

Algılanan Sosyal Desteğin Sosyal Girişimciliğe Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma¹

Mustafa Fedai Çavuş^a

Nazmiye Ülkü Pekkan^b

Öz: Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin algıladıkları sosyal destek düzeyleri ile sosyal girişimcilik özellikleri ilişkisini incelemektir. Bu kapsamda araştırma, Mersin Toros Üniversitesi'nin farklı bölüm ve sınıflarında öğrenim görmekte olan 302 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerin algıladıkları sosyal destek düzeyinin sosyal girişimciliklerini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Öğrencilerin sosyal girişimcilik algılarında özel bir insan (0.398) ve aile (0.351) desteğinin önemli etkenler olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra algılanan sosyal desteğin cinsiyet değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaştığı ancak sosyal girişimcilik algısının ise farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Algılanan Sosyal Destek, Sosyal Girişimcilik, Üniversite Öğrenciler

JEL Sınıflandırması: M10, M19

The Effect of Perceived Social Support on Social Entrepreneurship: A Research on University Students

Abstract: The purpose of this study is to examine the relationship between university students' social support levels and social entrepreneurship characteristics. In this context, the research was carried out on 302 university students studying in different departments and classes of Mersin Toros University. It has been identified that the level of social support perceived by students influences their social entrepreneurship positively. Also it has been determined that the support of the a special person (0.398) and family (0.351) are the most important factors on their perception of social entrepreneurship. And also, it has been determined that according to gender variant, perceived social support was defined significantly differentiating but social entrepreneurship perception was not differentiating.

Keywords: Perceived Social Support, Social Entrepreneurship, University Students

JEL Classification: M10, M19

^aAssoc. Prof., PhD., Osmaniye Korkut Ata University, Management Information Systems Department, Osmaniye, Türkiye, mfcavus@hotmail.com

^bPhD. Student, Osmaniye Korkut Ata University, Department of Business Administration, Osmaniye, Türkiye, nazmiyeulku.pekkan@gmail.com

1. Giriş

İnsanlar, günümüzün değişen ve gelişen dünya düzeni içerisinde, en iyiye sahip olma isteği ile daha iyi koşullarda yaşamlarını sürdürebilmek için yoğun bir çaba sarf etmektedir. Ancak pek çok alanda ortaya çıkan sorunlar, insanlığın önünde bir engel oluşturmakta ve insanların istedikleri yaşam koşullarına ulaşmak ancak bu engelleri ortadan kaldırmakla mümkün olmaktadır. Çoğu zaman bu engelleri aşmak bireysel çabaların yanı sıra toplumsal birliktelik ile gerçekleşmektedir. Bu durum insanların sosyal sorunlara olan eğilimini ortaya çıkarmaktadır. Gittikçe artan bir şekilde insanların sosyal sorunlara daha duyarlı oldukları bir düzen içerisine doğru gidilmektedir. Belki de bu durumun en önemli sebeplerinden birinin, ekonomik sorunların çözümünün sosyal sorunları çözmekten geçtiği bilincine ulaşılmış olması olarak düşünülebilir. Girişimcilik ve sosyalliği içeren sosyal girişimcilik kavramı, en basit anlatımıyla toplumsal sorunları çözmeye yönelik bir girişimcilik türü olarak ifade edilebilir (Gusseanova, 2015: 1). Girişimciliğin ekonomik özelliklerinin yanında toplumsal sosyal sorumluluk yönünün vurgulanması bakımından sosyal girişimcilik, son zamanlarda üzerinde önemle durulan konulardan biri haline gelmiştir.

Toplumda var olan sosyal sorunlar için yaratıcı çözümler üretmek, bu çözümleri gerçekleştirmek için uygun kaynakları oluşturmak, risk alarak bulunan çözümü hayata geçirmek ve hayata geçirilen çözümün sürekliliğini sağlayarak sosyal fayda oluşturmak sosyal girişimciliğin en temel amaçları olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal yaşamın sosyal, ekonomik ve politik alanlarındaki rollerini en etkili şekilde gerçekleştirecek bireylerin yetiştirilmesini amaçlayan eğitim kurumlarının bu bakımdan önemi bir kez daha artmaktadır. Çalışmaya konu olan üniversite gençliği, eğitim ve öğretim hayatlarının son evresinde öğrenim gören, araştırmacı ve sorgulayıcı, dolayısıyla bilimsel zihniyet kazanan, kendilerine has bir gençlik kültürü oluşturan, toplumun önderi olacağı düşünülen gençlik kesimidir. Bu anlamda, üniversite gençliğinin yeterli, kaliteli ve sağlıklı yetiştirilmesi toplumların geleceklerinin sağlıklı ve sürekli olmasının da bir gereğidir. Ancak tüm bunların gerçekleşmesi bireyler arasındaki sosyal ilişkilerin varlığı ile mümkün olabilecektir. Bilindiği gibi her yaştaki bireyler için sosyal ilişkiler önemlidir. Bütün insanlar yaşamda, başkalarıyla ilişki kurmaya ve birbirleriyle etkileşim içinde olmaya ihtiyaç duyarlar. Ancak hayata atılma yolunda olan gençlerin sosyal hayata daha fazla katılmaları ve sosyal fayda oluşturmak için çaba göstererek değişimin öncüsü olma yolunda güçlendirilmeleri gerekmektedir. Bunun için gençler, aile, arkadaş ve kendileri için özel bir anlam ifade eden kişiler tarafından sosyal destek görmelidir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Algılanan Sosyal Destek

Sosyal birer varlık olarak insan yaşamının her anında desteğe ihtiyaç duymaktadır. Bu durum gençler için hayata atılma yolunda, yaşam mücadelesi içerisinde daha fazla öneme sahip olmaktadır. Sosyal destek, kişiyi seven, önemseyen ve kişinin güvенеbileceği insanların varlığı ile duygusal ilgi, maddi destek, çevre hakkında bilgi ve onaylanma olmak üzere dört unsuru içeren kişiler arası ilişki sistemi olarak tanımlanabilir (Toepfer, 2010: 57). Sosyal desteğe ilişkin yazında birçok tanım bulunmaktadır. Bu tanımların en eskilerinden birine göre sosyal destek, karşılıklı sosyal yükümlülük kapsamında bireyin sevildiğine, kendine değer verildiğine ve refahının önemsendiğine ilişkin inanışlarıdır (Cobb, 1976: 302). Diğer bir tanıma göre sosyal destek, bireylerin güvенеbileceği, onlara değer verip onları seven, onların sorunları üzerine eğilerek onlarla ilgilenen kişilerin varlığını hissettiğinde ortaya çıkan bir durum olarak belirtilmektedir (Sarason vd., 1983: 130). Bir başka tanımlamaya göre sosyal destek bir iş için başkalarından tavsiye ve yardım alma fırsatı sağlama düzeyidir (Morgeson ve Humphrey, 2006: 1326). Yine bir tanıma göre sosyal destek, bireye zor iş durumlarıyla baş edebilmek için olumlu bir yol göstericidir (Truxillo vd., 2012: 350). Bir başka araştırmada sosyal desteğin duygusal ilgi, maddi yardım, bilgi ve değer vermeyi içeren kişilerarası faaliyetler olduğu ifade edilmiştir (Carlson ve Perrew, 1994: 514).

