ortalama üzerinde olduğu, iç girişimcilik yönlü davranışların ise ortalama üstü bir düzeyde görüldüğü tespit edilmiştir. Sosyal sermaye ile iç girişimcilik davranışı arasında zayıf ve orta düzeyde pozitif yönde ilişkiler bulunduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kadın Yönetici, Spor İşletmesi, Sosyal Sermaye

## Correlation Between The Social Capital Level and Entrepreneurship Behaviors of Manageresses (Case of Sports Service Business)

### Abstract

The purpose of this study was to evaluate the aspect and level of the correlation between the social capital perception and intrapreneurship behaviors of manageresses in sports business. Accordingly the study was conducted using the relational screening method. The target population of the study comprised manageresses (n=101) doing a duty within the body of İstanbul Metropolitan Municipality İstanbul Sports Activities and Enterprise Trading Inc. (Sports İstanbul), while the sample comprised voluntary participants (n=50). After informing the participants about the study, the study participation was carried out on voluntary basis. Descriptive information form, social capital scale and intrapreneurship scale were applied to the participants. Correlation analysis was used as statistical procedure.

As a consequence the mean of the social capital NGO dimension was weaker, while other dimensions were above average and intrapreneurship behaviors were also above average. There were weak and moderate correlations between social capital and intrapreneurship behavior in a positive direction.

**Keywords:** Manageress, Sports Business, Social Capital

## GİRİŞ

İnsanlar farklı iletişim araçları sayesinde birbirleriyle bir ağ oluşturarak ortak bir değer yaratmakta ve bunları iletişim ağının diğer üyeleriyle paylaşma eğilimindedirler. Dolayısıyla iletişim ağları bir kaynak oluşturması nedeniyle bir nevi sermaye oluşumu gibi değerlendirilmektedir (Field, 2003). Nitekim iletişim araçları sosyal sermaye olarak düşünülebilir. Aslında sosyal sermayenin temelini sosyal iletişim ağlarının değerli olduğu (Field, 2006) düşüncesi oluşturmaktadır.

“Sermaye, bir toplumda değerli olarak kabul edilen kaynaklara yatırım ve oluşturulan artık değer” olarak ifade edilirken (Ağcasulu, 2017) ekonomik büyüme ile birlikte sosyal ve kurumsal boyutlara duyulan ilginin artması 21. yüzyılda eşgüdüm ve iş birliğini kolaylaştıran normlar ve güven gibi sosyal organizasyonların özelliklerini ifade ederek toplumsal ortak fayda sağlamayı amaçlayan “sosyal sermaye” kavramı (Putnam, 1993) genel olarak kabul görmeye başlamıştır.

Günümüzde insanların, hedeflenen ortak amaçlar doğrultusunda birlikte hareket etmeleri işletmeler içinde önemli bir süreç olarak görülmektedir. Bu bağlamda örgütsel sosyal sermaye, güven, bağlılık ve işbirliğinin desteklenmesi ile örgüte katkıda bulunan ayrıca bilgi ve iş akışı ile rekabet avantajı sağlayarak entelektüel sermayenin artmasına destek olan bir kaynak olarak görülmektedir. Nitekim işletmelerde en önemli üretim faktörünün insan kaynağı olduğu göz ardı edilmemelidir. İşletmelerde sosyal ilişkilerin desteklenmesi, amaç birliği oluşturma ve takım halinde çalışma (Arı 2020), ürün/hizmet verimliliğini ve hızını doğrudan etkileyecektir. Bu da sosyal sermayenin işletmelerde önemli bir aracı kaynak olduğunu göstermektedir. İş hayatında “kadınların ve erkeklerin sosyal ağ yapılanması farklıdır” (Burke vd. 1995). Sosyal yapıdan dolayı imkân ve kısıtlılıklar fırsat eşitliğini ortadan kaldırmakta bu da sosyal ağlardaki cinsiyet farklılığına neden olmaktadır. Sosyal ağ ilişkilerine yön veren en önemli ve güçlü unsurun cinsiyet olduğu vurgulanmaktadır (Mc Pherson ve Smith-Lovin, 1987). Çalışma hayatında kadın ve erkeğin farklı pozisyonlarda olması, evlilik rolleri, aile ilişkileri kadınların ağ kurmadaki kısıtlılıkları (Lin 1999), ana etken olarak gösterilmektedir. Ancak günümüzde eğitim düzeyinin artması ile birlikte iş ve toplumsal hayatta cinsiyet ayrımcılığı kadınların değişime uyum sağlama sayesinde engellenmekte erkeklerle aynı kazançta ve statüde işlere sahip olmalarının önü açılmaktadır. Eğitimli kadınların desteklenmesi çalışma hayatında bilgi, tecrübe ve fikirlerine değer verilmesi, onların sosyal ağlara girme engellerini ortadan kaldırabilir.

