



## İLKOKUL 4. SINIF ÖĞRENCİLERİ İÇİN BİR ÖLÇEK GELİŞTİRME ÇALIŞMASI: SOSYAL GİRİŞİMCİLİK NİYETLERİ ÖLÇEĞİ

### A SCALE DEVELOPMENT STUDY FOR 4TH GRADE ELEMENTARY STUDENTS: SOCIAL ENTREPRENEURIAL INTENTIONS SCALE

Burcu ARMAĞAN ERBİL\*  
Selçuk ŞİMŞEK\*\*

#### Öz

Araştırmada ilkokul 4. sınıf öğrencilerinin sosyal girişimcilik niyetleri düzeylerini ortaya koymak amacıyla bir ölçeğin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Kapsamlı alanyazın taraması ve madde havuzunun oluşturulmasının ardından 39 4. sınıf öğretmeninden maddelerin öğrenci seviyesine uygunluğu, açıklık ve anlaşılabilirliği açısından görüş alınmıştır. Öğretmen görüşlerine göre yapılan düzenlemelerden sonra 12 alan uzmanının maddeler ile ilgili görüşleri alınmıştır. Uzman görüşleri doğrultusunda yapılan düzeltmelerden sonra 50 maddelik ölçek 230 ilkokul 4. sınıf öğrencisine uygulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları ölçeğin beş boyutlu yapısını doğrulamıştır. Ölçeğin Cronbach's Alpha güvenilirlik değeri .88 olarak bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Girişimcilik, Sosyal Girişimcilik Niyeti, Faktör Analizi.

#### Abstract

The purpose of this study is to develop a scale to determine the social entrepreneurial intention level of 4th grade elementary students'. The draft form of scale was reviewed by 39 elementary school teacher and 12 expert. After the review, 50 item had been administrated to 230 4th grade elementary students. Dimensions are predetermined and items suitable for these dimensions are written. For this reason, exploratory factor analysis was not needed. Confirmatory factor analysis confirmed the five-dimensional structure of the scale. The Cronbach's alpha value for the scale was found .88.

**Keywords:** Social Entrepreneurship, Social Entrepreneurial Intention, Factor Analysis.

## 1. GİRİŞ

Sosyal girişimcilik kavramı, çeşitli araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanan bir kavramdır. Sosyal girişimciliğin farklı şekillerde tanımlanmasının; araştırmacıların çalıştıkları alanların farklı olmasından ve sosyal girişimlerin hangi sektörde (kamu kuruluşları, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, tüm sektörler) gerçekleştiği ile ilgili farklı yaklaşımların bulunmasından kaynaklandığı söylenebilir. Sosyal girişimciliği açıklamadan önce girişimcilik kavramını ele almakta fayda vardır. Bornstein (2007)'e göre girişimcilik yalnızca ekonomi, üretim ve sürdürülebilirlikle alakalı değil, ayrıca insanların bir araya gelip engellerin üstesinden gelmesi ile alakalıdır. Girişimcilik yalnızca ekonomik bir terim değildir. Aynı zamanda düşünme şeklinin değişimi, tutum ve kültür değişimidir (akt. Dobele, 2016, 232). Girişimcilik üst bir kavram olmak üzere ticari ve sosyal girişimcilik bu kavramın çeşitleri olarak karşımıza çıkmaktadır (İçerli ve Karadal, 2016, 294). Ticari girişimcilik; ürünlerin yaratım sürecini yenilikle destekleyen bir kavramdır. Günümüzün modern işletmecilik anlayışına göre hareket eden işletme yöneticileri girişimcilik kavramını, yenilik, esneklik, dinamiklik, risk alma, yaratıcılık ve gelişim odaklı olma gibi kavramlarla açıklamaktadır (Kutunis ve Hancı, 2004 akt. Çetinkaya-Bozkurt, 2011, 5). Zaman içerisinde sosyal sorumluluğu da hedefleri arasına dahil eden girişimcilik; sosyal girişimcilik kavramının ortaya çıkmasına yardımcı olmuştur.

Sosyal girişimciliği Denizalp (2009, 8) "yaşadığı toplumda ortaya çıkan sosyal aksaklıkları fark ederek o güne kadar akla gelmeyen ya da cesaret edilmeyen bir yaklaşımla sorunların üzerine giden; yaratıcı, ısrarcı, duyarlı, gerçekçi tavırları ile fark yaratan ve toplumun güvenini kazanan kişi" şeklinde tanımlamaktadır. Ünlü (2012, 53)'ye göre sosyal girişimcilik, kâr amacı güden ve/veya kâr amacı gütmeyen kuruluşların ya da sosyal vizyona sahip kişilerin toplumsal sorunların çözümünde farkındalık yaratmak ve sosyal fayda sağlamak için gerçekleştirdikleri yenilikçi, yaratıcı, sürdürülebilir faaliyetlerdir. Işık ve Ünlü (2014, 154)' e göre sosyal girişimcilik, toplumsal değişim yaratma sürecini harekete geçiren inovasyon faaliyetlerinin, girişimci bireyler ya da kuruluşlar tarafından uygulanmasıdır. Weerawardena ve Mort (2006,

\* Doktora Öğrencisi, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İlköğretim Anabilim Dalı, burcuarmagan90@gmail.com

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Temel Eğitim Bölümü, Sınıf Eğitimi Anabilim Dalı, selcuks@pau.edu.tr.



25)'a göre kâr amacı gütmeyen örgütler bağlamında algılanan fırsatları kullanarak sosyal değer yaratma olgusudur. Mair ve Marti (2006, 3) sosyal ihtiyaçların giderilmesi için farklı kaynakları bir araya getirme, fırsatları yenilikçi bir şekilde değerlendirip sosyal değişim yaratma olarak sosyal girişimciliği tanımlamaktadır. Sosyal girişimcilikle ilgili yapılan tanımlardan da anlaşılacağı gibi sosyal değer yaratma, sosyal soruna yenilikçi çözümler bulma sosyal girişimciliğin en belirgin özelliklerindedir.

