

SOSYAL SERMAYENİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ÜZERİNE ETKİSİ: BİR META ANALİZ ÇALIŞMASI

Ebru DEMİREL*

Öz

Bu çalışmanın amacı, sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimi arasındaki çalışmaları bütüncül bir yaklaşımla değerlendirebilmek için meta analiz yöntemiyle incelemektir. Meta analiz, birden fazla çalışmadan elde edilen verilerin birleştirilmesi için kullanılan ve analizlerin analizi olarak değerlendirilen istatistiksel bir yöntem olarak ele alınmaktadır. Bu sayede sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi ortaya çıkartılması ve genel bir yargıya ulaşılması hedeflenmiştir. Bu kapsamda konu ile alakalı Türkiye'de Türkçe yapılmış 2018-2023 yılları arasında yürütülen ve korelasyon değerine sahip 10 çalışma belirlenmiştir. Dahil etme ölçütlerine uygun çalışmaların meta analizinde CMA V4.0 (Comprehensive Meta Analysis 4.0) yazılım programı kullanılmıştır. Yapılan meta analiz sonucunda yayın yanlılığının olmadığı, çalışmaların heterojen dağıldığı tespit edilmiştir. Yine analiz sonucunda sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimi arasındaki rastgele etkiler modelinde ortalama etki büyüklüğünün ($r=0,581$) güçlü düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal sermaye, Girişimcilik eğilimi, Meta analiz.

Jel Kodu: M10, M19.

The Effect of Social Capital on Entrepreneurship Tendencies: A Meta Analysis Study

Abstract

The aim of this study is to examine the studies between social capital and entrepreneurial tendency with the meta-analysis method in order to evaluate them with a holistic approach. Meta-analysis is considered as a statistical method used to combine data obtained from more than one study and evaluated as analysis of analyses. In this way, it is aimed to reveal the effect of social capital on entrepreneurship tendency and to reach a general judgment. In this context, 10 studies conducted in Turkish in Turkey between 2018-2023 with a correlation value were determined. CMA V4.0 (Comprehensive Meta Analysis 4.0) software program was used in the meta-analysis of studies that meet the inclusion criteria. As a result of the meta-analysis, it was determined that there was no publication bias and the studies were distributed heterogeneously. Again, as a result of the analysis, it was revealed that the average effect size ($r=0.581$) was strong in the random effects model between social capital and entrepreneurial tendency.

Keywords: Social Capital, Entrepreneurial tendency, Meta analysis.

Jel Code: M10, M19.

1. Giriş

Sanayi devriminin ardından dünya ekonomisi, hızla değişen teknolojiler ve pazarlar tarafından yönlendirilen bilgiye dayalı bir ekonomiye dönüşmüştür. Bu yeni ekonomide bilgi, yenilik ve ekonomik kalkınma arasındaki karşılıklı ilişkiler, bilginin hem bölgeler içinde hem de bölgeler arasında ekonomik kalkınmaya nasıl katkıda bulunduğunu daha iyi anlamaya yönelik çabaları teşvik etmiştir. Bu durum, bilginin hem bölgeler içinde hem de bölgeler arasında nasıl yaratıldığına ve aktarıldığına olan ilgiyi artırmıştır. Bilgi ekonomisinin temel unsurları arasında; aktörlerin bilgisi, fikri mülkiyet (patentler) ve

* Öğr. Gör. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Gülşehir Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, ebrudemirel@nevsehir.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-50730683>

aktörlerin sosyal ağları yer almaktadır (Doh & Zolnik, 2011). 1990'larda yeni bir sermaye kavramı olan sosyal ağlar ya da sosyal sermaye, yerleşik finansal, gerçek ve beşerî sermaye kavramlarının yanı sıra genel kullanıma girmiştir (Westlund & Bolton, 2003). Sosyal ağ, bireyler, ekipler ve kuruluşların dışarıdan bilgi ve kaynaklara erişmesi için önemli bir kanal olduğu için hem yeni işletmelerin ortaya çıkmasında hem işletmelerin rekabet avantajı kazanmasında hem de girişimcilerin yeni fikirler üretmesinde önemli bir aktör olarak değerlendirilmektedir (Xie vd., 2021).

Girişimcilik, yeni şeyler geliştirmek ve kar için ilerlemek olarak ele alınmaktadır. Burada yeni bir şey yaratmak, yeni organizasyonların oluşturulması ve yeni ekonomik faaliyetlerin yaratılması anlamına gelmektedir. Özellikle yeni ekonomik faaliyet, yeni bir fikrin veya buluşun ekonomide başarılı bir yeniliğe dönüştürülmesi veya bir firma için yeni olandır. Bu bağlamda, girişimcilik sadece yeni firma kurmayı değil, aynı zamanda kurulu firmalar tarafından yeni ekonomik faaliyetleri de içermektedir (Doh & Zolnik, 2011). Girişimciliği uygularken, girişimciler genellikle değerli bilgi ve kaynaklara erişmek, değerli fırsatları belirlemek ve geliştirmek ve rekabet avantajı yaratmak ve sürekli olarak yeni girişimin sürdürülebilirliğini sağlamak, temel yetkinlikleri geliştirmek için sosyal ağlar kurmakta ve bunlardan yararlanmaktadır (Xie vd., 2021). Bu kapsamda sosyal sermaye (ağlar), bireylerin girişimcilik fırsatlarını keşfetmek ve bunlardan yararlanmak için çevresel değişikliklerden kaynaklanan yeni araç-sonuç ilişkilerini (ticari fırsatlar) belirlemesi için temel unsurlardan biridir. Bu nedenle sosyal sermaye, özellikle günümüzün bilgi ekonomisinde girişimcilik için çok önemli bir husus olarak değerlendirilmektedir (Doh & Zolnik, 2011).