Bir işletmenin değişimini sağlayan iç girişimcilik, organizasyonun büyümesi ve iş çeşitliliği sağlanması, çalışanların motivasyonunu en iyi düzeyde tutması, çalışanları memnun etmesi ve gizli kalmış kaynakların yeni yöntemlerle kullanılmasında oldukça önemlidir (Alipour İdris ve Karimi, 2011). Geçmişten günümüze iç girişimcilik ile ilgili yapılan açıklamalar içerisinde hizmet işletmelerini de kapsayan iç girişimcilik, Chang (2001) tarafından “mevcut girişimcilik kaynaklarının veya çalışanların yaratıcılıklarının kullanılarak örgüt içinde yeni faaliyetlerin oluşturulması süreci” olarak ifade edilmektedir. İç girişimcilik ile ilgili yapılan farklı tanımların olmasına rağmen tanımların genelinde; değişim, süreç ve yenilik kavramları ön plana çıkmaktadır (Pekel, 2020). Dolayısıyla girişimciliğin bir türü olan iç girişimcilik açısından sosyal sermayenin önemi açıktır.

Sosyal sermaye, işletmelerde değişim ve gelişim sürecinde yer alan diğer sermayelerin kalitesini biçimlendiren bir etkiye sahiptir. Girişimcilerin ve işletmelerdeki üst düzey yöneticilerin karakteristik nitelikleri, sosyo demografik özellikleri bir sosyal sermaye kaynağıdır (Hambrick ve Mason, 1984). Günümüzde sosyal sermaye girişimcilere diğer sermaye türleri ile elde edilemeyecek çok özel avantajlar sağlamaktadır.

Sosyal sermaye olarak nitelendirilebilecek, girişimcinin ve iç girişimcilerin farklı fikirlere, bilgilere ve yeniliklere erişmesine olanak sağlayabilecek farklı düzeyde ilişkilerden bahsetmek mümkündür. Nitekim spor hizmet işletmesinde çalışan kadın yöneticilerin sosyal sermaye düzeyi ile iç girişimcilik davranışları arasındaki ilişkinin yönü ve düzeyi merak uyandırmaktadır.

## **YÖNTEM**

### **Araştırma Modeli**

Bu araştırmanın amacı; spor hizmet işletmesinde yöneticilik yapan kadın personelin sosyal sermaye algısı ile iç girişimcilik davranışları arasındaki ilişkinin yönü ve düzeyinin değerlendirilmesidir. Bu doğrultuda, değişkenler arasında birlikte değişim düzeyinin ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modeli olan ilişkisel tarama yönteminden (Karasar, 2017) yararlanılmıştır. Veri toplama aracı olarak ölçekler uygulanarak, gönüllülük esasına dayalı yüz yüze veri toplanmıştır. Katılımcılara tanımlayıcı bilgi formu ve sosyal sermaye ölçeği, hakkında bilgi verildikten sonra veriler toplanmıştır.

### **Evren ve Örneklem**

Araştırmanın popülasyonu: İstanbul Büyükşehir Belediyesi İstanbul Spor Etkinlikleri ve İşletmeciliği Ticaret AŞ (Spor İstanbul) bünyesinde görev yapan (N=101) kadın yönetici oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise tesadüfi örnekleme yöntemi ile belirlenen (n=50) gönüllü katılımcı oluşturmaktadır.