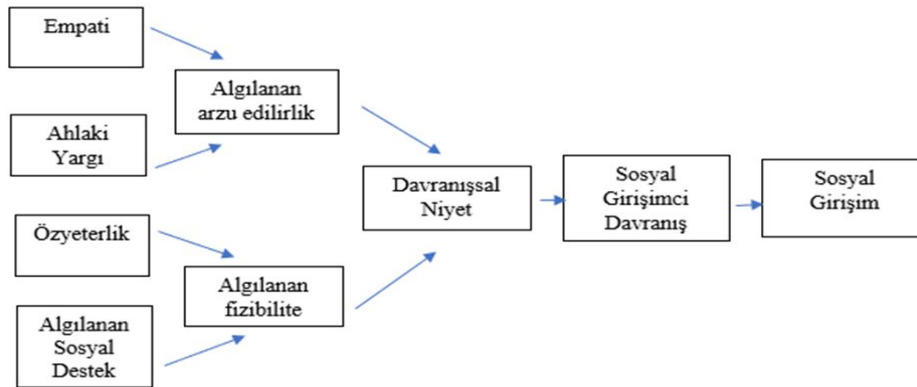
Sosyal girişimciliğin amaçları Denizalp (2007, 10) tarafından şu şekilde ifade edilmektedir:

- Toplumsal bir sorunu çözecek yeni bir fikre sahip olma,
- Hedef belirleme ve sorun çözümünde yaratıcı olma ve sosyal sermayeyi toplumsal katkı için kullanma,
- Sorunun çözümünü toplumun büyük bir kesimini kapsar hale getirmek.

Sosyal girişimcilik yeni bir olgu olarak görülmesine rağmen aslında sosyal girişimciliğin temelinde yatan mantık 18. yüzyıla dayanmaktadır (Mair ve Marti, 2006, 36). 1974 'te Muhammed Yunus'un Bangladeş'te mikro kredi uygulaması olan 'Grameen Bank'ı (Yoksullar Bankası) kurması ve 1980 yılında Bill Drayton'un sosyal girişimcilerin projelerini finanse etmek için Ashoka'yı kurması sosyal girişimciliğin ivme kazanmasını sağlayan en önemli olaylardandır (Ünlü, 2012, 64). Türkiye'de sosyal girişimciliğin gelişimine baktığımızda genel olarak son yıllarda ciddi adımlar atılmakla birlikte kavramsal sorunların giderilmesi ile bu konuda ileriki yıllarda önemli projelerin üretilmesi beklenmektedir (Sönmez, Arıker ve Toksoy, 2016, 119). Ülkemizde yeni gelişmeye başlayan bu alanda Ashoka üyesi sosyal girişimciler de yer almaktadır. Ashoka'nın Türkiye'deki üyeleri arasında Toplum Gönüllüleri Vakfı'ndan İbrahim Betil, Ka-MER'i kuran Nebahat Akkoç ve AKUT'tan Nasuh Mahruki gibi isimler yer almaktadır. Türkiye'de Ashoka üyelerinin yurttaş katılımı, ekonomik kalkınma, insan hakları, çevre, sağlık alanlarında faaliyet gösterdikleri bilinmektedir (Kayalar ve Arslan, 2009, 72).

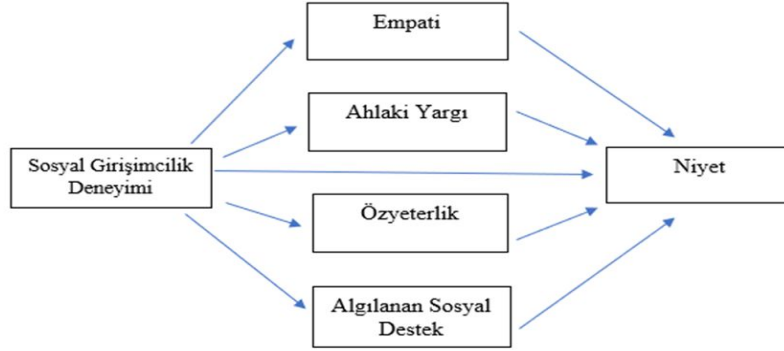
Girişimciliğin en önemli adımı karar verme olarak görülmekte ve bu noktada girişimcilik niyeti kavramı ortaya çıkmaktadır (Çelik, İnce ve Bozyiğit, 2014, 114). Girişimcilik niyeti; bireyin çevresindeki fırsatları değerlendirmesini ve bir işletme kurma ve girişim başlatma düşüncesini göstermekte, kısaca girişim faaliyetinde bulunmayı sağlamaktadır (Karabey, 2013, 147). Girişimciliğin analiz edilmesi için girişimcilik niyetlerinin kullanılmasının sebepleri şu şekilde belirtilmektedir: İnsan davranışı ya etkiye bağlı oluşan tepkidir ya da planlanmıştır (Krueger, 2009). Girişim başlatma bilinçli ve gönüllü olduğu için planlı davranış olarak kabul edilir. Planlanan tüm davranışlar kasıtlıdır. Girişimciliği, yenilik yaratmayı sağlayan çok aşamalı bir süreç olarak gördüğümüzde, girişimcilik niyeti incelenmesi gereken ilk adım olarak karşımıza çıkmaktadır (Ernst, 2011, 52).