Bu bağlamda bu çalışmanın amacı sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi meta analiz yöntemiyle incelemektir. Bu doğrultuda konuya ilişkin Türkiye’de ve Türkçe yapılmış 10 çalışmanın sonuçlarının birleştirilmesi ve genel etki büyüklüklerinin belirlenebilmesi için CMA V4.0 yazılım programı kullanılmıştır. Ulusal yazın incelendiğinde sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiye yönelik meta analiz çalışmasına rastlanmamıştır. Bu çalışma ile sosyal ağlarını iş amacıyla kullanan bir bireyin ya da çalışanın girişimcilik eğilimine sosyal sermayenin nasıl fayda sağlayabileceği ortaya çıkartılması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda bu çalışma ile literatüre katkı sağlanacağı ve bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilerek genel bir yargı oluşturulacağı düşünülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye; güven, iş birliği ve toplu eylem için temel sağlayan zaman içinde geliştirilen güçlü, kesişen kişisel ilişki ağlarını vurgulamaktadır (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Sosyal sermaye ilk olarak sosyologlar tarafından topluluk, arkadaşlar, meslektaşlar ve aile ilişkileri gibi genel kişilerarası gömülü ilişkilerin kişiler için sosyal sermaye ve zenginlik oluşturmaya yardımcı olmasını açıklamak için tanıtılmıştır. Sosyal sermaye teorisi, zaman içinde geliştirilen kişilerarası ilişkilerin bir ağın üyeleri için nasıl değerli bir kaynak sağlayabileceğine odaklanan bir kavram olarak ele alınmaya başlamıştır (Xie vd., 2021). Bu sermayenin çoğu karşılıklı tanışma ve tanıma ağlarına gömülüdür (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

Sosyal sermaye, hem örgütler hem de bireyler arasında önemli ölçüde bilgi akışını sağlayan bir yapı olarak değerlendirilmektedir. Bireyler arası kurulan sosyal ağlar iş ile ilgili olsun ya da olmasın güven ve normların inşasında önemli bir faktördür (Jamaludin vd., 2020). Buna göre sosyal sermaye, aktörler arasında iş birliğine dayalı ilişkiler ve normlar ağı oluşturarak koordinasyon ve iş birliğini kolaylaştırmakta ve aktörlerin sosyal ağlarından elde ettikleri kaynakları yansıtmaktadır (Sedeh vd., 2021).

Sosyal sermaye, bağlayıcı ve köprü oluşturan şeklinde kendi içinde bir ayırıma tabi tutulmaktadır. Bağlayıcı sosyal sermaye, yaş, etnik köken ve/veya eğitim gibi belirli demografik

faktörler açısından benzer ağlara dayanmaktadır. Bu türdeş ağlar, içe dönük olma ve ayrıcalıklı kimlikleri güçlendirme eğilimindedir. Köprü kuran sosyal sermaye ise, sosyal gruptaki insanları içeren heterojen ve dışa dönük bağlantılara dayanmaktadır. Buna göre köprü oluşturan sosyal sermaye daha geniş kimlikler ve karşılıklılık oluşturabilirken, bağlayıcı sosyal sermaye dar benliklerimizi desteklemektedir (Ferlander, 2007).

Sosyal sermaye, işletme faaliyetlerinin verimliliği üzerinde önemli etki oluşturan potansiyel olarak üretken bir faktördür. Doğru kullanımında işletmenin iş süreçlerine kadar pek çok fayda sağlamaktadır. Sosyal sermaye, bilgi ve bilginin yayılmasını teşvik ederek, belirsizliği ve işlem maliyetlerini azaltarak ve ağlar içindeki güven düzeyine bağlı olarak ekonomik kalkınmayı artırarak kurumsal performansa fayda sağlayabilmektedir (Mačerinskienė & Aleknavičiūtė, 2011). Sosyal sermaye hem örgütler hem de bireyler için önemli ve stratejik kaynak olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmanın konusu olan girişimciler için de bireysel ve sosyal düzeylerde sosyal sermayeye dahil olmak en önemli kaynakların bir koleksiyonudur (Xie vd., 2021).

1.2. Girişimcilik Eğilimi

Girişimci kavramıyla ilgili farklı algılar ve imajlar bulunmaktadır. Bazıları girişimcinin ne yaptığıyla, bazıları ise kim olduğuyla ilgilenmektedir. İşlevsel yaklaşımlardan Cantillon'un girişimcilik görüşü, onu toprak, emek ve sermaye arasındaki dinamik üretim faktörü olarak kabul etmektedir. Bu faktör, durumsal fırsatlardan kar elde etmek için diğer üretim faktörlerini bir araya getirme sorumluluğunu ve riskini üstlenir. Başka bir görüş, girişimciliği, ekonomi ve toplumla etkileşim içinde ticari organizasyonun hedefleri hakkında karar vermenin bir fonksiyonu olarak tasavvur etmektedir (Lachman, 1980). Yine başka bir görüş, risk alma davranışını girişimci davranışın özü olarak vurgulamaktadır (Link, 2007; Praag, 1999).

Girişimcilik eğilimi, bireysel girişimcilik davranışını güçlü bir şekilde öngörmekte ve bir kişinin dikkatini, deneyimini ve eylemini belirli bir hedefe veya bir şeyi başarmak için yola yönlendiren bir ruh hali olarak ele alınmaktadır (Yao vd., 2016). Literatürde bireylerin girişimcilik eğilimlerini etkileyen birçok faktör çalışma konusu olarak ele alınmaktadır. Buna göre girişimcilik eğilimi sosyal ve ekonomik çevreden (Chuluunbaatar vd., 2011; Marcua vd., 2012; Minguzzi & Passaro, 2001; Yao vd., 2016;), kişisel özelliklerden (Abhayarathne & Kodithuwakku, 2018; Huang vd., 2020; Morales-Fernandez vd., 2015), örgütsel bağlılıktan (Liu & Zhao, 2023; Tekeli & Özkoç, 2022) vb. diğer faktörlerden etkilenmektedir.

