



Sosyal Sermayenin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Öz Yeterliliğin Aracılık Rolü: KOBİ'lerde Beyaz Yakalı Çalışanlara Yönelik Araştırma

The Mediating Role of Self-Efficacy in the Effect of Social Capital on Entrepreneurial Intention. Research on White-Collar Employees in SMEs.

Eray CAVLAK¹ Ahmet ERKASAP²

Öz

Araştırmanın amacı, Kocaeli'de bulunan küçük ve orta ölçekli işletmelerde (KOBİ'ler) çalışmakta olan beyaz yakalı çalışanların sahip oldukları sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde etkisinde öz yeterliliğin aracılık rolünü ortaya koymak ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda öneriler sunmaktır. Araştırmanın temel iddiası, sosyal sermayenin ve öz yeterliliğin, beyaz yakalı çalışanların girişimcilik niyetlerini olumlu yönde etkileyerek, KOBİ'lerde beyaz yakalı çalışanların yenilikçilik ve girişimcilik niyetlerinin geliştirilmesine katkı sağladığıdır. Bu araştırma girişimcilik potansiyelinin artırılması, ekonomik kalkınmaya destek sağlaması ve yenilikçi büyümeyi desteklemesi bakımından dolayı önemlidir. Araştırmanın evreni Kocaeli ili sınırları içerisinde farklı sektörlerde üretim yapan küçük ve orta ölçekli işletmelerde yer alan beyaz yakalı çalışanlardan oluşmaktadır. Örneklem kolayda örnekleme biçimiyle oluşturulmuş ve veriler anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. 300 anket uygulaması yapılmış, ortaya çıkan veriler SPSS v24.0 paket programı ile analizler tamamlanmıştır. Yapılan analiz ile birlikte, sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu, öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu ve sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde etkisinde öz yeterliliğin aracılık rolünün olduğu sonuçları ortaya çıkmıştır. Sosyal sermaye, öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti arasında ilişkileri inceleyen farklı çalışmalar yapılmış iken, bu üç değişkenin birlikte incelendiği çalışmalar sınırlı kalmıştır. Bu araştırma sosyal sermaye öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişki incelenerek literatüre katkıda bulunacaktır. Ayrıca, sosyal sermaye ve öz yeterlilik algısının girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerini anlamak, ekonomik kalkınma ve yenilikçilik süreçlerine ışık tutacaktır. Araştırmanın sonuçlarından yola çıkarak, girişimci adayları mentörlük, koçluk ile motivasyonları yükselterek öz yeterliliğini arttıracak şekilde yapılandırılmalıdır. Girişimcilik ekosistemlerinin sosyal sermaye ve öz yeterlilik unsurlarını destekleyecek şekilde tasarlanması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sermaye, Sosyal Ağlar, Öz Yeterlilik, Girişimci, Motivasyon

Abstract:

The aim of the research is to reveal the mediating role of self-efficacy in the effect of social capital on entrepreneurial intention among white-collar employees working in small and medium-sized enterprises (SMEs) in Kocaeli and to offer recommendations based on the findings. The main claim of the research is that social capital and self-efficacy contribute to the development of innovation and entrepreneurship culture in SMEs by positively affecting the entrepreneurial intentions of white-collar employees. This research is important because it increases entrepreneurship potential, supports economic development and supports innovative growth. The research population consist of white-collar employees working in SMEs across various sectors within the Kocaeli province. The sample was determined using convenience sampling and data were obtained through a questionnaire. A total of 300 questionnaires were administered and the resulting data were analyzed using the SPSS v24.0 statistical software. The analysis was revealed that social capital has an effect on entrepreneurial intention, self-efficacy

¹ **Yetkili Yazar:** (Doktora Öğrencisi) İstanbul Gedik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Bölümü, eraycavлак@hotmail.com, ORCID: 0009-0008-8625-3434

² (Dr. Öğretim Üyesi) İstanbul Gedik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Bölümü, ahmet.erkasap@gedik.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6239-1700

Bu çalışma, İstanbul Gedik Üniversitesi Lisansüstü Enstitüsü İşletme Doktora programında Dr. Öğretim Üyesi Ahmet Erkasap danışmanlığında doktora öğrencisi Eray Cavlak tarafından yürütülen "Sosyal Sermayenin Girişimcilik Yönelimi ve Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Öz yeterliliğin Aracı Rolü" konu başlıklı doktora tez çalışmasından türetilmiştir.



has an effect on entrepreneurial intention and self-efficacy has a mediating role in the effect of social capital on entrepreneurial intention. Although prior studies have examined the relationships between social capital, self-efficacy and entrepreneurial intention, studies investigating these three variables together remain limited. This research will contribute to the literature by analyzing the interplay among social capital, self-efficacy and entrepreneurial intention. Furthermore, understanding the effects of social capital and perceived self-efficacy on entrepreneurial intention may provide insights into the economic development and innovation processes. Based on the results of the research, it is recommended that potential entrepreneurs be supported through mentoring and coaching practices that enhance motivation and self-efficacy. Additionally, entrepreneurial ecosystems should be designed to foster elements of social capital and self-efficacy.

Keywords: Capital, Social Network, Self-Efficacy, Entrepreneur, Motivation

GİRİŞ

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

Bireyin girişimcilik niyetini demografik faktörler, kişisel faktörler ve çevresel faktörler etkiler (Şeşen ve Basım, 2012: 24). Bu çalışmada girişimcilik niyetini etkileyen çevresel faktörlerden sosyal sermayenin seçilmesi hem makro seviyede (Putnam, 1993) hem de bireysel seviyede (Lin vd., 2008) ekonomik büyüme için oldukça öneme sahip olmasındandır. Sosyal çevre yeni bilgi kaynaklarının ortaya çıkmasında oldukça önemli bir rol oynar. Yeni girişimlerin ortaya çıkmasında ve rekabet avantajı yaratmakta etkilidir (Xie vd., 2021: 4). Sosyal sermaye, bireylerin girişimcilik niyetlerini güçlendiren ve girişimcilik yönlerini olumlu yönde etkileyen önemli bir kaynak olarak karşımıza çıkar (Turkina ve Thai, 2013: 114). Özellikle sosyal sermayenin sağladığı güven, karşılıklı yardımlaşma ve bilgi paylaşımı gibi unsurlar, girişimcilik süreçlerinde kritik öneme sahiptir. Bu unsurlar girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirme ve riskleri yönetme kapasitelerini arttırmaktadır (Audretsch ve Aldridge, 2012: 371). Sosyal sermayenin bu etkisi, girişimcilerin sahip oldukları öz yeterlilik düzeylerine bağlı olarak farklılık gösterir (Yang, 2017: 525). Dolayısıyla sosyal sermayenin girişimcilik üzerindeki etkisinin tam anlamıyla anlaşılabilmesi için, öz-yeterlilik kavramının da dikkate alınması gerekir (Sahasranamam vd., 2021:5).

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

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

Sosyal sermayenin ve öz yeterliliğin, beyaz yakalı çalışanların girişimcilik niyetlerini olumlu yönde etkileyerek, KOBİ'lerde beyaz yakalı çalışanların yenilikçilik, girişimcilik kültürü ve niyetini

geliştirilmesine katkı sağladığı araştırmanın temel iddiasıdır. Bu araştırma girişimcilik potansiyelini arttırılması, ekonomik kalkınmaya destek sağlaması ve yenilikçi büyümeyi desteklemesi bakımından dolayı önemlidir.

Araştırma Kocaeli’nde bulunan küçük ve orta ölçekli işletmelerde (KOBİ) çalışmakta olan beyaz yakalı çalışanlara yönelik yapılmıştır. Bu çalışmanın kapsamına firmalarda çalışan beyaz yakalı çalışanlar dahil edilmiştir. Kocaeli, imalat sanayi açısından Türkiye’nin en önde gelen illeri arasında yer alır. Ayrıca Kocaeli Türkiye’de AR-GE Merkezi sıralamasında üçüncü, Tasarım Merkezi sıralamasında beşinci sırada yer alır (Kocaeli Valiliği, 2021). Dolayısıyla araştırma beyaz yakalı çalışan grupların temsili bakımından diğer illere göre üstün konumundan dolayı Kocaeli ili seçilmiştir. Araştırma kapsamında, toplam 300 beyaz yakalı çalışana anket uygulanmıştır. Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterliliğin aracılık rolünün olduğu sonuçları ortaya çıkmıştır.

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

1. LİTERATÜR TARAMASI

1.1.SOSYAL SERMAYE

Sosyal sermayeyi, esas olarak Bordieu (1986), Coleman (1988) ve Putnam (1993) tarafından yapılan bilimsel araştırmalar kanıtlar. Bourdieu (1986), sosyal sermayeyi bireylerin sosyal ilişkiler aracılığıyla elde ettikleri kaynaklar olarak tanımlar ve sosyal sermayenin ekonomik sermaye gibi somut ve ölçülebilir olduğunu belirtir. James Coleman (1988) ise sosyal sermayeyi, insanların birlikte çalışmasını kolaylaştıran ve toplumsal yapıların işleyişine katkıda bulunan bir kaynak olarak tanımlar. Putnam (1995) sosyal sermayeyi bireyler ve sosyal ağlar arasındaki ilişkiler, davranış normları ve güvenilirlik olarak ifade eder ve sosyal sermayeyi daha geniş bir toplumsal bağlamda ele alır.