Algılanan sosyal destek bireyin özel hayatında olduğu kadar iş hayatında da oldukça önemli etkilere sahiptir. Genel itibarıyla bakıldığında sosyal destek algısının Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin üçüncü basamağı olan ait olma ihtiyacını (sosyal ihtiyaçlar) karşılamakta etkili olduğunu söylemek mümkündür. Bu açıdan bakıldığında bireyin yeni girdiği sosyal ortamlara alışmasında ve kendine olan güvenini geliştirmesinde

sosyal destek algısı hayati derecede önem taşımaktadır (Polatçı, 2015: 28). Sosyal desteği sağlayanlar anlamında kullanılan sosyal destek kaynakları ise bir çok çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da genel olarak aile, arkadaşlar ve birey için önemli olan dost, akraba ya da komşu gibi özel biri (Zimet vd., 1988: 32) olarak adlandırılmaktadır. Özellikle üniversitede okuyan gençlerin sosyal ortamlara oldukça sık maruz kaldıkları düşünüldüğünde destek algısının önemi bir kat daha artmaktadır. Henüz iş yaşamına adım atmamış olan bireyler atılacakları hayatta önemli fırsatlar elde etmeleri ve kendilerine uygun iş imkânları sağlamaları için bu desteğe daha fazla ihtiyaç duymaktadır.

Çok boyutlu algılanmış sosyal destek, kuramsal olarak üç farklı boyuttan; aile, arkadaşlar ve birey için anlamlı özel kişilerden (akraba, komşu v.b) elde edilmektedir (Çeçen, 2008: 417). Arkadaşlardan algılanan sosyal destek, özellikle öğrencilerin okul ortamında yalnızlığı en fazla incelenen değişkenlerden biri olarak bilinmektedir. Bunun yanı sıra yalnızlığı inceleyen bir başka değişken ise ailelerin çocuklarına sağladıkları destektir. Sosyal bir varlık olan insan için en önemli sosyal destek kaynağının aile olduğu bir gerçektir. Yapılan çalışmalarda, öğrencilerin mesleki sonuç beklentilerini arttırmaya yönelik yapılması planlanan müdahalelerde aile desteğinin ve ailelere de yönelik etkinliklere yer verilmesi gerektiğinin önemine vurgu yapılmaktadır (Işık, 2013: 1419).

2.2. Sosyal Girişimcilik

Günümüzde sosyal konular üzerindeki ilgi giderek artmaktadır. Bu durumun en önemli sebeplerinden biri de, ekonomik gelişmelerin kaynağının sosyal sorunların çözümünde yattığı gerçeğinin anlaşılmasıdır. Sosyal sorunların çözülmediği bir toplumda birliktelik sağlanamaz ve bu durum da sürekli olarak toplumun geleceğini tehdit eder. Toplumun en önemli gelecek değerleri olan gençlerin sosyal konulara ilgi göstermesi ve toplumsal gelişme ve kalkınma için harekete geçmeleri, sosyal sorunları bilmeleri ve bu sorunlara çözümler üretmeleri gerekmektedir. Toplumsal gelişim ve değişimin sosyal girişimciler tarafından sağlanabileceği unutulmamalıdır. Bu çerçevede, sosyal girişimcilik sadece kurumsal değil aynı zamanda bireysel açıdan da dikkat çeken konulardan biri haline gelmiştir (Koçak ve Kavi, 2014: 28). Aslan ve arkadaşlarının (2012) tarihsel bir süreç içerisinde sosyal girişimcilik kavramına bakış açısı üzerindeki değişim ve gelişmeleri irdelemek üzere yapmış oldukları kavramsal çalışmada, sosyal girişimcilik kapsamına hangi aktörlerin girdiği ve sosyal girişimciliğin nasıl bir değer yarattığına dair karmaşalar olduğu, bu sebeple kavramın teori oluşturma yolunda ilerlediği sonucuna ulaşmışlardır. Bu durum bizlere sosyal girişimcilik kavramının farklı tanımlamalar etrafında hayat bulduğunu ve özellikle sosyal girişimciliği oluşturan alt boyutlar konusunda henüz bir fikir birliği sağlanmadığını düşündürmektedir.

Abu-Saifan (2012) tarafından sosyal girişimciliğin tanımı ve sınırları üzerine yapılmış bir çalışmada, sosyal girişimcilik kavramının uygulamada önemli ilerlemeler kat ettiğini ancak teorik bir çerçevede bu ilerlemenin görülmediği üzerinde durmaktadır. Araştırmacı buradan yola çıkarak çeşitli önerilerde bulunmaktadır. Bu önerilerden biri girişimcilik teorisinde yeni bir disiplin ve araştırma alanı olarak sosyal girişimcilik bağlantısı üzerine yoğunlaşılması gerektiği yönünde olmuştur. Bir diğer önerisinde, kar amacı gütmeyen organizasyonların yönetimi ile sosyal inovasyonu içeren ve sosyal girişimcilik ile kesişen farklı araştırma soruları üzerinde araştırmacıların düşünce üretmelerini belirtmiştir.

Sosyal girişimcilik, fırsatları, işbirliğini, takım çalışmasını, sosyal-kurumsal içermeyi ve ticari ilkelerin sosyal konulara da adaptasyonunu gerektirmektedir (Crisan ve Anca, 2012: 107). Sosyal girişimcilik, sosyal fayda sağlayan ve kar amacı gütmeyen bir eylem olarak tanımlanmaktadır. Kar, amaca giden yolda yalnızca bir araçtır, oysa sosyal girişimciliğin asıl amacı, sosyal ihtiyacın baş gösterdiği alanlarda değer kazandırmak ve fark yaratabilmektir (Kümbül Güler, 2011: 88). Diğer bir ifadeyle, sosyal girişimcilik sosyal bir ihtiyacı karşılamak amacını taşımaktadır. Birçok ülkenin yasalarında da aynı anlama gelecek biçimde öne çıkarılmaktadır. Bu anlamda, sosyal uyum ve entegrasyonu sağlamak amacıyla herkesin yaşam koşullarının iyileştirilmesi gerekmektedir (Sandu, 2011: 9 akt. Koçak ve Kavi, 2014: 30). Sosyal girişimcilik tanımları incelendiğinde tanımlar arasındaki ortak noktalar, kişisel servet veya paydaşların servetlerini arttırmaktan ziyade sosyal değer yaratmak olarak tanımlanır ve bu faaliyetler aracılığı ile yenilik oluşturmaktan bahsedilir (Austin vd., 2006: 2).

Yenilikçi, gelişime açık ve çözüm odaklı bir uygulama alanı olarak sosyal girişimcilik, birçok olumlu etkiye sahip olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu olumlu etkilerden bazıları şu şekilde sıralanabilmektedir (Kostetska ve Berezyak, 2014: 574):

- Sosyal girişimcilik kamu ve sosyal hizmetlerin geliştirilmesi konusunda yeni yollar önerir.
- Sosyal girişimcilik bireylerin gönüllü kuruluşlara katılmasını ve gönüllü olarak çalışmasını destekler. Bu sayede toplumsal birlik hissi güçlenir.
- Sosyal girişimcilik toplum için gerekli olan fakat sektör birimleri tarafından sunulmayan sosyal hizmetlerin daha geniş bir yelpaze ile sunulmasını sağlar.
- Sosyal girişimcilik sosyal sorunları çözebilmek için var olan kaynakların daha etkili bir şekilde kullanılmasını destekler.