1.3. Sosyal Sermaye ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki

Girişimcilik eğilimi üzerinde etkili olan ve çalışma konusu olarak ele alınan diğer bir faktör ise sosyal sermayedir. Sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerine etkisini inceleyen çalışmalar incelendiğinde karşımıza Xie vd. (2021) tarafından yapılan çalışma çıkmaktadır. Çalışma sosyal sermayenin girişimcilik üzerinde etkisi olduğunu bulmuştur. Sedeh vd. (2021) yaptıkları çalışmada, sosyal sermayenin, algılanan girişimcilik yeteneğinin bireylerin yeni bir iş kurma niyeti üzerindeki olumlu etkisini artırdığını ortaya koymaktadır.

Başka bir araştırmada, Işık ve Çiçek (2020) Doğu Anadolu Bölgesindeki 17 devlet üniversitesinin işletme bölümü öğrencileri üzerinde bir anket yapmışlardır. Çalışmada sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini test etmişlerdir. Analiz sonucunda, sosyal sermayenin girişimcilik niyetini pozitif yönlü etkilediği ortaya çıkmıştır. Ayrıca sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi inceleyen diğer bir çalışma, Özbezek vd. (2022) tarafından yapılmıştır. Yazarlar Gaziantep'teki 404 Suriyeli girişimcinin katıldığı araştırmada, sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerinde olumlu yönde etkisi olduğunu ve bu sayede yeni fikirlerin ortaya çıktığını bulgulamıştır.

Ayrıca Çıkmaz (2020) yaptığı çalışmada sosyal sermayenin girişimcilik üzerine etkisini ölçmek için Gaziantep Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren tekstil işletmelerinde çalışan 607 kişi üzerine bir anket gerçekleştirmiştir. Anket sonucunda sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerine pozitif etkisi olduğu görülmüştür. Yine başka bir çalışmada Uzun (2021), girişimcilik eğilimi ile sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi incelemek için seyahat acentası çalışan ve sahip/ortakları üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Sosyal sermaye ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi ele alan Doh ve Zolnik (2011) yaptıkları çalışma sonucunda, sosyal sermaye ile girişimcilik arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Diğer taraftan Chuluunbaatar vd. (2011) tarafından yapılan çalışmada ise, farklı sosyo-ekonomik koşullarda girişimci davranışsal niyetlerin varlığını tahmin edilmesi, girişimci davranışsal niyetlerin girişimci davranışı nasıl formüle ettiğinin incelenmesi ve sosyal sermayenin bu ilişkiyi nasıl etkilediğini belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada Tayvan ve Moğolistan girişimcilerinin karşılaştırılması yapılmıştır. Çalışmanın bulguları arasında Tayvanlı girişimcilerde yüksek güven ve sosyal bağlara sahip olma eğilimi olduğu bulunmuştur. Başka bir çalışma ise McKeever vd., (2014) tarafından gerçekleştirilmiştir. Yazarlar İrlanda'nın kuzeybatısındaki küçük bir kasaba olan 'Inisgrianan'dan 15 kişilik bir girişimci grubunun yerleşik anlatılarını ve uygulamalarını araştırmışlardır. Çalışmalarında yorumlayıcı doğalcı bir felsefeden yararlanarak niteliksel bir yaklaşımı benimsemişlerdir. Araştırma sonucunda elde ettikleri bulgular, sosyal sermayenin nasıl mümkün olabileceğini ve ortak çıkarların karşılıklılığının girişimcileri girişimcilik uzmanlığını paylaşmaya nasıl izin verdiğini, teşvik ettiğini ve meşgul ettiğini göstermiştir.

Sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimini ele alan çalışmalar incelendiğinde iki kavram arasında pozitif yönde ilişki olduğu görülmektedir. Bu kapsamda bu çalışmada sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki çıkacağı yönünde sonuç beklenmektedir. Buna göre yukarıda değinilen teorik çerçevede ve literatür taraması sonucunda bu çalışmanın temel amacı sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi meta analiz yöntemiyle incelemek olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda çalışma çerçevesinde oluşturulan hipotez aşağıdaki gibidir:

H_1 = Sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

2. Yöntem

2.1. Araştırma modeli

Bu çalışmada sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerine etkisini ölçmek üzere meta analiz yöntemi kullanılmıştır. Meta analiz, birden fazla çalışmadan elde edilen verilerin birleştirilmesi için kullanılan ve analizlerin analizi olarak değerlendirilen istatistiksel bir yöntem olarak ele alınmaktadır. Meta analizde birden fazla çalışmanın etki büyüklüğünü ölçmek için üç farklı yöntem kullanılmaktadır. Bunlar: ortalamalara dayalı etki büyüklükleri, ikili verilere dayalı etki boyutları ve korelasyonel verilere dayalı etki büyüklükleridir (Borenstein vd., 2021). Bu çalışmada sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerine etkisinin etki büyüklüğünü ölçebilmek için korelasyon verilerine dayalı etki büyüklüğü yöntemi kullanılmıştır.

2.2. Verilerin toplanması

Çalışmada meta analizde kullanılan verilerin toplanması için Google Akademik, YÖK Ulusal Tez Merkezi ve DergiPark veri tabanları taratılmıştır. Tarama kapsamında girişimcilik, sosyal sermaye anahtar kelimeleriyle arama yaparak meta analiz için kullanılacak veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler dahil edilme kriterlerine göre meta analizde kullanılmak üzere belirlenmiştir. Bu çalışmada sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerine etkisini belirleyebilmek için meta analizde kullanılan çalışmaların dahil edilme kriterleri aşağıda gösterilmiştir:

- Çalışmaların 2018-2023 yılları arasında yapılmış olması,
- Çalışmaların Türkiye’de ve Türkçe yapılmış olması,
- Çalışmaların makale ya da tez olması ve erişime açık olması,
- Çalışmaların sosyal sermaye ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi incelemiş olması,
- Meta analiz yapılabilmesi için çalışmaların Pearson korelasyon değerine (r) ve örneklem sayısına sahip olması.

Çalışma kapsamında belirlenen kriterler kapsamında 10 çalışma analize dahil edilmiş, dahil edilme kriterlerine uygun olmayan çalışmalar analiz dışı bırakılmıştır.