Mair ve Noboa (2003, 8), Ajzen (1991)'in Planlı Davranış Teorisi'nden de yararlanarak ilk niyet temelli sosyal girişimcilik modelini geliştirmişlerdir. Planlı Davranış Teorisi sosyal psikoloji tabanlı bir kuram olmakla beraber bireylerin davranışlarının temel açıklayıcısı olarak niyetleri göstermekte ve niyetlerin de davranışa yönelik tutum, kişisel norm ve algılanan davranışsal kontrol tarafından açıklandığını dile getirmektedir. Mair ve Noboa (2003) bu modeli sosyal girişimcilik alanına uyarlayarak; sosyal girişimcilik niyetlerinin, bir sosyal girişim kurmada algılanan istenebilirliği (veya cazibesi) ve bir sosyal girişimin kurulması için algılanan fizibilite (veya yeteneği) tarafından şekillendirildiğini ortaya koymaktadır. Mair ve Noboa; özyeterlilik ve sosyal desteğin sosyal girişimciliği kolaylaştırdığını ve bu nedenle sosyal girişim kurmanın fizibilitesini olumlu olarak etkilediğini öne sürmektedir. Ayrıca, algılanan istenirliğin tutumlardan, özellikle duygusal düzeyde empati, ahlaki yargı ve bilişsel düzeyde empatiden etkilendiğini varsayımlarıdır (Ernst, 2011, 71).



Şekil 1. Mair ve Noboa'nın Sosyal Girişimcilik Niyetleri Modeli

Hockerts (2015, 266) Mair ve Noboa'nın niyet temelli modelini geliştirerek sosyal girişimcilik deneyimini modele eklemiştir.



Şekil 2. Hockerts'ın Sosyal Girişimcilik Niyetleri Modeli

Hockerts'ın modelinde sosyal sorunlara yenilikçi çözümler bulma konusunda deneyim sahibi olmanın niyetlerin gelişmesinde tetikleyici olduğu düşünülmektedir. Ayrıca Mair ve Noboa tarafından önerilen öncüllerin, deneyimler ve niyetler arasındaki etkiye aracılık ettiği ileri sürülmektedir. Sosyal girişimcilik niyet modeli çalışmalarının alanın gelişmesi ve ilerlemesinde önemli bir adım olduğu düşünülmektedir.

Sosyal girişimcilik toplumda sürdürülebilir gelişimi ve kalkınmayı sağlamakla birlikte bireyler arasında dayanışma oluşumunu da destekleyen bir alandır. Sosyal girişimler işsizliğin azalması yönünde pasif ve aktif istihdam politikalarına da önemli katkı sağlamaktadır (Taş ve Şemşek, 2017, 483). İşsizlik, yoksulluk, açlık gibi toplumu derinden etkileyen sosyal sorunlar göz önünde bulundurulduğunda sosyal sorunlara sürdürülebilir çözümler üretebilen bireylere ihtiyaç duyulmaktadır. Tam da bu noktada bireylerin sosyal girişimcilik niyetleri belirlenirse gerekli yönlendirmelerle yeni sosyal girişimcilerin açığa çıkabileceği düşünülmektedir. Sosyal girişimcilik niyetleri ile ilgili literatürde çalışmalar bulunmaktadır (Cavazos-Arroyo, Puente-Diaz ve Agarwal 2017; Chengalvala ve Rental 2017; Chinchilla ve Garcia 2017; Tiwari, Bhat ve Tikoria 2017; Çolakoğlu ve Çolakoğlu 2016; Prabhu, McGuire, Kwong, Zhang ve Ilyinsky 2016; Sutha ve Sankar 2016; Wanjohi 2016; Pazarcık ve Aydın 2015; Çetinkaya Bozkurt 2014; Zhang, Duysters ve Clodt 2014) Ancak çalışmaların çoğunlukla lisans ya da lisansüstü düzeyde öğrenci grupları ile yapıldığı görülmektedir. İlkokul öğrencilerinin sosyal girişimcilik niyetlerini belirlemeye yönelik bir ölçme aracının olmaması dikkat çekicidir. Sosyal sorunlara yenilikçi çözümler bularak sosyal değişim ajanı olarak yetişecek neslin erken yaşlarda sosyal girişimcilik becerileri ile donatılması gerektiği çalışmalarda da ifade edilmektedir (Fishand Kim, 2014; Fields, 2016; Coşkun, 2015).

### 1. 1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, ilkokul 4. sınıf düzeyinde bir sosyal girişimcilik niyetleri ölçeğinin geliştirilmesidir. Geliştirilecek ölçme aracının, öncelikle ülkemizdeki ilkokul 4. sınıf öğrencilerinin sosyal girişimcilik niyeti düzeylerini ortaya koyma noktasında yardımcı olması amaçlanmıştır. Aynı zamanda çalışmanın, erken yaşlarda sosyal girişimcilik niyeti kazandırma noktasında yapılacak olan gelecek araştırmalara da kaynaklık edeceği umulmaktadır.

## 2. YÖNTEM

### 2. 1. Ölçeğin Geliştirilmesine Yönelik Çalışmalar

Ölçeğin hazırlanmasından önce kapsamlı bir alanyazın çalışması yapılmıştır. Sosyal girişimcilik niyetlerine yönelik geliştirilen ölçekler incelenmiştir (Cavazos-Arroyo, Puente-Diaz ve Agarwal 2017; Prabhu vd., 2016; Sutha ve Sankar, 2016; Wilton, 2016; Hockerts, 2015). İncelenen ölçekler daha üst yaş gruplarındaki öğrencilere yönelik geliştirilmiş olmakla birlikte ilkokul öğrencilerine yönelik geliştirilen sosyal girişimcilik ölçeğine rastlanmamıştır. 4. Sınıf Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda yer alan konu ve kazanımlar da dikkate alınarak 42 maddeden ve 5 boyuttan oluşan bir madde havuzu hazırlanmıştır. Madde havuzu oluşturulurken; Mair ve Noboa (2003, 8) tarafından Ajzen'in Planlı Davranış Teorisi dikkate alınarak geliştirilen ilk niyet temelli modelin "Sosyal Girişimcilik Niyeti", "Sosyal Girişimcilik Özyeterliliği", "Empati", "Ahlaki Yargı" ve "Algılanan Sosyal Destek" boyutlarına uygun maddeler yazılmaya çalışılmıştır. Ardından hazırlanan ölçek maddeleri ilkokul 4. sınıflarda görev yapan 39