Sosyal girişimci, yaşadığı toplumda ortaya çıkan sosyal aksaklıkları fark ederek o güne kadar denememiş bir yaklaşım geliştirerek sorunların üzerine eğilen; yaratıcı, ısrarcı, duyarlı, gerçekçi tavırlarıyla fark yaratan ve toplumun güvenini kazanan kişi olarak tanımlanmaktadır (Denizalp, 2009: 8). Sosyal girişimcilik kavramı ile ilgili yapılan bir başka tanıma göre sosyal girişimcilik, sosyal amaç ve misyona sahip olan sosyal girişimciler liderliğinde yürütülen, sosyal değer yaratma amaçlı girişim sürecidir (Lundstrom vd., 2014: 174). Bu tanımın dikkat çektiği en önemli nokta sosyal girişimcilik faaliyetinin sosyal fayda sağlamasıdır. Sosyal girişimciler ekonomik değerler elde etme amacı gütmeyen, paydaşların gelişmelerini sağlayarak sosyal değerler kazanma amacındadırlar (Mari ve Marti, 2006: 37; Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 84; Reyhanoğlu ve Akın, 2012: 9).

Estrin ve arkadaşlarının (2016) yapmış oldukları çalışma sonucunda, sosyal girişimciliğin ekonomik değerlere odaklanarak kar elde etme amacı taşıyan ticari girişimciliğe göre daha önemli olduğu bulgulanmıştır. Argüden (2015)'e göre sosyal girişimciler, sürdürülebilir bir sosyal değişim yaratmak amacıyla sistematik bir yol benimsemektedirler. Bunun için odak noktalarına öncelikle sosyal ya da çevresel bir sorunun çözümünü almaktadırlar. Odaklarına aldıkları ilgili durum ya da sorunun aynı zamanda finansal açıdan da bir değer yaratmasını sağlarlar.

Sosyal girişimciliğin tarihçesine bakıldığında, kavramın sivil toplum, özel sektör, kamu sektörü arasında doğmuş bir kavram olduğu söylenebilir. Bunun sebebi, sosyal sorunların herkesi etkileyecek kadar geniş kapsamlı olmasından kaynaklanmaktadır. Bu sosyal sorunları gidermek amacıyla ülkedeki tüm kurumlar birbirini destekleyerek, mevcut sistemi değiştirme şansını kazanabilir (Helvacıoğlu, 2013: 201). Her kurumun ve toplum içerisinde yaşayan her bireyin toplumsal sorumlulukta üstlenebileceği ve başarabileceği işlerin var olduğu düşünüldüğünde, demokratik toplumlarda toplumun yapısına özgü ve tüm bireyleri, halkı kapsayacak yenilikçi çözümler üretebilmek için sosyal girişimcilerin sayısında daha fazla artış olma olasılığı bilinmelidir (Betil, 2010: 24). Sosyal girişimci tanımlarının ortak noktasına bakıldığında, sosyal girişimcinin yenilikçi, cesur, sosyal sorunları analiz etme kapasitesine sahip, sorunlar için çeşitli çözüm yolları geliştirebilen, toplumda sürdürülebilir kalkınmayı hedeflemiş, risk almayı seven bir birey olması gerektiğinin vurgulandığını söylemek mümkündür (Coşkun, 2015: 8).

Sosyal girişimcilere gündelik hayatta çeşitli alanlarda ihtiyaç duyulmaktadır. Sosyal girişimcilerden çeşitli alanlarda çalışmalar yaparak sosyal değer yaratmaları beklenmektedir. Bu alanlardan bazıları aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (London ve Morfopoulos, 2010):

- Çevrenin korunması ve desteklenmesi
- Hastalıklara karşı savaşmak
- Toplumun huzur ve güvenliği
- Eğitimin geliştirilmesi
- Sanat, kültür ve uygarlık
- Sosyal adalet
- Açlık ve yoksulluk

2.3. Algılanan Sosyal Destek Algısı ve Sosyal Girişimcilik Arasındaki İlişki

Algılanan sosyal destek ve sosyal girişimcilik olarak bu iki değişken arasındaki ilişkinin doğrudan incelenmesine yönelik çalışmaların olmayışı, bu araştırmanın özgün bir çalışma olduğunu gösteren bir özellik olarak düşünülmektedir. Ancak; sosyal girişimcilik ve onun belirleyicisi olabilecek pek çok değişkenle yapılmış çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalara bakıldığında, risk alma, özgüven, kişisel yaratıcılık, sosyal çevre, sosyal vizyon gibi çeşitli boyutların, sosyal girişimcilik davranışının oluşmasında, önemli etkiye sahip değişkenler olduğu belirtilmiştir (Asılsoy, 2016; Gusseinova, 2015; Koçak ve Özdemir, 2015; Çermik ve Şahin, 2015; Lopez vd., 2014; Crison ve Borza, 2012; Kümbül Güler, 2011).

Mair ve Noboa (2003) tarafından sosyal bir girişim yaratmak için gerekli niyetlerin neler olduğunu tespit etmek amacıyla kavramsal bir model oluşturulan çalışmada, empati ve ahlaki yargı gibi tutumlar tarafından cezp ettirici davranışsal niyetler ile, sosyal destek ve öz-yeterlilik inancı gibi kolaylaştırıcı etkilerin sosyal girişimcilik niyeti oluşturmada etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kümbül Güler (2011) tarafından yapılan çalışmada yoksullukla mücadelede yenilikçi yaklaşım ile farklı stratejilere sahip olan sosyal girişimcilerin faaliyetleri üzerinde durulmuştur. Çalışma amacının doğrultusunda, dünyada sosyal girişimcilere önemli fon kaynağı sağlayan bir örgüt olan Ashoka'nın seçilmiş bazı üyelerinin profilleri incelenerek, sosyal girişimcilerin yoksulluk sorununu nasıl algıladıkları ve bu sorunun çözümü konusunda uyguladıkları yenilikçi stratejiler ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Çalışma sonucunda, sivil toplum örgütlerinden destek alınmasının devletin yükünü hafifletebileceği ve sosyal girişimci örgütlerin yenilikçi yaklaşımlarından yararlanması gerektiği vurgulanmıştır.

Ercan (2016) kalkınmada önemli bir araç olarak görülen sosyal girişimciliğin Türkiye'de yarattığı etkileri ve toplumda sağladığı faydaları tespit etmek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda, sosyal girişimcilerin yürüttükleri faaliyetlerle Türkiye'de sosyal içerme ve farkındalık konusunda bir değişim sağladıklarını ve topluma sosyal sorumluluk bilinci aşıladıklarını tespit etmiştir.