2.3. Verilerin analizi

Bu araştırmada, dahil etme kriterlerine uygun sosyal sermaye ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların meta analizinde CMA V4.0 yazılım programı kullanılmıştır. Meta analiz kapsamında etki büyüklüğünün ölçülmesinde korelasyon katsayısı dikkate alınmıştır. Analiz kapsamında yayın yanlılığı tespit etmek için Huni Grafiği, Classic fail-safe N istatistiği, Kendall Tau b Testi (Mazumdar sıra korelasyonları) ve Egger Testi yapılmıştır. Sonrasında meta analizde kullanılan çalışmaların heterojenlik testi ve etki büyüklüğü değerleri ölçülmüştür. Meta analizde heterojenlik testinde kullanılan iki yöntem bulunmaktadır. Bunlar; sabit etkiler yöntemi ve rastgele etkiler yöntemidir. Sabit etkiler modelinde, analizdeki kullanılan tüm çalışmaların altında yatan tek bir gerçek etki büyüklüğü (dolayısıyla sabit etki terimi) olduğu ve gözlemlenen etkilerdeki tüm farklılıkların örnekleme hatasından kaynaklandığı varsayılmaktadır. Rastgele etkiler modelinde ise, gerçek etkinin çalışmadan çalışmaya farklılık gösterebileceğine izin verilmektedir (Borenstein vd., 2021).

Meta analizde etki büyüklüğünü belirlemede Cohen vd. (2007) tarafından yapılan çalışmada korelasyonel verilerde, korelasyon katsayısı, ilişkinin yönünün ayrıntılarıyla (yani, pozitif veya negatif bir korelasyon) birlikte etki büyüklüğü olarak kullanılmaktadır. Buna göre meta analizde etki büyüklüğünü belirlemede kullanılan korelasyon katsayısı (etki büyüklüğü) şu şekilde yorumlanmaktadır (Cohen vd., 2007):

Tablo 1. Korelasyon katsayı etki büyüklüğü

Aralık	Değerler
< 0 + / - 0,1	Çok zayıf
< 0 + / - 0,3	Zayıf
< 0 + / - 0,5	Orta
< 0 + / - 0,8	Güçlü
≥ +/- 0,8	Çok Güçlü

Kaynak: Cohen vd., 2007, s. 521.

Buna göre bu çalışmada etki büyüklüğünü yorumlamada Tablo 1’deki değerler ele alınarak yani Cohen ve arkadaşları (2007) tarafından verilen kılavuzlar kullanarak yorumlanmıştır.

2.4. Araştırma Etiği

Bu çalışma, bilimsel disiplinin çalışma ilkelerine uygun olarak hazırlanmıştır. Çalışma sürecinde yayın ilkelerinin prensiplerine riayet edildiği gibi evrensel etik değerlere yönelik sorumluluklar da yerine getirilmiştir.

3. Bulgular

Sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki kapsamında yapılan meta analiz çalışmasının bulgular kısmında; araştırmada kullanılan verilerin istatistikleri, yayın yanlılığına ilişkin testler, heterojenlik ve etki büyüklüğü ve orman grafiğine ilişkin analizler incelenmiştir.

Meta analizde kullanılan 10 çalışmanın istatistikleri aşağıda Tablo 2’de verilmiştir:

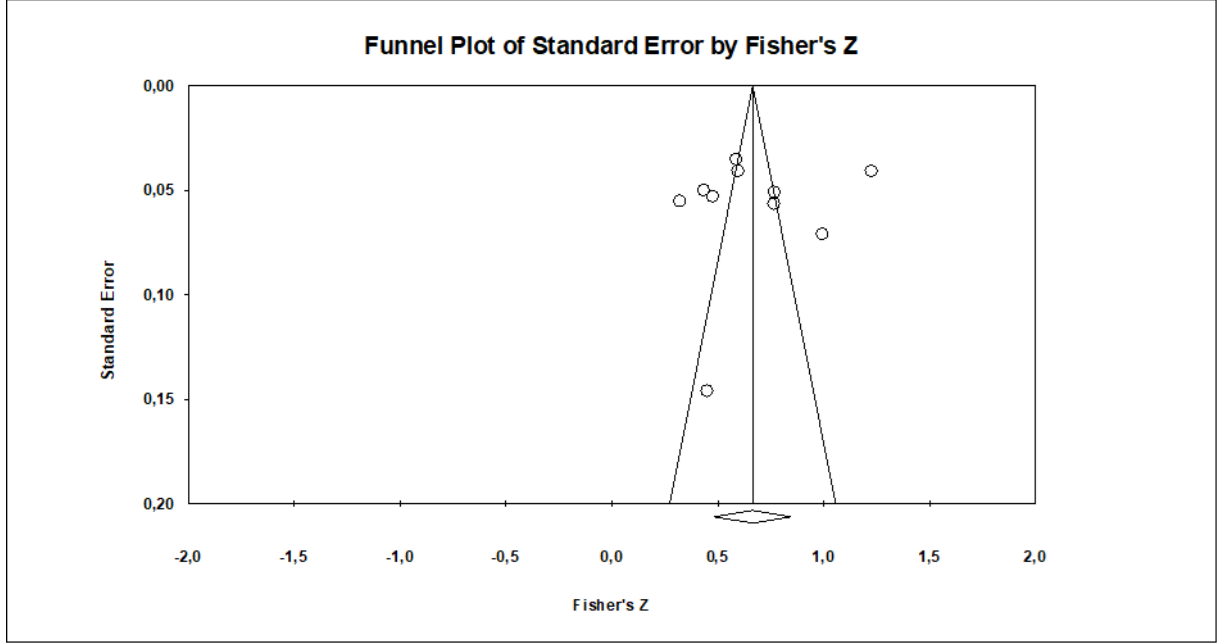
Tablo 2. Meta analize dahil edilen çalışmaların künyesi

Çalışma	N	Yayın Türü	r
Işık ve Çiçek (2020)	604	Makale	0,841
Çıkmaz (2020)	607	Tez	0,534
Özbezek vd. (2022)	404	Makale	0,408
Kocaoğlu ve Şener (2018)	318	Makale	0,644
Günay vd. (2020)	360	Makale	0,443
Pekel vd. (2021)	50	Makale	0,421
Uzun (2021)	389	Tez	0,645
Bahçecik (2021)	202	Tez	0,759
Özbilen (2019)	811	Tez	0,527
Aydınlık (2019)	332	Tez	0,310

Tablo 2’ye göre sosyal sermaye ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi ölçmek için meta analizde kullanılan çalışmaların 5 tanesi makale, 5 tanesi tezdır. Meta analizde kullanılan 10 çalışmanın toplam örneklem sayısı 4077’dir. Yine tabloda meta analizde kullanılan çalışmaların korelasyon değerleri gösterilmektedir.

