

ENTREPRENEUR'S SOCIAL CAPITAL SCALE: A SCALE ADAPTATION STUDY

GİRİŞİMCİNİN SOSYAL SERMAYESİ ÖLÇEĞİ: BİR ÖLÇEK UYARLAMA ÇALIŞMASI

Artur Yetvart MUMCU* 

Taha Yusuf ÇAKAREL** 

Orkun DEMİRBAĞ*** 

Öz

Bu araştırmada, son yıllarda girişimcilik literatüründe önemli bir araştırma alanı olan girişimcinin sosyal sermayesi kavramı açıklanarak, ulusal literatürde girişimcinin sosyal sermayesi ölçümleyebilecek niteliğe sahip geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı geliştirmek hedeflenmektedir. Bu ölçek uyarlama çalışması, Hernández-Carrión ve arkadaşları (2017) tarafından geliştirilen Girişimci'nin Sosyal Sermayesi Ölçeğinin Türkçe geçerliliği kapsamında, güvenilirlik ve geçerlilik değerlerini içermektedir. Türkiye'den 375 adet girişimci ile yürütülen bu çalışmada, ölçeğin orijinal dört faktörlü yapısına uygun şekilde dilimizde de 24 maddeden ve dört boyuttan oluşan bir yapıya sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu boyutlar; kişisel ilişkiler, profesyonel ilişkiler, yardımcı ilişkiler, kurumsal ilişkiler olarak belirlenmiştir. Yapılan güvenilirlik analizinde girişimcinin sosyal sermayesi ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı, sırasıyla 0,83, 0,77, 0,82 ve 0,87'dir. Yapılan araştırma kapsamında ulusal literatüre girişimcinin sosyal sermayesi ile ilgili yeni bir kavram kazandırılmıştır. İstatistiksel analizler neticesinde, uyarlama çalışması yapılan girişimcinin sosyal sermayesi ölçeği, Türkiye'deki girişimcinin sosyal sermayesinin ölçülmesinde geçerli ve güvenilir bir ölçek olarak kullanılabilirliğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Sosyal Sermaye, Ölçek Uyarlama.

JEL Sınıflandırılması: M13, L26,

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, a.mumcu@iku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2276-0145.

** **Sorumlu Yazar:** Arş. Gör., İstanbul Kültür Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, t.cakarel@iku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8238-4911.

*** Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, orkundemirbag@gumushane.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9889-3406.

Bu makaleyi alıntılanmak için: Mumcu, A., Çakarel T. Y. & Demirbağ, O. (2022). Girişimcinin sosyal sermayesi ölçeği: Bir ölçek uyarlama çalışması. Journal of Research in Business, 7(2), 563-581. DOI: 10.54452/jrb.1148869

Abstract

This study explains the concept of entrepreneur's social capital, an important research area in entrepreneurship literature in recent years, and aims to develop a valid and reliable measurement instrument that can measure entrepreneurs' social capital in domestic literature. This scale adaptation study includes reliability and validity values within the Turkish validation of the Entrepreneur's Social Capital Scale developed by Hernández-Carrión et al. (2007). In this study conducted with 375 entrepreneurs from Turkey, it was found that the scale in the Turkish language has a structure of 24 items and four dimensions under its original four-factor structure. These dimensions are personal, professional, associative, and corporate relationships. In the reliability analysis, the Cronbach alpha coefficient of the entrepreneur's social capital scale was 0.83, 0.77, 0.82, and 0.87, respectively. A new concept of entrepreneur's social capital was introduced into the domestic literature in the research. As a result of the statistical analysis, the adapted entrepreneur's social capital scale shows that it can be used as a valid and reliable scale for measuring an entrepreneur's social capital in Turkey.

Keywords: Entrepreneur, Social Capital, Scale Adaptation.

JEL Classification: M13, L26

Extended Summary

The concept of social capital, which has become an important topic in the entrepreneurship literature in recent years, has been proposed to explain entrepreneurship in the knowledge economy as a new type of capital. After the concept of social capital was introduced and developed by these influential philosophers, researchers and theorists, each period was discussed within the framework of different theories and concepts. Due to the essential relationship of entrepreneurship with the economies of countries, the factors that influence entrepreneurship have been the subject of numerous studies. Different dimensions of social capital can achieve more valid results by clearly showing the relationship with the actor that is the unit of analysis. Although there are studies that focus specifically on the relationship networks of entrepreneurs and their characteristics, some examine social capital and its resources, while other studies are conducted within the framework of measuring social capital. Based on this point of view, this study made an adaptation of the entrepreneur's social capital scale to add a scale suitable for the unique characteristics of entrepreneurs to the Turkish literature. Hernandez et al.'s (2017) scale developed specifically for entrepreneurial social capital was adapted to Turkish in this study. This scale was used to examine the networks created by the entrepreneur through personal, professional, associative, and institutional relationships, and an attempt was made to uncover the firm-specific effects of social capital. As a result of this research, the Entrepreneur's Social Capital Scale was developed, which summarises the entrepreneur's social capital under the headings of "personal relationships," "professional relationships," "associative relationships," and "institutional relationships." The research was conducted with data obtained from face-to-face interviews with 375 entrepreneurs in the Turkish service and manufacturing sectors.

In order to measure whether the scale developed by Hernández-Carrión et al. (2017) works in the context of Turkey, analyzes of the research methods in the literature were conducted, and it was found that the scale is a reliable and valid measurement tool. The developed scale consists of 4 dimensions and a total of 24 items. The statements in the survey include brief definitions of what is meant by the

four dimensions of personal, professional, associative, and institutional networks. With this study, the dimensions of the entrepreneur's social capital that exist in the literature were surveyed, expressions that can be used in Turkey to measure these dimensions were developed, and an attempt was made to create a scale. Thus, the literature on entrepreneurship is proving to be an area that needs more research every day. The number of studies conducted in this field is increasing every day. However, when examining the studies conducted in Turkey, the literature remained limited in certain areas. In this context, the measurement methods in the relevant literature are also very limited. This study will help to consider social capital in different dimensions for entrepreneurs, show different results and develop the literature in this field by considering entrepreneurs in different areas. Although it is said that social capital plays a crucial role in the development processes of countries, studies on this topic have increased significantly in recent years. The main reason for this is the realisation that it is impossible to explain the level of development of a country or society in terms of physical capital alone. Studies have shown the linear relationship between economic growth and social capital. In this context, it was found that social capital provides opportunities to address and solve various dimensions to solve current economic problems, especially in undeveloped or developing countries. Therefore, the importance of entrepreneurial activities for the economic and social well-being and growth of nations is obvious. In the aforementioned context, social capital, an essential resource for entrepreneurship, should also be measurable. One of the most important characteristics of economic and social values is undoubtedly that they are measurable. In the aforementioned context, the measurability of social capital should be different from that of other economic and social values. The studies showed the linear relationship between economic growth and social capital. In this context, it was found that social capital provides opportunities to address and solve various dimensions to solve current economic problems, especially in underdeveloped or developing countries. Therefore, the importance of entrepreneurial activities to the economic and social well-being and growth of nations is evident. In this context, social capital, an essential resource for entrepreneurship, should also be measurable. One of the most important characteristics of economic and social values is undoubtedly that they are measurable. In the aforementioned context, the measurability of social capital should be different from that of other economic and social values. One of the main reasons is that economic values can be measured with monetary and material values, while social values can be measured with determinants such as morals, culture and values. Accordingly, it is an important problem that social capital can be measured and evaluated.

There is no unified and reliable method to measure and evaluate social capital; therefore, it is not possible to measure it. In the empirical studies, it is found that social capital is not only economic, but also effective in the educational, social and political fields. In the above framework, it is important that the concept of social capital, which is to be studied in a multivariate structure, can also be directly measured in entrepreneurship and entrepreneurial activity. Reviewing the relevant literature, it has been found that the topic has been studied with different dimensions, especially in the context of Turkey, and that there is no direct, reliable and simple measurement tool. Therefore, the primary objective of this study was to identify a method to measure the concept of social capital, which

should be studied separately in many contexts, not only in business, but directly in entrepreneurs and entrepreneurship.