**Tablo 1.** Katılımcıların demografik özellikleri

	<b>Değişkenler</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Medeni Durum</b>	Evli	22	44,0
	Bekâr	28	56,0
	Toplam	50	100,0
<b>Yaş</b>	21-25	10	20,0
	26-30	15	30,0
	31-35	17	34,0
	36-40	8	16,0
	Toplam	50	100,0
<b>Eğitim Düzeyi</b>	İlkokul	51	8,7
	Ortaokul	51	8,7
	Lise	107	18,4
	Üniversite	374	64,2
	Toplam	583	100,0
<b>Mesleki Tecrübe</b>	1-5 Yıl	-	-
	6-10 Yıl	29	58,0
	11 ve üzeri	21	42,0
	Toplam	50	100,0
<b>Kurumdaki Statü</b>	Yönetici	24	48,0
	Eğitmen/Antrenör	18	36,0
	Büro Personeli	8	16,0
	Toplam	50	100,0
<b>Spor Yapma Durumu</b>	Evet	22	44,0
	Hayır	28	56,0
	Toplam	50	100,0

Tablo 4. 1 incelendiğinde, çalışmaya katılan gönüllülerin %44,0'ünün evli, %56,0'sının bekâr olduğu, %20'sinin 21-25 yaş, %30'unun 26-30 yaş, %34'ünün 31-35 yaş, %16'sının 36-40 yaş, aralığında olduğu, %8,7'sinin ilkökul, %8,7'sinin ortaokul, %18,4'ünün lise, %64,2'sinin üniversite eğitim seviyesinde olduğu, %58'inin 6-10 yıl, %42'sinin 11 yıl ve üzeri mesleki tecrübeye sahip olduğu, %48'inin yönetici, %36'sının eğitimci/antrenör, %16'sının büro personeli olduğu, %44'ünün aktif olarak spor yapmakta olduğu, %56'sının ise aktif olarak spor yapmadığı görülmektedir.

## Veri Toplama Araçları

Araştırmacı tarafından oluşturulan tanımlayıcı form; medeni durum, eğitim düzeyi, yaş, mesleki tecrübe, gelir düzeyi ve kurumdaki statünüz olmak üzere 6 sorudan oluşmaktadır.

Katılımcıların sosyal sermaye düzeylerini ölçmek için Onyx ve Bullen (2000) tarafından geliştirilen Ardahan (2012) tarafından geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılarak 34 madden oluşan ölçekten, 6 madde çıkartılarak Türkçe uyarlaması yapılan 28 madde ve 9 alt boyuttan oluşan sosyal sermaye ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin; “Yerel Komiteye Katılım” alt boyutu, 1, 2, 5, 6 ve 7. maddelerden “Komşuluk İlişkisi” alt boyutu, 18, 19, 20, 21 ve 22. maddelerden “Bir Yere Aidiyet” alt boyutu 25,26, 27 ve 28. maddelerden “Başkalığa Tolerans” alt boyutu 23 ve 24. maddelerden, “STK Üyeliği” alt boyutu 3 ve 4. maddelerden, “Güven İnsan”, alt boyutu 14, 15 ve 17. maddelerden “Güven Çevre” alt boyutu, 13 ve 16. maddelerden “Sosyal Konularda İnisiyatif” alt boyutu, 9, 10, 11. maddelerden “Sosyal Temsilcilik”, alt boyutu 8 ve 12. maddelerden oluşmaktadır. Ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0.84 olarak belirtilmiştir. Ölçek maddeleri 4'lü Likert tipi şeklinde “1- Kesinlikle Hayır, 2- Sıklıkla Hayır, 3- Sıklıkla Evet, 4- Kesinlikle Evet” derecelendirilmiştir.

Katılımcıların iç girişimcilik davranış düzeyini ölçmek için bazı araştırmacılar tarafından geliştirilmiş, geçerlik ve güvenilirlikleri yapılmış (Donavan vd. 2004; Stewart, 2009; Uygun ve Akın, 2017), 22 madde ve 4 alt boyuttan oluşan iç girişimcilik davranışı ölçeği kullanılmıştır. İç girişimcilik davranışı ölçeği; “yenilikçilik (6 madde), risk alma-üstlenme (6 madde), inisiyatif alma ve öngörü (6 madde) ve genel iç girişimcilik eğilimi (4 madde)” olmak üzere dört alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek (1) “Kesinlikle Katılmıyorum” dan (5) “Kesinlikle Katılıyorum” biçiminde sıralanan Likert tipi eşit aralıklı ölçme niteliği taşımaktadır (Uygun ve Akın, 2017). İç girişimcilik ölçeği; inisiyatif alma ve öngörü, yenilikçilik ve risk alma-üstlenme alt boyutlarının puan dağılımlarında 0-6 puan aralığı çok düşük, 7-12 puan aralığı düşük, 13-18 puan aralığı orta, 19-24 puan aralığı yüksek, 25-30 puan aralığı ise çok yüksek düzey olarak açıklanmıştır. Genel iç girişimcilik eğilimi alt boyutunun puan dağılımında 0-4 puan aralığı çok düşük, 5-8 puan aralığı düşük, 9-12 puan aralığı orta, 13-16 puan aralığı yüksek, 17-20 puan aralığı ise çok yüksek düzey olarak belirtilmiştir. İç girişimcilik ölçeği toplam puan dağılımında 0-22 puan aralığı çok düşük,