3.1. Yayın Yanlılığına İlişkin Bulgular

Yayın yanlılığı, tamamlanan tüm çalışmaların yayınlanmaması ve seçim sürecinin rastgele olmamasından kaynaklanan bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Yayın yanlılığının varlığında, bir çalışmanın sonuçlarının, belli bir alanda yapılmış tüm çalışmaların sonuçlarından farklılık gösterdiğinde, bu araştırmanın okuyucuları ve eleştirmenleri, bu araştırmanın gösterdiği şey hakkında yanlış sonuçlara varma tehlikesiyle karşı karşıya kalabilmektedir (Rothstein vd., 2005). Bu çalışmada yayın yanlılığının varlığını tespit etmek amacıyla Huni grafiği, Egger testi, Begg ve Mazumdar sıra korelasyonu (Kendall tau b katsayı) analizleri gerçekleştirilmiştir. Aşağıda şekil 1’de huni grafiği gösterilmiştir:



Şekil 1. Huni grafiği

Huni grafiği, yatay eksendeki etki boyutunun bir fonksiyonu olarak dikey eksende çalışma boyutunun (genellikle standart hata veya kesinlik) bir ölçüsünün grafiği olarak ele alınmaktadır. Yayın yanlılığının yokluğunda, çalışmaların birleşik etki büyüklüğü hakkında simetrik olarak dağılması ve grafiğin üst kısmında kümelenmesi gerekmektedir. Buna karşılık, yanlılığın varlığında, çalışmalar grafiğin alt kısmında, ortalamanın bir tarafında diğerinden daha yüksek bir çalışma konsantrasyonu göstermektedir (Borenstein vd., 2022). Buna göre bu araştırmada analize dahil edilen 10 çalışmanın grafiğin üst kısmında ve simetrik dağıldığı görülmektedir. Şekil 1'e göre bu çalışmada yayın yanlılığı bulunmamaktadır.

Yayın yanlılığını ölçmede kullanılan bir diğer test classic fail-safe N istatistiğidir. Fail-safe N testi, istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir genel etki elde etmek için analize eklenmesi gereken eksik (boş) çalışmaların sayısını göstermektedir (Borenstein vd., 2022). Aşağıda sosyal sermayenin girişimcilik üzerine etkisini ölçmek üzere kullanılan 10 çalışmaya ilişkin Fail-safe N istatistiği testi gösterilmiştir:

Tablo 3. Classic fail-safe n istatistiği

Değişkenler	Değerler
Z Değeri (Gözlemlenen Çalışmalar için)	41,27981
p Değeri (Gözlemlenen Çalışmalar için)	0,00000
Alfa	0,05000
Gözlemlenen Çalışma Sayısı	10
p> alfa olması için gerekli çalışma sayısı	4426

Tablo 3'e göre bu meta analiz, 41,27981 z değeri ve karşılık gelen p değeri 0,00000 veren 10 çalışmanın verilerini içermektedir. p değerinin alfadan büyük olması için ($p > 0,05$) analize 4426 tane daha sosyal sermaye ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmanın dahil edilmesi gerekmektedir. Sosyal sermaye ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyen 4426 çalışmaya daha ulaşılması mümkün olmadığından dolayı, bu analizin sonucunda yayın yanlılığı olmadığı görülmektedir.

Yayın yanlılığının varlığını tespit etmede kullanılan başka bir analiz ise Begg ve Mazumdar sıra korelasyonları (Kendall tau b katsayı) testi ve Egger testidir. Aşağıda bu testlerin sonuçları verilmiştir:

Tablo 4. *Kendall tau b testi ve egger testi*

	Değişkenler	Değerler
Kendall'ın Tau b Testi	Tau b	0,04444
	Z	0,17889
	P	0,42901
Egger Testi	P	0,38041

Tablo 4'e göre Kendall'ın tau b değeri 0,04444 ve p değeri 0,42901 olarak çıkmıştır. Bu testin sonucuna göre p değeri 0,05'ten büyük olduğu için çalışmada yayın yanlılığı bulunmamaktadır. Yine tablo 4'e göre Egger testi sonucunda da p değeri 0,38041 ($p > 0,05$) olduğu için bu çalışmada yayın yanlılığı bulunmamaktadır.