1. Giriş

İşletmelerin kuruluşu ve uzun dönem başarısı hem ülke ekonomilerinin hem de toplumsal kalkınmanın önemli belirleyicilerindedir (Acemoğlu, 2012; Çetin, 2007). Bu bağlamda işletmelerin hem kuruluş aşamasında hem de sonrasında başarılarını etkileyen unsurlar hem işletme bilimi açısından hem de girişimciler açısından aydınlatılması önem arz etmektedir. Sosyal sermaye kavramı da bu kapsamda işletmenin başarısını etkileyen başlıca unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Şavkar, 2011; Yetim, 2002). Özellikle girişimcinin sosyal sermayesi, işletmenin kurulum aşamasından başlamak üzere büyümesi, gelişmesi ve sürekliliği için hayati bir önem taşımaktadır. İşletmelerin özellikle kurulum aşamasında finansal, teknolojik ve organizasyonel eksiklikleri de yine sosyal sermaye ile desteklenebilmektedir (Hinson vd., 2006). Girişimcinin sahip olduğu sosyal ağlar personel temininden, finansal kaynaklara ulaşmaya, müşteri kazanmaktan karlılığa, işletmenin tüm süreçlerini etkilemektedir (Kwon & Arenius, 2010). Sosyal ağlar hem işletmenin ihtiyaç duyduğu kaynakların temininde, hem de işletme faaliyetlerinin sürekliliğinde stratejik ve önemli faydalar yaratabilmektedir.

Sosyal sermayenin bu önemli rolü sebebiyle girişimcilerin sosyal sermayelerinin incelenmesi birçok bilimsel çalışmaya konu olmaktadır. Ayrıca girişimin başarısında kritik bir öneme sahip olan sosyal sermaye son dönemlerde önemini arttırmasına paralel olarak konu üzerinde gerçekleştirilen çalışmalar da hem sayı olarak artmakta hem de konu ile ilgili daha spesifik araştırmalar yapılmasına yol açmaktadır. (Cope vd., 2007; De Carolis & Saporito, 2006; Hernández-Carrión vd., 2019). Sosyal sermayenin farklı boyutları, analiz birimi olan aktörle ilişkisinin net bir şekilde ortaya konulmasında daha geçerli sonuçlara ulaşabilmektedir. Girişimcilere özgü ilişki ağları ve bunların niteliklerine uygun çalışmalar bulunmakla birlikte, bunların bazıları sosyal sermayeyi ve kaynaklarını incelerken (Bauernschuster vd., 2010; De Carolis & Saporito, 2006; Mumcu & Ataman, 2021a), bazıları da sosyal sermayeyi ölçme gerekliliği kapsamında (Karlan, 2005; Williams, 2006) yapılan çalışmalardır (Payne vd., 2011).

Bu çalışmada da bu bakış açısından yola çıkarak girişimcilerin kendilerine özgü özelliklerine uygun olabilecek bir ölçeğin Türkçe yazına kazandırılabilmesi adına, girişimcinin sosyal sermayesi ölçeğinin uyarlaması gerçekleştirilmiştir. Hernandez ve arkadaşlarının (2017) çalışmasında geliştirdikleri girişimcinin sosyal sermayesine özgü geliştirilen ölçek bu araştırmada Türkçeye uyarlanmıştır. Bu ölçek ile girişimcinin kişisel, profesyonel, yardımcı ve kurumsal ilişkiler aracılığıyla oluşturduğu ağlar incelenmiş ve sosyal sermayenin girişimciye özgü etkileri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Bu ölçekte girişimcilerin sahip oldukları kişisel veya profesyonel ağlar ve bu ağların niteliklerinin önemi ve girişimde yaratabileceği stratejik üstünlüğe odaklanılmıştır. Bu ayırım sayesinde girişimcinin sahip olduğu ağlar sınıflandırılarak ele alınabilmekte, bu şekilde de hangi ağların girişimde ne kadar fayda yaratabildiği ortaya konulabilmektedir (Hernández-Carrión vd., 2017).

2. Literatür Taraması

Sosyal sermaye kavramının temelleri Aristoya kadar dayandırılmakla birlikte sosyal bilimlerin gelişimi sürecinde 18. yy. itibarıyla Adam Smith, Tocqueville, Durkheim, Tönnies, Hume, John Stuart Mill, Karl Marx ve Max Weber gibi teorisyenlerin katkılarıyla temelleri ortaya konulmuştur (Tüylüoğlu, 2006; Woodhouse, 2006). Kavram ilk defa Lydac Judson Hanifan tarafından 1916 yılındaki “The Rural School Community Center” adlı, eserde günümüzde kabul gören ve ortak kullanım olan sosyal sermaye ifadesine ulaşmıştır (Akman & Abaslı, 2017; Şan & Şimşek, 2011). Yazında sosyal sermaye kavramının ve kuramsallaşması sürecinde en önemli aktörler olan Pierre Bourdieu, James S. Coleman ve Robert Putnam’ın çalışmaları “hâkim yaklaşımlar” olarak anılmaktadır (Field, 2006; Gerni, 2013).

Sosyal sermaye kavramı bu önemli felsefeci, araştırmacı ve teorisyenler tarafından ortaya konulması ve geliştirilmesinden sonra her dönem farklı teoriler ve kavramlar çerçevesinde ele alınmıştır. Günümüzde de ekonomilerin gelişiminde önemli etkileri olan girişimciliğin başarısı başta olmak üzere, girişimin sürecini etkileyen unsurların ortaya konulması çerçevesinde sıkça ele alınan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (De Carolis & Saporito, 2006; Kwon & Arenius, 2010; Mumcu & Ataman, 2021b; Zheng vd., 2014).

Sosyal sermaye incelendiği konuya özgü yapılar kapsamında ele alınması gereken bir kavram olup, girişimcilik evreninde de yine bu kavrama özgü yapılar çerçevesinde ele alınma gerekliliği bulunmaktadır. Bu kapsamda bu çalışma kapsamında ele alınan girişimcinin sosyal sermayesi ölçęęi, girişimcinin ağlarının tanımlanması hususunda önemli bir boşluğu doldurabilecek potansiyeldedir. Girişimciliğin ülke ekonomileriyle olan önemli ilişkileri sebebiyle, girişimcilik üzerinde etkili olan unsurlar birçok araştırmaya konu olmaktadır. Bu araştırmalarda girişimciliği etkileyen sosyal ilişkiler ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Bu etkiler bireysel ve toplumsal faktörler ayrımı ile çokça karşımıza çıkmaktadır (Fogel & Zapalska, 2001; Gartner, 1988). Bu kapsamda girişimci kişiler buldukları sosyo-ekonomik ve kültürel yapıdan etkilenmektedirler. Aile yapısı, toplumsal davranış yöntemleri, eğitim ve genel ekonomik koşullar bireyin girişimcilik ruhunu etkilemektedir (Yetim, 2002). Ayrıca girişimcilerin kişisel ve profesyonel çevreleriyle olan ilişkilerindeki becerileri finansal, teknolojik, ticari ve örgütsel kaynaklara erişiminde de belirleyici bir etkiye sahip olmaktadır (Davidsson & Honig, 2003; Komulainen vd., 2006; Teckchandani, 2014).

Bu araştırmada da toplumsal kaynaklı ve kişinin çevresi ile olan ağlarından oluşan sosyal sermayenin, girişimcilik üzerindeki etkilerine odaklanılmıştır. Bu etkiler girişimcinin kişisel ve profesyonel ağları kapsamında ele alınmıştır. Hernandez’ in (2017) çalışmasında yer alan boyutlar kapsamında girişimcinin sosyal sermayesi incelenmiştir. Bu boyutlar kişinin hem güçlü hem de zayıf tüm ağlarını kapsamaktadır (Payne vd., 2011; Putnam, 1998). Bu ayrım ile ağ yapıları arasındaki farklılaşma ortaya konulabilmektedir. Ağ yapılarının bu şekilde ayrıntılı olarak ele alınması yoluyla da sosyal sermayenin aktöre özgü yönleri ortaya konulabilecektir. Araştırmada işletmelerin sağlam temeller ile kurulabilmesi ve sonrasındaki başarısının da sürekliliğinin desteklenmesi amaçlanmaktadır. Bu

amaç doğrultusunda girişimlerin önemli başarı unsurlarından biri olan sosyal sermayenin ortaya konulabilmesi için bir araç geliştirilmeye çalışılmıştır.

