

SOSYAL GÜVEN İLE İÇ GİRİŞİMCİLİK ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE AKSARAY'DA BİR ARASTIRMA

Himmet KARADAL, Doç. Dr.
hkaradal@gmail.com, Aksaray Üniversitesi

Turgut Emre AKYAZI
teakyazi@gmail.com, Aksaray Üniversitesi

Özet: Son yıllarda örgütsel araştırmalarda önemli bir yer edinmiş olan sosyal sermaye kavramının girişimciler ve girişimci adayları açısından önemi açıktır. Coleman (1988) ve Fukuyama (2001) gibi yazarlar, sosyal sermaye kavramını güven kavramı ile eşdeğer görmüşler ve güven düzeyi yüksek olan bireylerin ve toplumların sosyal sermaye düzeylerinin de yüksek olacağını ifade etmişlerdir. Özgen ve Aslan (2006) tarafından "içsel sosyal sermaye" olarak adlandırılan güven düzeyi ile ilgili uluslar arası ve ulusal düzeyde bir takım çalışmalar yapılmış olsa da, sosyal güven ve iç girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışma henüz bulunmamaktadır. Bu çalışmada, Aksaray ilinde vergi sıralamasında ilk 100'de yer alan işletmelerin girişimcilerinin/yöneticilerinin sosyal güven düzeyleri ile iç girişimcilik düzeyleri arasındaki ilişkiler incelenmektedir. Bu amaçla, ilgili literatürden uyarlanan sosyal güven ölçeği ile iç girişimcilik ölçeği kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan sosyal güven ölçeği, Portela ve diğerlerinin (2012) çalışmasından Türkçe'ye uyarlanmış ve 12 maddeden oluşan bir ölçektir. İç girişimcilik ölçeği ise Antoncic ve Antoncic (2011) tarafından yapılmış bir çalışmada kullanılan ölçeğin Türkçe'ye uyarlanmış halidir. Ölçekte; yeni girişim yönelimini, ürün ve hizmet yeniliği, süreç/teknoloji yeniliği ve örgütsel yenilenme olmak üzere 4 boyut altında yer alan 22 madde bulunmaktadır. Aksaray'da vergi sıralamasında ilk 100'de yer alan işletmelerin girişimci/yöneticilerinden veri toplanacaktır. Yapılan literatür araştırmasına göre, sosyal güven düzeyi ile iç girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamış olması açısından da literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal güven, sosyal sermaye, iç girişimcilik

A RESEARCH IN AKSARAY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL TRUST LEVEL AND INTRAPRENEURSHIP

Abstract: The significance of social capital concept, which has gained importance in organizational research through the recent years, is clear. Authors such as Coleman (1990), Putnam (1995) and Fukuyama (1995) have considered social capital as equivalent to social trust and have claimed that individuals and societies with high levels of social trust will have high levels of social capital. Even though there exists certain amount of international and national research on social trust level, which is called "internal social capital" by Özgen and Aslan (2006), there have been no studies yet on the relationship between social trust and intrapreneurship. In this study, the relationship between social trust levels and intrapreneurship levels of the entrepreneurs/managers of firms that are listed among the first 100 firms according to the tax rankings in Aksaray has been analyzed. For this purpose, a social trust scale and an intrapreneurship scale adapted from previous literature has been used. The social trust scale used in this study was adapted from the previous research of Portela et al. (2012) and consists of 12 items. The intrapreneurship scale, on the other hand, is an adapted Turkish version of a scale previously used by Antoncic and Antoncic (2011). The scale involves 22 items listed under 4 dimensions which are new businesses, product/service innovation, process/technology innovation and self-renewal. For this purpose, data has been collected from entrepreneurs/managers of firms that are listed among the first 100 firms according to the tax rankings in Aksaray. Based on the literature review performed, no studies have been found regarding the relationship between social trust level and intrapreneurship level, which is why it is assumed that the study will contribute to existing literature.

Keywords: Social trust, social capital, intrapreneurship

1. GİRİŞ

Klasik ve neoklasik yönetim anlayışında göz ardı edilmiş olan aktörler arasındaki sosyal ilişkilerin günümüzde adeta ekonomik eylemlerin en önemli unsuru haline gelmiş olması tesadüf değildir. Polanyi (1944) tarafından ortaya atılan ve Granovetter'in (1973) katkılarıyla alanda ilgi gören sosyal yerleşiklik iddiasına göre ekonomik eylemler sosyal ilişkilerin etkisi altında gerçekleşmektedir. O nedenle, örgütlerin hayatta kalabilmesi ve rekabet edebilmesi için gerek bireyler arası gerekse örgütler arası düzeyde sosyal ilişkiler hayati önem arz etmektedir. Bu çalışmada ele alınan "sosyal güven" kavramını, girişimcilerin başarısında kilit role sahip olan "sosyal sermaye" kavramından bağımsız düşünmek; hatalı, ya da en azından daha iyimser bir bakış açısıyla eksik bir yaklaşım olacaktır. Zira güven düzeyi, sosyal sermaye konulu birçok çalışmada sosyal sermaye düzeyi ile çok yakından ilişkili, hatta birinci derecede önemli bir kavram olarak ele alınmaktadır. Dayanışmacı sosyal sermaye (Öztaş, 2007) ya da "içsel" (internal) sosyal sermaye (Adler ve Kwon, 2002) yaklaşımlarını benimseyen araştırmacıların çalışmalarına bakıldığında, "güven" (trust) sözcüğünün sık sık tekrar ettiği görüldü. Öyle ki, bu yaklaşımın öncülerine göre, güven kavramı sosyal sermayenin olmazsa olmazıdır. Dolayısıyla, sosyal güven ile ilgili bir çalışmanın öncelikle sosyal sermaye kavramına değinmesinin gerekli olduğu kanısına varılmıştır. Son yılların yoğun akademik ilgi toplayan çalışma başlıkları arasında yer alan sosyal sermaye, sosyoloji ve yönetim biliminin siyaset bilimine kadar pek çok alanda araştırmalara konu olmuştur. Yapılan kavramsal çalışmalar başlangıçta dağınık ve rekabet eder gibi görünen (örneğin Coleman, Burt, Putnam vb) bir seyir izlemiştir. Sonraki yıllarda sosyal sermaye kuramlarından genel ve kapsayıcı olma iddiasında olan ve farklı yaklaşımları birleştirmeyi amaç edinen tek bir sosyal sermaye kavramına doğru alanda bir toparlama ve birlik sağlama gayreti ortaya çıkmıştır. Bu kuramsallaştırma