3.2. Heterojenlik testi ve etki büyüklükleri bulguları

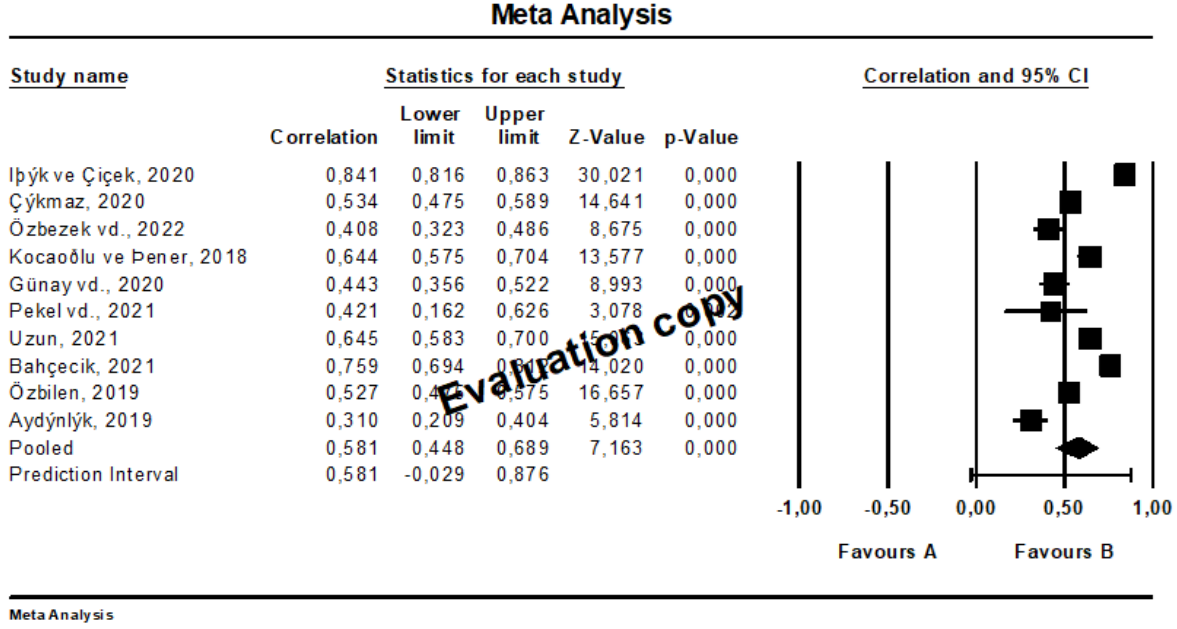
Sosyal sermayenin girişimcilik üzerindeki etkisini ölçmek için Türkiye'de yapılan Türkçe çalışmalar ve korelasyon değerine sahip 10 adet çalışma analiz edilmiştir. Çalışmalara ilişkin heterojenlik testi ve etki büyüklükleri aşağıda sunulmuştur:

Tablo 5. *Heterojenlik testi ve etki büyüklükleri*

Model	N	%95 Güven Aralığı				Heterojenlik			
		Ortalama Etki Büyüklüğü	Z	Alt Sınır	Üst Sınır	Df(Q)	Q	p	I ²
Sabit Etkiler Modeli	10	0,595	43,608	0,575	0,615	9	298,631	0,000	96,986
Rastgele Etkiler Modeli	10	0,581	7,163	0,448	0,689				

Q istatistiği, analizdeki tüm çalışmaların ortak bir etki boyutunu paylaştığı boş hipotezinin testini sağlamaktadır. Tüm çalışmalar aynı gerçek etki büyüklüğünü paylaşıyorsa, Q'nun beklenen değeri serbestlik derecesine eşit olacaktır (çalışma sayısı eksi 1). Q değeri, 9 serbestlik derecesi ve $p < 0,001$ ile 298.631'dir. 0,100 alfa kriterini kullanarak, X² tablosunda 9 serbestlik derecesinde kritik değer 14,684 çıkmaktadır. Bu sonuca göre Q-istatistik değeri (298,631) 9 serbestlik derecesi ile ki-kare dağılımının kritik değerini (14,684) aştığı için etki büyüklüğünün homojen olduğu boş hipotezi reddedebiliriz (Borenstein vd., 2010). Heterojenlik testi kapsamında I-kare istatistiği %97 olarak çıkmıştır. Higgins vd. (2003), %25'lik bir I-kare değerinin küçük bir heterojenliği temsil ettiğini, %50'nin orta derecede ve %75'in büyük bir heterojenliği temsil ettiğini öne sürmektedir (Higgins vd., 2003). Bu bulgular kapsamında bu araştırmada yüksek heterojenlik bulunmaktadır. Bu sonuçlar doğrultusunda bu çalışmada rastgele etkiler modeli kullanılmıştır. Analizdeki çalışmaların, potansiyel araştırmalar evreninden rastgele bir örneklem olduğu varsayılmakta ve bu analiz, o evrene bir çıkarım yapmak için kullanılmaktadır (Borenstein vd., 2010; Borenstein vd., 2022).

Tablo 5'e göre sosyal sermaye ve girişimcilik arasındaki ilişkinin meta analizinde ortalama etki büyüklüğü 0,581'dir ve %95 güven aralığı en küçük değer 0,448 ile en büyük değer 0,689 arasındadır. Bu değere göre sosyal sermayenin girişimcilik üzerindeki etkisi güçlü düzeydedir. Bu bulgular aşağıda orman grafiğinde de gösterilmiştir:



Şekil 2. Orman grafiği (forest plot)

Şekil 2 sosyal sermayenin girişimcilik üzerindeki etkisinin rastgele etkiler modeline göre orman grafiği incelendiğinde korelasyon (r) değerlerinin pozitif yönlü olduğu ve en düşük 0,310 ile en yüksek 0,841 değerleri arasında değiştiği görülmektedir. Buna göre 10 çalışmanın rastgele etkiler modelinde ortalama etki büyüklüğü 0,581 değeri ile pozitif yönlü yüksek düzey olarak hesaplanmıştır. Bu bağlamda analiz sonucunda oluşturulan $H_{1=}$ Sosyal sermaye ve girişimcilik arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır hipotezi kabul edilmiştir.

4. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışmada sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemek için meta analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu amaç doğrultusunda 10 çalışmanın (N=4077) sonuçları birleştirilerek genel etki büyüklüğü hesaplanmıştır. Araştırmaya dahil edilen çalışmalar 2018-2023 yılları arasında Türkiye'de Türkçe olarak yayınlanmıştır. Çalışma sonucunda analize dahil edilen her bir yayının etki büyüklüklerinden yola çıkarak, değişkenler arasındaki (sosyal sermaye-girişimcilik eğilimi) genel etki büyüklüğünün ne düzeyde ve yönde olduğu ortaya konulmuş, böylece sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisine yönelik ortak ve genel bir yargıya ulaşılmak istenmiştir.