23-44 puan aralığı düşük, 45-66 puan aralığı orta, 67-88 puan aralığı yüksek, 89-110 puan aralığı ise çok yüksek düzey olarak açıklanmıştır.

### İstatistiksel Analiz

Kişisel bilgi formu, sosyal sermaye ve iç girişimcilik davranışı ölçeklerinden elde edilen veriler IBM SPSS25.0 paket programına girilmiş ve analizler bu program aracılığı ile yapılmıştır.

Verilerin dağılım durumlarına bakılarak, çarpıklık–basıklık katsayısı ve Kolmogorov-Smirnov testleri incelenmiştir. Veriler normal dağılım göstermektedir. İstatistiki işlem olarak korelasyon analizi uygulanmıştır.

### BULGULAR

**Tablo 2.** Katılımcıların sosyal sermaye ölçeği ve iç girişimcilik ölçeklerine verdiği cevapların betimsel analizi

Alt Boyutlar	Min	Max	Mean±Ss
Yerel Komiteye Katılım	5,00	17,00	11,12±2,97
Komşuluk İlişkisi	8,00	20,00	14,32±3,54
Bir Yere Aidiyet	7,00	15,00	12,02±2,33
Başkalığa Tolerans	4,00	8,00	5,80±1,26
STK Üyeliği	2,00	8,00	3,76±1,95
Güven İnsan	3,00	11,00	6,68±1,93
Güven Çevre	3,00	8,00	5,98±1,22
Sosyal Konularda İnisiyatif	6,00	12,00	10,52±1,33
Sosyal Temsilcilik	2,00	8,00	6,48±1,50
Sosyal Sermaye Toplam	49,00	98,00	76,52±9,94
Yenilikçilik	6,00	24,00	22,22±3,21
Risk Alma / Üstlenme	6,00	24,00	18,60±3,74
İnisiyatif Alma ve Öngörü	12,00	24,00	22,50±2,15
Genel İç Girişimcilik Eğilimi	8,00	16,00	14,68±1,98
İç Girişimcilik Genel	50,00	88,00	78,00±6,53

Tablo 2. incelendiğinde, katılımcıların sosyal sermaye, yerel komiteye katılım boyutu ortalaması 11,12±2,97, komşuluk ilişkisi boyutu ortalaması 14,32±3,54, bir yere aidiyet boyutu ortalaması 12,02±2,33, başkalığa tolerans boyutu ortalaması 5,80±1,26, STK üyeliği boyutu ortalaması 3,76±1,95, güven insan boyutu ortalaması 6,68±1,93, güven çevre boyutu ortalaması 5,98±1,22, sosyal konularda inisiyatif boyutu ortalaması 10,52±1,33, sosyal temsilcilik boyutu ortalaması 6,48±1,50 ve sosyal sermaye genel ortalaması 76,52±9,94 olarak tespit edilmiştir. İç girişimcilik,

yenilikçilik boyutu ortalaması 22,22±3,21, risk alma / üstlenme boyutu ortalaması 18,60±3,74, inisiyatif alma ve öngörü boyutu ortalaması 22,50±2,15, genel iç girişimcilik eğilimi boyutu ortalaması 14,68±1,98 ve iç girişimcilik genel skoru 78,00±6,53 olarak tespit edilmiştir.