çabası, yöntem ve ampirik araştırmaların artan zenginliği ile desteklenir olmuştur (Başak ve Öztaş, 2010). Basit tanımıyla sosyal sermaye, "insanların gruplar içinde beraber çalışma becerisi" olarak tanımlanabilir (Coleman, 1988). Yazındaki araştırmalara bakıldığında, sosyal sermaye kavramının bir çok farklı tanımının olduğu görülmektedir (Adler ve Kwon, 2002). Burt (1992), sosyal sermaye kavramını "finansal veya beşeri sermaye kullanma imkanı sağlanan arkadaşlar, iş arkadaşları ve daha genel kontaklar" olarak tanımlamıştır. Coleman'a (1988) göre ise sosyal sermaye fonksiyonu ile açıklanmaktadır. Sosyal sermaye tek bir varlık değildir, aksine çeşitli varlıklardan oluşmaktadır. Bu varlıkların iki ortak özelliği vardır: Hepsi sosyal yapının belli boyutlarından oluşmaktadır ve yapı içindeki bireylerin belli eylemlerini kolaylaştırmaktadır (Adler ve Kwon, 2002).

Karagül ve Masca (2005), güveni sosyal sermayenin merkezine koymuşlardır; genel bir ifadeyle sosyal sermayeyi "Kişi ve kurumlar arası güvene dayalı ilişkilerin ekonomik açıdan incelenmesi" olarak tanımlamaktadırlar (Karagül ve Masca, 2005). Sosyal sermayenin diğer tanımları ise "en az iki kişi arasında, güvene dayalı bir şekilde kurulabilen iletişim imkânı", biraz daha geniş bir tanımlamayla, toplumu oluşturan fertler, sivil toplum örgütleri ve kamu kurumları arasındaki koordinasyon faaliyetlerini kolaylaştırarak toplumun üretkenliğini arttıran, güven, norm ve iletişim ağı özellikleri (Temple, 2000) olarak ifade edilmektedir. Ekonomik açıdan ise sosyal sermaye, kişi ve kurumlar arası güvene dayalı ilişkilerin, ekonomik etkinliğe ve üretime yansması şeklinde kabul edilmektedir (aktaran Karagül ve Masca, 2005). Sosyal sermaye konusunda yapılan değerlendirmeler genel olarak; iletişim ağı, sosyal normlar ve güven ekseninde yoğunlaşmaktadır. Bu bağlamda sosyal sermaye olgusu, topluma yön veren ahlaki değerlere, kültürel ve siyasi yapı ile eğitime göre şekillenmektedir. Bu nedenle; adalet, güzellik, iyilik, ask, arkadaşlık ve geleceğe duyulan güven gibi maddi olmayan pozitif değerlerin toplumda oynadığı rolün etkisi fazladır (OECD, 2001; aktaran Karagül ve Masca, 2005).

Daha önce de değinildiği üzere, sosyal güven ve sosyal sermaye kavramları birbiriyle yakından ilintili kavramlardır. İçsel sosyal sermaye yaklaşımını benimseyen araştırmacılar sosyal güven düzeyi ile sosyal sermayeyi neredeyse birbiriyle eş anlamlı kavramlar olarak değerlendirirler de (örneğin Coleman, 1988; Fukuyama, 2001), dışsal sosyal sermaye yaklaşımının öncülerini için güven sosyal sermayenin motivasyonel bir ögesi olarak görülmektedir (örneğin Burt, 1997, 2004).

Sosyal güven ve iç girişimcilik kavramları üzerine yazın taraması yapıldığında, ne ulusal ne de uluslar arası yazında bu iki kavramın ilişkisini ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Oysa girişimciliğin bir türü olan iç girişimcilik açısından sosyal sermayenin dolayısıyla da sosyal güvenin önemi açıktır. Karadal ve Akyazı (2013), sosyal sermayenin girişimcilerin başarısı açısından ne kadar önemli olduğundan ayrıntılı bir biçimde bahsetmiştir. Çağımızda sosyal sermaye girişimcilere diğer sermaye türleri ile elde edilemeyecek çok özel avantajlar sağlamaktadır. Sosyal sermaye olarak nitelendirilebilecek ve girişimcinin farklı fikirlere, bilgilere ve yeniliklere erişmesine olanak sağlayabilecek farklı düzeyde ilişkilerden bahsetmek mümkündür. Bu ilişkiler güçlü bağlar, zayıf bağlar ve yapısal boşluklar yaklaşımları başlıklarında incelenmiştir. Girişimci için belki de asıl soru şudur: Bir girişimci, kurduğu işletmeye rekabet üstünlüğü kazandırabilmek için, sosyal sermaye düzeyini güçlü bağlarla mı, zayıf bağlarla mı arttırabilir (Karadal ve Akyazı, 2013)? İşte tam bu noktada, "güven" kavramı ön plana çıkmaktadır. Aktörlerin içerisinde bulunduğu ağ düzeneklerinde güçlü bağlar (strong ties) olarak tanımlanan güven esasına dayalı bağlarla diğer aktörlerle etkileşim içinde olmaları söz konusu olabilmektedir. Örgütsel ağlar konusundaki geleneksel yaklaşım, bir ağ düzeniği içerisindeki yakınlık düzeyinin veya aktörler arasındaki güçlü bağların güven ve işbirliğini teşvik eden bir atmosfer yaratmada etkili olduğunu savunmaktadır. Güçlü bağlar kuramının savunduğu temel düşünce, ekonomik faaliyetlerin yürütülebilmesi için, karşılıklı güvene dayalı ilişkilerin gerekli olduğu iddiasıdır. Bu iddiaya göre aktörler, yalnızca güvendikleri kişilerle ekonomik faaliyetler gerçekleştirmektedirler (aktaran Karadal ve Akyazı, 2013).

II. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

II.1. Sosyal Güven

Türkiye'de yapılan sosyal sermaye çalışmaları, açık bir biçimde ifade etmeseler de genellikle, Adler ve Kwon'un (2002) tanımladığı içsel ve dışsal sermaye yaklaşımlarından birincisini benimsemektedirler. İçsel sosyal sermaye yaklaşımı sosyal sermayeyi, bir toplumun işbirliği içinde ortak amaçlara ulaşabilmesini sağlayan sosyal özellikleri olarak tanımlamakta ve sosyal sermayeyi "güven" kavramıyla özdeşleştirmektedir (Putnam, 1995; Coleman, 1990; Fukuyama, 1995). Benimsediği güven anlayışı ise daha çok, toplumsal düzenin özünde var olduğu düşünülen kurumsal temelli, "verili" güven anlayışını çağırıştırılmaktadır (Rousseau vd., 1998). Dışsal sosyal sermaye yaklaşımı ise, sosyal sermayeyi, bir aktörün sosyal ilişkilerinden doğan ve ona avantaj sağlayan kaynaklar bütünü olarak tanımlamakta ve sosyal sermayenin kökeni olarak sosyal ilişkiler yapısına odaklanmaktadır (Burt 1992; Baker, 1990; Bourdieu ve Wacquant, 1992). Dışsal yaklaşım, sosyal sermayenin oluşmasını sağlayan etmenlerden biri olarak tanımladığı güven kavramını, kişisel ilişkilerle zaman içinde oluşan "ilişkisel" güven olarak ele almaktadır (Granovetter, 1985; Rousseau vd., 1998; aktaran Özen ve Aslan, 2006).

İçsel yaklaşım, sosyal sermayenin kaynağı olarak topluluk içindeki sosyal ilişkileri biçimleyen değerler ve inançlara işaret eder ve "güven" kavramını öne çıkarır. Güven genel olarak, bir kişinin, diğer bir kişinin fırsat bulduğunda zayıf yanını kendi çıkarı doğrultusunda istismar etmeyeceğine dair *inancı* olarak tanımlanmaktadır (Korczynski, 2000;

Gambetta, 1998). İçsel yaklaşımın öncülerinden Fukuyama (1997) güven kavramını sosyal sermaye kavramıyla adeta özdeşleştirmekte, Coleman (1988) ve Putnam (1993) ise güveni sosyal sermayenin bir türü ve göstergesi olarak ele almaktadırlar (Adler ve Kwon, 2002). İçsel yaklaşımdaki baskın güven anlayışı, Korczynski'nin (2000) tanımladığı "diğer tarafın içsel normlarının bilgisine dayalı" güven türüne daha yakın görünmektedir. Bu güven anlayışına göre, bir kişi diğerinin, *ahlaki normlara uyacağını düşündüğü* için kendi zafiyetini istismar etmeyeceğine inanır. Bu güven anlayışı aynı zamanda, toplumsal düzenin özünde varolduğu düşünülen kurumsal temelli güven anlayışını çağrıştırmaktadır (bakınız Rousseau, vd., 1998; Inkpen ve Tsang, 2005). Bu kavramsal temele koşut olarak, ulus bazında yapılan içsel sosyal sermaye araştırmalarında, kişiler arası güven, kurumlara güven ve bireylerin ahlaki normlara uyum (güvenilirlik) derecesi, sosyal sermaye kavramının alt boyutları olarak kullanılmaktadır (Putnam, 2000; Oorschot ve Arts, 2005; Kumlin ve Rothstein, 2005; Allik ve Realo, 2004; aktaran Özen ve Aslan, 2006).

Sosyal güven kavramı Putnam (2000), Newton ve Norris'in (2000) çalışmalarında insanların ortak bir amaç için gönüllü olarak katılım sağlamaları olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir deyişle, güven işbirliğini, işbirliği de sosyal güveni doğurur (Mitrut vd., 2013). Putnam (1993) sosyal sermayeyi "sosyal organizasyonun, eşgüdümlü faaliyetleri kolaylaştırarak toplumun verimliliğini geliştiren güven, normlar ve ağ düzenekleri gibi nitelikleri" olarak tanımlamıştır (aktaran Bjornskov, 2012). Putnam'ın (1993) bu tanımından yola çıkarak, güven kavramını sosyal sermaye çerçevesinde önemli gördüğü sonucuna varılabilir. "Sosyal güven" kavramı, sosyal sermayenin diğer nitelikleri içinde bir çok siyasi ve ekonomik özelliğin önemli bir belirleyicisi konumundadır. Aynı zamanda, sosyal güven düzeyi yüksek olan ülkelerin son yıllarda benzer özelliklere sahip diğer ülkelere kıyasla daha hızlı büyüme gösterdikleri görülmektedir (aktaran Bjornskov, 2012). Arrow (1972) neredeyse her ticari işlemin doğasında bir güven unsuru bulunduğunu öne sürmüştür. Yapılan her yatırımın gelecekte bu ticari işlemlerin sayısını ve boyutunu azami seviyeye çıkarmak için üstlenildiği göz önünde bulundurulduğunda, sosyal güvenin yatırım oranını ya doğrudan ya da iç ticareti, ekonomik faaliyetleri, uzmanlaşmayı ve yatırımların işlem maliyetlerini artırmak yoluyla dolaylı olarak etkilediği söylenebilir. Sosyal sermaye araştırmalarından önceki bir başka çalışmada ise Luhman (1979) güvenin modern toplumun karmaşıklığını azalttığını ortaya atmıştır. Dolayısıyla, sosyal güven başlı başına bir risk azaltıcı faktör olarak görülebilir. Örneğin sosyal güven yatırım oranlarını yükseltir veya toplumu daha durağan ve tahmin edilebilir hale getirerek yatırım bedelini düşürür, böylece işlem maliyetleri de azaltılmış olur ve firmaların daha uzun vadeli taahhütler üstlenebilmelerine olanak sağlanır (aktaran Bjornskov, 2012).