Araştırmaya dahil edilen çalışmaların yayın yanlılığının olup olmadığını tespit etmek amacıyla birtakım testler gerçekleştirilmiştir. Bunlar; huni grafiği (Hunnel Plot), classic fail-safe N, Begg ve Mazumdar sıra korelasyonu (Kendall tau b katsayı) ve Egger testi analizleridir. Yapılan testler sonucunda çalışmalarda yayın yanlılığına ilişkin herhangi bir bulguya rastlanmamıştır.

Çalışmada korelasyon değerleri kullanılarak etki büyüklüğünü hesaplamak için yapılan heterojenlik testi sonucunda çalışmada yüksek heterojenlik olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmaların heterojen olmasından dolayı bu çalışmada rastgele etkiler modeli kullanılmıştır. Yapılan meta analiz sonucunda sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki, rastgele etkiler modelinde ortalama

etki büyüklüğü 0,581 ve %95 güven aralığı en küçük değer 0,448 ile en büyük değer 0,689 arasındadır. Bu değere göre sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi güçlü düzeydedir. Elde edilen sonuç literatürü destekler nitelikte çıkmıştır (Çıkmaz, 2020; Işık & Çiçek, 2020; Kocaoğlu & Şener, 2018; Özbezek vd., 2022; Özbilen, 2019; Uzun, 2021).

Sonuç olarak bu çalışma sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmaları meta analiz yöntemiyle ele alarak bütüncül bir yaklaşımla değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Elde edilen bulgular ışığında sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinin güçlü düzeyde pozitif yönde olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda analiz sonucunda hipotez kabul edilmiştir. Buna göre sosyal sermaye, bireyler, ekipler ve kuruluşların dış kaynaklardan bilgi ve kaynak elde etmesi için önemli bir kanal olduğundan dolayı hem yerleşik hem de yeni işletmelerin büyümesi ve gelişmesi için önemli bir husustur. Girişimciliği uygulama sürecinde olan girişimciler, değerli bilgi ve kaynakları elde etmek, değerli fırsatları belirlemek ve geliştirmek, rekabet avantajı sağlamak, sürekli olarak yeni girişimin sürdürülebilirliğini sağlamak ve temel yetkinlikleri geliştirmek için sosyal sermaye oluşturmalı ve sürdürmeleri gerekmektedir (Xie vd., 2021). Bu bağlamda modern dünyanın rekabetçi yapısında ayakta kalmak isteyen örgütlere, çalışanlarının daha inovatif ve iç girişimci ruhuyla hareket edebilmesi için birtakım etkinlikler ve networkler düzenlemesi önerilebilir. Bu sayede örgütler, çalışanları arasında ve paydaşları arasında bağları güçlendirebilir. Örgüt içinde böyle bir yapı ise bir yandan yenilikçi iş davranışını artırmaya katkı sağlarken, diğer yandan çalışanlar arasında güven ve cesareti artırmaya yardımcı olmaktadır. Yine örgütlerde işe alım gerçekleştirirken sosyal sermayeleri güçlü çalışanları bünyelerine dahil etmeleri ve çalışma ortamını onlar için cazip hale getirmeleri önerilmektedir. Örgütler sadece çalışanları açısından değil örgüt açısından da hareket ederek diğer kurum ve kuruluşlarla ya da kişilerle güçlü bağlar ve ilişkiler gerçekleştirmesi önerilebilir. Bu şekilde örgütler arası sosyal sermaye bağı oluşturarak iş birliği strateji geliştirilmesi mümkündür. Bu sayede örgütler çevredeki kaynaklara daha rahat erişim imkanını elde edebilir ve yenilikçi ve girişimci yapısı da buna bağlı olarak artış gösterebilir. Bireysel bazda bakıldığında ise kişilerin kaynaklara daha rahat erişebilmek, bilgi ve teknolojiyi etkin bir şekilde kullanabilmek ve yeni iş kurabilmek için sosyal ağlara önem vermesi ve kişiler ve kurumlar arasındaki bağlantıları güçlendirmesi gerekmektedir. Bu sayede girişimcilik için gerekleri kaynaklara ve olanaklara erişim kolaylaşmaktadır.

Özetle sosyal sermaye düzeyi arttıkça girişimcilik eğilimi de buna bağlı olarak artış gösterecek ve girişimcilerin yeni fikirleri hayata geçirmesi, fırsatları değerlendirebilmesi daha kolay olacaktır. Ancak bu bulgular değerlendirilirken araştırmanın bazı sınırlıklara sahip olduğu da göz önünde bulundurulmalıdır. Buna göre çalışmada sadece korelasyon katsayısına sahip yayımlar analize dahil edilmiş, farklı yöntemlerle ve analiz türleriyle (nitel çalışma, AMOS vb.) yapılan yayımlar çalışmaya dahil edilmemiştir. Yine araştırma kapsamında sadece Türkçe çalışmalar ele alınmış yabancı literatür analize dahil edilmemiştir. Bu kapsamda gelecekteki çalışmaların yabancı kaynakları da dahil ederek araştırma gerçekleştirmesinin ve elde edilen sonuçların bu çalışma sonuçları ile karşılaştırılmasının alana önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

5. Kaynakça

- Abhayarathne, M. H. R., & Kodithuwakku, S. S. (2018, September 20–21). A study of enterprising tendencies of undergraduates of different fields of study. *13th European Conference on Innovation and Entrepreneurship (ECIE)*, Portugal.
- Aydınlık, A. (2019). *İlişki ağı kurma davranışının girişimcilik niyeti üzerine etkisi* (Tez No. 590610) [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