Kişisel İlişkiler: Girişimcinin kişisel ve sosyal ilişkileri, kurulan işletme ile birleşerek organizasyonun sosyal sermayesini oluşturur. Girişimciler girişimlerini sosyal yapılarıyla birleştirir ve kendi kişisel ağlarını kurulan işletmenin başarısı için kullanırlar. Bu şekilde de sosyal sermaye kişisel olmaktan kurumsal bir güç haline gelmektedir (Greve & Salaff, 2003; Pirolo & Presutti, 2010). Kişisel ilişkiler olarak ifade ettiğimiz sosyal sermaye boyutunda girişimcinin geçmişte kazandığı kişisel tüm ağlar ele alınmaktadır. Aile, akrabalar, arkadaşlar, komşular, sosyal aktivitelerde tanıştığımız vb. kişisel bir iletişim boyutuna ulaştığı tüm kişiler bu başlık altında ele alınmaktadır.

Profesyonel ilişkiler: Profesyonel ilişkiler girişimcinin iş hayatında tanıştığı ve iletişim kurduğu kişilerden oluşmaktadır. Hem mevcut iş yerinde hem de profesyonel meslektaşlar, şirketteki işçiler, ortaklar, tedarikçiler, distribütörler, müşteriler veya iş arkadaşları bu kapsamda ele alınmaktadır. Ayrıca geçmişte çalışılan işletmelerde edinilen ağlar da yine bu kapsamda ele alınmaktadır (Hernández-Carrión vd., 2019). Bu ilişkilerin ayırt edici özelliği iş dışında bir sosyalleşme veya iletişimin olmaması veya çok sınırlı olması şeklindedir.

Yardımcı ilişkiler: Yardımcı ilişkiler ise aynı derneklere üye olan ve sık sık iletişim halinde olunan kişiler arasında oluşan ağıdır. Bu ağlarda belli ortak yönler ve düşünceler çerçevesinde çevrimiçi veya çevrimdışı toplantılar ve etkinliklerle bir araya gelinerek iletişim kurulmakta ve ağ güçlenmektedir. Bu tür gruplar sivil toplum kuruluşları, gönüllü dernekleri (hayvanları koruma, ihtiyaç sahiplerine yardım), kültür dernekleri (sanat ve kültür faaliyetleri), spor dernekleri (spor, taraftar kulüpleri, dernekleri), siyasi partiler, sendikalar, kadın dernekleri (kadın yardımlaşma dernekleri), dini gruplar vb. şeklindedir (Putnam, 1994). Bu ilişkiler, hem zayıf hem de güçlü bağları hem dikey hem de yatay ilişkileri içerebildiklerinden, sosyal sermayeyi birbirine bağlayan ve zayıf bağ olarak ifade edilen köprü kuran sosyal sermaye arasındadır (Sabatini, 2009; Teorell, 2003). Zayıf bağlar kişiler arasında birbiriyle benzer bir geçmişe sahip olmamasına rağmen ortak bir düşünce doğrultusunda birleştirici bir gücün oluşması şeklinde gelişir (Granovetter, 1973). Bu bağlar iletişim teknolojilerinin gelişmesi sayesinde düşünceler ve ortak fikirlerin internet aracılığıyla paylaşılması imkanını arttırmış, son dönemde fazlaca önem kazanmıştır.

Kurumsal İlişkiler: Kurumsal ilişkiler ise yerel veya merkezi yönetimle olan ilişkilerden oluşmaktadır. Bu ilişkilerin kurulduğu kurumlar adalet, kamu hizmetleri, polis, politikacılar, kamu sektörü çalışanları, yerel, bölgesel, ulusal veya Avrupa Birliği hükümet temsilcileri vb. veya sektöre yön verebilecek ölçekte olan büyük firmalar, bankalar ve medya temsilcileridir. Bu ilişkiler lobicilik faaliyetler kapsamında değerlendirilmektedir. Kamu kurumlarıyla olan bu ilişkiler işletmenin sürdürülebilirliği açısından önemli faydalar yaratabilecek güçtedir.

H₁: Girişimcinin sosyal sermayesi kişisel, profesyonel, yardımcı ve kurumsal ilişkilerden oluşmaktadır.

3. Yöntem

Türkiye’de ölçek geçerleme konusunda yapılan çalışmalarda, farklı bir dilden Türkçe’ye geçerlemesi yapılan ölçeklerde geçerleme sürecine gerekli özenin gösterilmediği aşikardır (Budak ve Gürbüz, 2017). Erdemir tarafından 2008 ve 2018 yıllarında ölçek geçerleme üzerine yaptığı araştırmaların sonuçları da bu durumu doğrular niteliktedir. Örneğin, Erdemir tarafından 2008 yılında yapılan çalışmada, 2002-2007 yılları arasında yönetim ve organizasyon kongrelerinde tebliğ edilen 211 bildiri incelenmiştir. Tebliği yapılan bu bildirilerden 188 adedinde ölçek kullanılmıştır ve bildirilerde kullanılan 345 adet ölçekten “yerli yazında geliştirilmiş özgün hazır ölçekler” 16 adet (%5), “daha önce geçerlenmiş yabancı hazır ölçekler” 26 adet (%26), “araştırma sırasında geçerlenmiş yabancı ölçekler” 41 adet (%12), “geçerlenmeden kullanılmış yabancı ölçekler” 169 adet (%49), “geçerlenmeden kullanılmış kaynağı belirsiz ölçekler” 91 adet (%26) ve “araştırma sırasında geçerlenmiş kaynağı belirsiz ölçekler” 2 adet (%1) şeklinde dağılım sergilemektedir. Erdemir (2018) tarafından ölçek geçerleme ilgili Türkiye’de yayın faaliyetlerine devam 5 adet bilimsel dergiden işletme alanındaki 165 makale incelenmiştir. Bu makalelerde kullanılan 394 adet ölçekten yerli yazında geliştirilmiş özgün hazır ölçekler” 21 adet (%5), “daha önce geçerlenmiş yabancı hazır ölçekler” 103 adet (%26), “araştırma sırasında geçerlenmiş yabancı ölçekler” 117 adet (%30), “geçerlenmeden kullanılmış yabancı ölçekler” 106 adet (%27), “geçerlenmeden kullanılmış kaynağı belirsiz ölçekler” 34 adet (%9) ve “araştırma sırasında geçerlenmiş kaynağı belirsiz ölçekler” 13 adet (%3) şeklinde dağılım sergilemektedir. Bu çalışmalardan da anlaşılacağı üzere ölçek geçerleme çalışmalarında, süreçlere uyum konusunda önemli ölçüde artış yaşanmasına rağmen, hala geçerleme sürecinde problemler yaşandığı tespit edilmiştir. Bu çalışmada, “Girişimcinin Sosyal Sermayesi Ölçeği” uyarlama ve geçerleme aşamasında Brislin (1986) tarafından önerilen metodoloji dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. Brislin tarafından önerilen geri çeviri prosedürü literatürde sıklıkla kullanılan bir metodolojidir (Bayık ve Gürbüz, 2016; Liu, Zhao ve Sheard, 2017; Budak ve Gürbüz, 2017; Muduli ve Raval, 2018; Wang, Zheng ve Zhu, 2018; Abdelmotaleb, Metwally ve Saha, 2018; Liu ve Keller, 2021). Bu doğrultuda, ölçek öncelikle iki İngiliz dili ve edebiyatı öğretim üyesi aracılığıyla Türkçeleştirilmiştir. Çevrilen Türkçe ölçek, girişimcilik alanına hâkim iki uzman tarafından değerlendirilmiştir. Daha sonra, Türkçe ölçek, iki İngiliz dili ve edebiyatı öğretim üyesi tarafından İngilizceye çevrilmiştir ve orijinal formuyla karşılaştırılarak tekrar uzman görüşü alınmış ve nihai haline getirilerek mevcut çalışmada kullanılması kararlaştırılmıştır. Son aşamada, girişimcilerden oluşan bir odak grup oluşturularak her bir maddenin anlaşılıp anlaşılmadığına yönelik olarak ön test gerçekleştirilmiştir.