Sosyal güven kavramı ele alınırken, bu kavramla yakından ilgili "sosyal sermaye" kavramından da bahsetmek gerekmektedir. Adler ve Kwon (2002), sosyal sermayenin kavramsal bir çerçevesini oluşturdukları çalışmalarında, sosyal sermaye tanımlarının sosyal sermayenin madde, kaynak ya da etki boyutlarından birine odaklandıklarını belirlemişlerdir. İkinci olarak, tanımlarda bir aktörün diğer aktörlerle sürdürdüğü ilişki, aktörler arasında bir topluluk içerisindeki sosyal ilişkilerin yapısı ve her ikisi olmak üzere üç farklı yaklaşım tespit etmişlerdir. Bunlardan dışsal ilişkilere odaklanan yaklaşım "*köprü kurucu sosyal sermaye*" olarak, bir topluluk içerisinde mevcut olan içsel bağlara odaklanan yaklaşım ise "*bağlayıcı sosyal sermaye*" olarak adlandırılmaktadır. İlk gruptaki köprü kurucu sosyal sermaye yaklaşımı sosyal sermayeyi, bir aktörü diğer aktörlere bağlayan sosyal ağda mevcut olan bir kaynak olarak ele almaktadır. Bu görüşe göre, rekabet içerisindeki bireylerin ve örgütlerin farklı başarı düzeyleri sosyal sermaye ile açıklanabilir: bireylerin ve grupların eylemleri, bağlı bulundukları ağ düzeneği içerisindeki diğer aktörlerle olan doğrudan ve dolaylı bağlantılar aracılığıyla hızlandırılabilir (Adler ve Kwon, 2002).

Coleman (1988), sosyal sermayenin tanımının işlevine bağlı olduğunu savunmaktadır. Ona göre, sosyal sermaye tek bir varlık değil, iki ortak noktaya sahip olan farklı varlıkların toplamından oluşmaktadır. Bu varlıkların ortak noktalar sosyal yapılardan oluşmaları ve aktörlerin belirli eylemlerini kolaylaştırmalarıdır. Coleman'a (1988) göre, tüm sosyal yapılar ve bu yapılar çerçevesindeki ilişkiler sosyal sermaye oluşmasını kolaylaştırmaktadır. Ancak, bazı türdeki sosyal yapılar sosyal sermaye üretmede daha etkili olabilmektedir (Coleman, 1988).

Fukuyama (2001), sosyal sermayeyi, "iki ya da daha fazla birey arasında işbirliğini teşvik eden, somutlaştırılmış ve biçimsel olmayan bir norm" olarak tanımlamaktadır. Bu tanım ile, Fukuyama (2001) güven, ağ düzenekleri, sivil toplum vb sosyal sermaye ile bağdaştırılan kavramların; sosyal sermayeyi oluşturan kavramlar olmayıp, aksine sosyal sermayenin bir sonucu olarak ortaya çıkan kavramlar olduğunu iddia etmiştir. Fukuyama (2001), Coleman'ın (1988) sosyal sermayenin toplumsal bir ürün olduğu ve piyasadaki aktörler tarafından bireysel olarak üretilmeyeceği fikrinin tamamen yanlış olduğunu öne sürmüştür. Fukuyama'ya (2001) göre, neredeyse tüm bireyler kendi çıkarları doğrultusunda işbirliği yapmayı gerekli olarak gördüklerinden, sosyal sermayeyi özel bir mal olarak üretmektedirler (Fukuyama, 2001).

Coleman (1988), sosyal sermayenin güçlü bağlarda gizli olduğunu savunmuştur. Güçlü bağlarda karşılıklı güven esasına dayalı bir örnek olarak Güneydoğu Asya'da uygulanan, tıpkı ülkemizde bayanların "gün" toplantılarına benzeyen aylık toplantıları vermektedir. Ayda bir gerçekleşen bu arkadaş toplantılarında, her ay toplantı üyeleri ortaklaşa oluşturulan fona eşit miktarda para aktarır ve toplanan para sırayla her ay bir üyeye verilir. Bütün üyeler bu fondan toplu para alana dek bu toplantılar devam eder. Bu toplantılar sayesinde, katılımcılar ufak miktarlarda da olsa birikim sahibi olurlar. Coleman'a (1988) göre, bu toplantılar tamamen güven esasına dayalı sosyal yapılara örnek teşkil etmektedir (Coleman, 1988).

Herhangi bir topluma ait sosyal sermayenin hangi boyutta olduğunu anlaşılabilmesi için ilgili toplum üzerinde gözlem ve anket türü bir dizi analizler yapmak gerekmektedir. Bu konuda, ilgili toplumdaki mala ve cana yönelik suçların oranı, kişiler arası alacak-borç ilişkilerinde senet kullanma oranı, ticari işletmelerin ne ölçüde kişi ve aile boyutunu aşip anonimleştiği ve kamudaki bürokratik işlemler ile yolsuzluklar ve boşanmaların yoğunluğu konuları üzerinde durulması gereken önemli kriterlerdir (OECD, 2001). Adı geçen kriterlerdeki artışlar, söz konusu toplum açısından sosyal sermayenin zayıflığına işaret etmektedir. Sosyal sermayenin ölçülebilmesi için başvurulacak diğer bir uygulama ise anket türü çalışmalardır. Bu amaçla değişik türlerde sondajlama usulü araştırmalar yapılmaktadır. Bu konuda 1981, 1990/1991 ve 1995/1996 yıllarında yapılan *Dünya Değerler Araştırmaları*'nın önemli bir yeri bulunmaktadır. Bu anketlerde deneklere "Genel olarak, insanların güvenilir olduğunu, diğer bir ifade ile insanlarla ilişkilerde aşırı dikkat gösterilmemesi gerektiğini söyleyebilir misiniz?" şeklinde bir soru yöneltilmiş ve değişik ülkelerden çok farklı cevaplar alınmıştır. Tablo: 1'de ilgili cevapların oransal yansımaları yer *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Bahar 2005, 1:37-52 43 almaktadır. Bu tabloda, yoğunluğu gelişmiş OECD ülkelerine ait güven oranları ile büyüme ve KDMG (Kişi Başına Düşen Milli Gelir) rakamları yer almaktadır. Söz konusu güvenilirlik rakamları ile ülkelerin ekonomik gelişmişliği arasında doğrusal bir ilişki görülmektedir. Bu kapsamda sanayileşmiş OECD ülkelerindeki güven oranı ile toplumların büyük ölçüde gelişmişlik düzeyini yansıtan KDMG rakamları karşılaştırıldığında yaklaşık birebirlik pozitif ilişki gözlenmektedir. Örneğin Norveç'te %65,3 ve Almanya'da % 41 olan güven oranları yansırı aynı ülkelerdeki KDMG rakamları sırasıyla 33470 ve 25620 dolardır. Ancak, Türkiye ve Brezilya'da güven oranları sırasıyla %6,5; 2,8 ve KDMG rakamları ise sırasıyla 2900 ve 4350 dolar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu rakamlarla ekonomik gelişmişlik ve güven düzeyi arasında pozitif bir ilişkinin varlığı görülmektedir. Bütün bunlara rağmen, ekonomik gelişme için sosyal sermayenin tek başına yeterli olduğunu iddia etmek mümkün olmadığı gibi o olmadan da ekonomik kalkınmayı gerçekleştirmek olası görülmemektedir (Karagül ve Masca, 2005).