Bourdieu sosyal sermayeyi, başka diğer kaynak bağlantılarıyla birlikte görürken, Bourdieu’ya karşı çıkan diğer bazı araştırmalar sosyal sermayeyi, varlıklar, kaynaklar ve sermaye ile birbirlerinden farklı olduklarını savunur (Baştürk, 2018: 26). Coleman (1990) ve Putnam (1995) gibi bazı bilim insanları teorilerini makro düzeyde geliştirmiştir. Makro düzeylerde sosyal sermaye normları, güveni ve sosyal uyumu temsil eder (Putnam, 1995: 668). Bourdieu (1986), sosyal sermayeyi birey için farklı kaynaklara ulaşma olarak değerlendirir. Bu farklı kaynaklar bireyi hedefe ulaştırmakta yardımcı olur. Mikro düzeydeki bu sosyal sermayeye ‘bireysel sosyal sermaye’ denir ve davranış üzerinde doğrudan etkiye sahiptir. Daha sonraki çalışmalarda da bireysel sosyal sermayenin önemi vurgulanır (Flap vd., 2000; Lin, 2001). Sosyal sermaye topluluk duygusunu güçlendirir ve dolayısıyla karşılıklı sosyal desteği artırır. Bu nedenle, bireysel sosyal sermaye aynı zamanda bir aracı görevi görerek sosyal desteğin bir tampon etkisi yaratır ve kişinin kendi işini kurma niyeti ile bunun uygulanması arasındaki ilişkiyi etkiler. Sosyal desteğin tampon etkisinin özü, kişinin başkalarının desteğine güvenilebileceğini bilmesinin olumlu davranışı artırması ve stres seviyelerinin azalması nedeniyle refahı iyileştirmesidir (Chay, 1993: 288). Dolayısıyla bu çalışma bireysel sosyal sermaye tanımı benimsenmiştir.

Baştürk (2018) ve Bottero (2004) çalışmalarında, Bourdieu'nün sosyal sermaye kavramı, ağ ilişkilerinin ötesinde daha geniş bir toplumsal bağlamda ele alınmaktadır. Bourdieu, sosyal sermayenin bireylerin toplumsal hareketliliğini etkileyen önemli bir faktör olduğunu vurgular ve sosyal ağların dayanışma işlevlerinin yanı sıra, bu ağların sosyal hareketliliğe olan etkilerini de tartışır. Bu bağlamda, sosyal sermaye sadece bireylerin ağlarındaki ilişkilerle değil, aynı zamanda bu ağların bireylerin toplumsal

konumlarını ve hareketliliklerini nasıl şekillendirdiğiyle de ilgilidir (Baştürk, 2018: 29). Bottero, Bourdieu'nun sosyal sermaye anlayışını özellikle toplumun sınıfsal yapısını, bireylerin sosyal ağlarını, ilişki biçimlerini ve bu ilişkiler aracılığıyla elde edilen avantajları vurgulayarak açıklar. Bourdieu'ya göre, sosyal sermaye yalnızca bireylerin sahip olduğu ilişkilerden ibaret değildir. Aynı zamanda, bu ilişkilerin nasıl örgütlendiği ve bu ilişkilerdeki bireylerin sahip olduğu güç durumları çok önemlidir. Yani, sosyal sermaye, bireylerin belirli sosyal ağlar içerisinde sahip oldukları toplumsal ilişkiler ve bu ilişkilerin ona sağladığı avantajlar üzerinden şekillenir. Bourdieu, sosyal sermayeye erişimin sadece kişisel ilişkilerle değil, aynı zamanda sınıfsal pozisyon ve kültürel sermaye ile de doğrudan ilişkili olduğunu belirtir. Sosyal sermaye, daha yüksek sınıflara sahip bireyler için daha fazla fırsat sunar çünkü bu kişiler daha geniş ve daha güçlü sosyal ağlara sahiptir. Bourdieu'nun sosyal sermaye anlayışında, sosyal ilişkiler sadece bireylere "yardımcı olmak" için değildir; aynı zamanda bu ilişkiler, bireylerin toplumsal hiyerarşilerdeki güçlerini pekiştirmek için kullanılır. Yani, sosyal sermaye, toplumsal güç dinamiklerinin yeniden üretilmesinde önemli bir rol oynar. Bourdieu'nun sosyal sermaye anlayışında, kültürel sermaye (örneğin, eğitim, bilgi, kültürel birikim) ile sosyal sermaye arasında bir ilişki vardır. Bottero, Bourdieu'nun sosyal sermaye kavramını, kültürel sermayeyi de içerecek şekilde açıklayarak, bireylerin sahip oldukları sosyal ağlar ve bu ağlardaki prestiji, kültürel sermaye aracılığıyla güçlendirdiklerini belirtir (Bottero, 2004: 998).

Putman ise, sosyal sermayeyi güven norm ve sosyal ağlar ile bireyleri ortak hedefleri doğrultusunda hareket eden, toplumsal hayatın ve ilişkilerin özellikleri olarak tanımlamıştır. Sosyal sermayeyi arttırmak için yerel katılımı teşvik etmek, sivil toplum kuruluşlarını teşvik etmek, kamu alanlarını güçlendirmek gibi somut politikalar önemini belirtir. Putnam'ın sosyal sermaye anlayışı, sosyal ilişkilerin sadece bireylerin yakın çevresinde değil, farklı sosyal gruplar ve toplum kesimleri arasında nasıl işlediğini anlamak açısından da önemli olduğunu belirtir (Putnam, 1995: 670). Makalemizde Putnam'ın sosyal sermaye tanımına uygun bir perspektif takip edilmiştir.

Bireysel sosyal sermaye, bir kişinin sosyal ilişkilere dayalı farklı kaynaklara erişimi olarak tanımlanır. Bir kişi, kendisine yardımcı olabilecek arkadaşları ve akrabalarıyla yakın ilişkiler yoluyla gerekli kaynaklara erişilir. Ek olarak, üyeleri ek destek sağlayabilecek çeşitli derneklere, kulüplere ve diğer gruplara katılım yoluyla da yardım alır (Hauberer, 2011; Lamarca vd., 2014). Araştırmalarda bireysel sosyal sermaye ile iş başarısı arasında bir ilişki olduğunu görülür (Read vd., 2009; Smallbone ve Welter, 2001).

Sosyal sermayenin birden çok fazla tanımı olmasına rağmen genel kapsamıyla, sosyal sermaye, karşılıklı güven ilişkilerine dayanan karakterize edilen, ulaşılabilir sosyal ağlarda veya sosyal yapılarda bulunan, devamlı gelişebilen ve çeşitli imkan ve olanakları kolaylaştırabilen, bireye ve topluma fayda sağlayan sosyal kaynaklar olarak tanımlanır. Çeşitli araştırmalar bireylere özgü bir yaklaşım olarak değerlendirirken, diğer araştırmalar bireylerin sahip olduğu özellik yanında sosyal ilişkilerinde beraberinde getirdiği bir özellik olarak değerlendirilir (Çöp ve Topçu, 2019: 36). Sosyal Sermaye, girişimciler için oldukça faydalıdır. Bireyler diğer girişimcilerle tanıştıklarında, yeni girişimle ilgili tavsiye ve destek için onlara güvenir. Aile, toplum veya kurumsal ilişkiler tarafından sağlanan sosyal sermaye, eğitim, deneyim ve finansal sermayeyi tamamlamaya yardımcı olur. Girişimcilik konusundan farkındalığı arttırmayı sağlar. Ayrıca daha fazla sosyal sermayenin daha iyi duygusal destek sağladığı ve belirsizliği azalttığı ve yeni girişim yaratmada oldukça faydalıdır (Sahasranamam, vd., 2018: 1512).

Özellikle sosyal sermayenin sağladığı güven, karşılıklı yardımlaşma ve bilgi paylaşımı gibi unsurlar, girişimcilik süreçlerinde kritik öneme sahiptir (Audretsch vd, 2012: 372). Bu unsurlar, girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirme ve riskleri yönetme kapasitelerini arttırmaktadır (Yang, 2017: 526). Sosyal sermayenin bu unsurları, girişimcilerin yenilikçi ve sürdürülebilir iş modelleri geliştirmelerine olanak tanımaktadır (Zhao vd., 2021).

Sosyal sermaye, bireylerin ve toplulukların ekonomik faaliyetlerini de etkiler. Sosyal ağlar ve güven, girişimciliği teşvik eden önemli faktörler arasında yer alır (Yang 2017: 527). Girişimciler, sosyal sermayelerini kullanarak iş fırsatları yaratır, finansal kaynaklara erişim sağlar ve bilgi paylaşımında bulunur (Estrin vd, 2016: 484). Bu kaynaklar, girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirmelerine ve iş

süreçlerini yönetmelerine yardımcı olur (Wang vd., 2024: 5). Sosyal sermaye, bireylerin sosyal ağları ve ilişkileri aracılığıyla elde ettikleri ekonomik ve sosyal faydaları içerir. Bu ağlar, girişimcilerin bilgi ve kaynaklara erişimini kolaylaştırarak iş süreçlerinde karşılaştıkları zorlukları aşmalarına yardımcı olur. Sosyal sermaye, aynı zamanda girişimcilerin topluluk içindeki güven ve işbirliği düzeyini artırarak yenilikçi fikirlerini hayata geçirmelerine ve işlerini büyütmelerine olanak tanır (Tang, 2022: 8). Bu nedenle, sosyal sermayenin kaynaklara erişim sağlama rolü, girişimcilik süreçlerinin başarıyla yönetilmesi için hayati bir öneme sahiptir (Tohani, 2017: 684).

Sosyal Sermaye; bağlayıcı, köprü kuran, birleştirici olarak önemli üç türü vardır. Aile içinde, yakın çevredeki arkadaşlarla ve komşularla yakından ilişkiler geliştiren bağlayıcı sosyal sermaye, uzak çevredeki arkadaş, dernek üyeleri ve iş çevresi ile etkileşimleri geliştiren köprüleyici sosyal sermaye yatay ilişkileri yansıtır. Çeşitli sosyal kademeler arasındaki ilişkileri ifade eden birleştirici sosyal sermayede ise dikey ilişkileri yansıtır (Safran, 2020: 28).

Sosyal sermaye, bireylerin sosyal ağları, ilişkileri ve topluluk içindeki konumları aracılığıyla elde ettikleri kaynakları kapsar (Naranjo vd., 2022: 251). Bu kaynaklar, girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirmelerine ve iş süreçlerini yönetmelerine yardımcı olur (Wang, vd., 2024: 7). Sosyal sermaye, bilgi paylaşımı, karşılıklı yardımlaşma ve işbirliği gibi unsurlar aracılığıyla girişimcilerin başarı şansını artırır (Gedajlovic vd., 2013: 461). Ayrıca, sosyal sermaye, girişimcilerin topluluk içindeki güven ve işbirliği düzeyini artırarak yenilikçi fikirlerini hayata geçirmelerine ve işlerini büyütmelerine olanak tanır (Tang, 2022: 11). Bu bağlamda, sosyal sermayenin girişimcilik üzerindeki etkilerinin kapsamlı bir şekilde incelenmesi, girişimcilik süreçlerinin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlar (Gedajlovi vd., 2013: 462).