3.1. Örneklem

Bu çalışmanın örneklemini Türkiye’de imalat ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerinden elde edilen veriden oluşmaktadır. Türkiye’de 375 adet girişimci ile yüz yüze yapılan anket ile elde edilen verilerle çalışmaya devam edilmiştir. Araştırma verileri İstanbul, Ankara, Bursa, Manisa ve Gümüşhane illerinde faaliyet yürüten girişimcilerden elde edilmiştir. Katılımcılara araştırma bilgisinin gizli kalacağı taahhüt edilmiştir. Araştırmaya katılan girişimcilerin %86,6’sı erkek ve %13,4’ü kadın iken; %73,9’u evlidir ve %26,1’i bekârdır. Katılımcıların % 55’i üniversite ve üzeri

eğitim düzeyine sahiptir. Katılımcıların %45'nin firma mülkiyeti kendisine aittir ve %53'ü 1 ile 10 arası çalışana sahiptir. Katılımcıların % 59,7'si daha önceden girişimcilik deneyimine sahipken; %64,3'ü bir sivil toplum kuruluşu üyesidir ve %69'u daha önceden herhangi bir girişimcilik eğitimi almadığını belirtmiştir. Ayrıca, girişimcilerin %46,7'si en az bir ülkeye ihracat yapmaktadır. İhracat rakamı 1.102.310 tl olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların yaş ortalaması 41, toplam deneyimleri ortalama 16 ve firmanın kuruluş süresi ortalama 15 yıldır.

3.2. Veri Toplama Araçları

Girişimcinin Sosyal Sermayesi. Hernández-Carrión ve ark. (2017) tarafından geliştirilen 24 maddelik ölçek kullanılmıştır. Ölçekte Rubio-Banon ve Aragon-Sanchez (2009) tarafından önerilen sınıflandırmaya dayanılarak kişisel, profesyonel, ilişkisel ve kurumsal ağların sosyal sermaye kaynaklarını ölçmek için dört biçimlendirici ölçek geliştirilmiştir. Bu ölçekteki maddeler, girişimcilerin sahip olduğu her bir ağ türünün kendilerine finansal kaynaklar, teknoloji ve yenilik yetenekleri, pazarlama kaynakları, kalite yönetim yetenekleri, insan kaynakları ve organizasyon yeteneklerini elde etmede nasıl yardımcı olduğunu göstermektedir. Ölçekte, girişimcinin ilişki ağlarının her biri için kaynaklara erişimi ele alan her soru tekrarlanmıştır. Ayrıca anket, kişisel, profesyonel, ilişkisel ve kurumsal ağlardan neyin anlaşılmasının gerektiğine yönelik kısa tanımları içermektedir (bkz. Ek-1). Girişimcinin sosyal sermayesi için 1'den (ağ hiçbir şekilde katkıda bulunmadı) 5'e (ağ kaynağın elde edilmesine büyük katkıda bulundu) kadar değişen beş puanlık bir yanıt ölçeği kullanılmıştır.

3.3. Ölçek Geçerleme Stratejisi

Hernández-Carrión ve ark. (2017) tarafından geliştirilen ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği esas alınarak ilgili ölçeğin Türkiye bağlamında teori ile uyumlu şekilde çalışıp çalışmadığını ortaya koymak amacıyla girişimcinin sosyal sermayesi ölçeğinin geçerliliğini ve güvenilirlik analizleri literatürdeki araştırma metodolojileri ile uyumlu şekilde izlenmiştir (Hinkin, 1995; Öztürk ve ark. 2015; Öztürk ve ark. 2019; İpek ve ark. 2020). Anketin geçerliliğini ortaya koymak adına doğrulayıcı faktör analizi (DFA) gerçekleştirilmiştir. DFA, geçerlilik analizlerinde bilgi sağlamak adına faydalı istatistiksel bir yöntemdir (bkz. Hunter ve Gerbing, 1982). DFA kullanılarak bir ölçüm ölçeğinin doğrulanması, ölçeğin yapısı teoriye dayalı olduğunda daha mantıklıdır (Schutte ve ark. 2018). DFA, gözlemlenen kovaryans matrisi işe karşılaştırılan bir popülasyonun kovaryans matrisini tahmin etmek için varsayımsal bir model kullanmaktadır (Schreiber ve ark. 2006). Bu ölçüm modelinin hem uyum iyilik değerleri sınırlarının içerisinde olması hem de iç-içe geçmiş (nested) ya da alternatif modellerden (non-nested) anlamlı ve daha iyi uyum iyilik değerlerine sahip olması beklenmektedir (Brown, 2006). Çalışmamızın ilk aşamasında literatürde genel kabul gören uyum indekslerinden Ki Kare değeri (χ^2), Tucker-Lewis İndeks (TLI), Kök Ortalama Kare Yaklaşım Hatası (RMSEA) ve Karşılaştırmalı Uyum İndeksleri (CFI) gözlenmiştir (Hu ve Bentler, 1999; Hurley ve ark. 1997; Kelava, 2016). Bu indekslerin için sınır değerler χ^2 için $\leq ,3$; RMSEA için $\leq ,08$; TLI için $\geq ,90$ CFI için $\geq ,90$ 'dır (Hu ve Bentler, 1999; Schermelleh-Engel ve ark. 2003; Schumaker ve Lomax, 2004; Bryne, 2010; Kline, 2010). Ölçek doğrulama çalışmalarında, bileşik güvenilirlik (CR), ortalama varyans tahmini (AVE), maksimum paylaşılan karesel varyans

(MSV) ve ortalama paylaşılan karesel varyansın (ASV) hesaplanmasını ve bu istatistiklerin standart istatistiksel taban çizgileri bazılarında eşit veya daha büyük olduğundan emin olmayı içermektedir (Hurley ve diğerleri, 1997; Ringner, 2008). Bu istatistikler, güvenilirliği ve geçerliliği daha güçlü bir şekilde doğrulamaktadır ve bu değerlerin önerilen güvenilirlik ($CA/CR > 0,7$), yakınsak geçerlilik – $CR > AVE$, $AVE > 0,5$; ve ayırt edici geçerlilik ($MSV < AVE$, $ASV < AVE$) sınır değerlere eşit ya da daha büyük olması gerekmektedir (Hurley ve diğerleri, 1997; Petrides ve Furnham, 2000; Kelava, 2016). AVE'nin 0,5'ten küçük, ancak bileşik güvenilirliğin 0,6'dan yüksek olması durumunda, yapının yakınsak geçerliliği hala yeterlidir (Fornell ve Larcker, 1981). İkinci aşamasında, önerilen modelin içerisinde yer alan alternatif modeller test edilmektedir ve önerilen modellerin Ki-Kare fark testlerine bakılarak kıyaslamalar yapılmaktadır (Anderson ve Gerbing, 1988). Burada, alternatif modeller kıyaslanarak hem teorik hem de istatistik olarak en anlamlı model ortaya koyulmalıdır (MacCallum, Roznowski, & Necowitz, 1992). Bu aşamada, alternatif modeller kıyaslanırken Ki-Kare fark testleri yerine, AIC uyum kriterlerine bakmak daha sağlıklıdır (Kline, 2010).

4. Araştırma Bulguları

Girişimcinin sosyal sermayesi ölçüğü için 375 adet girişimciden oluşan örneklem için DFA gerçekleştirilmiştir. İlk olarak örneklem kapsamında iç-içe geçmiş modeller oluşturularak uyum iyilik değerleri karşılaştırılmıştır (Brown, 2006). İç-içe geçmiş modeller tek faktörlü, iki faktörlü, üç faktörlü ve dört faktörlü olarak oluşturulmuştur. Dört faktörlü modelin uyum iyilik değerlerinin diğer modellerden daha iyi sınır değerlerine olduğu gözlenmiştir (Hu ve Bentler, 1999; Schermelleh-Engel ve ark. 2003; Schumaker ve Lomax, 2004; Bryne, 2010; Kline, 2010). Öte yandan, dört faktörlü modelin uyum iyilik değerleri ile faktör yapısı arasında daha iyi bir uyum olduğu ve modelin üç faktörlü modele göre daha anlamlı olduğu görülmektedir ($\Delta\chi^2=507,87$; $p .001$). Çalışmanın bulgularından hareketle, Hernández-Carrión ve ark. (2017) tarafından geliştirilen ölçek ile dört faktörlü modelimiz ile uyumlu sonuçlara sahiptir. Buradan hareketle, çalışmamıza yönelik olarak geçerlilik ve içsel tutarlılık analizlerine devam edilmiştir. İlk aşamada, DFA'ya ilişkin dört faktörlü ölçüm modeline ait faktör yükleri, modifikasyon endeksleri, Cronbach Alfa, bileşik güvenilirlik (CR) ve ortalama varyans tahmini (AVE) değerleri değerlendirilmiştir.