**Tablo 3.** Sosyal sermaye düzeyi ile iç girişimcilik davranışı arasındaki ilişki

		Yenilikçilik	Risk Alma / Üstlenme	İnisiyatif Alma ve Öngörü	Genel İç Girişimcilik Eğilimi	İç Girişimcilik Genel
<b>Yerel Komiteye Katılım</b>	r	,029	-,273	,202	,274	,007
	P	,840	,055	,160	,015	,959
<b>Komşuluk İlişkisi</b>	r	,127	-,205	,169	,332	,102
	P	,380	,154	,240	,019	,483
<b>Bir Yere Aidiyet</b>	r	,232	,097	,359	,218	,321
	P	,105	,502	,019	,128	,023
<b>Başkalışa Tolerans</b>	r	,077	,030	-,015	,072	,072
	P	,597	,835	,917	,621	,620
<b>STK Üyeliği</b>	r	-,226	-,136	-,083	-,115	-,251
	P	,115	,346	,569	,427	,079
<b>Güven İnsan</b>	r	,087	-,038	,088	,037	,061
	P	,547	,794	,541	,801	,672
<b>Güven Çevre</b>	r	,199	-,051	,416	,436	,438
	P	,166	,725	,003	,002	,006
<b>Sosyal Konularda İnisiyatif</b>	r	,503	,018	,536	,566	,447
	P	,002	,901	,000	,001	,001
<b>Sosyal Temsilcilik</b>	r	,257	-,009	,449	,244	,443
	P	,071	,952	,001	,087	,015
<b>Sosyal Sermaye Toplam</b>	r	,185	-,191	,474	,481	,421
	P	,198	,185	,003	,002	,004

\*P<0,05; \*\*P<0,01

Tablo 3.'te sosyal sermaye ve alt boyutları ile iç girişimcilik davranışı ve alt boyutları arasındaki ilişki incelendiğinde, sosyal sermaye, yerel komiteye katılım boyutu ile iç girişimcilik, genel iç girişimcilik eğilimi boyutu (r= ,274, p=,015) zayıf düzeyde pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sosyal sermaye, komşuluk ilişkisi boyutu ile genel iç girişimcilik eğilimi boyutu (r= ,332, p=,019) zayıf düzeyde pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Sosyal sermaye, bir yere aidiyet boyutu ile iç girişimcilik, inisiyatif alma ve öngörü boyutu (r= ,359, p=,019) ve iç girişimcilik genel skoru arasında (r= ,321, p=,023) arasında zayıf düzeyde pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal sermaye güven çevre boyutu ile iç girişimcilik, inisiyatif alma ve öngörü (r=,416, p= ,003), genel iç girişimcilik eğilimi (r=,436, p=,002) ve iç girişimcilik genel skoru

( $r=,438$ ,  $p=,006$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Sosyal sermaye, sosyal konularda inisiyatif boyutu ile yenilikçilik boyutu ( $r=,503$ ,  $p=,002$ ) arasında, inisiyatif alma ve öngörü boyutu ( $r=,536$ ,  $p=,000$ ) arasında, genel iç girişimcilik eğilimi ( $r=,566$ ,  $p=,001$ ) arasında ve iç girişimcilik davranışı genel skoru ( $r=,447$ ,  $p=,001$ ) arasında orta düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sosyal sermaye, sosyal temsilcilik boyutu ile iç girişimcilik, inisiyatif alma ve öngörü boyutu ( $r=,449$ ,  $p=,001$ ) ve iç girişimcilik davranışı genel skoru ( $r=,443$ ,  $p=,015$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönde bir ilişki belirlenmiştir. Sosyal sermaye genel skoru ile inisiyatif alma ve öngörü boyutu ( $r=,474$ ,  $p=,003$ ) arasında, genel iç girişimcilik eğilimi boyutu ( $r=,481$ ,  $p=,002$ ) arasında ve iç girişimcilik genel skoru arasında ( $r=,421$ ,  $p=,004$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

## **TARTIŞMA SONUÇ**

Katılımcıların sosyal sermaye, yerel komiteye katılım ve güven insan boyutlarının orta seviyede, komşuluk ilişkisi, bir yere aidiyet, başkılığa tolerans, güven çevre, sosyal temsilcilik boyutları iyi seviyede, sosyal konularda inisiyatif boyutu çok iyi düzeyde görülürken, STK üyeliği boyutu ortalaması zayıf olarak tespit edilmiştir. Sosyal sermaye genel ortalamasının ise orta seviyede olduğu görülmektedir. Katılımcıların iç girişimcilik yönlü davranışları değerlendirildiğinde, risk alma/üstlenme boyutu orta seviyede görülürken, yenilikçilik, inisiyatif alma ve öngörü, iç girişimcilik eğilimi boyutları ve iç girişimcilik davranışı genel ortalaması yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla spor hizmet işletmesinde aktif görev yapan kadın yöneticilerin iç girişimcilik yönlü davranışlar sergilediği, işletmede aktif rol üstlendikleri söylenebilir.