sınıf öğretmenine açıklık, anlaşılabilirlik, yaş grubuna uygunluk açısından inceletirilmiştir. Sınıf öğretmenlerinin görüş ve önerilerine göre 3 madde üzerinde ifade açısından değişiklik yapılmış, 2 madde de ölçekten çıkarılmıştır. Düzenleme yapılan ölçek 12 alan uzmanına gönderilmiş; açıklık, anlaşılabilirlik ve sosyal girişimci niyetleri ne kadar ölçebildiği açısından incelemeleri istenmiştir. Kapsam geçerliğinin, ölçeğin ölçülmek isteneni ölçüp ölçmediği ile ilgili olduğu ve uzman görüşünden yararlanılarak belirlenebildiği Baykul(2000) tarafından açıklanmıştır. Uzmanlardan gelen görüş ve önerilere göre 8 madde üzerinde ifade açısından değişiklik yapılmış ve 10 madde eklenmiştir. Ölçeğin son halinde 50 madde bulunmaktadır. Ölçek maddeleri 3 basamaklı likert tipi ("Katılıyorum", "Kısmen", "Katılmıyorum") derecelendirme ile yapılandırılmıştır.

## 2. 2. Çalışma Grubu

Ölçeğin geçerlik ve güvenirlik çalışmalarının yapılması için Denizli ilindeki iki ilkokulda öğrenim görmekte olan 230 ilkokul 4. sınıf öğrencisi çalışma grubu olarak belirlenmiştir.

## 2. 3. Veri Toplama Aracı

Kapsamlı alanyazın incelemesi, madde havuzunun oluşturulması, sınıf öğretmenlerinin ve uzmanların görüşlerinin alınması ile 50 maddelik "Sosyal Girişimcilik Niyetleri Ölçeği" geliştirilmiştir. Ölçek maddeleri 3 basamaklı likert tipi ("Katılıyorum", "Kısmen", "Katılmıyorum") derecelendirme ile yapılandırılmıştır. "Katılıyorum" yanıtı 3, "Kısmen" yanıtı 2, "Katılmıyorum" yanıtı 1 puan olarak kodlanmıştır. Ölçekte 23 adet olumsuz madde bulunmaktadır. Olumsuz maddeler ters çevrilerek, maddelerin değerleri 3=1, 2=2 ve 1=3 olarak kodlanmıştır. Ölçeğin ilk halinde alınabilecek minimum puan 50, maksimum puan 150'dir. Ölçek puanının yükselmesi, öğrencinin daha olumlu sosyal girişimcilik niyetlerine sahip olduğunu göstermektedir.

## 2. 4. Veri Toplama Süreci

Çalışmanın gerçekleştirilmesi için gerekli izinler alındıktan sonra ölçeğin ön uygulaması sınıf öğretmenlerinin de bilgisi dahilinde Denizli ilinde iki okulda 230 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Ölçek uygulaması yapılmadan önce öğrencilere bunun bir sınav olmadığı, hazırlanan maddelerle ilgili gerçek görüşlerinin merak edildiği ve verdikleri yanıtların kimseyle paylaşılmayacağı hakkında bilgi verilmiştir. Öğrencilerin isimlerini kağıtlara yazmamaları hatırlatılarak dürüst yanıtlar vermeleri desteklenmiştir. Uygulamaya başlamadan önce maddeler öğrenciler tarafından gözden geçirilmiş ve anlamadıkları noktalarda yönlendirme yapılmamasına dikkat edilerek gerekli açıklamalarda bulunulmuştur. Ölçeğin uygulanma süresi yaklaşık 25 dakika sürmüştür.

## 2. 5. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde güvenirlik için Cronbach's Alpha güvenirlik katsayısı, düzeltilmiş madde toplam korelasyonları belirlenmiştir. Ölçeğin maddeleri önceden bilinen boyutlara uygun olarak hazırlandığından açımlayıcı faktör analizi yapılmamıştır. Ölçeğin beş boyutlu yapısının doğrulanıp doğrulanmadığını test etmek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve doğrulayıcı faktör analizi geçerliliği için model uyum indeksleri hesaplanmıştır.

## 3. BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde "Sosyal Girişimcilik Niyetleri Ölçeği" geçerlik ve güvenirlik çalışmalarına ilişkin bulgulara ve yorumlarına yer verilmiştir.

### Güvenirlğe İlişkin Bulgular ve Yorum

Ölçeğin güvenirliği Cronbach's Alpha güvenirlik katsayısı, düzeltilmiş madde toplam puan korelasyonları belirlenerek değerlendirilmiştir. Düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayısı 0.3 üzerindeyse ise iyi olarak değerlendirmekte, 0.2 altı ise ölçekten çıkarılması gerektiği söylenmekte, 0.2 üzerinde ise zorunlu olduğunda ölçekte tutulabileceği belirtilmektedir (Büyüköztürk 2013, 171). Ölçeğin güvenirlik analizi yapılırken düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayısı 0.2 altında olan maddeler ölçekten çıkarılmış, 0.2 üzerindeki maddeler zorunluysa ölçekte tutulmuştur. Ölçeğin birinci boyutu olan "Sosyal Girişimcilik Niyeti" maddeleri için yapılan güvenirlik analizi sonuçları tabloda verilmiştir.