Literatürde, sosyal sermaye ve öz-yeterlilik arasındaki ilişki, girişimcilik niyeti üzerindeki etkileri açısından önemli birçok araştırma karşımıza çıkar (Hidalgo vd., 2024:185). Sosyal sermaye, bireylerin öz-yeterlilik duygusunu pekiştirerek, girişimcilik yönelimlerini ve niyetlerini olumlu yönde etkiler (Doh ve Zolnik, 2011). Bu durum, girişimcilerin iş kurma süreçlerinde karşılaştıkları zorlukları aşmalarına ve başarıya ulaşmalarına katkı sağlar (Ye, 2012).

1.2.ÖZ YETERLİLİK

Öz yeterlilik, ilk olarak Bandura (1995) tarafından ele alınır. Bu kuram sosyal öğrenme kuramına dayanır. Öz yeterlilik, bir kişinin görevleri yerine getirebileceğine ve rolleri yerine getirebileceğine olan inancını ifade eder ve beklentiler, hedefler ve motivasyonla doğrudan ilişkilidir (Bandura, 2001). Luszczynska vd. (2005) ise öz yeterlilik kavramını, kişinin belirsiz ve güç görevlerinin üstesinden gelebilme, özel ihtiyaç gerektiren durumlarda mücadele edebilmek amacıyla kendi gereksinimlerine duyduğu inanç olarak ifade eder.

Öz yeterlilik özünde kişilerin yetenekli olmasından ziyade, kişilerin sahip oldukları yetkinliklere güven duyması anlamına gelir. Bireylerin karşısına başa çıkabileceklerinden daha zor bir durum geldiğinde, çeşitli yeteneklere sahip olsalar bile öz yeterliliği düşük bireyler sahip oldukları yeteneklerini kullanamayacaktır (Yıldırım, vd., 2010: 304). Öz yeterlilik sahibi kişiler karşılarına çıkabilecek güçlükle, zorluklarla karşı mücadele edebileceklerine inandıkları için başarılı olur (Özler, vd., 2017: 746).

Öz-yeterlilik kavramının gelişimi, psikoloji ve eğitim alanlarında geniş bir literatür tarafından desteklenir. Bandura'nın (1997) çalışmaları, öz-yeterliliğin bireylerin performansını ve motivasyonunu nasıl etkilediğini açıklamak için temel oluşturur. Bandura, öz-yeterliliğin dört ana kaynağını tanımlar; başarı deneyimleri, dolaylı deneyimler, sosyal ikna ve fizyolojik ve duygusal durumlar (Bandura, 1997). Başarı deneyimleri, bireylerin daha önce benzer görevlerde başarılı olma deneyimlerine dayanır. Dolaylı deneyimler, başkalarının başarılarını gözlemleyerek öğrenmeyi içerir. Sosyal ikna, başkalarının bireylerin yeteneklerine olan inançlarını ifade etmeleri yoluyla gerçekleşir. Fizyolojik ve duygusal

durumlar ise bireylerin stres ve kaygı düzeylerini içerir ve bu durumlar, onların kendi yeteneklerini nasıl algıladıklarını etkiler.

Belirli bir görevde yüksek öz yeterlilik gösteren bireylerin belirli görevle ilgili eylemler üstlenme, görevde daha uzun süre ısrar etme ve daha fazla çaba sarf etme olasılığı daha yüksektir. Öz yeterliliğin iş ile ilgili performansı, küçük işletmelerin büyümesi, iş aramada ve kariyer seçimi dahil olmak üzere çok çeşitli seçimleri etkiler (Cassar vd.,2009: 247).

Sosyal sermaye ve öz yeterlilik arasındaki ilişki, girişimcilik süreçlerinde kritik bir rol oynamaktadır ve girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirme ve iş süreçlerini yönetme kapasitelerini arttırır. Girişimciler, kendi yeteneklerine olan inançları sayesinde belirsizlik ve risklerle başa çıkma kapasitesine sahip olur. Öz yeterliliği yüksek olan bireyler, girişimcilik faaliyetlerine katılma konusunda daha istekli ve kararlardır (Shishkova, 2021: 380).

Öz yeterliliğini kazanmış olan bir birey çevresindeki ağlarla etkileşimde bulunduklarında sosyal sermayeleri de gelişmiş olur. Birey sosyal sermaye kazandığında öz yeterliliğini de etkilemiş olur (Wu, vd., 2012: 249). Öz yeterlilik, bireylerin belirli bir görevi başarma konusundaki inançlarını ve yeteneklerini ifade eder ve girişimcilik faaliyetlerinde başarı için hayati bir unsurdur (Yu vd., 2017: 351). Sosyal sermaye, bireylerin öz-yeterlilik duygusunu güçlendirerek, girişimcilik faaliyetlerinde daha cesur ve kararlı adımlar atmalarını sağlar (Churchill vd., 2023: 4).

1.3. GİRİŞİMCİLİK NİYETİ:

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

Girişimcilik niyetiyle ilgili araştırmalara baktığımızda üç önemli teori vardır. Shapero ve Sokol (1982: 76) girişimcilik olay modelinde çok yönlü yaklaşımla algılanan arzulanabilirlik, algılanan fizibilite ve hareket etme eğilimi girişimcilik niyetini etkileyen faktör olarak sıralar. Girişimci öncelikle iş kurmak için istekli olur, sonra iş kurma olasılıklarını değerlendirip yeni bir iş kurma süreci için karar verir (Uysal, vd., 2016: 32).

Bird (1988), Girişimcilik niyeti modeli 'ne göre ise girişimcilik süreçlerindeki faktörler bireysel, rasyonel düşünsel ve sezgisel, sosyopolitiktir. Bireyin yaşadığı tecrübeler bireysel, bireyin zihnindeki hedef ve amaçları düşünsel, birey ileri görüşlülüğü sezgisel faktör, kanuni düzenlemeler ise sosyopolitik olarak değerlendirir.

Azjen (1991), planlı davranış modelinde ise davranış kişisel tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolü olarak üç bileşenin bir sonucu olarak tanımlar. Kişi girişimciliğe pozitif yönden değerlendirirse kişisel tutum, toplumun girişimciliğe bakışı pozitif ise öznel norm, bireysel algıların girişimcilik üstünde etkili ise algılanan davranış kontrolü olarak birey girişimcilik eyleminde bulur.

Girişimcilik niyeti, bireylerin girişimcilik faaliyetlerine katılma kararlılıklarını ve bu faaliyetleri gerçekleştirme konusundaki motivasyonlarını yansıtır. Sosyal sermaye, bireylerin girişimcilik niyetlerinin oluşumunda önemli bir faktördür ve sosyal sermaye, bireylerin bilgi, kaynak ve destek sağlama kapasiteleri sayesinde girişimcilik niyetlerinin oluşumunu teşvik eder (Wang, vd., 2024 :7)

Girişimcilik niyetinin oluşumu, bireylerin girişimci olma eğilimleri ve bu doğrultuda gösterdikleri davranışlarla ilgilidir (Roxas, 2014: 436). Sosyal sermaye, bireylerin girişimcilik niyetlerinin oluşumunda kritik bir rol oynar (Yetim, 2008: 871). Sosyal sermaye, bireylerin sosyal ağları ve ilişkileri aracılığıyla elde ettikleri bilgi, kaynak ve destek sayesinde girişimcilik niyetlerinin oluşumunu destekler (Doh vd,

2011: 4965). Bu bağlamda, sosyal sermayenin girişimcilik niyetinin oluşumu üzerindeki etkileri, girişimcilik süreçlerinin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlar (Daskalopoulou vd., 2023: 4).

Literatürde yapılan çalışmalara baktığımızda sosyal sermayenin öz yeterlilik aracılığıyla girişimcilik niyeti üzerinde dolaylı bir etkileye sahip olduğu ve sosyal sermayenin bireylerin öz yeterliliklerini arttırarak girişimcilik niyetlerini güçlendirdikleri ve girişimcilik faaliyetlerine teşvik ettiği görülür (Chen, 2007; Hung vd., 2007; Estrin vd., 2013; Doh vd, 2011).

Sosyal sermaye kavramı, toplumsal ilişkiler ve ağların bireyler ve gruplar üzerindeki etkilerini inceleyen önemli bir teorik çerçeve sunar. Bu kavramın çalışmada katkıları, sosyal sermayenin farklı boyutlarını ve etkilerini anlamama yardımcı olmasıyla şekillenmiştir. Özbezek, vd., (2022) yılında Gaziantep'teki Suriyeli girişimciler üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada, sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerindeki etkisi ve bu etkide girişimcilik niyetinin aracılık rolü incelenmiştir. Araştırma, sosyal sermayenin hem doğrudan hem de girişimcilik niyeti aracılığıyla dolaylı olarak yenilikçi davranışı olumlu yönde etkilediğini ve girişimcilik niyetinin kısmi aracılık rolü oynadığını ortaya koyar. Alp ve Aksoy (2019) yılında Antalya'da faaliyet gösteren kadın girişimciler üzerinde yaptığı araştırma, sosyal sermayenin kadın girişimcilerin iş kurma ve geliştirme süreçlerinde nasıl bir rol oynadığını incelemiştir. Çalışma, kadın girişimcilerin finansal ve sosyal destekleri büyük ölçüde yakın çevrelerinden sağladığını ve sosyal sermayenin, karşılaşılan zorluklarla başa çıkmada önemli bir kaynak olduğunu ortaya koyar.

Ayrıca, üniversite öğrencileri arasında yapılan bir başka çalışmada, öz-yeterlilik ve işsizlik kaygısının girişimcilik niyeti üzerindeki etkileri incelenmiştir. Veriler, öğrencilerin öz-yeterlilik düzeylerinin yüksek olduğunu, işsizlik kaygısı ve girişimcilik niyetlerini etkilediğini gösterir (Gönül ve Yaşar, 2023). Nart ve Yıldırım (2021), öğrencilere yönelik yapılan eğitimler, iş kurma düşüncelerini arttırdığı ve ayrıca öz yeterlik yüksek çıkmasına katkı sağladığını belirtir.