Tablo.1 Bazı Ülkelere Ait Güven Ölçümü (%) 1995-1996 ve 1990-1999 Ortalama Büyüme Oranları ile KBDMG dolar (1999)

Ülke Adı	Güven	KDMG	Büy. Or.	Ülke Adı	Güven	KDMG	Büy. Or.
Norveç	65,3	33470	0,5	İtalya*	35,3	20170	0,1
İsviçre	59,7	38380	3,0	Belçika*	33,2	24650	0,2
Danimarka*	57,7	3250	0,3	Avusturya*	31,8	25430	0,7
Hollanda*	55,8	25140	0,6	İngiltere	31,0	23590	0,2
Kanada*	52,4	20140	1,2	Kore	30,3	-	1,6
Finlandiya	47,6	24730	0,4	Çek Cum.*	30,3	5020	0,0
İrlanda*	47,4	21470	0,6	İspanya	29,8	14170	0,1
Japonya	46,0	32030	0,3	Meksika	28,1	4440	1,8
İzlanda*	43,6	-	1,0	Macaristan*	24,6	4640	-0,3
Almanya	41,8	25620	0,4	Fransa*	22,8	24170	0,4
İsveç	41,0	26700	0,4	Portekiz*	21,4	11130	0,0
Avustralya	39,9	20950	1,1	Türkiye	6,5	2900	1,7
Amerika	35,6	31910	0,9	Güney A	18,2	3170	1,8
Hindistan	37,9	440	1,8	Arjantin	17,5	7550	1,3
Şili	21,9	4630	1,5	Brezilya	2,8	4350	1,4
Nijerya	19,2	260	2,5				

Kaynak: Knack ve Keefer, 1997; World Bank, 2001; aktaran Karagül ve Masca, 2005

*1990-1991 verileri

Dolayısıyla, toplumların ekonomik kalkınmalarında, sosyal sermayenin makro düzeyde olduğu kadar mikro düzeyde de olumlu etkileri bulunmaktadır. Toplumun kendi kendine yeterli ve kendine olan güveninin yüksek olması, girişimcilik ruhunun gelişimine bu da üretimde ve ticaretle dünya ölçeğinde rekabet gücünün gelişmesine imkan verecektir (Lin vd., 2006; aktaran Karagül ve Dündar, 2006).

II.2. Girişimcilik ve İç Girişimcilik

II.2.1. Girişimcilik

Herkesin baktığı ama göremediğini gören girişimci, gelişmenin aktörüdür. Girişimcilik, stratejik bir faaliyettir. Vizyon sahibi olmayı, olaylara farklı açıdan bakabilmeyi, büyüme arzusunun, kavramsal ve yenilikçi bakış açısını gerektirir (Karadal, 2013).

Genel olarak girişimcilik, çevresel etkilerin oluşturduğu fırsatlardan yararlanmak ya da yeni fırsatlar yaratmak amacıyla, ekonomik ürün ve hizmet üretmek için üretim faktörlerine sahip olan, bunların örgütlenme ve risk alma yeteneği ile ilişkilidir (Demircan, 2000; aktaran Saygın, 2012). Girişimcilik, bir işletme kurmak ve onu işletmektir.

Ekonomik ürün ve hizmet üretmeyi tasarlamak, bununla ilgili bir örgüt kurmak, bunun sonucunda sahip olunan parasal fayda ile yaşamaya çalışmaktır (Akdemir, 1996; aktaran Saygın, 2012). Girişimci kavramının farklı disiplinler tarafından da tanımlandığını görmekteyiz. Bir ekonomist için girişimci, kaynakları, işgücünü, materyalleri ve diğer kaynakları bir araya getirerek önceki değerlerinden daha büyük bir değer yaratan, aynı zamanda da değişimi, yenilikçiliği ve yeni bir düzen anlayışını ortaya koyan bir birey olarak tanımlanmaktadır. Bir psikolog için girişimci, bir şeyler elde etme veya bir şeye ulaşma, deneyimler edinme, başarma veya başkalarının muhtemele otoritesinden kaçma ya da otoriteye sahip olma ihtiyacı ve arzusu olan ve bu tür güdülerle harekete geçen bir birey olarak tanımlanmaktadır. Bir iş adamı için ise bir girişimci, bir tehdit unsuru, sıkı bir rakip anlamına gelebileceği gibi bir müşteri, stratejik bir ortak veya başkalarının refahı ve mutluluğu için çalışan bir birey olarak tanımlanmaktadır (Hisrich ve Peters, 2002; aktaran Ağca ve Yörük, 2006).

II.2.2. İç Girişimcilik

İç girişimcilik, diğer bir deyişle, mevcut bir örgüt içindeki girişimcilik, örgütsel ve ekonomik gelişmede önemli bir unsurdur. Araştırmacılar 1980'li yıllardan itibaren yeniden canlandırma ve büyük işletmelerin performanslarına olan faydalarından dolayı iç girişimcilik kavramına ilgi göstermeye başlamışlardır (Antoncic, 2001). Antoncic (2001), iç girişimciliği teşvik eden ya da engelleyen iki tür örgütsel süreçten bahsetmektedir. Bunlardan biri *örgüt içi özellikler*, diğeri ise *örgütler arası ilişkiler* olarak adlandırılmaktadır. Antoncic'e (2001) göre, örgüt içi özellikler ve örgütler arası ilişkiler – stratejik işbirliği ve ağlar – işletmenin başarısı için bir arada kullanılırsa anlamlı olmaktadır.