Tablo 1. Birinci Boyut için Güvenirlik Analizi Sonuçları

Madde Numarası	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silinirse Cronbach's Alpha Değeri
1	,227	,652
2	,351	,622
3	,467	,589



4	,338	,623
5	,441	,594
6	,339	,626
7	,399	,607
8	,209	,650

Tablo incelendiğinde ölçeğin birinci boyutunda güvenilirlik analizi sonucu düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayısı 0.2 altında madde olmadığı görülmektedir. Düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayısı 0.3 altında olan 2 madde (M1, M8) ölçekten çıkarılmıştır. Maddeler çıkarıldıktan sonra ölçeğin birinci boyutuna ait Cronbach's Alpha değeri .655 olarak bulunmuştur.

Ölçeğin ikinci boyutu olan Sosyal Girişimcilik Özyeterliliği için yapılan güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. İkinci Boyut için Güvenirlik Analizi Sonuçları

Madde Numarası	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silinirse Cronbach's Alpha Değeri
9	,313	,643
10	,147	,660
11	,333	,638
12	,157	,659
13	,346	,636
14	,309	,640
15	,369	,634
16	,098	,674
17	,284	,644
18	,285	,645
19	,434	,626
20	,417	,623
21	,049	,676
22	,279	,645
23	,182	,660
24	,347	,635

Tablo 2'ye bakıldığında ölçeğin ikinci boyutunda düzeltilmiş madde toplam korelasyonu 0.2 altında olan beş madde bulunmaktadır (M10, M12, M16, M21 ve M23). Bu maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Maddeler çıkarıldıktan sonra ölçeğin ikinci boyutuna ait Cronbach's Alpha değeri .698 bulunmuştur.

Ölçeğin üçüncü boyutu olan Empati maddeleri için yapılan güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Üçüncü Boyut için Yapılan Güvenirlik Analizi Sonuçları

Madde Numarası	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silinirse Cronbach's Alpha Değeri
25	,376	,555
26	,249	,594
27	,361	,561
28	,324	,574
29	,263	,595
30	,278	,593
31	,441	,528

Tablodan da görülebileceği gibi ölçeğin üçüncü boyutunda düzeltilmiş madde toplam korelasyonu 0.2'nin altında madde bulunmamaktadır. Bu boyutta madde atımına gidilmemiştir. Ölçeğin üçüncü boyutuna ait Cronbach's Alpha değeri .609 bulunmuştur.

Ölçeğin dördüncü boyutu olan Ahlaki Yargı maddeleri için yapılan güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Dördüncü Boyut için Yapılan Güvenirlik Analizi Sonuçları

Madde Numarası	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silinirse Cronbach's Alpha Değeri
----------------	--------------------------------------	---



32	,306	,588
33	,434	,544
34	,388	,571
35	,407	,555
36	,255	,609
37	,214	,609
38	,307	,589
39	,254	,601

Tablo 4 incelendiğinde düzeltilmiş madde toplam korelasyonu 0.2'nin altında madde bulunmadığı görülmektedir. Düzeltilmiş madde toplam korelasyonu 0.3'ün altında olan bir madde (M37) madde ölçekten çıkarılmıştır. Ölçeğin bu boyutuna ait Cronbach's Alpha değeri .609 bulunmuştur.

Ölçeğin beşinci boyutu olan Algılanan Sosyal Destek maddeleri için yapılan güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Beşinci Boyut için Yapılan Güvenirlik Analizi Sonuçları

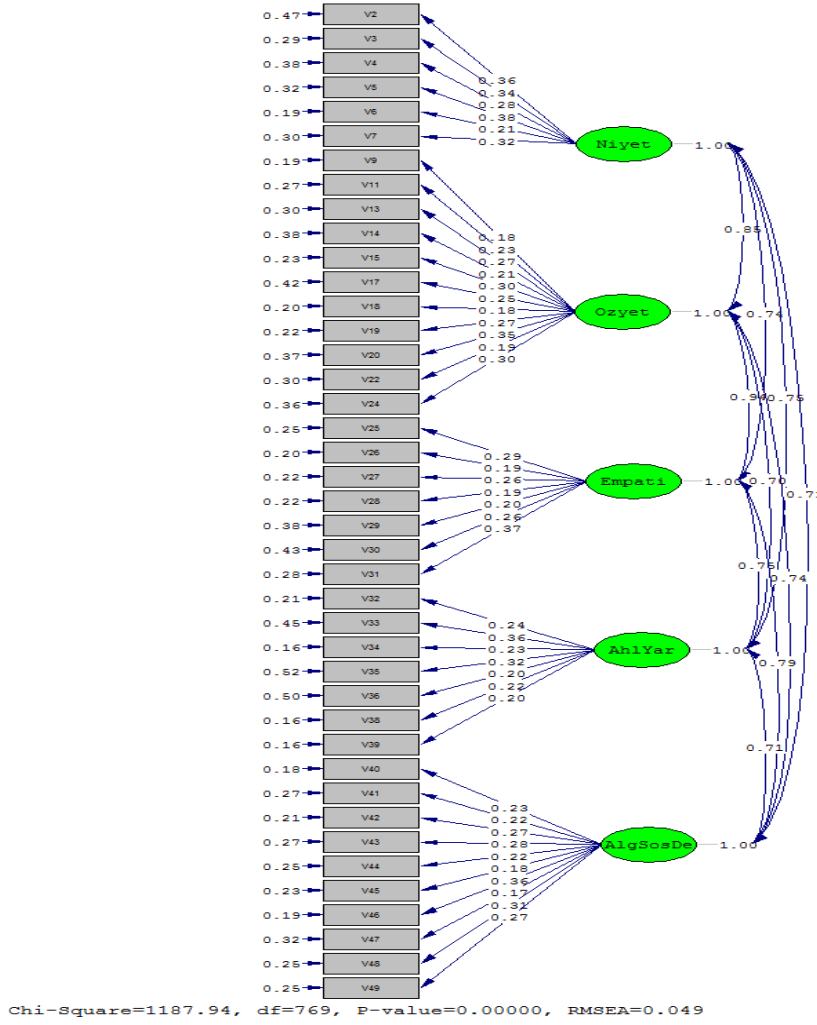
Madde Numarası	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silinirse Cronbach's Alpha Değeri
40	,409	,668
41	,295	,685
42	,416	,666
43	,326	,680
44	,308	,683
45	,340	,678
46	,542	,644
47	,230	,696
48	,416	,665
49	,400	,668
50	,151	,711