Çoğu çalışma, sosyal sermaye, öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkileri ayrı ayrı ele almaktadır ve bu kavramların etkileşimlerini bütüncül bir şekilde değerlendirmeler sınırlı kalmıştır. Çalışmalarda daha çok üniversite öğrencileri, girişimcilik eğitimi almış kişiler, potansiyel girişimciler incelenmiş fakat beyaz yakalıları yönelik bir çalışmaya rastlanmamıştır. (Işık ve Çiçek, 2020; Sunman ve Yıldırım 2022; Ağırman ve Naktiyok 2018;)

Bu çalışmanın temel iddiası sosyal sermayenin ve öz yeterliliğin, beyaz yakalı çalışanların girişimcilik niyetlerini olumlu yönde etkileyerek, KOBİ'lerde beyaz yakalı çalışanların yenilikçilik ve girişimcilik kültürünün ve niyetinin geliştirilmesine katkı sağladığıdır. Bu kapsamda sosyal sermaye, öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiler bir bütün olarak ele alınmış ve sosyal sermayenin (bireylerin sosyal ağları ve ilişkileri aracılığıyla elde ettikleri kaynaklar) girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini ve öz yeterlilik algısının (bireylerin kendi beceri ve yeteneklerine olan güveni) bu etkideki aracılık rolü incelenmektedir. Özellikle KOBİ'lerde beyaz yakalı çalışanların bu dinamikler içindeki davranışlarını anlamak hedeflenir.

2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE METOT

Araştırmanın yöntemine ilişkin bilgiler aşağıda sunulmuştur.

2.1. Evren ve Örneklem

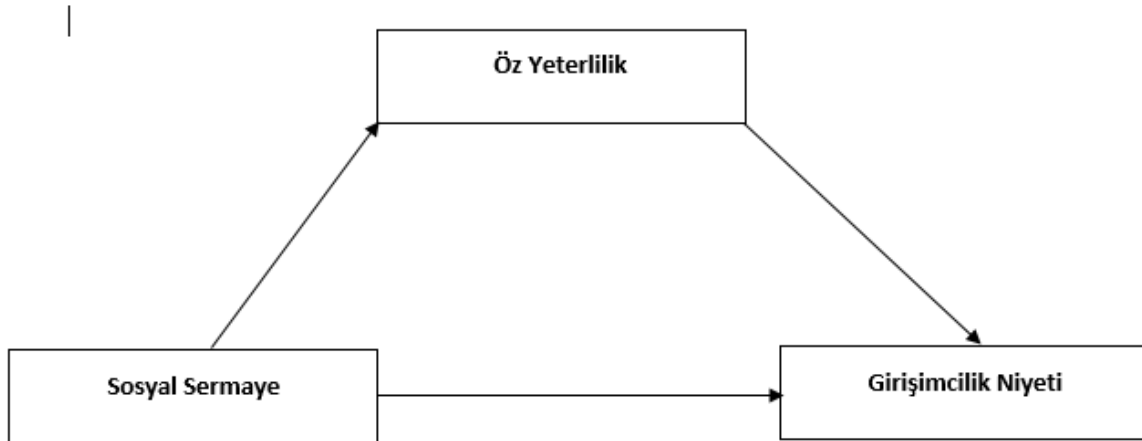
Araştırmanın evreni Türkiye'de farklı sektörlerde faaliyet gösteren tüm şirketlerdeki beyaz yakalı çalışanlara yönelik hedeflenmiştir fakat zaman ve maliyet kısıtı sebebiyle araştırmanın evreni Kocaeli ilinde bulunan farklı sektörlerde faaliyet gösteren firmalardaki büro hizmetlerinde çalışanlar, profesyonel meslek grupları ve yönetici meslek gruplarından oluşan toplam 70.962 beyaz yakalı iş görenden oluşur. (İşkur, 2019; 29). Mavi yakalı çalışanlar araştırmaya dahil edilmemiştir.

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

Örneklem kolayda örnekleme biçimiyle oluşturulmuş ve anketler beyaz yakalı çalışanlara yüz yüze olarak uygulanmıştır. T.C İstanbul Gedik Üniversitesi, Etik Kurul Komisyonunun 22.12.2023 tarihli 2023/11 sayılı toplantı kararına istinaden doktora tez başlığı etik olarak uygun bulunmuş ve anket verileri, 12/2023 – 03/2024 tarihleri arasında toplanmıştır. Yapılan anketler içerisinde fazladan işaretlenmiş ve eksik bırakılmış olan 7 anket hatalı kabul edilmiş ve değerlendirilmeye alınmamıştır. Geçerli toplam 300 adet anket araştırmaya dahil edilmiştir.

2.2. Araştırma Modeli

Araştırmanın modeli, ulusal ve uluslararası yapılan literatür araştırması neticesinde benzer araştırmalarda kullanılan değişkenler referans alınarak oluşturulmuştur. Araştırmanın hedefine uygun olarak düşünülen model Şekil 1'de belirtilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Hipotez 1: Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır.

Hipotez 2: Öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır.

Hipotez 3: Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterliliğin aracılık rolü vardır.

2.3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Çalışmada anket yöntemi uygulanmıştır. Sosyal Sermaye ölçeği olarak Barış Safran'ın (2020) çalışmasında geliştirilen ölçeğe yer verilmiştir. Bu ölçek 15 ifadeden oluşmaktadır. sosyal sermaye ölçeği 3 boyuttan (bağlayıcı, köprü kuran ve birleştirici) oluşmaktadır. Öz yeterlilik, Gavin Cassar and Henry Friedman'nın (2009) geliştirdiği Bektaş ve Zehir'in (2022) Türkçeleştirdiği 5'li Liket'te sahip tek boyuttan (4 maddelik) oluşmaktadır. Girişimcilik niyeti Linan ve dğ., (2010) tarafından geliştirilen,

Bektaş ve Zehir (2022) tarafından Türkçe'ye uyarlanan 5'li Liket'te sahip 6 maddelik tek boyutlu ölçek ile ölçülmüştür.

2.4. Yöntem

Anket değerlendirmeleri SPSS 24.0 ile analiz edilmiştir. Verilerin değerlendirme aşamasında tanımlayıcı istatistiksel metotlar ile açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Hayes (2013) tarafından geliştirilen Process makrosundan faydalanılmış, anlamlılık düzeyleri $p < 0.01$, $p < 0.05$ olarak değerlendirilmiştir.

3. BULGULAR

3.1. Demografik Özelliklerin Dağılımı

Tablo 1'de belirtildiği gibi araştırmaya katılanların %9,4'ü (n=36) 22-28 yaş arasında, %55,5'i (n=213) 29-35 yaş arasında, %35,2'si (n=135) 36-42 yaş arasındadır. Katılımcıların %43,5'i (n=167) erkeklerden, %56,5'i (n=217) kadınlardan oluşmaktadır. Eğitim durumu açısından, %2,3'ü (n=9) lise mezunu, %17,7'si (n=68) ön lisans mezunu, %64,6'sı (n=248) lisans mezunu, %15,4'ü (n=59) ise yüksek lisans veya doktora mezunudur. Mevcut kurumlarındaki çalışma sürelerine bakıldığında, %7,8'i (n=30) 0-1 yıl, %53,4'ü (n=205) 1-5 yıl, %38,8'i (n=149) 5-10 yıldır çalışmaktadır. Toplam iş deneyimi açısından, %14,6'sı (n=56) 1-5 yıl, %27,1'i (n=104) 10-15 yıl, %10,4'ü (n=40) 15 yıl ve üzeri, %47,9'u (n=184) ise 5-10 yıllık iş deneyimine sahiptir. Katılımcıların %20,8'i (n=80) girişimci olmayı ciddi olarak düşünmüşken, %79,2'si (n=304) girişimci olmayı düşünmemiştir.

Tablo 1: Demografik Bilgiler

		n	%
Yaş	22-28 yaş	36	9,4
	29-35 yaş	213	55,5
	36-42 yaş	135	35,2
Cinsiyet	Erkek	167	43,5
	Kadın	217	56,5
Eğitim Durumu	Lise	9	2,3
	Ön lisans	68	17,7
	Lisans	248	64,6
	YL/Doktora	59	15,4
Mevcut Kurumda Çalışma Süre	0-1 Yıl	30	7,8
	1-5 Yıl	205	53,4
	5-10 Yıl	149	38,8
Toplam Deneyim süresi	1-5 Yıl	56	14,6

	10-15 Yıl	104	27,1
	15+ Yıl	40	10,4
	5-10 Yıl	184	47,9
Ciddi Olarak Girişimci Olmayı Düşünme	Evet	80	20,8
	Hayır	304	79,2

3.2. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)

Tablo 2’de belirtildiği gibi faktör Analiz için yapılabilişliğinin ölçülmesi Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) yeterlilik düzeyi ölçümüne ve Bartlett’s Küresellik testi ile değerlendirilmeye alınmıştır. Çalışmadaki verilerin faktör analizine uygun olması için KMO ölçümü 1’e yakınlığı dikkate alınmıştır (Živadinović, 2004:956). Yapılan analizde sosyal sermaye ölçeğinde 0,948 girişimcilik niyeti ölçeğinde 0,924 ve öz yeterlilik ölçeğinde 0,863 olarak değerlendirilmiştir. Bu durum, veri setinin faktör analizine uygun olduğunu ve faktörlerin anlamlı bir şekilde oluşturulabileceğini gösterir. Ortaya çıkan sonuçla, analiz yapılabilmesi için veri grubu uygun görülmüştür.

Tablo 2: Sosyal Sermaye, Girişimcilik Niyeti, Öz yeterlilik Ölçeklerinin KMO - Bartlett’s Test Sonuçları

	Sosyal Sermaye	Girişimcilik Niyeti	Öz Yeterlilik
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,948	0,924	0,863
Chi-Square	8774,752	2607,312	3708,374
Df	105	15	6
Sig.	<0.000	<0.000	<0.000
Açıklanan Varyans Oranı	87,172	83,504	77,968
Cronbach’s Alpha	0,866	0,960	0,963

Açıklayıcı faktör analizine göre, ölçeğin maddeleri dört alt boyuttan oluştuğu ortaya çıkmıştır. Ölçeklerin, sosyal sermaye ölçeğinde toplam varyans açıklama oranı %87,172, girişimcilik niyeti ölçeğinde toplam varyans açıklama oranı %83,504, öz yeterlilik ölçeğinde toplam varyans açıklama oranı ise %77,968 olarak bulunmuştur. Yapılan analiz ile ortaya çıkan varyans oranlarının büyük olması faktör yapısında okadar büyük olacağını gösterir. Ayrıca sosyal çalışmalarda bu aralığın %40 ile %60 aralığında olmasının yeterli olacağı şekilde dikkat alınır (Karagöz, 2017).