Bu çerçevede araştırmanın temel katkısı; öğrencilerin sosyal destek algılarının sosyal girişimcilik davranışı üzerindeki etkilerini tespit etmek olacaktır. Çalışmaya konu olan algılanan sosyal destek ve sosyal girişimcilik değişkenleri arasındaki ilişki kavramsal olarak değerlendirildiğinde; aralarında anlamlı bir ilişkinin olması gerektiği düşünülmektedir.

3. Araştırma Metodolojisi

Algılanan sosyal destek boyutlarının öğrencilerin sosyal girişimcilik davranışı üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla gerçekleştirilen bu araştırmanın evrenini Mersin Toros Üniversitesinde farklı bölümlerde öğrenim görmekte olan öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışmada üniversite öğrencilerinin seçilmesinin sebebi, gençlerin geleceği şekillendirmede önemli bir yere sahip olması, bilgiye ulaşmanın kolaylaşması ve bu bilgiyi işleyen cesur, yaratıcı, ısrarcı bireylerin gençler arasında daha kolay bulunabilir olmasıdır. Yaşadığı toplumda ortaya çıkan sosyal aksaklıkları fark ederek o güne kadar denenmemiş bir yaklaşım geliştirerek sorunların üzerine eğilen ve bu sorunların çözümünde ısrarcı, yaratıcı, duyarlı davranarak çözüm önerilerinin hayata geçirilmesinde kilit rol oynayan öğrencilerin eğitilmesi, güçlendirilmesi, cesaretlendirilmesi, desteklenmesi ve sosyal olaylar üzerine eğilen duyarlı bir birey haline gelmesi son derece önem arz etmektedir. Bu düşünceden yola çıkılarak, araştırmanın konusu olan algılanan sosyal destek ve sosyal girişimcilik davranışı alanında iş yaşamına adım atmakta olan gençlerin düşüncelerinden faydalanmanın ideal bir seçim olacağı düşünülmüştür.

Araştırmada veri toplama amacıyla anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma Toros Üniversitesinde 2015-2016 Bahar yarıyılında Mart, Nisan ve Mayıs olmak üzere üç aylık bir sürede toplanan verileri kapsamaktadır. Bu süre aralığında evreni temsil eden yaklaşık 1000 öğrenci bulunmaktadır. Ana kütlede %95 güvenilirlik sınırları içerisinde %5'lik bir hata payı dikkate alınarak örneklem büyüklüğü 278 kişi olarak hesap edilmiştir (Sekaran, 1992). Bu kapsamda kümelerle göre örnekleme yöntemi ile tesadüfi olarak seçilen farklı bölümlerde öğrenim gören 350 öğrenciye normal ders saatleri ve düzenleri içerisinde uygulanmak suretiyle anketler

iletmiştir. 350 anketten 302 tanesi analiz edilmeye uygun olarak geri dönmüş olup, anketlerin geri dönüş oranı %83 olarak belirlenmiştir.

Çalışmada, algılanan sosyal desteğin değerlendirilmesinde, Zimet vd. (1990) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye çevirisi Eker ve Arkar (1995) tarafından yapılan "Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçek 12 madde ve üç alt boyuttan (aile desteği, arkadaş desteği ve diğer özel kişilerin desteği) oluşmaktadır. Her alt ölçekte dört adet önerme bulunmaktadır. Araştırmada öğrencilerin bu ölçeklerde yer alan ifadeler ne derecede katıldıklarını gösteren, "1: kesinlikle katılıyorum", "5: kesinlikle katılmıyorum" tarzında beşli likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte yüksek ortalamalar yüksek desteği, düşük ortalamalar ise düşük desteği ifade etmektedir.

Sosyal Girişimcilik davranışı, Nga ve Shamuganathan (2010) tarafından geliştirilen ve toplam 33 madde 5 boyuttan (sosyal vizyon, finansal dönüş, yenilikçilik, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar) oluşan ölçek ile ölçülmüştür. Uygulama kapsamında finansal dönüş boyutu söz konusu araştırma katılımcılarına uygun olmayan ifadeler içermesi bakımından anketten çıkartılmıştır. Ankette bu ölçeklerin dışında, öğrencilerin demografik özellikleri kapsamında yaş, cinsiyet, medeni durum, ailenin geliri, anne ve babaların eğitim durumlarını belirlemeye yönelik sorular da yer almaktadır.

3.1. Verilerin Analizi ve Bulgular

Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde istatistik paket programı kullanılmıştır. Algılanan sosyal desteğin üç boyutu ile sosyal girişimcilik arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik anket çalışması doğrultusunda elde edilen verilerin analizinde öncelikle öğrencilerin demografik özellikleri sınıflandırılmış, daha sonra algılanan sosyal destek boyutlarının kendi aralarındaki ve sosyal girişimciliğin boyutları ile olan ilişkileri korelasyon analizi, bu boyutların sosyal girişimcilik boyutları üzerindeki etkisi ise regresyon analizi yapılarak incelenmiştir. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerine ilişkin bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Demografik Faktörlere İlişkin Sonuçlar

Cinsiyet Dağılımları	Aile ile Birlikte Yaşanılan Yer
Kadın % 62,3	Büyükşehir Merkezi % 53,6
Erkek % 37,7	İl Merkezi % 23,2
Yaş Dağılımları	İlçe % 20,2
18 yaş %4,3	Kasaba/Köy %3
19 yaş %15,4	Annenin Eğitim Durumu / Babanın Eğitim Durumu
20 yaş %19,4	Okuryazar Değil %5,4 / %1,3
21 yaş %25,1	Okuryazar/İlkokul %26,3 / %15,8
22 yaş %16,4	Ortaokul %24,9 / %23,2
23 yaş %5,4	Lise %31 / %35,4
Medeni Durumları	Yüksekokul/Üniv. %12,5 / %24,2
Bekar % 94	Aylık Gelir Düzeyleri
Evli % 5,6	1000 TL %5,6
Öğrenim Gördükleri Birim	2000 TL %8,4
Fakülte % 12,3	3000TL %13,5
Yüksek okul %19,9	5000TL %14,7
MYO % 67,9	10000 TL %7,2

Buna göre; anket çalışmamıza katılan öğrencilerin % 37,7'si (114) erkek, % 62,3'ü (188) kadındır. Büyük çoğunluğu (% 67,9) meslek yüksek okulunda öğrenim görmekte olan öğrencilerin % 19,9'u yüksek okul ve % 12,3'ü ise fakültede öğrenim görmektedir. Yaşları % 25,1 ile 21 ve %19,4 ile 20 civarındadır. Öğrencilerin % 94'ü bekâr olup, aile ile yaşadıkları yer %53,6 ile büyükşehir merkezinde bulunmaktadır. Eğitim durumları incelendiğinde annelerin eğitim durumlarının %26,3 ile okuryazar/ilkokul, babaların ise %35,4 ile lise mezunu

olduğu görülmektedir. Katılımcıların ailelerinin aylık gelirlerine baktığımızda %14,7 ile 5000 TL'nin ilk sırada yer aldığını görmekteyiz

Araştırmada kullanılan ölçeklerden algılanan sosyal destek örneklem yeterlik katsayısı (KMO) 0,916 ve sosyal girişimcilik için ise (KMO) 0,930 olarak bulunmuştur. Bu bulgu örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir. Sosyal girişimcilik ölçeği için yapılan faktör analizi Tablo 2'de görülmektedir. Analiz sonucunda ölçek orijinalinden çıkarılan bir boyut ile 4'lü faktör yapısı elde edilmiştir. Dört faktör toplam varyansın %54,2'sini açıklamaktadır.