Tablo 1: Alternatif Model Ölçümleri için Uyum İndeksleri

Ölçüm Modeli	df	χ^2	$\Delta\chi^2$	χ^2/df	CFI	TLI	AIC	SRMR	RMSEA
Tek faktörlü model ^a	252	2103,33	-	8.35	0.43	0.38	2199	0.14	0.14
İki faktörlü model ^b	251	1444,53	658,80	5.76	0.64	0.60	1543	0.11	0.11
Üç faktörlü model ^c	249	1043,42	401,11	4,19	0.76	0.73	1145	0.08	0.09
Dört faktörlü model ^f	241	535,55	507,87	2.22	0.91	0.90	636	0.06	0.06

Not: $n = 375$. TLI = Tucker-Lewis İndeksi; GFI: Uyum İyiliği İndeksi; SRMR = Hata kareler ortalaması karekökü; RMSEA = Kestirim hataların ortalama karekökü, 95 % güven aralığı. a Tüm göstergeler tek bir faktöre yüklenmiştir; b Kişisel ilişkiler bir faktör ve profesyonel ilişkiler, yardımcı ilişkiler ve kurumsal ilişkiler ikinci bir faktöre yüklenmiştir; c Kişisel ilişkiler ve profesyonel ilişkiler ayrı birer faktör, ve yardımcı ilişkiler ve kurumsal ilişkiler tek bir faktöre yüklenmiştir; d Kişisel ilişkiler, profesyonel ilişkiler, yardımcı ilişkiler ve kurumsal ilişkiler ayrı birer faktöre yüklenmiştir.

DFA analizi sonucunda oluşan faktör yükleri kişisel ilişkiler 0,53-0,79; profesyonel ilişkiler 0,54-0,66; yardımcı ilişkiler 0,58-0,74 ve kurumsal ilişkiler 0,61-0,84 arasında dağılım sergilemektedir. Bu bulgular ışığında faktör yükleri 0,50'nin altında herhangi bir faktör yüküne rastlanmamıştır. Bu bulgular Hernández-Carrión ve ark. (2017) tarafından geliştirilen ölçeğin sonuçları da uyumludur. Ölçeklerin güvenilirlikleri için yaygın şekilde kullanılan yöntemlerden bir tanesi Cronbach Alpha testidir. Sosyal bilimlerde Cronbach Alpha katsayısının 0,70'den büyük olması ölçeğin iç tutarlılığı olduğuna ilişkin önemli bir göstergedir (Nunnally, 1978; Cortina, 1993). Tablo 2'de belirtilen güvenilirlik analizi sonucunda, ölçeğin genel güvenilirlik katsayısının 0,84'dür. Kişisel ilişkiler boyutunun güvenilirlik katsayısı 0,83; profesyonel ilişkiler boyutunun güvenilirlik katsayısı 0,77; yardımcı ilişkiler boyutunun güvenilirlik katsayısı 0,82 ve kurumsal ilişkiler boyutunun güvenilirlik katsayısı 0,87 şeklinde bir dağılım sergilemektedir. Böylece, ölçeğe yönelik bütün boyutların güvenilirlik katsayısı sosyal bilimlerde sınır kabul edilen 0,70 değerinden yüksek olduğundan herhangi bir problem bulunmamaktadır. Dolayısıyla, ölçeğin iç tutarlılığını sağladığı

Tablo 2: Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Değişkenler	Ort	SS	Faktör Yüğü	Cronbach σ	CR	AVE	MSV	ASV
Kişisel İlişkiler				0,83	0,83	0,46	0,06	0,05
KI1	3,11	1,59	0,53					
KI2	2,21	1,47	0,72					
KI3	2,59	1,55	0,78					
KI4	2,32	1,49	0,79					
KI5	3,02	1,60	0,55					
KI6	2,53	1,51	0,65					
Profesyonel İlişkiler				0,77	0,77	0,36	0,05	0,04
PI1	2,54	1,51	0,54					
PI2	3,46	1,43	0,54					
PI3	3,42	1,47	0,61					
PI4	3,48	1,44	0,63					
PI5	3,17	1,53	0,66					
PI6	3,11	1,51	0,61					
Yardımcı İlişkiler				0,82	0,82	0,43	0,23	0,12
YI1	1,40	0,86	0,58					
YI2	1,59	1,02	0,67					
YI3	1,78	1,20	0,63					
YI4	1,66	1,10	0,74					
YI5	1,82	1,23	0,69					
YI6	2,07	1,25	0,62					
Kurumsal İlişkiler				0,87	0,86	0,52	0,23	0,11
KU1	2,08	1,41	0,61					
KU2	1,91	1,26	0,84					
KU3	2,07	1,36	0,72					
KU4	1,89	1,26	0,70					
KU5	1,57	0,97	0,65					
KU6	1,71	1,09	0,75					

Not: KI: Kişisel İlişkiler; PI: Profesyonel İlişkiler; YI: Yardımcı İlişkiler; KU: Kurumsal ilişkiler; χ^2 : 535.55; χ^2 / df : 2.22; $p < 0.01$; CFI: 0.91; TLI: 0.90; SRMR: 0.06; RMSEA: 0.06* Tüm faktör yükleri 0,001 düzeyinde anlamlıdır.

ifade edilebilmektedir. Ölçeğin güvenilirlik ve iç tutarlılığının değerlendirilmesi aşamasından sonraki bir diğer aşama bileşik güvenilirlik değerinin hesaplanmasıdır. Bileşik güvenilirlik değerinin 0,7'den büyük olması durumunda güvenilir kabul edilmektedir (Hurley ve diğerleri, 1997; Raykov, 1998 Ringner, 2008). Analiz sonucunda ölçeğin kişisel ilişkiler boyutunun CR değeri 0,83, profesyonel ilişkiler boyutunun CR değeri 0,77, yardımcı ilişkiler boyutunun CR değeri 0,82 ve kurumsal ilişkiler boyutunun CR değeri 0,86 olarak tespit edilmiştir. Bu değerler belirtilen sınır değerlerin üzerinde bulunmuştur. DFA sonucu elde edilen modele ilişkin yalnızca yapısal geçerlilik yeterli görülmemektedir. Ayrıca, DFA ile yapısal geçerliliği test edilen model için yakınsak ve ıraksak geçerliliklerinde ölçümlenmesi gerekmektedir. Yakınsak geçerlilik değişkenlere ilişkin ifadelerin birbirleriyle ve oluşturmuş oldukları faktörle ilişki olduklarını ifade ederken, ıraksak geçerlilik ise değişkenlere ilişkin ifadelerin ait oldukları faktör dışındaki faktörlerle kendi ait oldukları faktörden daha az ilişkili olması gerekliliğidir (Yaşlıoğlu, 2017: 80). Modelimizden elde ettiğimiz verilere göre bileşik güvenilirliğin (CR) ortalama varyans tahmini (AVE) değerinden yüksek olması ve AVE değerinin 0,5 değerinden büyük olması beklenmektedir. Modelimizin AVE değerleri kişisel ilişkiler için 0,46, profesyonel ilişkiler için 0,36, yardımcı ilişkiler için 0,43 ve kurumsal ilişkiler için 0,52 olarak bulunmuştur. Buradan hareketle, CR değerlerin AVE değerlerinden büyük olduğu tespit edilmiştir. Fakat, AVE değerlerinin 3 tanesi 0,50 değerinin altındadır. Fornell ve Larcker (1981) AVE'nin 0,5'ten küçük, ancak bileşik güvenilirliğin 0,6'dan yüksek olması durumunda, yapının yakınsak geçerliliği hala yeterli olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla, ölçüm modelimizin yakınsak geçerliliğinin sağlandığı ifade edilebilmektedir. ıraksak geçerliliğe ilişkin değerlere bakıldığında maksimum paylaşılan varyansın karesi (MSV) değerinin AVE'den küçük olması beklenmektedir. MSV değeri kişisel ilişkiler için 0,06, profesyonel ilişkiler için 0,06, yardımcı ilişkiler için 0,23 ve kurumsal ilişkiler için 0,22 olarak tespit edilmiştir. Bu değerlerin AVE değerlerinden küçük olduğu görülmektedir. Diğer aşamada ise paylaşılan varyansın karesinin ortalaması (ASV) değerinin maksimum paylaşılan varyansın karesi (MSV) değerinden küçük olması gerekmektedir. Tüm ASV değerlerinin MSV değerlerinden küçük olduğu Tablo 2'de belirtilmiştir. Bu bilgiler ışığında ölçüm modelimize ilişkin ıraksak geçerliğinde sağlandığı görülmektedir. Dolayısıyla, ölçeğimizin geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olduğu yapılan testler neticesinde ortaya koyulmuştur.