Bir maddenin, bir yapıyı veya faktörü iyi ölçebildiğini belirtebilmek için, faktör yükü değerinin 0.30 veya üstünde bir değere sahip olması gerekmektedir (Stevens, 2002). Bu çalışmada analiz sonucu, bulguları desteklediği görülmekte olup bütün değerler literatürde belirtilen aralıkta bulunmuştur.

Tüm faktörler için Chi-Square değeri çok yüksek (8774,752, 2607,312, 3708,374) ve p-değeri (Sig.) 0.000'dan küçüktür. Bu durum, faktör analizinin geçerli olduğunu ve modellerin doğru yapılandırıldığını gösterir.

Bir araştırmada kullanılan ölçeklerin C. Alpha değerinin 0.70 ile 0.99 değerlerinde oluşması güvenilir bulunduğunu belirtir (Tavakol vd., 2011). Bu çalışmadaki ölçekler ile onun alt boyuları güvenilir bulunmuştur. Sosyal sermaye (0,866), girişimcilik niyeti (0,960) ve öz yeterlilik (0,963) için tüm Cronbach's Alpha değerleri yüksek ve güvenilir olduğunu gösterir. Özellikle Girişimcilik Niyeti ve Öz Yeterliliğin yüksek güvenilirlik değerlerine sahip olması, ölçümlerin tutarlı ve güvenilir olduğunu belirtir.

Bu sonuçlar, sosyal sermaye, girişimcilik niyeti ve öz yeterlilik gibi faktörlerin, kullanılan anket veya ölçüm aracının geçerliliği ve güvenilirliği açısından güçlü bir şekilde ölçüldüğünü belirtir.

3.3. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

DFA uygulanarak çalışmadaki ölçeklerin yapı geçerliğinin tespiti yapılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar Tablo 3'te belirtilmiştir.

Tablo 3: Uyum Değerleri

Uyum Kriteri	χ^2/df	RMSEA	SRMR	NFI	CFI	NNFI
Girişimcilik Niyeti Ölçeği	3,71	0,097	0,029	0,93	0,98	0,97
Sosyal Sermaye Ölçeği	4,24	0,091	0,036	0,93	0,95	0,92
Öz Yeterlilik Ölçeği	4,33	0,098	0,025	0,98	0,99	0,96

Tablodaki değerlere baktığımızda uyum kriter ölçümleri uyum değerleri içerisinde olduğu görülmektedir. Böylece çalışmadaki verilerinin iyi uyum düzeyinde ve kabul edilebilir olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarının anlamlı ve geçerli olduğu sonucuna varılmıştır (Erkorkmaz ve ark. 2013).

χ^2/df değerleri, girişimcilik niyeti ölçeği: 3,71, sosyal sermaye ölçeği: 4,24, öz yeterlilik ölçeği: 4,33 olarak bulunmuştur. Bu oranlar (3,71, 4,24 ve 4,33) 2 ile 5 arasında yer almaktadır ve bu, modelin veriyi iyi bir uyum sağladığını gösterir. Yani, her üç ölçek de uygun bir modelleme göstermektedir.

RMSEA değerleri, girişimcilik niyeti ölçeği: 0,097, sosyal sermaye ölçeği: 0,091, öz yeterlilik ölçeği: 0,098 olarak bulunmuştur. Üç ölçekte de RMSEA değeri 0,05'in üzerinde ve 0,10'un altında yer alıyor. Bu durum, iyi ile kabul edilebilir arasında bir uyum sağladıklarını gösterir.

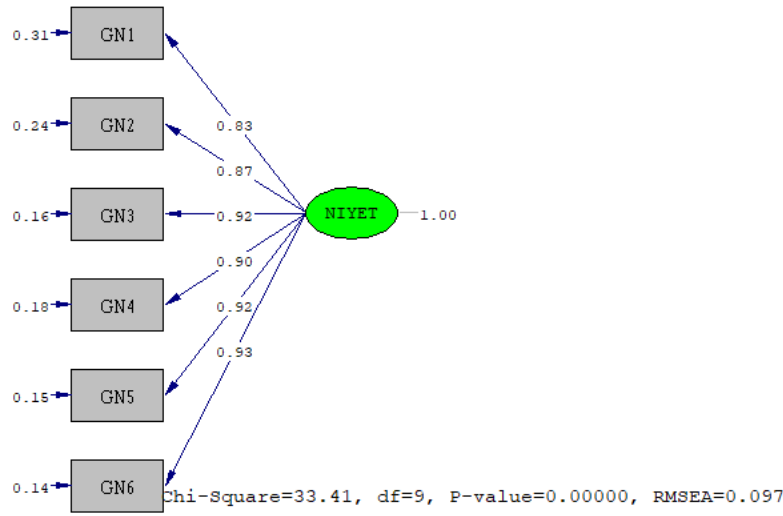
SRMR değerleri, girişimcilik niyeti ölçeği: 0,029, sosyal sermaye ölçeği: 0,036, öz yeterlilik ölçeği: 0,025 olarak bulunmuştur. Tüm ölçütler için SRMR değeri 0,08'den çok daha düşük, bu da her üç modelin de çok iyi bir uyum sağladığını gösterir. Özellikle Girişimcilik Niyeti ve Öz Yeterlilik için SRMR değerleri oldukça olumlu çıktığı görülür.

NFI değerleri, girişimcilik niyeti ölçeği: 0,93 sosyal sermaye ölçeği: 0,93 öz yeterlilik ölçeği: 0,98 olarak bulunmuştur. Tüm ölçütlerde NFI değeri 0,90'ın üzerinde, bu da modellerin çok iyi uyum sağladığını gösteriyor. Özellikle öz yeterlilik için 0,98'lik bir değer çok yüksek bir uyum sağladığı görülür.

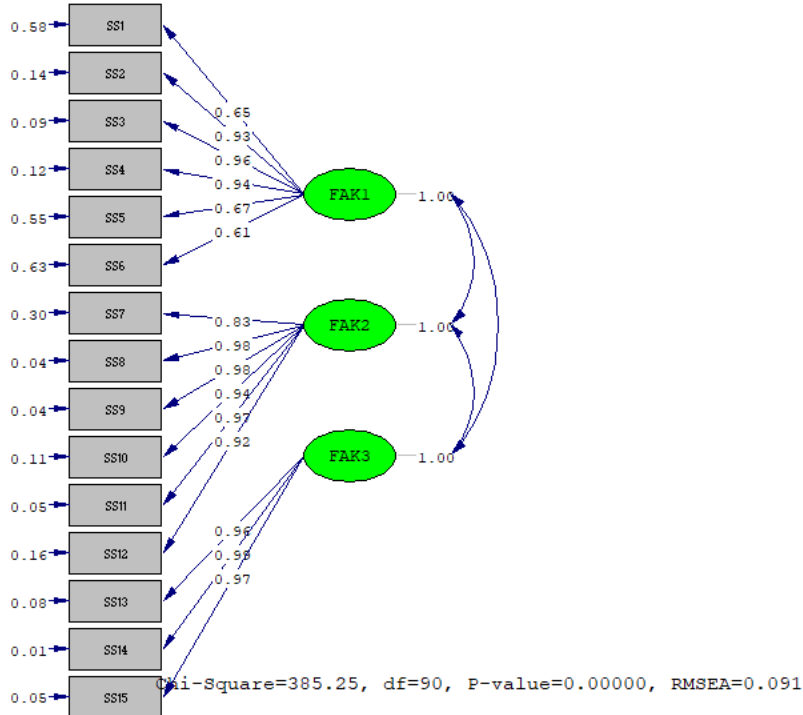
CFI değerleri, girişimcilik niyeti ölçeği: 0,98, sosyal sermaye ölçeği: 0,95, öz yeterlilik ölçeği: 0,99 olduğu bulunmuştur. CFI değerleri çok yüksektir. Her üç ölçek de 0,95 ve üzeri CFI değerleri ile çok iyi düzeyde uyum sağladığı görülür.

NNFI değeri, girişimcilik niyeti ölçeği: 0,97, sosyal sermaye ölçeği: 0,92, öz yeterlilik ölçeği: 0,96 olduğu görülmektedir. NNFI değerleri yine oldukça yüksek ve tüm ölçütler için 0,90 ve üzeri değerler sağlandığı görülür. Bu da modellerin çok iyi uyum sağladığını gösterir.

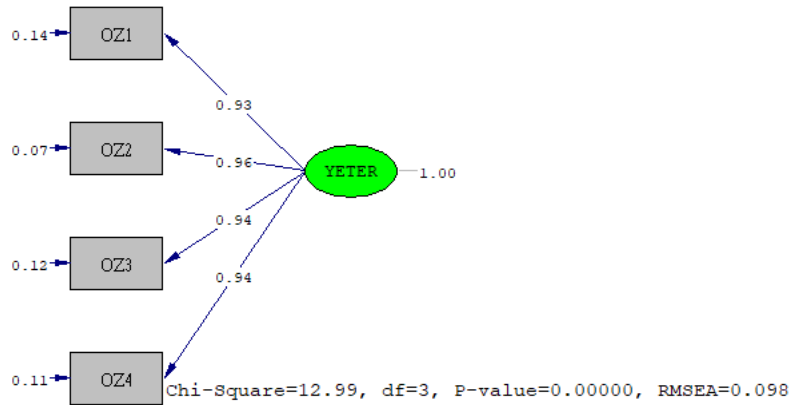
Tüm üç ölçek için uyum indeksleri çok iyi seviyelerdedir. Özellikle girişimcilik niyeti, sosyal sermaye ve öz yeterlilik ölçekleri için SRMR, NFI, CFI ve NNFI değerlerinin yüksekliği, modelin veriye oldukça iyi uyduğunu ve çok iyi bir yapılandırma sağlandığını gösterir. Özetle, girişimcilik niyeti, sosyal sermaye ve öz yeterlilik ölçeklerinin hepsi, yapılan yapısal eşitlik modellemesi (SEM) açısından oldukça sağlam ve güvenilir modellerdir.