Tablo 5'te de görülebileceği gibi düzeltilmiş madde toplam korelasyonu 0.2'nin altında olan bir madde (M50) bulunmaktadır ve bu madde ölçekten çıkarılmıştır. Ölçeğin bu boyutuna ait Cronbach's Alpha değeri .711 bulunmuştur.

Ölçeğin son halinde 41 madde bulunmaktadır. Ölçeğin tamamına ait Cronbach's Alpha değeri ise .880 olarak hesaplanmıştır.

#### Geçerliğe İlişkin Bulgu ve Yorumlar

Ölçeğin boyutları önceden belli olduğu ve bu boyutlara uygun maddeler yazıldığı için açıklayıcı faktör analizi yapılmadan oluşturulan beş faktörlü yapının doğrulanıp doğrulanmadığını ortaya çıkarmak için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi ile elde edilen model Şekil 3'te verilmiştir.



Şekil 3. Doğrulayıcı Faktör Analizinden Elde Edilen Model

Bu model test edildiğinde hesaplanan uyum indeksleri Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucunda Uyum İndeksleri

Uyum İndeksleri	Uyum
$\chi^2/df$	1.544
RMSEA	0.049
SRMR	0.065
GFI	0.80
AGFI	0.77
CFI	0.92
NNFI	0.91

Tablo incelendiğinde uyum indekslerinden ki-kare/serbestlik derecesi oranının 1.544 olduğu dikkat çekmektedir. Bu oranın 3'ün altında olmasının mükemmel uyuma karşılık geldiği belirtilmektedir (Sümer, 2000 akt. Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012). RMSEA değerinin 0.049 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer 0.05'ten küçük olmasının da mükemmel uyuma işaret ettiği bilinmektedir (Jöreskog ve Sörbom, 1993 akt. Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012). Uyum indekslerinden GFI ve AGFI değerlerinin sırasıyla 0.80 ve 0.77 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değerlerin 0.90'ın üzerinde olması istendiğinden zayıf uyuma karşılık geldiği söylenebilir. CFI ve NNFI uyum indekslerinin sırasıyla 0.92 ve 0.91 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değerlerin 0.95 üzerinde olması mükemmel uyuma, 0.90'ın üzerinde olması ise iyi uyuma karşılık geldiğinden hesaplanan uyum indekslerinin iyi uyuma



karşılık geldiği söylenebilir. Standardize edilmiş RMR değerinin 0.065 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer 0.5 altında olması mükemmel uyuma, 0.80'in altında olması ise iyi uyuma (Brown, 2006 akt. Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012) karşılık geldiğinden yapılan analiz için SRMR'nin iyi uyuma karşılık geldiği görülmüştür. Yapılan analizler sonucunda 41 maddeden oluşan sosyal girişimcilik niyetleri ölçeğinin beş faktörlü yapısının bir model olarak doğrulandığı söylenebilir.

#### 4. TARTIŞMA

Araştırmada ilkökul dördüncü sınıf düzeyindeki öğrencilerin sosyal girişimcilik niyetlerinin ölçülmesi için geliştirilen sosyal girişimcilik niyetleri ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılmıştır. Ölçeğin alt boyutları, Hockerts (2015)'in Mair ve Noboa (2003)'nın ilk niyet temelli modeline dayanılarak geliştirdiği sosyal girişimcilik niyetleri modelinin boyutları temel alınarak oluşturulmuştur. Ölçeğin alt boyutları önceden belirlenip bu alt boyutlara uygun maddeler yazıldığından açıklayıcı faktör analizi yapılmamıştır. Ölçeğin alt boyutları Sosyal Girişimcilik Niyeti, Sosyal Girişimcilik Özyeterliği, Empati, Ahlaki Yargı ve Algılanan Sosyal Destek'tir. Ölçeğin boyutlarına ait Cronbach's Alpha değerleri sırası ile .655, .698, .609, .609 ve .711'dir. Ölçeğin tamamına ait Cronbach's Alpha değeri .880 olarak hesaplanmıştır. Sosyal girişimcilik niyeti alt boyutu 6 maddeden oluşmaktadır. Bu alt boyutta yer alan maddelerden bazıları şunlardır: "Gelecekte kaynakların bilinçli kullanılmasında görev almak isterim.", "Gelecekte insanlara yardım eden kuruluşlarda çalışmayı düşünmem." Bu alt boyuttan elde edilebilecek en yüksek puan 18, en düşük puan ise 6'dır. Sosyal girişimcilik özyeterliği alt boyutunda 11 madde bulunmaktadır. Bu alt boyutta yer alan maddelerden bazıları şunlardır: "Çevremdekilerin ihtiyaçlarını karşılayacak çözümler üretebilirim.", "Yapacağım işlerle ilgili önce planlama yapmayı tercih ederim." Bu alt boyuttan elde edilebilecek en yüksek puan 33, en düşük puan ise 11'dir. Empati alt boyutu 7 maddeden oluşmaktadır. Bu alt boyutta yer alan maddelerden bazıları şunlardır: "Arkadaşlarımın sorunlarını dinlemekten sıkılırım.", "Çevremde yaşanan bir sorun gördüğümde bu beni rahatsız etmez." Bu alt boyuttan elde edilebilecek en yüksek puan 21, en düşük puan ise 7'dir. Ahlaki yargı alt boyutu 7 maddeden oluşmaktadır. Bu alt boyutta yer alan maddelerden bazıları şunlardır: "Okulda kalem, silgi, defter gibi ihtiyacı olan ve bunları alamayacak durumda olan arkadaşlarımıza yardım etmemiz gerekir.", "Okulumuzda düzenlenen yardım kampanyalarına katılmamız gerektiğini düşünmüyorum." Bu alt boyuttan elde edilebilecek en yüksek puan 21, en düşük puan ise 7'dir. Algılanan sosyal destek alt boyutu 10 maddeden oluşmaktadır. Bu alt boyutta yer alan maddelerden bazıları şunlardır: "Çevremdekiler (ailem, arkadaşlarım, öğretmenlerim) görüşlerime değer verir.", "Çevremdekiler (ailem, arkadaşlarım, öğretmenlerim) bir konuda haksızlığa uğradığımda ilgisiz davranır." Bu alt boyuttan alınabilecek en yüksek puan 30, en düşük puan ise 10'dur. Ölçekte yer alan toplam 21 madde sosyal girişimcilik niyetlerine yönelik olumsuz ifadeler içerdiğinden ters yönde puanlanmaktadır. Ölçeğin beş faktörlü yapısının doğrulanıp doğrulanmadığını test etmek için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda hesaplanan uyum indeksleri ölçeğin iyi uyuma sahip olduğunu göstermektedir.