Tablo 2. Sosyal Girişimcilik Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Maddeler	Faktör 1 Sosyal Vizyon (SV)	Faktör 2 Yenilikçilik (INV)	Faktör 3 Sürdürülebilirlik (STB)	Faktör 4 Sosyal Ağlar(SN)
Sosyal sorunlar üzerine odaklanırım	.512			
Sosyal ihtiyaçları savunmak için güçlü bir motivasyona sahibim	.589			
Sosyal değişimin temsilcisi olma noktasında kararlıyım	.558			
Sosyal olmayan konuları takip etmekten kolayca vazgeçerim	.524			
Sosyal ihtiyaçları belirleme yeteneğine sahibim	.568			
Sosyal bir ihtiyacı karşılamakta kararlıyım	.589			
Sosyal vizyon yaratma yeteneğine sahibim	.657			
Sosyal sorunlarla ilgili vizyonum geniştir	.701			
Yaratıcıyım		.541		
Sosyal değerler yaratmak için riskleri fırsat olarak görürüm		.675		
Sosyal fırsatları belirlemede öngörüm güçlüdür		.447		
Sosyal fayda bireysel faydadan önemlidir		.533		
Oldukça esnek düşünebilirim		.711		
Ticari girişimlere oranla daha fazla sosyal değer yaratacağıma inanıyorum		.478		
Yenilikçi mal ve hizmetler aracılığıyla sürdürülebilir avantajlar sağlayabilirim		.480		
Mal ve hizmetler aracılığıyla sosyal değer yaratabilirim		.662		
Çevre dostuyumdur			.381	
Uzun dönemde sosyal ihtiyaçları geliştirebileceğime inanıyorum			.538	
Uzun dönemde yaşam kalitesini geliştirebileceğime inanıyorum			.529	
Sosyal değer ve sosyal görev arasında denge kurarım			.517	
Ekonomik, sosyal ve çevresel konular arasında denge kurabilirim			.614	
Sorunlara etik çözümler sunarım			.638	
İçinde bulunduğum kurumun güvenilirliğini yükseltirim				.475
Bilgi paylaşımına aracılık ederim				.604
Duygusal destek için karşılıklı anlayış sağlayabilirim				.609
Bulduğum ortamda faydalı sosyal faaliyetler için bir tartışma ortamı oluştururum				.377
İçinde bulunduğum kurumda güven oluştururum				.633

Extraction Method: Principal Component Analysis **Rotation Method:** Varimax with Kaiser Normalization.

Çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeği için yapılan faktör analizi sonuçları Tablo 3'de görülmektedir. Üç faktör toplam varyansın %66,2'sini açıklamaktadır

Tablo 3. Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği Faktör Analizi

Maddeler	Faktör 1 (Aile)	Faktör 2 (Arkadaş)	Faktör 3 (Diğer Özel Kişiler)
Ailem bana gerçekten yardımcı olmaya çalışır	.736		
İhtiyacım olan duygusal yardımı ve desteği ailemden alırım	.873		
Sorunlarımı ailemle konuşabilirim	.772		
Kararlarımı vermemde ailem bana yardımcı olmaya isteklidir	.883		
Arkadaşlarım bana gerçekten yardımcı olmaya çalışırlar		.857	
İşler kötü gittiğinde arkadaşlarıma güvенеbilirim		.720	
Sevinç ve kederlerimi paylaşabileceğim arkadaşlarım var		.771	
İhtiyacım olduğunda yanımda olan özel bir insan var		.836	
Sorunlarımı arkadaşlarımla konuşabilirim			.890
Sevinç ve kederlerimi paylaşabileceğim özel bir insan var			.853
Beni gerçekten rahatlatan özel bir insan var			.756
Yaşamımda duygularıma önem veren özel bir insan var			.797

Extraction Method: Principal Component Analysis Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Anket sorularından demografik faktörler çıkartıldıktan sonra algılanan sosyal destek ve sosyal girişimcilik ölçeklerine ve ölçeklerin alt boyutlarına uygulanan iç tutarlılık analizi sonucu çıkan Cronbach's alpha değerleri Tablo 4'te verilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan bu değerler ölçeğin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Madde/İfade Sayısı</i>
Algılanan Sosyal Destek	,815	12
Sosyal Girişimcilik	,910	27
Aile Desteği	,771	4
Arkadaş Desteği	,766	4
Özel Bir İnsan Desteği	,715	4
Sosyal Vizyon	,829	8
Sürdürülebilirlik	,819	6
İnovasyon	,824	8
Sosyal Ağlar	,909	5

Cinsiyet değişkenine göre ölçeklerden alınan ortalama değerlere Tablo 5'te yer verilmiştir. Ortaya çıkan yüksek ortalamalar katılımcı grupta algılanan desteğin ve sosyal girişimciliğin ortalamadan yüksek olduğunu göstermektedir. Algılanan sosyal destek alt boyutları ve sosyal girişimcilik davranışına ait ortalamalar değerlendirildiğinde kız ve erkek öğrencilerde en yüksek ortalama değer aileden hissedilen destekte olduğunu göstermektedir. Bunu kız öğrencilerde arkadaş desteği ve özel bir insan desteği takip etmektedir. Erkek öğrencilerde ise aile desteğini özel bir insan desteği ve arkadaş desteği takip etmektedir. Sosyal girişimcilik davranışına bakıldığında da ortalama değer üzerine çıktığı görülmektedir. Bunun yanı sıra algılanan sosyal desteğin cinsiyete göre farklılaştığı bulgulanmıştır. Örneğin; kadınların ailelerinden aldıklarını hissettikleri destek (Ort: 4,359- Std. : ,87795) erkeklere (Ort. : 3,879- Std. : 1,0865) oranla daha yüksektir.

Tablo 5. Cinsiyet Değişkenine Ait Ortalama Değerler

	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma
Aile	Kadın	188	4,359	,87795
	Erkek	114	3,879	1,0865
Arkadaş	Kadın	188	4,340	1,5726
	Erkek	114	3,765	1,0461
Özel Bir İnsan	Kadın	188	4,192	,93527
	Erkek	114	3,789	1,0708
Sosyal Girişimcilik	Kadın	188	3,764	,60353
	Erkek	114	3,706	,66607

Cinsiyet faktörünün algılanan sosyal destek ve sosyal girişimcilik davranışı üzerinde anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadığı T testi ile analiz edilmiştir (Tablo 6). Analiz sonucuna göre öğrencilerin algıladıkları sosyal destek puanları incelendiğinde cinsiyet değişkenine göre aile, arkadaş ve özel bir insan alt boyutlarında .01 düzeyinde anlamlı bir fark ortaya çıktığı görülmektedir. Araştırmaya katılım gösteren kız öğrencilerin erkeklere oranla daha fazla sosyal destek algıladıkları görülmektedir.