The American Heritage Dictionary of the English Language, iç girişimciyi (intrapreneur) "büyük bir firma içinde bir fikri, risk alma ve yenilik yapma yoluyla karlı nihai bir ürüne dönüştürme sorumluluğunu üstlenen kişi" olarak tanımlamaktadır. Gürol'un aktardığına göre Drucker, iç girişimcileri, "organizasyon içerisinde girişimsel özellikler gösteren bireyler" olarak tanımlarken, Miner, "kar amaçlı organizasyonlarda içeriği yeniden belirlenmiş bir stratejinin parçası olarak yeni fonksiyonlar geliştiren veya yeni fırsatları zorlayan "yenilikçi yöneticiler" olarak tanımlamaktadır. Mesconda da "organizasyon içinde her türden yenilik yaratan kişiler" olarak tanımlamaktadır (Gürol, 2000; aktaran Ağca ve Yörük, 2006). Pinchot iç girişimciyi, "herhangi bir iş fikrini uygulama sorumluluğunu kurum içinde üstlenen kişi" olarak tanımlamaktadır. İç girişimcilerin illa da yeni ürün ve hizmetlerin mucitleri olmaları gerekmediğini, ancak onların iş fikirlerini veya ilk örnekleri (prototipleri) karlı hale getirmede yetenekli olduklarını ifade etmektedir. Onlar, esas olarak karlı ürün ya da hizmetlerin arkasındaki kişilerdir. Ekip oluşturmada ve ekiptekilerin fikirlerini yönetmede oldukça başarılı olduklarını vurgulamaktadır (Pinchot, 1985; aktaran Ağca ve Yörük, 2006). İç girişimcilik sürecinin merkezinde iç girişimci bulunmaktadır. İç girişimci girişimcilik sürecinde, girişimcilik dünyası ile organizasyon dünyasını bir araya getirmektedir. İç girişimci, vizyonu olan ve mevcut bir organizasyon içinde girişimsel ruhu ve atmosferi yaratma görevini üstlenen biridir. Onun hayali, bir fikri veya bir fırsatı, karlı bir ekonomik gerçeğe dönüştürmektir. Bunun için bulunduğu kurum içerisinde yapılması gereken her şeyi yapmaktan çekinmez (Naktiyok, 2004; aktaran Ağca ve Yörük, 2006).

İç girişimcilik, rekabet avantajını sağlamak için önemli bir araçtır. Çünkü kavram var olan örgütte kârlılığı, stratejik yenilenmeyi, yeniliği, bilgi kazanımını ve uluslararası başarı için harekete geçmeyi vurgular. Girişimsel düşünce sonucunda oluşan yeni stratejik yön, yenilikçi beceri ve kapasite elde etme kabiliyetini artırmaya veya kuvvetlendirmeye odaklanır (Hornsby vd., 2002; aktaran Naktiyok ve Kök, 2006). Bu kazanımı elde edebilen örgütler ise, rakiplerinden bir adım daha önde olma şansını yakalayabilirler. İç girişimcilik, büyük örgütlerin karşı karşıya kaldığı atalet, durgunluk ve yenilik eksikliğini yansıtan dinazorlaşma sendromu için bir panzehir olabilir. Çünkü, örgütsel büyüklükle birlikte bürokrasi de gelir. Büyüklüğün yaratmış olduğu politika ve prosedürler altında yönetimler, minimum risk alarak, kuralların ışığı altında sadece kendi fonksiyonel rollerini yerine getirirler. Bu nedenle, birçok büyük örgüt yöneticisi bütçe ve kontrol izleyicisi, planlayıcı, organize edici ve kural yerine getirici niteliğine bürünür (Thornberry, 2001; aktaran Naktiyok ve Kök, 2006).

İç girişimcilikle firmanın diğer karakteristikleri arasındaki birçok ilişkiden biri olan iç girişimcilik-performans ilişkisi, literatürde araştırmacıların dikkatini çeken çok önemli bir alan olarak yer almaktadır. Bu alanda yapılan çalışmaların pek çoğunda performans işletmenin girişimcilik seviyesine bağlı bir değişken olarak ele alınmaktadır. İşletmelerdeki girişimsel faaliyetlerin arzulan nihai sonucunun, performansın iyileştirilmesi olduğu ve yüksek seviyede iç girişimcilik faaliyetlerinin uzun dönemde yüksek performans getireceği vardır (Wiklund ve Shepherd, 2005; literatürde geniş bir yelpazede araştırmacılar arasında çok güçlü bir görüş birliği vardır (Ağca ve Kandemir, 2008). Bu Wiklund, 1999; Pearce ve Carland, 1996; Zahra ve Covin, 1995; Zahra, 1991; aktaran Ağca ve Kandemir, 2008). Bu çalışmada ise, diğer çalışmalardan farklı olarak, iç sosyal güven ile iç girişimcilik arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmaktadır.

III. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, Aksaray ilindeki vergi rekortmeni işletmelerin girişimcilerinin/yöneticilerinin sosyal güven düzeyleri ve iç girişimcilik düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığını ölçmektir. Araştırmada, Aksaray ilinde faaliyet göstermekte olan ve 2011 Vergilendirme Dönemi Yıllık Kurumlar Vergisi Rekortmenleri Listesi'ndeki ilk 100 işletme

içerisinde yer alan 43 farklı işletmenin (ilk 20'de yer alan işletmelerin tamamı ve 23 adet 21-100 arası sıralamadaki işletmeler) girişimcilerine/yöneticilerine sosyal güven düzeylerini ve iç girişimcilik düzeylerini ölçmek amacıyla anket yöntemiyle sorular yöneltilmiştir. Toplam 118 girişimci/yöneticiye anket soruları yöneltilmiş, sonradan yapılan analizler sonucunda 98 adet anketin geçerli olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra ise elde edilen veriler SPSS v.20 programı ile analiz edilmiştir.