#### 5. SONUÇ

Bu çalışmada ilkökul dördüncü sınıf öğrencilerinin sosyal girişimcilik niyetlerini belirlemek amacıyla 5 alt boyuttan oluşan 41 maddelik bir ölçek geliştirilmiştir. Araştırmada ölçeğin geliştirilmesi için kapsamlı alanyazın incelemesi, üst yaş gruplarına yönelik geliştirilen ölçeklerin incelenmesi, madde havuzunun oluşturulması, sınıf öğretmenlerinden maddeler ile ilgili görüş ve önerilerin alınması, uzmanlardan maddeler ile ilgili görüş ve önerilerin alınması, ölçeğe son halinin verilip ön uygulamaya hazır hale getirilmesi aşamaları izlenmiştir. Hazırlanan ölçek ön uygulama için 230 öğrenciye uygulandıktan sonra güvenilirlik analizleri ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik analizi sonucunda düzeltilmiş madde toplam korelasyonları 0.2 altındaki maddeler ölçekten çıkarılmış, 0.2 üstündeki maddeler zorunlu ise tutulmuştur. Analizler sonucu 9 madde ölçekten çıkarılmıştır. Ölçeğin boyutları önceden belirlenmiş ve bu boyutlara uygun maddeler yazıldığından açıklayıcı faktör analizi yapılmamıştır. Ölçeğin boyutları Sosyal Girişimcilik Niyeti, Sosyal Girişimcilik Özyeterliği, Empati, Ahlaki Yargı ve Algılanan Sosyal Destek'tir. Ölçeğin tamamına ait Cronbach's Alpha değeri .880 olarak hesaplanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre 41 maddeden oluşan sosyal girişimcilik niyetleri ölçeğinin beş faktörlü yapısının bir model olarak doğrulandığı söylenebilir. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 123, en düşük puan ise 41'dir. Ölçekten alınan puanlar yükseldikçe öğrencinin sosyal girişimcilik niyeti düzeyinin de yükseleceği söylenebilir. Verilerin analizi sonucu elde edilen bulgular, ölçeğin Türkiye'de ilkökul dördüncü sınıf düzeyinde yapılacak araştırmalarda kullanılabileceğini göstermektedir.