Tablo 3: Yapının Özellikleri ve Korelasyonları

Değişkenler	Ort	SD	AVE [√]	1	2	3	4
1. KI	2,62	1,09	0,68	-			
2. PI	3,22	0,99	0,60	0,13**	-		
3. YI	1,68	0,81	0,66	0,20**	0,19**	-	
4. KU	1,96	0,88	0,72	0,12**	0,19**	0,43**	-

Not: KI: Kişisel İlişkiler; PI: Profesyonel İlişkiler; YI: Yardımcı İlişkiler; KU: Kurumsal ilişkiler *Korelasyon değeri 0,05 (2-kuyruklu).

Tablo 3'de modeldeki değişkenlere ait ortalama (Ort.) ve standart sapma (S. Sapma) değerleri, AVE[√] ve Pearson korelasyon katsayıları (r) verilmiştir. Ortalamalara bakıldığında 1,68 ile 3,22, standart sapma değerlerinin de 0,81 ile 1,09 arasında dağılım gösterdiği görülmektedir. Tablo 2'deki

korelasyon katsayıları %5 hata oranıyla anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. AVE¹ değerinin korelasyon ilişkilerinden daha yüksektir. Bu sonuçlar Hernández-Carrión ve ark. (2017) çalışmalarıyla benzer olduğu ortaya konulmaktadır.

5. Sonuç ve Tartışma

“Girişimcinin Sosyal Sermayesi” ölçeğini geliştirmek için gerçekleştirilen bu araştırma sonucunda girişimcinin sosyal sermayesi; “kişisel ilişkiler”, “profesyonel ilişkiler”, “yardımcı ilişkiler” ve “kurumsal ilişkiler” başlıkları altında toplanmıştır. Bu boyutlar daha önce geliştirilen ölçeğin sonuçları ile uyumludur (Hernández-Carrión ve ark.,2017).

Araştırma Türkiye’de hizmet ve imalat sektöründe faaliyet gösteren 375 adet girişimci ile yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen verilerle gerçekleştirilmiştir. Hernández-Carrión ve ark. (2017) tarafından geliştirilen ölçeğin Türkiye bağlamında çalışıp çalışmadığını ölçmek amacıyla literatürde yer alan araştırma metodolojileri ile uyumlu olarak analizler gerçekleştirilmiş olup, ölçeğin güvenilir ve geçerli bir ölçüm aracı olduğu ortaya konulmuştur.

Geliştirilen ölçek toplamda 4 boyuttan ve 24 ifadeden oluşmaktadır. Anket içerisinde yer alan ifadeler; kişisel, profesyonel, ilişkisel ve kurumsal ağlardan oluşan 4 boyut içerisinde neyin ya da nelerin anlaşılmasının gerektiğine yönelik kısa tanımları içermektedir.

Bu çalışma ile girişimcinin sosyal sermayesine yönelik literatürde yer alan mevcut boyutlara erişilmiş olup, ayrıca bu boyutları ölçme hususunda Türkiye’de kullanılabilecek ifadeler geliştirilmiş ve ölçek oluşturulması adına bir teşebbüste bulunulmuştur.

Girişimcilik literatürü gün geçtikçe daha fazla araştırılması gereken bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alanda gerçekleştirilen çalışmaların sayısı da gün geçtikçe artmaktadır. Ancak Türkiye’de yapılan çalışmalar incelendiğinde literatür belirli alanlarda kısıtlı kalmıştır. Bu bağlamda ilgili literatürde yer alan ölçüm yöntemleri de oldukça kısıtlı kalmaktadır. Bu çalışma farklı alanlarda faaliyet gösteren girişimciler üzerine de ele alınarak girişimciler için sosyal sermayenin farklı boyutlarda da ele alınmasına, farklı sonuçların da ortaya konulmasına ve ilgili alandaki literatürün gelişimine katkı sağlayacaktır.

Sosyal sermayenin, özellikle ülkelerin gelişim süreçleri içerisinde kilit bir role sahip olduğu belirtilmekle birlikte, son yıllarda bu konu üzerine gerçekleştirilen çalışmalar da çok fazla artmıştır. Bunun nedenlerinin başında, bir ülkenin ya da toplumun gelişmişlik seviyesinin sadece fiziki sermaye ile açıklanabilmesinin mümkün olmadığına anlaşılması gelmektedir (Karagül ve Masca, 2005). Yapılan çalışmalarda, ekonomik büyüme ile sosyal sermaye arasındaki doğrusal ilişki ortaya koyulmuştur (Karagül ve Akçay., 2002). Belirtilen bağlamda sosyal sermayenin, özellikle az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde süregelen ekonomik sorunların çözümü için çeşitli boyutların ele alınması ve çözümlenmesine yönelik fırsatlar sunulduğu belirtilmiştir (Karagül ve Dündar, 2006). Ülkelerin ekonomik ve toplumsal refahı ve büyümeleri için girişimcilik faaliyetlerinin önemi son

derece açıktır. Belirtilen bağlamda özellikle girişimcilik için önemli bir kaynak olan sosyal sermayenin de ölçümlenebiliyor olması gerekmektedir.

Hiç şüphe yoktur ki ekonomik ve toplumsal değerlerin en önemli özelliklerinden biri de ölçülebilir olması olarak karşımıza çıkmaktadır. Belirtilen bağlamda sosyal sermayenin ölçümlenebiliyor olması diğer ekonomik ve toplumsal değerlerden farklı olarak yapılmalıdır. Bunun başlıca nedenlerinden biri özellikle ekonomik değerlerin parasal, maddi değerlerle ölçümlenebiliyor olması, toplumsal değerlerin ise ahlak, kültür, değerler gibi belirleyicilerle ölçümlenebiliyor olmasıdır. Bunlara bağlı olarak sosyal sermayenin de ölçümlenebilir ve değerlendirilebilir olması önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal sermayeyi ölçme ve değerlendirme konusunda tek ve güvenilir bir metod bulunmamaktadır ve bundan dolayı da sosyal sermayenin net olarak ölçülmesi pek de mümkün değildir (Fukuyama ve Buğdaycı, 2000). Ayrıca gerçekleştirilen ampirik çalışmalarda sosyal sermayenin sadece ekonomik değil; eğitim, sosyal ve politik alanlarda da etkili olduğu belirtilmektedir (KOSGEB, 2005). Belirtilen kapsamda, özellikle çok değişkenli bir yapıda incelenmesi gereken sosyal sermaye kavramının, doğrudan girişimci ve girişimcilik üzerine de ölçümlenebilmesi oldukça elzemdir.

İlgili literatür incelendiğinde, özellikle Türkiye bağlamında konunun farklı boyutlarla incelenmeye çalışıldığı, doğrudan güvenilir ve net bir ölçüm aracının bulunmadığı görülmüştür. Belirtilen kapsamda bu çalışmanın temel amacı, sadece ekonomik değil, birçok bağlamda ayrı ayrı incelenmesi gereken sosyal sermaye kavramının doğrudan girişimci ve girişimcilik üzerine ölçümlenebilmesi için bir yöntem belirlenmesi olmuştur.

Yazar Katkısı

KATKI ORANI	AÇIKLAMA	KATKIDA BULUNANLAR
Fikir veya Kavram	Araştırma fikrini veya hipotezini oluşturmak	Orkun DEMİRBAĞ
Literatür Taraması	Çalışma için gerekli literatürü taramak	Artur Yetvart MUMCU
Araştırma Tasarımı	Çalışmanın yöntemini, ölçeğini ve desenini tasarlamak	Orkun DEMİRBAĞ
Veri Toplama ve İşleme	Verileri toplamak, düzenlemek ve raporlamak	Taha Yusuf ÇAKAREL Orkun DEMİRBAĞ
Tartışma ve Yorum	Bulguların değerlendirilmesinde ve sonuçlandırılmasında sorumluluk almak	Taha Yusuf ÇAKAREL Orkun DEMİRBAĞ