Araştırmanın ilk bölümünü, sosyal güven ve iç girişimcilik hakkında geçmişte yapılmış çalışmaların incelenmesini içeren literatür taraması oluşturmaktadır. İkinci bölümde ise, ilgili literatürden bir adet sosyal güven ve bir adet iç girişimcilik ölçeği Türkçe'ye uyarlanmıştır. Çalışmada kullanılan sosyal güven ölçeği, Portela vd.'nin (2012) çalışmasından Türkçe'ye uyarlanmış ve 12 maddeden oluşan bir ölçekdir. İç girişimcilik ölçeği ise Antoncic ve Antoncic (2011) tarafından yapılmış bir çalışmada kullanılan ölçeğin Türkçe'ye uyarlanmış halidir. Ölçekte; yeni girişim yönelimi boyutunda 5 madde, ürün ve hizmet yeniliği boyutunda 4 madde, süreç/teknoloji yeniliği boyutunda 6 madde ve örgütsel yenilenme boyutunda 7 madde olmak üzere toplamda 4 boyut altında yer alan 22 madde bulunmaktadır. Maddelerin değerlendirilmesinde Likert-5 değerlendirme yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda, katılımcıların birinci ölçekte 12 ve ikinci ölçekte de 22 olmak üzere toplamda 34 adet maddeyi "1= çok düşük, 2= düşük, 3= orta, 4= yüksek, 5= çok yüksek" seçeneklerinden birini işaretleyerek cevaplamaları istenmiştir. Ölçeklerin güvenirlik katsayıları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo.2 Ölçeklerin Güvenirlik Katsayıları

Ölçek	Ölçme Türü	Anket Sayısı	Madde S.	Cranbach's Alpha
Sosyal Güven	Likert 1-5	98	12	,904
İç Girişimcilik	Likert 1-5	98	22	,927

Görüldüğü gibi, her iki ölçeğin de güvenirlik düzeyleri oldukça yüksektir. Çalışmada kullanılan sosyal güven ölçeğinin Cranbach's Alpha katsayısı ,904 ve iç girişimcilik ölçeğinin Cranbach's Alpha katsayısı ,927'dir. Sosyal bilimler alanındaki çalışmalarda, 0,70 üzerindeki güvenirlik katsayısına sahip çalışmalar yüksek derecede güvenilir kabul edilmektedir (Tezbaşaran, 1996).

IV. BULGULAR

Çalışmada yer alan katılımcıların demografik özellikleri yüzde olarak Tablo.3'de verilmiştir.

Tablo.3. Katılımcıların Demografik Özellikleri (yüzde)

Yaş	Doğum Yeri
30'dan az	9,2
30-40	27,6
41-50	32,7
51-60	24,5
60'tan fazla	6,1
	Eğitim Düzeyi
	Lise ve altı
	Ön lisans
	Lisans
	Lisans üstü

Tablo 1'de görüldüğü üzere, katılımcıların büyük bölümü 41-50 yaşları arasındadır (%32,7). 60 yaşın üzerindeki katılımcılar toplam katılımcı sayısının yalnızca % 6,1'ini oluşturmaktadır. Bu verilere göre 60 yaşın üzerindeki en küçük yüzdeler dilimi temsil etmektedir. 30 yaşından küçük olan katılımcılar ise toplamın % 9,2'lik bir bölümünü teşkil etmektedir. 30-60 yaşlarındaki katılımcılar toplam katılımcı sayısı içerisinde %84,8'lik bir çoğunluk oluşturmaktadır. Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde, katılımcıların içerisinde en büyük oranı lise ve altı okullardan mezun olanların (% 49) oluşturduğu görülmektedir. Ön lisans mezunları ise % 5,1 ile en küçük orana sahiptir. Katılımcıların % 76,5'inin Aksaray doğumlu olduğu, % 23,5'inin ise Aksaray'a farklı bir ilden geldikleri Tablo 1'den anlaşılmaktadır. Tablo 4'de eğitim düzeyine göre girişimcilik özelliklerini gösteren çapraz tablolama analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo.4. Eğitim Düzeyine Göre Girişimcilik Özellikleri – Çapraz Tablolama Sonuçları

		Anketi cevaplayanın eğitim düzeyi				Toplam
		Lise ve altı	Ön lisans	Lisans	Lisans üstü	
Anketi cevaplayanın yaşı	30'dan az	1	1	5	2	9
	30 - 40	13	3	7	4	27
	41 - 50	13	1	16	2	32
	51 - 60	15	0	7	2	24
	60'tan fazla	6	0	0	0	6
Girişimcinin kurduğu işletme sayısı	1	17	1	8	4	30
	2	8	1	7	3	19
	3	2	0	8	1	11
	4	6	1	3	0	10
	5 ve üzeri	15	2	9	2	28
İşletmenin İhracat Yaptığı Ülke Sayısı	0	27	2	22	7	58
	1 - 10	12	3	6	1	22
	11 - 30	8	0	4	1	13
	31 - 50	1	0	0	1	2
	50'den fazla	0	0	3	0	3
Toplam		48	5	35	10	98

Tablo 2'ye göre, lise ve altı okullardan mezun toplam 48 katılımcının sadece 1'inin 30 yaşından küçük olduğu göze çarpmaktadır. Çalışmaya katılan 60 yaşından büyük toplam 6 katılımcının tamamının lise ve altı okullardan mezun olması da dikkat çekmektedir. Lisans mezunu olan katılımcıların (35) yarısına yakını (16) ise 41-50 yaşları arasındadır. Girişimcilerin kurdukları işletme sayılarına bakıldığında, lise ve altı okullardan mezun olan girişimcilerin (48) çoğunluğunun ya 1 adet (17 kişi) ya da 5 adet ve üzeri (15 kişi) işletme kurdukları görülmektedir. Lisans mezunu girişimcilerin arasında ise en fazla 5 adet ve üzeri (9 kişi) kuranların olduğu dikkat çekmektedir. Lisans üstü eğitim mezunu işletmecilerin ise (10 kişi) çoğunluğu (7 kişi) 1 veya 2 işletme kurdukları görülmektedir. Lise ve altı okullardan mezun olan katılımcıların (48) büyük çoğunluğunun (27) hiçbir ülkeye ihracat yapmadıkları, 12'sinin ise 1-10 arası ülkeye ihracat yaptıkları göze çarpmaktadır. 48 adet lise ve altı okul mezunu katılımcının sadece 1'i 30'dan fazla ülkeye ihracat yapabilmektedir. Lisans mezunu katılımcılarda da benzer bir durum gözlenmektedir. Toplam 35 lisans mezunu katılımcı içerisinde 22 katılımcı hiçbir ülkeye ihracat yapmamaktadır. Toplam 98 katılımcı arasında, sadece 3 kişinin 50'den fazla ülkeye ihracat yaptıkları, bu katılımcıların ise lisans mezunu oldukları da Tablo 2'den varılabilecek sonuçlar arasındadır.