Tablo 6. Cinsiyet Değişkenine Göre T Testi Sonuçları

	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Aile	13,489	,000	4,201	300	,000*
Arkadaş	,732	,393	3,466	300	,001*
Özel Bir İnsan (Akraba, Komşu vs.)	4,494	,035	3,437	300	,001*
Sosyal Girişimcilik	,349	,555	,775	300	,439

*p<0,01

Bu sonuç benzer şekilde Arıcıoğlu (2008), Baran ve arkadaşlarının (2014) çalışmalarında kadınların erkeklere oranla daha çok sosyal destek algıladıkları sonucu ile benzeşmektedir. Diğer taraftan Güven ve arkadaşları (2011) ve Gümüş (2015)'ün yapmış oldukları çalışmada erkeklerin kadınlara oranla daha çok sosyal destek algıladıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Değişkenler arasındaki ilişkileri değerlendirmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda, değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyinin, korelasyon katsayısının (r) 0-0,29 arasında olması durumunda zayıf veya düşük, 0,30-0,64 arasında olması durumunda orta, 0,65-0,84 arasında olması durumunda kuvvetli/ yüksek ve 0,85-1 arasında olması durumunda ise çok kuvvetli/çok yüksek olarak değerlendirilebileceği belirtilmektedir.

Öğrencilerin sosyal destek algıları ile sosyal girişimcilik tutumları arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde, algılanan sosyal destek ile sosyal girişimcilik arasında ($r= 0.362$; $p<0,01$) olumlu yönde ve orta düzeyde bir ilişki bulunmuştur. Buna göre araştırmaya katılım gösteren öğrencilerin hissettikleri sosyal destek algısı sosyal girişimciliğe yönelik tutum ve davranışlarını etkilemektedir. Korelasyon analizi sonuçları Tablo 7'de verilmiştir.

Algılanan sosyal desteğin her üç boyutu (aile, arkadaş, özel bir insan) ile sosyal girişimcilik arasında olumlu yönde ve anlamlı bir ilişki olduğu bulgulanmıştır. Bu bulgulara göre, aile desteği (0.351) ve özel bir insan desteği (0.398) ile sosyal girişimcilik arasında olumlu yönde orta düzeyde bir ilişki olduğu; arkadaş desteği (0.205) ile ise olumlu yönde düşük bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Algılanan sosyal desteğin her üç boyutu (aile, arkadaş, özel bir insan) ile sosyal girişimciliğin dört boyutu (sosyal vizyon, sürdürülebilirlik, yenilikçilik, sosyal ağlar) arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Algılanan sosyal destek alt boyutlarından aile desteği ile sosyal girişimcilik alt boyutlarından sosyal vizyon (0.278), inovasyon (0.297), sosyal ağlar (0.285) arasında olumlu yönde ve düşük düzeyde bir ilişki; sürdürülebilirlik alt boyutu ile (0.379) olumlu yönde ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7. Tanımlayıcı İstatistik ve Korelasyon Analizi Sonuçları

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Aile	1								
2.Arkadaş	.000	1							
3.Özel Bir İnsan (Akraba,komşu vs.)	.000	.000	1						
4.Sosyal Vizyon (SV)	.278**	.189**	.340**	1					
5.Sürdürülebilirlik (STB)	.379**	.234**	.397**	.763**	1				
6.İnovasyon (İNV)	.297**	.199**	.376**	.785**	.761**	1			
7.Sosyal Ağlar(SN)	.285**	.097	.281**	.559**	.620**	.589**	1		
8.Algılanan Sosyal Destek	-	-	-	.308**	.385**	.332**	.244**	1	
9.Sosyal Girişimcilik	.351**	.205**	.398**	-	-	-	-	.362**	1
Ortalama	4,17	4,12	4,04	3,61	3,83	3,62	4,01	4,11	3,74
Standart Sapma	0,98	1,42	1	0,67	0,68	0,65	0,94	0,95	0,62

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

Algılanan sosyal destek alt boyutlarından arkadaş desteği ile sosyal girişimcilik alt boyutlarından sosyal vizyon (0.189), sürdürülebilirlik (0.234), inovasyon (0.199) arasında olumlu yönde ve düşük düzeyde bir ilişki olduğu; sosyal ağlar (0.097) ile arasında ise anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Algılanan sosyal destek alt boyutlarından özel bir insan desteği ile sosyal girişimcilik alt boyutlarından sosyal vizyon (0.340), sürdürülebilirlik (0.397), inovasyon (0.376) arasında olumlu yönde ve orta düzeyde bir ilişki olduğu; sosyal ağlar (0.281) arasında ise olumlu yönde ancak düşük bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Korelasyon analizi sonucu algılanan sosyal desteğin boyutları ile sosyal girişimcilik boyutları arasında bulunan ilişkinin derecesinin ve yönünün daha detaylı incelenmesi amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan çoklu regresyon analizi sonucunda; R2 determinasyon katsayısı değerine göre algılanan sosyal destek alt boyutları (aile, arkadaş, ve özel bir insan) ile sosyal girişimcilik alt boyutlarını (sosyal vizyon, sürdürülebilirlik, yenilikçilik ve sosyal ağlar) farklı oranlarda açıklayabilmektedir. Tablo 8'de yapılan regresyon analizinin sonuçları görülmektedir.

Tablo 8. Algılanan Sosyal Desteğin Sosyal Girişimcilik Üzerine Etkisi (Regresyon Analizi)

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	p	R ²
Sosyal Vizyon(SV)	Aile	,07	,099	0,124
	Arkadaş	-,01	,602	
	Özel Bir İnsan	,19	,000	
Yenilikçilik(İNV)	Aile	,07	,103	0,150
	Arkadaş	-,02	,432	
	Özel Bir İnsan	,22	,000	
Sürdürülebilirlik(STB)	Aile	,15	,001	0,187
	Arkadaş	-,01	,592	
	Özel Bir İnsan	,18	,000	
Sosyal Ağlar(SN)	Aile	,19	,004	0,111
	Arkadaş	-,09	,045	
	Özel Bir İnsan	,22	,002	
Sosyal Girişimcilik	Aile	,11	,008	0,180
	Arkadaş	-,03	,258	
	Özel Bir İnsan	,20	,000	

Tablo 8’de görüldüğü üzere, regresyon analizi sonucunda, sosyal girişimcilik alt boyutlarına ilişkin tüm modellerde aile, arkadaş ve özel bir insan desteği boyutları önemli değişkenler olarak görülmektedir. Algılanan sosyal desteğin boyutlarından aile desteği ve özel bir insan desteğinin modelin anlamlılığı gösteren p değeri açısından, sosyal girişimciliğin tüm boyutlarında $p < 0,01$ önem derecesinde anlamlı çıktığı görülmektedir. Algılanan sosyal desteğin üç boyutu içerisinde, sosyal girişimcilik tutumunu en iyi açıklayan bağımsız değişkenler (aile, arkadaş, özel bir insan) içerisinde sosyal girişimcilik bağımlı değişkenini en iyi açıklayan boyutun, standart beta katsayısının diğerlerine göre daha yüksek olması nedeniyle özel bir insan boyutu olduğu görülmektedir.