#### KAYNAKÇA





- Ajzen, Icek(1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), s. 179–211.
- Baykul, Yaşar (2000). *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme: Klasik Test Teorisi ve Uygulaması*. Ankara: ÖSYM Yayınları.
- Büyüköztürk, Şener (2013). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: PegemA Yayıncılık.
- Cavazos-Arroyo, Judith, Puente-Diaz, Rogelio ve Agarwal, Nivedita (2017). An Examination of Certain Antecedents of Social Entrepreneurial Intentions Among Mexico Residents. *Review of Business Management*, 19 (64), s. 180-199.
- Chengalvala, Sarada ve Rentala, Satyanarayana (2017). Intentions Towards Social Entrepreneurship Among University Students in India. *International Journal of Research -Granthaalayah*, 5 (6), s. 406-413.
- Chinchilla, Andres ve Garcia, Mayte (2017). Social Entrepreneurship Intention: Mindfulness Towards a Duality of Objectives. *Humanist Manag J*, 1, s. 205–214.
- Coşkun, Eda (2015). *Gönüllü Kuruluşların Okul Öncesi Sosyal Girişimcilik Eğitimindeki Rolü*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yalova.
- Çelik, Adnan, İnce, Mehmet ve Bozyiğit, Sezen (2014). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (3), s. 113-124
- Çetinkaya-Bozkurt, Özlem (2011). *Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çokluk, Ömay, Şekercioglu, Güçlü ve Büyüköztürk, Şener (2012). *Sosyal Bilimler için Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları*. (2.Baskı), Ankara: Pegem Akademi.
- Çolakoglu, Hale ve Çolakoglu, Tanju (2016). Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitimi ile Öz yeterlilik Algısı ve Girişimcilik Potansiyeli İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17 (37), s. 70-84.
- Denizalp, Hülya (2007). *Toplumsal Dönüşüm için Sosyal Girişimcilik Rehberi*, <http://www.stgm.org.tr/tr/icerik/detay/toplumsal-donusum-icin-sosyalgirisimcilik-rehberi> (15.04.2018).
- Denizalp, Hülya (2009). *Toplumsal Dönüşüm için Sosyal Girişimcilik Rehberi*, <http://www.stgm.org.tr/tr/icerik/detay/toplumsal-donusum-icin-sosyalgirisimcilik-rehberi> 2. Baskı (15.04.2018).
- Dobebe, Lasma (2016). A New Approach in Higher Education: Social Entrepreneurship Education. [http://kgk.uni-obuda.hu/sites/default/files/17\\_Dobebe.pdf](http://kgk.uni-obuda.hu/sites/default/files/17_Dobebe.pdf) Erişim Tarihi: 10.03.2018.
- Ernst, Kati (2011). *Heartovermind – An Empirical Analysis of Social Entrepreneurial Intention Formation on the Basis of TheTheoryof Planned Behaviour*. Yayınlanmamış doktora tezi, Schumpeter School of Business and EconomicsUniversity of Wuppertal, Berlin.
- Fields, Ziska (2016). *Incorporating Business Models and Strategies into Social Entrepreneurship*. Hershey PA: IGI Global.
- Fish, Lynn A. ve Kim, Ji-Hee (2014). Mylink face: Teaching Social Entrepreneurship. *The BRC Academy Journal of Business*, 4 (1), s. 23-40.
- Hockerts, Kai (2015). The Social Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS): A Validation Study. *Social Enterprise Journal*, 11 (3), s. 260-280.
- İşık, Metin ve Ünlü, Simge (2014). Sosyalleşme ve Toplumsal Değişim Aracı Olarak Gençlik Sosyal Girişimciliği: ZumbaraÖrneği. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 2 (3), s. 150-167.
- İçerli, Leyla, ve Karadal, M. Şahin (2013). Sosyal Girişimcilik. H. Karadal içinde, *Girişimcilik*, (s. 345-350). İstanbul: Beta.
- Karabey, Canan N. (2013). Girişimsel Düşünceyi Anlamak: Düşünme Tarzı ve Risk TercihininGirişimsel Özyetkinlik ve Girişimcilik Niyeti ile İlişkisi, *Süleyman Demirel Üniversitesiİktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (3), s. 143-159.
- Krueger, Norris F. (2009). EntrepreneurialIntentionsAreDead: LongLive EntrepreneurialIntentions. In A. L. Carsrud ve M. Brännback (Eds.), *Understanding the Entrepreneurial Mind –Opening the Black Box*. Dordrecht: Springer.
- Kayalar, Murat ve Arslan, Türkan E. (2009). Ashoka’yaÜye Olan Sosyal Girişimcilerin Türkiye ve Dünyadaki Faaliyet Alanlarının Karşılaştırılması. *SDÜ Vizyoner Dergisi*, 1 (1), s. 56-76.
- Mair, Johanna ve Noboa, Ernesto (2003). SocialEntrepreneurship: How IntentionstoCreate a SocialEnterprise GetFormed. IESE Business School -Universidad de Navarra. Workingpaper. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/4803136>.
- Mair, Johanna ve Marti, Ignasi (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Predictionand Delight. *Journal of World Business*, 44 (1), s. 36-44.
- Pazarıcı, Yener ve Aydın, Erdal (2015). Girişimcilik Temelli Ders Tasarımının Öğrencilerin Girişimci Eğilim ve Davranışlarına Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Deneysel Bir Çalışma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 10 (2), s. 126-146.
- Prabhu, P. Veena., McGuire, J. J. Stephen, Kwong, K. Kern, Zhang, Yang ve Ilyinsky, Alexander (2016).SocialEntrepreneurshipAmongMillennials: A Three-Country ComparativeStudy. *Australian Academyof Accounting and Finance Review*, 2 (4),s. 323-353.
- Sönmez, Asuman, Arıker, Çağla ve Toksoy, Andaç (2016). Dünya’da ve Türkiye’de Sosyal Girişimciliğin Gelişimi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17 (37), s. 102-121.
- Sutha, Irin ve Sankar, P. (2016). Entrepreneurial Intention And Social Entrepreneurship Among University Students in Chennai City. *International Journal of EngineeringStudies*, 8 (1), s. 93-106.
- Taş, Yunus H. ve Şemşek, İlknur (2017). Türkiye ve Dünya’dan Sosyal Girişimcilik Örnekleri Ve İstihdama Katkıları. *Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 6 (16), s. 481-497.
- Tiwari, Preeti., Bhat, Anil K. ve Tikoria, Jyoti (2017). An Empirical Analysis of The Factors Affecting Social Entrepreneurial Intentions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7 (9), s. 1-25.
- Ünlü, Simge (2012). *Sosyal Girişimcilik Bağlamında Halkla İlişkiler Faaliyetleri: Akut Ve Tog Örneğinde Karşılaştırmalı Bir İnceleme*. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kayseri.
- Wanjohi, W. Dorcas (2016). *InvestigatingTheInfluence of SocialEntrepreneurshipEducation on TheEntrepreneurialIntention Of GsseStudents İn Usiu-A.UnitedStates International University*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afrika.
- Weerawardena, Jayand Mort, S. Gillian (2006). InvestigatingSocialEntrepreneurship: A Multidimensional Model, *Journal of World Business*, 41 (1), s. 21-35.
- Wilton, Catherine (2016). *IdentifyingSocialEntrepreneurialIntentAmongStudents in South AfricanUniversities*. Master of Management in theUniversity of theWitwatersrand, Johannesburg. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Johannesburg.
- Zhang, Ying,Duysters, Geert veCloodt, Myriam (2014). The Role of Entrepreneurship Education As A Predictor of University Students’ Entrepreneurial Intention. *Int Entrep Manag J*, 10, s. 623–641.