Şekil 2: Girişimcilik Niyeti Ölçeği Standardize Edilmiş Model Çıktıları



Şekil 3: Sosyal Sermaye Ölçeği Standardize Edilmiş Model Çıktıları



Şekil 4: Öz Yeterlilik Ölçeği Standardize Edilmiş Model Çıktıları

3.4. Hipotez Sonuçları

Çalışmanın hipotezleri ile ilgili sonuçlar Tablo 4’de belirtilmiştir.

Hipotez 1: Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır.

Tablo 4: Sosyal Sermayenin Girişimcilik Niyeti Etkisi (Regresyon Analizi)

Katsayı	B	S.H.	t	p
Sabit	2,452	0,099	24,829	0,001**
Sosyal Sermaye	0,350	0,046	7,604	0,001**

$y = \text{girişimcilik niyeti}$

$**p < 0,01$

Sabit terim, modelde bağımsız değişkenler yokken bağımlı değişkenin tahmin edilen değeri (intercept) olarak 2,452’dir. t-değeri çok yüksek (24,829) ve p-değeri 0,001, bu da sabit terimin anlamlı olduğunu ve modelin çok iyi bir başlangıç noktasına sahip olduğunu gösterir.

Sonuçlarına göre Bağımsız değişken “Sosyal Sermaye” ile bağımlı değişken “Girişimcilik Niyeti” arasındaki model, anlamlıdır ($p=0,001$; $<0,01$; Adjusted R^2 : 0,129). Dolayısıyla, sosyal sermayedeki 1 birimlik yükselişin girişimcilik niyetine 0,350 birimlik yükseliş etkisi yapacaktır. Yani, sosyal sermaye arttıkça bağımlı değişken de artmaktadır. t-değeri 7,604 ve p-değeri 0,001, bu da sosyal sermayenin bağımsız değişken olarak anlamlı bir etkisi olduğunu gösterir. Yani sosyal sermaye, bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Hipotezi kabul edilmiştir.

Hipotez 2: Öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi vardır.

Çalışmanın hipotezleri ile ilgili sonuçlar Tablo 5'de belirtilmiştir.

Tablo 5: Öz Yeterliliğin Girişimcilik Niyeti Etkisi (Regresyon Analiz)

Katsayı	B	S.H.	t	p
Sabit	2,748	0,071	38,511	0,001**
Öz Yeterlilik	0,245	0,036	6,722	0,001**

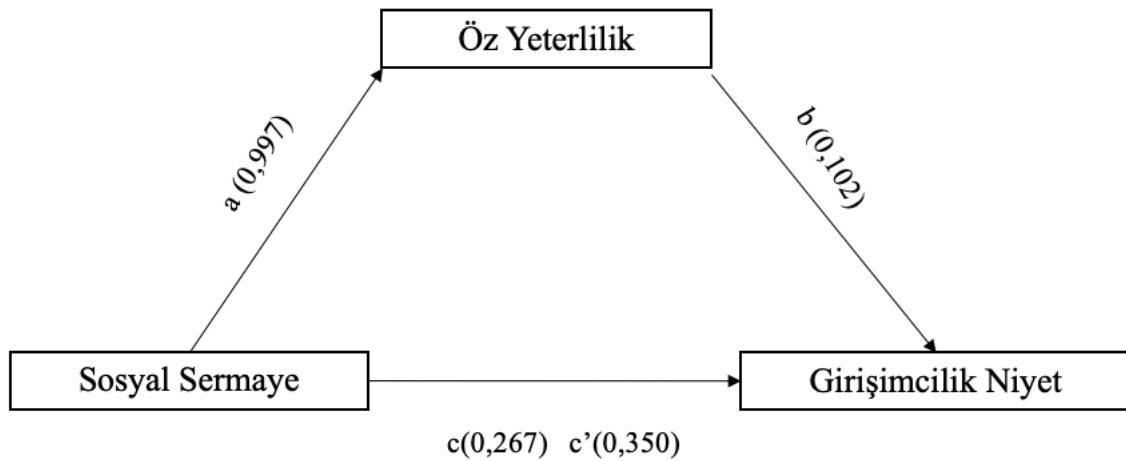
$y = \text{girişimcilik niyeti}$

$**p < 0,01$

Sabit terimi (intercept) modelde bağımsız değişkenlerin etkisi sıfır olduğunda bağımlı değişkenin tahmin edilen değeri olarak 2,748'dir. t-değeri çok yüksek (38,511) ve p-değeri 0,001, bu da sabit terimin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu gösterir.

Sonuçlara göre Bağımsız değişken öz yeterlilik ile bağımlı değişken Girişimcilik Niyeti arasındaki model, uygundur. Dolayısıyla, öz yeterlilikteki 1 birim yükselişin girişimcilik niyeti için 0,245 birimlik yükseliş yaratacaktır. Yani, öz yeterlilik bağımlı değişken üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir, öz yeterlilik arttıkça bağımlı değişken de artmaktadır. **Hipotezi kabul edilmiştir.**

Hipotez 3: Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterliliğin aracılık rolü vardır.



Bootstrapping testi ile Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterliliğin aracı etkisinin var olup olmadığına bakılmıştır. Dolaylı etkinin %95 bootstrap güven aralığında ortaya çıkan değerlerin hem sıfırdan farklı hem de üstünde ortaya çıkması beklenir. Yapılan analiz sonucunda dolaylı etkiye baktığımızda 0,076 ve 0,196 aralık arasında olduğu için uygun olduğu bulunmuştur. Bulgular Tablo 6'da belirtilmiştir.

Tablo 6: Sosyal Sermayenin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Öz Yeterliliğin Aracı Etkisinde Toplam Değerleri, Doğrudan Değerleri, Dolaylı Etki Değerleri

	Effect	LLCI	ULCI
Toplam Etki	0,350	0,259	0,362
Doğrudan Etki	0,267	0,124	0,411
Dolaylı Etki	0,082	-0,076	0,196

Aracı etkinin büyüklüğünü gösteren dolaylı etki, toplam etki ile doğrudan etki arasındaki farkı belirtir. (Hayes, 2013). Öz yeterliliğin aracı etkisi 0.082 düzeyinde pozitif yönlü olduğu görülmektedir.

Bu bulgu, öz yeterliliğin sosyal sermaye ve girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir aracılık etkisi gösterdiğini ve hipotezimizin desteklendiğini göstermektedir. Her ne kadar etki büyüklüğü orta düzeyde olsa da, Hayes (2013) tarafından önerilen bootstrap güven aralığı yöntemiyle test edildiğinde, bu aracılık etkisinin istatistiksel olarak geçerli olduğu kanıtlanmıştır. Bu sonuç, sosyal sermayenin doğrudan etkisinin yanı sıra, öz yeterlilik üzerinden dolaylı bir etki mekanizması ile de girişimcilik niyetini etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu bulgu, sosyal sermayenin, bireylerin öz yeterliliklerini güçlendirerek girişimcilik niyetlerini desteklediği iddiamızı doğrulamaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sosyal Sermayenin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Öz Yeterliliğin Aracılık Rolünü açıklamak üzere gerçekleştirilen bu araştırmaya 300 kişi katılım göstermiştir. Sosyal sermayenin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterliliğin aracılık rolünün etkisi olduğu belirlenmiştir. Araştırmanın hipotezlerinin tamamı kabul edilmiş olup, bu hipotezlerin desteklendiği bulgular literatürdeki benzer çalışmalarla uyum içerisindedir (Safran, 2020; Bektaş, 2022).

Sosyal sermayenin bireylerin girişimcilik niyetlerini artırmada kritik bir rol oynar Literatürde, sosyal sermaye girişimcilik niyeti üzerindeki etkili olduğu görülür. (Demirel, 2023; Özbezek vd., 2022; Hidalgo vd., 2024; Doh ve Zolnik, 2011; Ye, 2012). Sosyal sermaye, bireylerin sosyal ağları, ilişkileri ve toplumsal bağları aracılığıyla girişimcilik niyetlerini güçlendirmekte ve girişimcilik faaliyetlerine katılımı teşvik etmektedir. Çalışmamızda da girişimcilik niyetinde sosyal sermayenin etkisinin pozitif olduğu görülmüş ve hipotezi kabul edilmiştir. Batjargal (2007) Çin'deki internet girişimcileri üzerinde yaptığı çalışmada, sosyal sermayenin girişimcilik performansını artırdığını bulmuştur. Bauernschuster vd., (2010), sosyal sermayenin girişimcilik faaliyetlerine erişim ve katılımı artırdığını göstermiştir. Literatürdeki diğer çalışmalara baktığımızda sonuçlar paralellik gösterir (Kwon vd., 2013; Light vd., 2013; Liu vd., 2018).

Öz yeterlilik ise girişimcilik niyeti üzerinde doğrudan ve pozitif etkiye sahiptir. Literatürdeki benzer çalışmalara baktığımızda öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu görülür. (Wu vd., 2012; Yu vd., 2017; Churchill vd., 2023; Gönül ve Yaşar, 2023). Öz yeterlilik, bireylerin girişimcilik niyetlerini güçlendirmekte ve girişimcilik faaliyetlerine katılımı artırmaktadır. Bandura'nın (1986) öz yeterlilik teorisi, bireylerin kendi yeterlilik algılarının, onların niyetlerini ve dolayısıyla davranışlarını etkilediğini vurgular. Avnimelech ve Zelekha (2023), öz yeterlilik düzeyi yüksek bireylerin, girişimcilik faaliyetlerinde daha fazla başarılı olma eğiliminde olduklarını belirtir. Ayrıca, Cai ve dğ. (2021) de sosyal sermaye ve öz yeterliliğin girişimcilik davranışları üzerindeki etkisini inceleyerek, benzer sonuçlar elde etmiştir. Bu bulgu, çalışmamızın sonuçları ile tutarlıdır.

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

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

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

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

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

Etik Standart ile Uyumluluk

Çıkar Çatışması: Yazar ve diğer üçüncü kişi ve kurumlarla çıkar çatışmasının olmadığını veya varsa bu çıkar çatışmasının nasıl oluştuğuna ve çözüleceğine ilişkin beyanlar ile yazar katkısı beyan formları makale süreç dosyalarına ıslak imzalı olarak eklenmiştir.