Örgütsel sosyal sermaye algısının düşük olması çalışanlarda memnuniyetsizliğe neden olmakta çalışanların performansını etkileyerek (Sunderland, 2007), personelin çaba düzeyini değiştirebilmekte ayrıca olumsuz davranışlar sergilemesine ve çalışanların iş doyumunu düzeyinin düşmesine neden olmaktadır (Yılmaz, 2010).

Sosyal sermaye, yerel komiteye katılım boyutu ile iç girişimcilik, genel iç girişimcilik eğilimi boyutu zayıf düzeyde pozitif yönde bir ilişki olduğu, sosyal sermaye, komşuluk ilişkisi boyutu ile genel iç girişimcilik eğilimi boyutu arasında zayıf düzeyde pozitif yönde bir ilişki görülmektedir. Sosyal sermaye, bir yere aidiyet boyutu ile iç girişimcilik, inisiyatif alma ve öngörü boyutu ve iç girişimcilik genel skoru arasında zayıf düzeyde pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal sermaye güven çevre boyutu ile iç girişimcilik, inisiyatif alma ve öngörü, genel iç girişimcilik



eğilimi ve iç girişimcilik genel skoru arasında orta düzeyde pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Sosyal sermaye, sosyal konularda inisiyatif boyutu ile yenilikçilik boyutu, inisiyatif alma ve öngörü boyutu, genel iç girişimcilik ve iç girişimcilik davranışı genel skoru arasında orta düzeyde ve pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Sosyal sermaye, sosyal temsilcilik boyutu ile iç girişimcilik, inisiyatif alma ve öngörü boyutu ve iç girişimcilik davranışı genel skoru arasında orta düzeyde pozitif yönde bir ilişki belirlenmiştir. Sosyal sermaye genel skoru ile inisiyatif alma ve öngörü boyutu, genel iç girişimcilik eğilimi boyutu ve iç girişimcilik genel skoru arasında orta düzeyde pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Nitekim sosyal sermaye düzeyi ve alt boyut skorları attıkça iç girişimcilik davranışı ve boyutları da aynı doğrultuda gelişim göstereceği anlaşılmaktadır. Bu durum ortak amaçlardaki sosyal paylaşım ve iletişim ağının örgüt içi yenilikçi faaliyetlere yansımalarıyla açıklanabilir.

Literatür incelendiğinde sosyal sermaye ile iç girişimcilik davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyen sınırlı sayıda çalışma gözlenmektedir. Akyazı (2014) tarafından yapılan çalışmada sosyal sermayenin kurumsal güven boyutu ile iç girişimcilik arasında bir ilişki bulunduğu ve sosyal ağlar ile iç girişimcilik arasında da bir ilişki olduğu belirlenmiştir. De Carolis ve Saporito (2006) sosyal sermayenin kişinin bilişsellğine olan etkisi, girişimcilik davranışını anlamak için önemlidir. Bu bağlamda, dışsal faktörlerin (sosyal sermaye) ve içsel faktörlerin (bilişsellik), bazıları fırsatları göremezken diğerlerinin fırsatları nasıl görüp değerlendirdiği konusundaki rolü mercek altına alınmalıdır. Mosey ve Wright (2007) sosyal sermayenin üniversite araştırmalarına dayalı girişimlerin oluşturulmasında önemli bir etken olduğunu belirtmişlerdir.

Sonuç olarak sosyal sermaye STK üyeliği boyutu ortalaması zayıf seviyede görülürken, diğer boyutların ortalama üzerinde olduğu, iç girişimcilik yönlü davranışların ise ortalama üzerinde bir düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Sosyal sermaye ile iç girişimcilik davranışı arasında zayıf ve orta düzeyde pozitif yönde ilişkiler bulunduğu belirlenmiştir. Başka bir ifadeyle sosyal sermaye düzeyi arttıkça iç girişimcilik yönlü davranışların da aynı doğrultuda gelişim göstereceği anlaşılmaktadır. Kadın girişimcilerin sosyal sermaye algıları, spor hizmet işletmeleri tarafından desteklenmesi ve engelleyici durumların ortadan kaldırılması hususu iç girişimcilik eğilimi ve inisiyatif alma açısından gerekli olduğu görülmektedir. Ayrıca farklı spor hizmet işletmelerinde çalışan kadınların sosyal sermaye düzeyinin değerlendirilmesi literatüre katkı sağlayabilir.