4. Sonuç, Değerlendirme ve Öneriler

Araştırma katılımcılarının büyük çoğunluğu gençlik döneminde olup mezun durumdaki öğrencilerden oluşmaktadır. Bu bakımdan özellikle iş hayatına atılma dönemlerinde gençlerin bireysel davranışları, duygu ve düşüncelerinin yalnızca psikolojik etkilerle değil aynı zamanda içinde bulunulan dönemin ekonomik durumu ve sosyal yapısı olmak üzere birçok faktörün etkisiyle de şekillendiğini söylemek mümkündür.

Bireyin toplumla kaynaşması, toplumsal fayda yaratacak işlerde görev alması, çevre bilincine sahip olması gibi olumlu ve uyumlu ilişkilerde sosyal desteğin oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Literatür taraması neticesinde görülmektedir ki; kişileri tanımaya yönelik birçok demografik özellik (yaş, cinsiyet vb.) sosyal destek algısında rol oynamaktadır.

Günümüzde neredeyse her türlü kurumun ve organizasyonun kullanmaya başladığı sosyal girişimcilik; düşük gelirli topluluklar ya da diğer dezavantajlı gruplar için sosyal değer yaratan, gerekli fonları ortaya çıkaran, piyasa temelli stratejilere dayanan ve görev odaklı kar amacı gütmeyen özel organizasyonlardır. Toplumun en önemli gelecek değerleri olan gençlerin sosyal konulara ilgi göstermesi ve dolayısıyla, toplumsal gelişme ve kalkınma için harekete geçmeleri, sosyal sorunları gün yüzüne çıkarıp ve bu sorunlara çözümler üretmeleri gerekmektedir. Bu noktadan hareketle çalışmada, öğrencilerin algıladıkları sosyal destek düzeyinin (aile, arkadaş ve özel bir insan desteğinin) sosyal girişimcilik davranışı üzerindeki etkileri incelenmeye çalışılmıştır.

Algılanan sosyal destek alt boyutları ve sosyal girişimcilik davranışına ait ortalamalar değerlendirildiğinde en yüksek ortalama değer aileden hissedilen destekte olduğu görülmektedir. Bu sonuç literatürde algılanan sosyal destek ile ilgili yapılmış önceki çalışmalar da bahsi geçen aile desteğinin önemini desteklemektedir (Demeray ve Malecki, 2003; Öztürk vd., 2006; Eldeleklioğlu, 2006; Yılmaz vd., 2008; Çavuş, 2009; Işık, 2013; Argon ve Selvi, 2013). Sosyal girişimcilik davranışına bakıldığında da ortalama değer üzerine çıktığı ve cinsiyete göre (erkek: .3,706; kadın:3,764) farklılaştığı görülmektedir. Çalışma sonucunda, algılanan sosyal destek alt boyutlarının tamamında cinsiyete göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Kadın öğrencilerin ailelerinden aldıkları desteğin (Ort: 4,359- Std. : ,87795) erkek öğrencilere (Ort. : 3,879- Std. : 1,0865) oranla daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre; araştırmaya katılan öğrencilerin algıladıkları sosyal destek boyutları (aile, arkadaş ve özel bir insan) ile sosyal girişimcilik tutumunun boyutları arasında olumlu yönde ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Algılanan sosyal destek boyutlarından özel bir insan desteği sosyal girişimciliğin yenilikçilik ve sosyal ağlar boyutlarında en çok etkiyi gösterirken, en az etkiyi ise, sürdürülebilirlik boyutu üzerinde gösterdiği tespit edilmiştir. Algılanan sosyal destek boyutlarından aile desteği sosyal girişimciliğin sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar alt boyutlarında en çok etkiyi gösterirken, en az etkiyi sosyal vizyon ve yenilikçilik boyutlarında gösterdiği tespit edilmiştir. Algılanan sosyal destek boyutlarından arkadaş desteğinin ise sosyal girişimcilik alt boyutlarında önemli derece de bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Sosyal girişimcilik kavramının gittikçe yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanması ancak bu konu ile ilgili alan araştırmalı çalışmaların azlığı bu çalışmanın özgünlüğünü göstermekle birlikte, bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu sınırlılıklardan ilki, uygulama anketi kapsamında kullanılan ölçeklerin algılanan sosyal destek ve sosyal girişimcilik değişkenlerini ölçtüğü ve anketin araştırma amacına yönelik uygun veriler topladığı varsayımdır. Bunun yanı sıra tercih edilen araştırma yöntem ve uygulamanın problemin çözümü için uygun olduğu varsayılmıştır. Sadece tek bir ilde ve tek bir kurumda bulunan toplam 350 öğrenciden toplanan

verilerin evreni temsil edeceği varsayılmıştır. Katılımcıların anket sorularını doğru olarak algıladıkları, doğru cevaplar verdikleri ve bu soruları yanıtlarken de dürüst davrandıkları varsayılmıştır. Tercih edilen örnekleme göre elde edilen veriler sonucunda ulaşılan bulguların farklılık oluşturabileceği nedeniyle araştırma sonuçları verilerin sağlandığı üniversite öğrencilerini kapsayan örneklem ile sınırlıdır. Bir diğer önemli sınırlılık ise araştırmanın boyamsal olmamasıdır. Araştırma kapsamındaki tüm değişkenlerin zamanla değişime maruz kalabileceği dikkate alındığında, veri analizleri sonucu elde edilen bulgular araştırmanın uygulanma zaman ve dönemi ile sınırlılık göstermektedir.

Çalışmanın farklı sektörlerde ve farklı coğrafi bölgelerde uygulanması ile farklı sonuçlar elde edileceği unutulmamalı ve bu benzeri çalışmaların farklı sektörlerde, farklı kurumlarda ve daha geniş katılımcı gruplara uygulanarak karşılaştırma yapılması önerilmektedir. Aynı zamanda girişimcilik eğitimi ya da üniversitelerde girişimcilik dersi alan öğrencilerin söz konusu konu ile olan ilgileri, düşünce yapıları ve konuya bakış açıları değişim gösterebileceğinden araştırmanın konu ile doğrudan bağlantısı olan kişiler üzerinde yapılması bir diğer önerimizdir.

Son Notlar

1. Bu çalışma, 22-23 Ağustos 2016 tarihlerinde Makedonya'da düzenlenmiş olan "Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi'nde sunulmuş genişletilmiş özetin revize edilmiş halidir.