Etik Kurul İzni: Çalışmada etik kurul izni alınmıştır. T.C İstanbul Gedik Üniversitesi, Etik Kurul Komisyonunun 22.12.2023 tarihli 2023/11 sayılı toplantı kararına istinaden etik olarak uygun bulunmuştur.

Finansal Destek: Çalışmada finansal destek kullanılmamıştır.

KAYNAKÇA:

- Ağırman, Ü. H. Ç., Naktiyok, A. (2018). *Psikolojik Sermaye Ve Profesyonellik İlişkisinde İşe Angaje Olmanın Düzenleyici Rolü*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22(Özel Sayı 3), 2665-2683.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory Of Planned Behavior. Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Akbari M., Irani H., Zamani Z., Valizadeh N., Arab S. (2024). *Self-Esteem, Entrepreneurial Mindset, And Entrepreneurial Intention: A Moderated Mediation Model*, *The International Journal of Management Education*, 22(1), 100934,
- Alp, G. T., Aksoy, B. (2019). *Kadın Girişimciliği Ve Sosyal Sermaye: Nitel Bir Araştırma*, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(27), 127-148.
- Audretsch, D., Aldridge, T. (2012). *Transnational Social Capital And Scientist Entrepreneurship*, *Journal Of Science And Innovation*, 16(3), 369-376.
- Avnimelech, G., Zelekha, Y. (2023). *Religion and the gender gap in entrepreneurship*, *Journal of Cultural and Social Entrepreneurship*, 19(2), 629-665.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1995). *Exercise Of Personal And Collective Efficacy In Changing Societies*, *Self-Efficacy In Changing Societies*, 15, 334.
- Bandura, A., Wessels, S. (1997). *Self-Efficacy* (pp. 4-6). Cambridge: Cambridge University Press.
- Bandura A. (2001). *Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective*. *Annual Review of Psychology* 52(1), 1-26.
- Batjargal, B. (2007). *Internet Entrepreneurship: Social Capital, Human Capital, And Performance Of Internet Ventures in China*, *Journal of Internet Business Research*, 36(5), 605-618.
- Bauernschuster, S., Falck, O., Heblich, S. (2010). *Social Capital Access And Entrepreneurship*. *Small Business Economics Journal*, 76(3), 821-833.
- Baştürk, Ş. (2018). *Sermaye savaşları: Türkiye’de Gençlerin İşgücü Piyasası Avantajlarına Erişme Kanalları Ve Sosyal Ağlar*. *Journal of Economy Culture and Society*, (58), 17-44.
- Bektaş G. (2022). *Duygusal Zekâ Ve Girişimcilik Niyeti Arasında Öz Yeterliliğin Aracılık İlişkisi*, *Yüksek Lisans Tezi*, Yıldız Teknik Üniversitesi.

- Bektaş, G., Zehir, C. (2022). *Duygusal Zekâ Ve Girişimcilik Niyeti Arasında Öz Yeterliliğin Aracılık İlişkisi*. Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(1), 11-21.
- Bird, B. (1988). *Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case For Intention*, Academy Of Management Review, 13(3), 442-454.
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms Of Capital. Cultural Theory: Handbook Of Theory And Research For The Sociology Of Education*, New York: Greenwood, 241–258.
- Bottero, W. (2004). *Class Identities And The Identity Of Class*. Sociology, 38(5), 985-1003.
- Cai, W. J., Gu, J. B., Wu, J. L. (2021). *How Entrepreneurship Education And Social Capital Promote Nascent Entrepreneurial Behaviors: The Mediating Roles Of Entrepreneurial Passion And Self-Efficacy*, Entrepreneurship Education Journal, 13(20), 1-13.
- Cassar G., Friedman H. (2009). *Does Self-Efficacy Affect Entrepreneurial Investment*, Strategic Entrepreneurship Journal, Strat. Entrepreneurship J., 3, 241–260
- Chay, Y. (1993). *Social Support, Individual Differences, And Well-Being: A Study Of Small Business Entrepreneurs And Employees*. Journal Of Occupational And Organizational Psychology, 66(4), 285–302.
- Chen, T. J. (2007). *The Impact Of Social Capital On Entrepreneurship: An Analysis From Zhejiang Businessman in China*. Strategic Management Journal, 1(1), 60-67.
- Churchill, S. A., Hayward, M., Trinh, T. A. (2023). *Crime, Community Social Capital, And Entrepreneurship: Evidence From Australian Communities*. Journal of Community Studies, 38(2), 1-10.
- Coleman, J.S. (1988). *Social Capital In The Creation Of Human Capital*, The American Journal of Sociology, 94(1), 95–120.
- Coleman, J. S. (1990). *Commentary: Social Institutions And Social Theory*. American Sociological Review, 55(3), 333-339.
- Çöp, S., Topcu, M. (2019). *Sosyal Sermayenin Hizmet İnovasyonu Üzerine Etkisinde Bilgi Paylaşımının Aracılık Rolü: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma*, Turizm Akademik Dergisi, 6(1), 31-48.
- Demirel E. (2023). *Sosyal Sermayenin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Bir Meta Analiz Çalışması*, Sosyal Bilimler Ekev Akademi Dergisi, Özel Sayı, 125-137
- Daskalopoulou, I., Karakitsiou, A., Thomakis, Z. (2023). *Social Entrepreneurship And Social Capital: A Review Of Impact Research*, Journal Of Social Impact Research, 15(6), 1-10.
- Doh, S., Zolnik, E. J. (2011). *Social Capital And Entrepreneurship: An Exploratory Analysis*, Entrepreneurship Research Journal, 5(12), 4961-4975.
- Erkorkmaz, Ü., Etikan, I., Demir, O., Özdamar, K., Sanisoğlu, S. Y. (2013). *Doğrulamalı Faktör Analizi ve Uyum İndeksleri*, Türkiye Klinikleri Journal Of Medical Sciences, 33(1), 210-223.
- Estrin, S., Mickiewicz, T., Stephan, U. (2013). *Entrepreneurship, Social Capital, And Institutions: Social And Commercial Entrepreneurship Across Nations*. Global Entrepreneurship Journal, 37(3), 479-504.
- Flap, H., Kumcu, A. Bulder, B. (2000). *The Social Capital Of Ethnic Entrepreneurs And Their Business Success*. In J. Rath (Ed.), Immigrant Businesses: The Economic, Political And Social Environment (Pp. 142–161). New York: St. Martin's Press In Association With Centre for Research in Ethnic Relations University of Warwick.

- Gedajlovic, E., Honig, B., Wright, M. (2013). *Social Capital And Entrepreneurship: A Schema And Research Agenda*. *Journal of Entrepreneurship Research*, 37(3), 455-478.
- Genç G. (2019). *Kocaeli İli İşgücü Piyasası Araştırmaları Raporu*, İşkur.
- Gönül, F., Yaşar, M. E. (2023). *Üniversite Öğrencilerinin Öz Yeterlilik Ve İşsizlik Kaygılarının Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi*. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 85-101.
- Häuberer, J. (2011). *Social Capital Theory: Towards A Methodological Foundation*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hayes, A.F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis, A regression-based approach*, Guilford Press, New York, NY, 1(6), 85-159
- Hidalgo, G., Monticelli, J. M., Bortolaso, I. V. (2024). *Social Capital As A Driver Of Social Entrepreneurship*, *Social Enterprise Journal*, 15(1), 182-205.
- Hung, S. C., Chen, C. J., Hsiao, Y. C. (2007). *Mobilizing Human And Social Capital To Pursue Entrepreneurship*. *Technology Management Review*, 1(2), 1252-1256.
- Işık, M., Çiçek, B. (2020). *Planlı Davranış Teorisi Perspektifinden Girişimcilik Niyeti Üzerinde Sosyal Sermaye Öz Yeterlilik Ve Öz Saygının Rolü*. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, 15(1), 185-206.
- Karagöz, Y. (2017). *SPSS ve AMOS Uygulamalı Nicel-Nitel-Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 4. Baskı
- Kocaeli Valiliği. (2024, 03 24). *Kocaeli Ekonomisinde Sanayinin Yeri*: <http://www.kocaeli.gov.tr/kocaeli-ekonomisinde-sanayinin-yeri>
- Kwon, S. W., Heflin, C., Ruef, M. (2013). *Community Social Capital And Entrepreneurship*. *Journal Of Community Development Studies*, 78(6), 980-1008.
- Lamarca, G., Leal, M., Leao, A., Sheiham, A. Vettore, M. (2014). *The Different Roles Of Neighborhood And Individual Social Capital On Oral Health-Related Quality Of Life During Pregnancy And Postpartum: A Multilevel Analysis*. *Community Dentistry and Oral Epidemiology*, 42(2), 139–150.
- Light, I., Dana, L. P. (2013). *Boundaries Of Social Capital In Entrepreneurship*. *Regional Entrepreneurship Review*, 37(3), 603-624.
- Lin, N, Cook, K. Burt, R. S. (2008). *Social Capital: Theory And Research* (4th Edition). USA: Transaction Publishers.
- Lin, N. (2001). *Social Capital: A Theory Of Social Structure And Action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Linan, F., Rodriguez-Cohard, J. C., Rueda-Cantuche, J. M. (2011). *Factors Affecting Entrepreneurial Intention Levels: A Role For Education*, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195–218.
- Liu, T. H., Lo, S. H., Dai, C. Y. (2018). *Expanding The Two Wings Of Social Capital For Value Creation: Strategic Entrepreneurship Of HTC, 1997-2008*. *Journal of Strategic Entrepreneurship*, 30(5), 512-523.
- Luszczynska, A., Scholz, U., Schwarzer, R. (2005). *The General Self-Efficacy Scale: Multicultural Validation Studies*, *The Journal of Psychology*, 139(5), 439-457.