Sosyal sermaye açısından önemli olan cinsiyet faktörü spor hizmet işletmelerinde araştırılarak literatüre katkı sağlanabilir.

## **KAYNAKLAR**

- Ağcasulu, H. (2017). Sosyal sermaye kavramı ve temel bakış açılarının karşılaştırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(17), 114-129.
- Akyazı, T.E. (2014). Girişimcilik sürecinde sosyal sermaye ve sosyal ağlar ile iç girişimcilik arasındaki ilişki üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim Ve Organizasyon Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı, Aksaray.
- Alipour, F., İdris, K. ve Karimi, R. (2011). Intrapreneurship in learning organizations: moderating role of organizational factors. *Journal of American Science*, 11, 141-150.
- Arı, A. (2020). Spor eğitimi veren kurumlardaki akademisyenlerin örgütsel sosyal sermaye, örgütsel özdeşleşme ve örgütsel güven düzeyleri arasındaki ilişki. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Ardahan, F. (2012). Sosyal sermaye ölçeği geçerlilik, güvenirlik çalışması. *International Journal of Human Sciences* [Online], (9)2, 773-789.
- Burke, R. J., Rothstein, M. G. ve Bristor, J.M. (1995). Interpersonal networks of managerial and professional women, *Women in Management Review*, 10(1),
- Chang, J. (2001). Intrapreneurship and exopreneurship in manufacturing firms: An empirical study of performance implications. *Journal of Enterprising Culture*, 9(2), 153-171.
- Donavan, D. T., Brown, T. J. ve Mowen, J. C. (2004). Internal benefits of service worker customer orientation: Job satisfaction, commitment, and organizational citizenship behaviors. *Journal of Marketing*, 68 (January), 128-146.
- Field, J. (2003). Sosyal sermaye (Bahar Bilgen & Bayram Şen, Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Field, J. (2006). Sosyal sermaye. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Hambrick, Donald C. ve Mason, Phyliss, A. (1984). Upper echelons: The organisation as a reflection of its top managers, *Academy of Management Review*, 9(2), 193-206.
- Onyx, J. ve Bullen, P. (2000). Measuring social capital in five communities. *Journal of Applied Behavioral Science*, 36(1), 23-42.
- Karasar, N. (2017). Bilimsel araştırma yöntemi kavramlar ilkeler teknikler. Ankara: Nobel Yayınları.
- Karadal, H. ve Akyazı, T. E. (2013). Girişimcilik. Ankara: Beta Yayınevi.
- Lin, N. (1999). Social networks and status attainment. İn J.Hagan and K. Cook (Eds.), Annual review of sociology. Palo Alto, CA: Annual Reviews.
- Mc Pherson, M., Smith-Lovin, L. ve Cook. J. M. (1987). Homophily in voluntary organizations: status distance and the composition of face-to-face groups. *American Sociological Review* 52, 370-79.

- Uygun, M. ve Akın, P. D. (2017). İçsel pazarlama uygulamalarının hizmet çalışanlarının müşteri ve iç girişimcilik yönlü davranışlar geliştirmelerindeki rolü. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, ICMEB17 Özel Sayı, 836-853.
- Pekel, A. (2020). Spor örgütlerinde iç girişimcilik ve müşteri yönlü davranışlar geliştirmede içsel pazarlama algısı ve algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü. Doktora Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Muğla.
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy* Princeton: Princeton University Press.
- Stewart, J. K. (2009). *An investigation of an intrapreneurial orientation among employees in service organization.* PhD Thesis, Ohio State University, Ohio.
- Sunderland D. (2007). *Social capital, trust and the industrial revolution. The USA and Canada: Simultaneously Published.*
- Yılmaz, K. (2010). Devlet ortaöğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin örgütsel adalet algıları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 10(1), 579-616.