Çıkar Çatışması

Çalışmada yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Finansal Destek

Bu çalışma için herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

Kaynakça

- Abdelmotaleb, M., Mohamed Metwally, A.B.E. and Saha, S.K. (2018), Exploring the impact of being perceived as a socially responsible organization on employee creativity, *Management Decision*, 56(11), 2325-2340.
- Acemoglu, D. (2012). Introduction to economic growth. *Journal of Economic Theory*, 147(2), 545–550.
- Akman, Y., & Abaslı, K. (2017). Sosyal Sermaye ve Örgütsel Yaratıcılık Arasındaki İlişkilerin Öğretmen Algılarına Göre İncelenmesi. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi*, 6(2), 269–286.
- Anderson, J.C. and Gerbing, D.W. (1988), Structural equation modelling in practice: a review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Bauernschuster, S., Falck, O., & Heblich, S. (2010). Social capital access and entrepreneurship. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(3), 821–833.
- Bayık, M.E. & Gürbüz, S. (2016). Ölçek uyarlamada metodoloji sorunu: Yönetim ve örgüt alanında uyarlanan ölçekler üzerinden bir araştırma. *İş ve İnsan Dergisi*, 3(1), 1-20.
- Brislin, R. W. (1986). The wording and translation of research instruments. In W. J. Lonner, & J. W. Berry (eds.), *Field methods in crosscultural psychology* (pp. 137–164). Sage Publications.
- Brown, T. A. (2006). *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research*. New York: Guilford Press.
- Bryne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (2nd ed.). New York, NY: Routledge/Taylor, & Francis Group.
- Budak, G., & Gürbüz, S. (2017). Öznel kariyer başarısı: Bir ölçek uyarlama çalışması. *İş ve İnsan Dergisi*, 4(2), 87-99.
- Cope, J., Jack, S., & Rose, M. B. (2007). Social capital and entrepreneurship: An introduction. *International Small Business Journal*, 25(3), 213–219.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98–104.
- Çetin, M. (2007). Yerel ekonomik kalkınma yaklaşımı ve uluslararası organizasyonlar. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 153–170.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301–331.
- De Carolis, D. M., & Saporito, P. (2006). Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 41–56.
- Erdemir, E. (2008). Yönetim ve örgüt araştırmalarında ölçek kullanımı: Yönetim organizasyon kongre bildirimleri örneği. İçinde 16. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi bildiriler kitabı (ss.397-403). İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınevi.
- Erdemir, E. (2018). Yönetim araştırmalarında ölçek kullanımı. *Yönetim ve Organizasyon Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 5-32.
- Field, J. (2006). Sosyal Sermaye,(Çev. Bahar Bilgen, Bayram Şen). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Fogel, G., & Zapalska, A. (2001). A comparison of small and medium-size enterprise development in Central and Eastern Europe. *Comparative Economic Studies*, 43(3), 35–68.
- Fornell, C.G. and Larcker, D.F. (1981), Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Fukuyama, F., & Buğdaycı, A. (2000). Güven: sosyal erdemler ve refahın yaratılması. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Gartner, W. B. (1988). “Who is an entrepreneur?” is the wrong question. *American journal of small business*, 12(4), 11–32.

- Gerni, M. (2013). Sosyal Sermaye ve Örgütsel Boyutu. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American journal of sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Greve, A., & Salaff, J. W. (2003). Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(1), 1–22.
- Hernández-Carrión, C., Camarero-Izquierdo, C., & Gutiérrez-Cillán, J. (2017). Entrepreneurs' social capital and the economic performance of small businesses: The moderating role of competitive intensity and entrepreneurs' experience. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(1), 61-89.
- Hernández-Carrión, C., Camarero-Izquierdo, C., & Gutiérrez-Cillán, J. (2019). The internal mechanisms of entrepreneur' s social capital: A multi-network analysis. *BRQ Business Research Quarterly*.
- Hinkin, T.R. (1995). A brief tutorial on the development of measures for use in survey questionnaires. *Organizational Research Methods*, 1,104-121.
- Hinson, Y. L., Bamford, C. E., & Bruton, G. D. (2006). Founder/Chief Executive Officer Exit: A Social Capital Perspective of New Ventures. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Hu, L. T., and Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Struct. Equat. Model. Multidiscipl. J.* 6, 1–55
- Hunter, J. E., and D. W. Gerbing. (1982). "Unidimensional Measurement, Second Order Factor Analysis, and Causal Models." *Research in Organizational Behavior* 4: 267–320.
- Hurley, A.E., Scandura, T.A., Schriesheim, C.A., Brannick, M.T., Seers, A., Vandenberg, R.J. and Williams, L. (1997), Exploratory and confirmatory factor analysis: guidelines, issues, and alternatives. *Journal of Organizational Behavior*, 18(6), 667-683.
- İpek, İ., Duman, S., Genç, F., Kılıç, B., & Dikkaya, D. (2020). Algılanan marka otantikliği ölçeğinin Türkçe geçerlemesi. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 47(Haziran), 61-81.
- Karagül, M., & Akçay, S. (2002). Ekonomik büyüme ve sosyal sermaye: Ampirik bir kanıt. *İktisat İşletme ve Finans*, 17(198), 82-90.
- Karagül, M., & Dündar, S. (2006). Sosyal sermaye ve belirleyicileri üzerine ampirik bir çalışma. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 6(12), 61-78.
- Karagül, M., & Masca, M. (2005). Sosyal sermaye üzerine bir inceleme. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2005(1), 37-52.
- Karlan, D. S. (2005). Using experimental economics to measure social capital and predict financial decisions. *American Economic Review*, 95(5), 1688–1699.
- Kelava, A. (2016), A review of confirmatory factor analysis for applied research. *Journal of Educational and Behavioral Statistics*, 41(4), 443-447.
- Kline, R. B. (2010). Principles and Practice of Structural Equation Modeling, Third Edition. New York: Guilford Press.
- Komulainen, H., Mainela, T., & Tahtinen, J. (2006). Social networks in the initiation of a high-tech firm's internationalisation. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 6(6), 526–541.
- KOSGEB. (2005) Ekonomik Kalkınmada Sosyal Sermayenin Rolü, Ankara.
- Kwon, S.-W., & Arenius, P. (2010). Nations of entrepreneurs: A social capital perspective. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 315–330.
- Liu, Y., ve Keller, R. T. (2021). How Psychological Safety Impacts RveD Project Teams' Performance: In a psychologically safe workplace, RveD project teams perform better, more readily share knowledge

- and engage in organizational citizenship behavior, and are less likely to leave. *Research-Technology Management*, 64(2), 39-45.
- Liu, Y., Zhao, H., & Sheard, G. (2017). Organizational citizenship pressure, compulsory citizenship behavior, and work-family conflict. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 45(4), 695-704.
- MacCallum, R. C., M. Roznowski, and L. B. Necowitz. (1992). Model Modifications in Covariance Structure Analysis. *Psychological Bulletin* 111(3): 490-504.
- Muduli, A. and Raval, D. (2018), Examining the role of work context, transfer design and transfer motivation on training transfer: Perspective from an Indian insurance industry. *European Journal of Training and Development*, 42(3/4), 266-282.
- Mumcu, A.Y., Ataman, G. (2021a), Girişim fonlamasında sosyal sermayenin çevrimiçi rolü: Kitlese fonlama üzerine bir araştırma. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 360-373.
- Mumcu, A. Y., & Ataman, G. (2021b). Girişimcilikte fonlama sorununa yeni bir çözüm önerisi: Kitlese fonlamanın olumlu ve olumsuz yönleri üzerine bir araştırma. *Journal of Research in Business*, 6(1), 164-176.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw Hill.
- Öztürk, E. B., Gökoğlu, S. K., & İnan, N. K. (2019). Bireycilik ve Toplulukçuluk Ölçeğinin Türkçe Geçerlemesi. *Ege Academic Review*, 19(1), 1-14.
- Öztürk, E.B., Gökoğlu, S.K. & Karagonlar, G. (2015). İlişkiel Benlik Ölçeğinin Türkçe Geçerlemesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 16(2), 49-70.
- Payne, G. T., Moore, C. B., Griffis, S. E., & Autry, C. W. (2011). Multilevel challenges and opportunities in social capital research. *Journal of management*, 37(2), 491-520.
- Petrides, K.V. and Furnham, A. (2000), On the dimensional structure of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, 29(2), 313-320.
- Pirolo, L., & Presutti, M. (2010). The impact of social capital on the start-ups' performance growth. *Journal of Small Business Management*, 48(2), 197-227.
- Putnam, R. D. (1994). Social capital and public affairs. *Bulletin of the American Academy of Arts and Sciences*, 5-19.
- Putnam, R. D. (1998). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and schuster.
- Raykov, T. (1998). Coefficient alpha and composite reliability with interrelated nonhomogeneous items. *Applied psychological measurement*, 22(4), 375-385.
- Ringner, M. (2008), What is principal component analysis?. *Nature Biotechnology*, 26(3), 303-304.
- Sabatini, F. (2009). Social capital as social networks: A new framework for measurement and an empirical analysis of its determinants and consequences. *The Journal of Socio-Economics*, 38(3), 429-442.
- Sánchez, A. A., & Bañón, A. R. (2009). ¿Cómo compiten las empresas industriales?: un estudio sobre la pyme española. *Economía industrial*, (373), 87-99.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., and Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods Psychol. Res. Online* 8, 23-74.
- Schreiber, J.B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A., & King, J. (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: A review. *The Journal of Educational Research*, 99(6), 323-338.
- Schumaker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modelling* (2nd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schutte, S.N., Malouff, J.M., Hall, L.E., Haggerty, D.J., Cooper, J.T., Golden, C.J. and Dornheim, L. (1998), Development and validation of a measure of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, 25(2), 167-177.