- Naranjo-Valencia, J. C., Ocampo-Wilches, A. C., Trujillo-Henao, L. F. (2022). *From Social Entrepreneurship To Social Innovation: The Role Of Social Capital*, Journal Of Social Innovation And Rural Development, 13(2), 244-277.
- Nart, S., Yıldırım, Y. T. (2021). *Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Öz-Yeterlilik Algısının Aracılık Rolü Üzerine Bir Araştırma*, Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, 10(1), 1-28.
- Özbezek, B. D., Paksoy, H. M., Arabo, S. K. (2022). *Sosyal Sermayenin Yenilikçi Davranışa Etkisinde Girişimcilik Eğiliminin Aracılık Rolü: Gaziantep’teki Suriyeli Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (47), 211-227.
- Özler E, Giderler C., Baran, H. (2017). *Öz Yeterlilik Ve Kontrol Odağının Bireylerin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, ICMEB17 Özel Sayısı, 736 - 747
- Putnam, R.D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions In Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton, NJ, 1993.
- Putnam, R. D. (1995). *Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance Of Social Capital In America*, PS: Political Science And Politics, 28(4), 664-683.
- Read, S., Song, M., Smit, W. (2009). *Ametaanalytic Review Of Effectuation And Venture Performance*. Journal of Business Venturing, 24(6), 573–587.
- Roxas, B. (2014). *Effects Of Entrepreneurial Knowledge On Entrepreneurial Intentions: A Longitudinal Study Of Selected South-East Asian Business Students*, Journal of Education and Work, 27(4), 432-453.
- Safran B. (2020). *Girişimcilikte Tembellik Ve Sosyal Sermayenin Yaratıcılık Ve İnovasyon Üzerindeki Etkileri*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Sahasranamam, S., Raman, G. V. (2018). *Individual Resources, Property Rights And Entrepreneurship In China*. International Journal of Emerging Markets, 13(6), 1502-1521.
- Sahasranamam, S., Nandakumar, M. K., Temouri, Y. (2021). *Knowledge Capital In Social And Commercial Entrepreneurship: Investigating The Role Of Informal Institutions*. Journal of Entrepreneurship Studies, 27(1).
- Shapero, A., Sokol, L. (1982). *The Social Dimensions of Entrepreneurship*. In Encyclopedia of Entrepreneurship(pp. 72–90). Prentice-Hall Inc.
- Shishkova, M. (2021). *Social Capital And Entrepreneurship Development In Rural Areas*, Journal of Rural Development Studies, 22(1), 378-385.
- Smallbone, D. Welter, F. (2001). *The Distinctiveness Of Entrepreneurship In Transition Economies*, Small Business Economics, 16(4), 249–262.
- Sunman, G., Yıldırım, K. E. (2022). *Öz Yeterlilik İnancının Sosyal Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Anadolu Üniversitesi Ve Aksaray Üniversitesi Öğrencileri Örneği*, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 18(2), 214-226.
- Stevens, J. P. (2002). *Applied Multivariate Statistics For The Social Sciences* (Fourth Edition). New Jersey: Lawrance Erlbaum Association.
- Şeşen, H., Basım, H. N. (2012). *Demografik Faktörler Ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Ege Akademik Bakış, 12(özel sayı), 21-28.

- Tang, Y. (2022). *The Effect Of Social Capital On The Career Choice Of Entrepreneurship or Employment In A Closed Ecosystem*. Chinese Economic Studies, 10, 1-39.
- Tavakol M., Dennick R. (2011). *Making sense of Cronbach's Alpha*, International Journal of Medical Education, 2, 53–55.
- Tohani, E. (2017). *Model Of The Social Capital Based Community Entrepreneurship Education (CCE) For Empowering Community: An Initial Theoretical Perspective*. In Proceedings of the 9th International Conference for Science Educators and Teachers (ICSET 2017) (Vol. 118, pp. 681-686)
- Turkina, E., Thai, M. T. T. (2013). *Social Capital, Networks, Trust And Immigrant Entrepreneurship: A Cross-Country Analysis*. Global Entrepreneurship Journal, 7(2), 108-122.
- Uysal, B., Güney, S. (2016). *Entrepreneurial Intentions of Turkish Business Students: An Exploration Using Shapero's Model*, Journal of Administrative Sciences. 14(28), 27-47
- Wang, X. R., Huang, Y. N., Huang, K. J. (2024). *How Does Social Entrepreneurship Achieve Sustainable Development Goals In Rural Tourism Destinations? The Role Of Legitimacy And Social Capital*. Journal of Sustainable Tourism, 1-19.
- Wu, S. Y., Wang, S. T., Liu, F., Hu, D. C., Hwang, W. Y. (2012). *The Influences Of Social Selfefficacy On Social Trust And Social Capital-A Case Study Of Facebook*. Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET, 11(2), 246-254
- Xie, G., Wang, L. P., Lee, B. F. (2021). *Understanding The Impact Of Social Capital On Entrepreneurship Performance: The Moderation Effects Of Opportunity Recognition And Operational Competency*. Frontiers in Psychology, 12, 1-10.
- Yang, Y. Y. (2017). *The Dilemma And Countermeasures Of Human Capital And Social Capital In College Students' Entrepreneurship*, In Proceedings of the 2017 International Conference on Management, Education and Social Science (ICMESS 2017) (Vol. 72, pp. 524-527).
- Ye, P. Q. (2012). *On The Effects Of Entrepreneurs' Social Capital on Entrepreneurship Behaviors*, In Proceedings of the 2012 International Conference on Management Innovation and Public Policy (ICMIPP 2012) (Vols. 1-6, pp. 2449-2456).
- Yetim, Nalan, (2008). *Social Capital in Female Entrepreneurship*, International Sociology 23.6, 864-885.
- Yıldırım, F., İlhan, İ. Ö. (2010). *Genel Öz Yeterlilik Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlilik Ve Güvenilirlik Çalışması*, Türk Psikiyatri Dergisi, 21(4), 301-308
- Yu, L., Yin, X. D., Li, W. W. (2017). *Lose To Win: Entrepreneurship of Returned Migrants In China*, Journal of Regional Urban Economics, 58(2), 341-374.
- Zhao, J. M., Li, T. C. (2021). *Social Capital, Financial Literacy, And Rural Household Entrepreneurship: A Mediating Effect Analysis*, Journal of Rural Development, 12.
- Živadinović, K, N. (2004). *Utvrđivanje Osnovnih Karakteristika Proizvoda Primjenom Faktorske Analize [Defining The Basic Product Attributes Using The Factor Analysis]*, Ekonomski pregled, 55, 952–966.

EXTENDED SUMMARY

Research Problem:

The aim of the research is to reveal the mediating role of self-efficacy in the effect of social capital on entrepreneurial intention among white-collar employees working in small and medium-sized enterprises (SMEs) in Kocaeli and to offer recommendations based on the findings.

Research Questions:

The research addresses the following questions:

1. Does social capital significantly affect entrepreneurial intention?
2. Does self-efficacy significantly affect entrepreneurial intention?
3. Does self-efficacy mediate the relationship between social capital and entrepreneurial intention?

According to the aim of the research, three hypotheses were developed and investigated in the study;

Hypothesis 1: Social capital has an effect on entrepreneurial intention.

Hypothesis 2: Self-efficacy has an effect on entrepreneurial intention.

Hypothesis 3: Self-efficacy has a mediating role in the effect of social capital on entrepreneurial intention.

Literature Review

A literature review was conducted to examine studies by various researchers and academics on the mediating role of self-efficacy in the effect of social capital on entrepreneurial intention. Social capital is recognized as a key resource that enhances individuals' entrepreneurial intentions and positively influences entrepreneurial activity (Turkina and Thai, 2013). However, the strength of this influence may vary depending on the self-efficacy levels of entrepreneurs (Yang, 2017). The interplay between social capital and self-efficacy has become a significant focus in the literature, particularly in terms of its implications for entrepreneurial intention (Doh and Zolnik, 2011). Studies suggest that social capital fosters a stronger sense of self-efficacy, which in turn positively impacts entrepreneurial intention (Estrin, Mickiewicz and Stephan, 2016). This heightened self-efficacy enables entrepreneurs to navigate the challenges of establishing a business and contributes to their entrepreneurial success (Ye, 2012). These findings indicate that self-efficacy acts as a mediating variable in the relationship between social capital and entrepreneurial intention. By enhancing self-efficacy, social capital encourages individuals to engage more confidently in entrepreneurial endeavors. For example, Chen (2007) demonstrated that social capital increases individuals' entrepreneurial success by boosting their self-efficacy.

Methodology:

The research population consist of white-collar employees working in SMEs across various sectors within the Kocaeli province. The sample was determined using convenience sampling and data were obtained through a questionnaire. A total of 300 questionnaires were administered and the resulting data were analyzed using ths SPSS v24.0 statistical software.

Results and Conclusions:

The findings indicate that self-efficacy plays a mediating role in the effect of social capital on entrepreneurial intention. All research hypotheses were supported, and the findings align with similar studies in the literature.

The study confirms that social capital significantly contributes to enhancing individuals' entrepreneurial intentions. Through social networks, relationships, and social ties, social capital strengthens entrepreneurial motivation and encourages participation in entrepreneurial activities. Specifically, the hypothesis that social capital positively influences entrepreneurial intention was supported. Moreover, self-efficacy was found to have a direct and positive effect on entrepreneurial intention. It enhances individuals' confidence and readiness to engage in entrepreneurial activities.

The study also reveals that social capital indirectly affects entrepreneurial intention through self-efficacy by fostering greater self-efficacy, social capital indirectly promotes entrepreneurial behaviour.

These findings highlight the critical mediating role of self-efficacy and offer valuable insights for future research.

From theoretical and practical perspectives,, the effects of social capital and self-efficacy on entrepreneurial intention are significant and merit further investigation.

In light of these findings, several recommendations can be made. Given the positive impact of social capital on entrepreneurial intention, policies and programs that foster social networks and strengthen community ties within entrepreneurial ecosystems should be encouraged. This includes increasing the number of social events, networking opportunities and community-supported entrepreneurship programs. To further enhance the influence of social capital, efforts should focus on expanding social networks and creating platforms that facilitate greater interaction among entrepreneurs .

Additionally, considering the positive effect of self-sufficiency on entrepreneurial intention, entrepreneurship education programs should be designed to build individuals' self-confidence and entrepreneurial skills. These programs should incorporate mentoring and coaching services to entrepreneurs. (Burda iki cümle tekrarda idi), Sharing success stories of established entrepreneurs may also serve as a powerful tool to inspire and motivate potential entrepreneurs on their journey.