Tablo 5'te eşleştirilmiş t-test sonuçları görülmektedir.

Tablo.5. Eşleştirilmiş T-test Sonuçları

Ölçekler	Ortalama	Standard Sapma	t	df	Sig.
Sosyal Güven – İç Girişimcilik	-,43329	,74744	-5,739	97	,000

Tablo 3'te verilen eşleştirilmiş t-test sonuçlarına göre, çalışmada kullanılan sosyal güven ölçeği ile iç girişimcilik ölçeği arasında anlamlı bir farklılık (,000) olduğu görülmektedir. Buna bağlı olarak, katılımcıların sosyal güven düzeylerinin iç girişimcilik düzeyleri üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 6, ölçeklerin korelasyon analizi verilmiştir. 0,01 düzeyindeki korelasyon aşağıda verilmiştir.

Tablo.6. Korelasyon Analizleri

		Sosyal Güven	İç Girişimcilik
Sosyal Güven	Pearson Correlation	1	,373**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	98	98
İç Girişimcilik	Pearson Correlation	,373**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	98	98

** . Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (çift taraflı olarak).

Tablo 6'daki korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde, ölçekler arasında korelasyon olduğu sonucuna varılmıştır (p=,000). Sosyal güven ölçeğinin iç girişimcilikle korelasyon katsayısı ,373 olduğu görülmektedir.

IV. SONUÇ

Bu çalışma Aksaray ili ekonomisinde etkin rol oynayan işletmelerin kurucu/girişimcilerinin sosyal güven düzeyleri ile iç girişimcilik düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığını ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Araştırmada, Antoncic ve Antoncic (2001) ve Portela vd.'nin (2012) çalışmalarında kullanılmış olan iç girişimcilik ve sosyal güven ölçekleri uyarlanarak katılımcılara yöneltilmiştir. Yapılan analiz sonucunda kullanılan ölçeklerin güvenilirlik düzeylerinin çok yüksek olduğu görülmüştür.

Çalışmada, katılımcıların demografik özelliklerine yer verilmiş, ölçekler arasındaki farklılığı ortaya çıkarmak için t-test ve ilişki düzeyini bulmak için korelasyon analizi yapılmıştır. Bunların yanında, çapraz tablolama sonuçlarına da yer verilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, ölçekler arasında anlamlı bir farklılık ve ilişki tespit edilmiştir. Dolayısıyla, kişinin sosyal güven düzeyinin iç girişimcilik düzeyi üzerinde etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Çalışmanın kısıtları olarak, Aksaray iliyle sınırlı kalmış olması ve yalnızca 2011 verilerine dayalı olması düşünülebilir. İleriye dönük yapılacak araştırmalarda, birden fazla ilde ve birden fazla yılın verilerine dayalı çalışmalar yapılarak, bulgular arasında karşılaştırma imkânı elde edilebilecektir.

KAYNAKÇA

- Adler, P.S., Kwon, S. "Social Capital: Prospects for a New Concept", Academy of Management Review, 27: 17-40, University of South California, 2002.
- Ağca, V., Kandemir, T. "Aile İşletmelerinde İç Girişimcilik Finansal Performans İlişkisi: Afyonkarahisar'da Bir Araştırma", Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10: 209-230, Afyon, 2008.
- Ağca, V., Yörük, D. "Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve", Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 8: 155-173, Afyon, 2006.
- Antoncic, B. "Organizational Processes in Intrapreneurship: A Conceptual Integration", Journal of Enterprising Culture, 9: 221-235, 2001.
- Antoncic, J. A., Antoncic, B. "Employee Satisfaction, Intrapreneurship and Firm Growth: A Model", Industrial Management and Data Systems, 111: 589-607, 2011.
- Başak, S., Öztas, N. "Güven Ağbağları, Sosyal Sermaye ve Toplumsal Cinsiyet", Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 12: 27-56, Ankara, 2010.
- Bjornskov, C. "How Does Social Trust Affect Economic Growth?", Southern Economic Journal, 78: 1346-1368, 2012.
- Coleman, J. "Social Capital in the Creation of Human Capital", American Journal of Sociology, 94: 95-120, Chicago, 1988.
- Fukuyama, F. "Social Capital, Sivil Society and Development", Third World Quarterly, 22: 7-20, 2001.
- Granovetter, M. S. "The Strength of Weak Ties", American Journal of Sociology, 78: 1360-1380, Chicago, 1973.
- Karadal, H. "Girişimcilik", Beta Yayınevi, Ankara, 2013.
- Karadal, H., Akyazı, T. E. "Girişimcilik", Beta Yayınevi, Ankara, 2013.
- Karagül, M., Masca, M. "Sosyal Sermaye Üzerine Bir İnceleme", Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 1: 37-52, 2005.
- Mitruț, C., Serban, D., Vasilache, S. "Indicators of Social Trust in Romania: A Quantitative Analysis", Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research, 47: 27-40, 2013.
- Naktiyok, A., Kök, S. "Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri", Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 8: 77-96, 2006.
- Özen, Ş., Aslan, Z. "İçsel ve Dışsal Sosyal Sermaye Yaklaşımları Açısından Türk Toplumunun Sosyal Sermaye Potansiyeli: Ortadoğu Sanayi ve Ticaret Merkezi (OSTİM) Örneği", Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, 12: 130-161, 2006.
- Öztaş, N. "Sosyal Sermayenin Ağbağ Kuram(lar)ı: Dayanışmacı ve Aracı Sosyal Sermaye", Amme İdaresi Dergisi, 40: 79-98, 2007.
- Portela, M., Vasquez-Rozas, E., Neira, I., Viera, E. "Entrepreneurship and Economic Growth: Macroeconomic Analysis and Effects of Social Capital in the EU, Entrepreneurship - Born, Made and Educated", InTech, Rijeka, 2012.
- Saygın, M. "Girişimcilikte Beşeri Sermaye ile Bilişim ve İnovasyon Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aksaray, 2012.
- Tezbaşaran, A. A. "Likert Tipi Ölçek Geliştirme Kılavuzu", Türk Psikologlar Derneği Yayınları, Ankara, 1996.