- Şan, M., & Şimşek, R. (2011). Sosyal sermaye kavramının tarihsel-sosyolojik arka planı. *Akademik İncelemeler Dergisi (AID)*, 6(1), 88–110.
- Şavkar, E. (2011). Sosyal sermayenin unsurları ve ekonomik kalkınmayla ilişkisi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Teckchandani, A. (2014). Do membership associations affect entrepreneurship? The effect of type, composition, and engagement. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(2_suppl), 84S-104S.
- Teorell, J. (2003). Linking social capital to political Participation: Voluntary associations and networks of recruitment in Sweden 1. *Scandinavian Political Studies*, 26(1), 49-66.
- Tüylüoğlu, Ş. (2006). Sosyal sermaye, iktisadi performans ve kalkınma: bir yazın taraması. *Akdeniz İİBF Dergisi (12)2006*, 14-60.
- Wang, Y., Zheng, Y., ve Zhu, Y. (2018). How transformational leadership influences employee voice behavior: The roles of psychological capital and organizational identification. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 46(2), 313-321.
- Williams, D. (2006). On and off the'Net: Scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 593–628.
- Woodhouse, A. (2006). Social capital and economic development in regional Australia: A case study. *Journal of Rural Studies*, 22(1), 83–94.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yetim, N. (2002). SOSYAL SERMAYE OLARAK KADIN GİRİŞİMCİLER: MERSİN ÖRNEĞİ. *Ege Academic Review*, 2(2), 79–92.
- Zheng, H., Li, D., Wu, J., & Xu, Y. (2014). The role of multidimensional social capital in crowdfunding: A comparative study in China and US. *Information & Management*, 51(4), 488–496.

EK-1. Anket Soruları

Aşağıdaki sorular, ilişki ağlarınız ve işinizi yürütmek için yararlı olan kaynaklar ve yeteneklerle ilgilidir.

Kişisel ilişkiler: Akrabalar, arkadaşlar, komşular veya gayri resmi sosyal etkinlikleri paylaştığınız tanıdıklar gibi özel çevrenizde sık sık iletişim kurduğunuz bir grup insan.

Profesyonel ilişkiler: Profesyonel meslektaşlarınız, şirketinizdeki işçiler, ortaklar, tedarikçiler, distribütörler gibi profesyonel çevrenizde (hem mevcut işinizde hem de önceki işlerinizde veya işlerinizde) sık temas halinde olduğunuz bir grup insan, müşteriler veya iş arkadaşları.

İlişkisel ilişkiler: Sizinle aynı derneklere ait olan ve sık temas halinde olduğunuz bir grup insan. Bunlar sivil haklar grupları, gönüllü dernekleri, kültür dernekleri, spor dernekleri, siyasi partiler, sendikalar, kadın dernekleri, komşu dernekleri, meslek dernekleri, dini gruplar vb. her türlü dernek olabilir.

Kurumsal ilişkiler: doğrudan iletişim kurduğunuz ve kamu kurumlarına mensup kişiler (adalet, kamu hizmetleri, polis, politikacılar, kamu sektörü çalışanları veya yerel, bölgesel, ulusal veya Avrupa Birliği hükümet temsilcileri vb.) veya özel kurumlara (büyük firmalar ve bankalar, kilise, medya vb.)

Lütfen ilişki ağlarınızın her birinin bu kaynakların her birini elde etmenize ne ölçüde katkıda bulunduğunu belirtin (1: ağ hiçbir şekilde katkıda bulunmadı; 5: ağ kaynağın elde edilmesine büyük katkıda bulundu).

Her ilişki ağının finansal kaynaklara erişim sağlamasına katkısı

Kişisel ilişkiler	1	2	3	4	5
Profesyonel ilişkiler	1	2	3	4	5
İlişkisel ilişkiler	1	2	3	4	5
Kurumsal ilişkiler	1	2	3	4	5

Finansal kaynaklar: İşinizi finanse etmek için elde ettiğiniz fonlar. Bunlar, hem kredileri (kişisel veya bir bankadan) hem de kredi veya sübvansiyonları ve kamu yardımını içerir. (*).

(*) Bu madde her bir kaynak türü için tekrarlanır: teknoloji ve yenilik, ticari ve pazarlama kaynakları, kalite yönetim yetenekleri, insan kaynakları ve organizasyonel yetenekler.

Teknoloji ve yenilik. İşletmenizin kullandığı teknolojiler (örneğin, BT araçları, makineler, patentlerin kullanımı, vb.), bu teknolojilerin kullanımında işletmenizin sahip olduğu deneyim ve insan kaynakları (işletmenizdeki çalışanlar ve dış uzmanlar), yeni teknolojiler geliştirme becerileri ve yenilikler.

Ticari ve pazarlama kaynakları. Firmanızın çevrenizden (müşteriler, tedarikçiler ve rakipler) bilgi alma ve bunu müşterilerinizi daha iyi memnun etmek ve ayrıca yeni müşteriler çekmek için kullanma yeteneği. Bu kaynaklar, bilgiye erişim (örneğin, veri tabanları), satış ve iletişim becerileri (örneğin, reklam veya satış çalışmaları), vb. içerir.

Kalite yönetimi yetenekleri. Firmanızın ürün ve hizmetler tasarlama, yüksek kaliteli hammadde sağlayan tedarikçilere erişme, çalışanları eğitme veya kalite yönetim sistemlerini (ISO normları vb.) tanıtmaya yeteneği.

İnsan kaynakları. Ekibinizin profesyonel kalitesi ve nitelikleri ile firmanızın bu insan kaynaklarını yönetme becerisi (çalışanları cezbetme, elde tutma ve motive etme).

Organizasyonel yetenekler. Firmanızın yukarıdaki tüm kaynakları (insan, kalite, satış, teknolojik ve finansal kaynaklar) koordine etme yeteneği, işinizin başarılı olması ve değer yaratması için. Organizasyonel yetenekler, yönetim becerilerinizi, işinizi değişime uyarlama yeteneğinizi ve ister doğrudan ister harici olarak yönetilsinler (danışmanlık, tavsiye) bilgi ve iletişim sistemlerinin yönetimini içerir

Özgeçmiş

Artur Yetvart Mumcu (Dr. Öğr. Üyesi) İstanbul Kültür Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde Dr. Öğr. Üyesi olarak görev yapmaktadır. Marmara Üniversitesinde Yönetim ve Organizasyon Doktorasını almıştır. Girişimcilik, Sosyal Sermaye ve Sürdürülebilirlik konularında çalışmaları bulunmaktadır. Çalışmaları Journal of Research in Business, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi gibi dergilerde yayınları yer almaktadır.

Taha Yusuf ÇAKAREL (Arş. Gör.), İstanbul Kültür Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde Araştırma Görevlisi olarak görev yapmaktadır. Marmara Üniversitesinde Yönetim ve Organizasyon Doktorasına devam etmektedir. Araştırma alanları arasında Girişimcilik, Liderlik ve Örgütsel Politika bulunmaktadır. Çalışmaları Academy of Strategic Mngement Journal, OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi gibi dergilerde yayınları yer almaktadır.

Orkun DEMİRBAĞ (Doç. Dr.), Gümüşhane Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde Dr. Öğr. Üyesi olarak görev yapmaktadır. Marmara Üniversitesinde Yönetim ve Organizasyon Doktorasını almıştır. Örgütsel Davranış, Stratejik Yönetim ve İnsan Kaynakları Yönetimi alanlarında araştırmalar yapmaktadır. Çalışmaları Central European Management, Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict, Ankara Üniversitesi SBF gibi dergilerde yayınları yer almaktadır.