Kaynaklar

- Abu-Saifan, S. (2012). Social entrepreneurship: Definition and boundaries. *Technology Innovation Management Review*, February, 22-27.
- Argon, T., & Selvi, Ç. (2013). İlköğretim okulu öğretmenlerinin sahip oldukları girişimcilik değerleri ve algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişki. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6(1), 179-206.
- Argüden, Y. (2015). Sosyal girişimcilik. <http://www.arge.com.tr/makaleler/sosyal-girisimcilik>, (10.05.2017).
- Arcıoğlu, A. (2008). Hacettepe üniversitesi eğitim fakültesi öğrencilerinin algıladıkları sosyal destek. Ankara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Asılsoy, B. (2016). Marka konumlandırmasında sosyal girişimcilik kavramının önemi: Hizmet sektöründe bir araştırma. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Aslan, G., Araza, A., & Bulut, Ç. (2012). Sosyal girişimciliğin kavramsal çerçevesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7(2), 69-88.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
- Baran, M., Küçükakça, G., & Ayran, G. (2014). Sağlık yüksekokulu öğrencilerinde algılanan sosyal destek düzeyinin sigara kullanımı üzerine etkisi. *ADÜ Tıp Fakültesi Dergisi*, 15(1), 9-15.
- Betil, İ. (2010). Sivil toplum, sosyal sermaye, sosyal girişimcilik. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), 21-25.
- Carlson, D. S., & Perrewe, P. L. (1999). The role of social support in the stressor-strain relationship: An examination of work-family conflict. *Journal of Management*, (25), 513-540.
- Cobb, S. (1976). Social support as a moderator of life stress. *Psychosom Med.*, (38), 300-314.
- Coşkun, E. (2015). Gönüllü kuruluşların okul öncesi sosyal girişimcilik eğitimindeki rolü. Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Yalova.
- Crisan, C. M., & Borza, A. (2012). Social entrepreneurship and corporate social responsibilities. *International Business Research*, (5)2, 106-113.
- Çavuş, M. F. (2009). Gençlerde algılanan sosyal desteğin öz-yeterlilik inancına etkileri. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 1-11.
- Çeçen, A. R. (2008). Öğrencilerin cinsiyetlerine ve ana baba tutum algılarına göre yalnızlık ve sosyal destek düzeylerinin incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(3), 415-431.

- Çermik, F., & Şahin, İ. F. (2015). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal girişimcilik özelliklerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Current Research in Education*, 1(2), 76-88.
- Demaray, M. K., & Malecki, C. K. (2003). Importance ratings of socially supportive behaviours by children and adolescents. *School Psychology Review*, 32(1), 108-132.
- Denizalp, H. (2009). *Toplumsal dönüşüm için sosyal girişimcilik rehberi* (2. Baskı). Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi Yayını, Odak Ofset Matbaacılık.
- Eker, D., & Arkar, H. (1995). Çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeğinin faktör yapısı, geçerlik ve güvenilirliği. *Türk Psikoloji Dergisi*, 34, 45-55.
- Eldeleklioğlu, J. (2006). Üniversite öğrencilerinin algıladıkları sosyal destek ile depresyon ve kaygı düzeyleri arasındaki ilişki. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(3), 727-752.
- Ercan, S. (2016). Türkiye’de sosyal girişimcilik ve yarattığı etkilerin değerlendirilmesi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2016). Human capital in social and commercial entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31, 449-467.
- Gusseïnova, D. (2015). Sosyal girişimcilik olgusu ve bir örnek olay incelemesi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Gümüş, H. (2015). Evli bireylerin sosyal destek düzeyleri ile yaşam doyumları ve problem çözme becerileri arasındaki ilişki. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 150-162.
- Güven, S., Şener, A., & Yıldırım, B. (2011). Eşlerin farklı değişkenlere göre sosyal destek algısı. *Hacette Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, www.sdergi.hacettepe.edu.tr/?page=makaleler, (11.05.2017).
- Helvacioğlu, E. (2013). Sosyal girişimcilik boyutunda kütüphaneler. *Bilgi Dünyası*, 14(1), 199-203.
- Işık, E. (2013). Mesleki sonuç beklentisinin yordayıcıları olarak algılanan sosyal destek ve denetim odağı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 13(3), 1419-1430.
- Karatepe, O. M. (2010). The effect of positive and negative work-family interaction on exhaustion, does work social support make a difference? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(6), 836-856.
- Koçak, O., & Kavi, E. (2014). Sosyal politika aktörü olarak sosyal girişimci belediyecilik. *Hak-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3(6), 26-49.
- Koçak, S., & Özdemir, M. (2015). Öğretmen adaylarının okul yöneticiliğine yönelik tutumları üzerinde sosyal girişimciliğin rolü. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(3), 631-645.
- Kostetska, I., & Berezyak, I. (2014). Social entrepreneurship as an innovative solution mechanism of social problems of society. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 36(3), 569-577.
- Kümbül Güler, B. (2011). Yoksullukla mücadelede sosyal girişimcilik: Ashoka üyelerinden sosyal yenilikçi örnek uygulamalar. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(3), 79-111.
- London, M., & Morfopoulos, R. G. (2010). *Social entrepreneurship*. New York: Routledge.
- Lopez, S. T., Calvo, J. V. P., & Garcia, J. H. (2014). Service-learning as training for social entrepreneurship: An experience in the university. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 139, 504-511.
- Lundstrom, A., Zhou, C., Von Friedrichs, Y., & Sundin, E. (2014). *Social entrepreneurship: leveraging economic, political, and cultural dimensions*. Switzerland: Pringer International Publishing.
- Mair, J., & Noboa, E. (2003). Social entrepreneurship: How intentions to create a social enterprise get formed. Working Paper, IESE Business School, University of Navarra, 521, 1-20.
- Mari, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Morgeson, F. P., & Humphrey, S. E. (2006). The work design questionnaire (wdq): Developing and validating a comprehensive measure for assessing job design and the nature of work. *Journal of Applied Psychology*, 91(6), 1321-1339.
- Nga H., J. K., & Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95, 259-282.
- Özdevicioğlu, M., & Cingöz, A. (2009). Sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciler: Teorik çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 82, 81-95.
- Öztürk, H., Sevindik, F. N., & Yaman, S. Ç. (2006). Öğrencilerde yalnızlık ve sosyal destek ile bunlara etki eden faktörlerin incelenmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 383-394.

- Polatçı, S. (2015). Örgütsel ve sosyal destek algılarının yaşam tatmini üzerindeki etkisi: İş ve evlilik tatmininin aracılık rolü. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2), 25-44.
- Reyhanoğlu, M., & Akın, Ö. (2012). Ticari girişimciler ne kadar sosyal girişimcidir? *İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 23(71), 8-33.
- Sarason, I. G., Levine, H. M., Basham, R. B., & Sarason, B. R. (1983). Assessing social support: The social support questionnaire. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(1), 127-139.
- Sekaran, U. (1992). *Research methods for business*. John Wiley ve Sons, Inc.: Canada.
- Toepfer, S. M. (2010). Family social support and family intrusiveness in young adult women. *Family Science Review*, 15(2), 57-65.
- Truxillo, D. M., Cadiz, D. M., Rineer, J. R., Zaniboni, S., & Fraccaroli, F. (2012). A lifespan perspective on job design: Fitting the job and the worker to promote job satisfaction, engagement, and performance. *Organizational Psychology Review*, 2(4), 340-360.
- Yılmaz, E., Yılmaz, E., & Karaca, F. (2008). Üniversite öğrencilerinin sosyal destek ve yalnızlık düzeylerinin incelenmesi. *Genel Tıp Dergisi*, 18(2), 71-79.
- Zimet, G. D., Dahlem, N. W., Zimet, S. G., & Farley, G. K. (1988). The multidimensional scale of perceived social support. *Journal of Personality Assessment*, 52(1), 30-41.
- Zimet, G. D., Powell, S. S., Farley, G. K., Werkman, S., & Berkoff, K. A. (1990). Psychometric properties of the multidimensional scale of perceived social support. *Journal of Personality Assessment*, 55, 610-617.