- Bahçeçik, Y. S. (2021). *Girişimci liderliğin yenilikçi iş davranışı üzerine etkisi: sosyal sermayenin aracı ve örgütsel desteğin düzenleyici rolü* (Tez No. 728186) [Doktora tezi, Beykent Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Borenstein, M., Hedges, L. V., Higgins, J. P. T., & Rothstein, H. R. (2021). *Introduction to meta-analysis* (2nd ed.). Wiley.
- Borenstein, M., Hedges, L. V., Higgins, J. P., & Rothstein, H. R. (2010). A basic introduction to fixed-effect and random-effects models for meta-analysis. *Res synth methods*, 1(2), 97-111. <https://doi.org/10.1002/jrsm.12>.
- Borenstein, M., Hedges, L., Higgins, J., & Rothstein, H. (2022). *Comprehensive meta analysis version 3.0*. https://www.meta-analysis.com/pages/cma4_manual.php
- Chuluunbaatar, E., Ottavia, Luh, D. B., & Kung, S. F. (2011). The entrepreneurial start-up process: the role of social capital and the social economic condition. *Asian Academy of Management Journal*, 16(1), 43-71.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education* (6. baskı). Routledge.
- Çıkmaç, G. (2020). *Beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik üzerine etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü* (Tez No. 652577) [Doktora tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Doh, S., & Zolnik, E. (2011). Social capital and entrepreneurship: An exploratory analysis. *African Journal of Business Management*, 5(12), 4961-4975.
- Ferlander, S. (2007). The importance of different forms of social capital for health. *Acta Sociologica*, 50(2), 115–128.
- Günay, G., Kızıllöz, Ö., & Durgut, A. (2020). Girişimcilerin liderlik davranışlarının sosyal sermaye ve girişimsel öz yetkinlik algıları ile olan ilişkisi: teknoparklardaki şirket sahipleri üzerine bir araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 16(1), 106-120.
- Higgins, J., Thompson, S., Deeks, J., & Altman, D. (2003). Measuring inconsistency in meta-analyses. *BMJ (Clinical Research Edition)*, 327, 557–560.
- Huang, P. T., Wu, K. J., & Fan, C. (2020). Study on the intermediary of entrepreneurial attitude and the adjustment of personal traits under the background of entrepreneurship education. *International Journal Of Electrical Engineering Education*, 0(0), 1-12. <https://doi.org/10.1177/0020720920940590>
- Işık, M., & Çiçek, B. (2020). Planlı davranış teorisi perspektifinden girişimcilik niyeti üzerinde sosyal sermaye öz yeterlilik ve öz saygının rolü. *Turkish Studies-Economy*, 15(1), 185-206. <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.39894>.
- Jamaludin, N. A., Senik, Z. C., Abd Hamid, H., & Muhamad, N. S. (2020). Opportunity recognition in immigrant entrepreneurship through social capital and geographical proximity: A conceptual framework. *Geografia-Malaysian Journal of Society & Space*, 16(3), 94-107.
- Kocaoğlu, M., & Şener, E. (2018). Kurum içi girişimcilik, örgütsel bağlılık ve sosyal sermaye ilişkisi: kamu sektörü ve özel sektörde bir karşılaştırma. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6(14), 164-175.
- Lachman, R. (1980). Toward measurement of entrepreneurial tendencies. *Management International Review*, 20(2), 108-116.

- Link, A. N. (2007). *Entrepreneurship, innovation and technological change*. Kanada.
- Liu, Q. L., & Zhao, H. (2023). From committed employees to rebels: the role of prosocial rule-breaking, age, and entrepreneurial self-efficacy. *International Journal of Human Resource Management*, 1-29. <https://doi.org/10.1080/09585192.2023.2173019>.
- Mačerinskienė, I., & Aleknavičiūtė, G. (2011). The evaluation of social capital benefits: Enterprise level. *Business, Management and Education*, 9(1), 109-126.
- Marcua, G., Iordanescu, C., & Iordanescu, E. (2012). The influence of the psychological factors upon the entrepreneurial tendency in crisis environments. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 33, 473-477.
- McKeever, E., Anderson, A., & Jack, S. (2014). Entrepreneurship and mutuality: social capital in processes and practices. *Entrepreneurship and Regional Development*, 26(5-6), 453-477.
- Minguzzi, A., & Passaro, R. (2001). The network of relationships between the economic environment and the entrepreneurial culture in small firms. *Journal Of Business Venturing*, 16(2), 181-207.
- Morales-Fernandez, E. J., Fernandez-de-la-Puebla, R. A., Castro-Freire, M. S., & Trechera-Herreros, J. L. (2015, 6-8 March). An approach to entrepreneur profile of university students of business administration. *Iceri2015: 8th International Conference Of Education, Research And Innovation*, Valencia, Spain.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Özbezek, D., Paksoy, M., & Arabo, 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.
- Özbilen, M. F. (2019). *Öğretmen adaylarının sosyal sermaye ve girişimcilik düzeylerinin değerlendirilmesi* (Tez No. 585875) [Doktora tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Pekel, A., Korkmaz, N., & İnan, M. (2021). Kadın yöneticilerin sosyal sermaye düzeyleri ile iç girişimcilik davranışları arasındaki ilişki (spor hizmet işletmesi örneği). *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5(1), 93-102.
- Praag, C. M. van (1999). Some classic views on entrepreneurship. *De Economist*, 3, 311-335.
- Rothstein, R., Sutton, A., & Borenstein, M. (2005). *Publication bias in meta-analysis: Prevention, assessment and adjustments*. England.
- Sedeh, A. A., Abootorabi, H., & Zhang, J. (2021). National social capital, perceived entrepreneurial ability and entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(2), 334-355.
- Tekeli, M., & Özkoç, A. G. (2022). The effect of proactive personality and locus of control on innovative work behavior: the mediating role of work engagement. *Anais Brasileiros De Estudos Turisticos-Abet*, 12, 1-12.
- Uzun, N. (2021). *Seyahat acentası çalışanlarında sosyal sermaye algısı ile bireysel girişimcilik eğilimi ilişkisi: İstanbul örneği* (Tez No. 687424) [Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

- Westlund, H., & Bolton, R. (2003). Local Social Capital and Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 2, 77–113.
- 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.
- Yao, X. F., Wu, X. Y., & Long, D. (2016). University students' entrepreneurial tendency in China Effect of students' perceived entrepreneurial environment. *Journal of Entrepreneurship In Emerging Economies*, 8(1), 60-81.