



**DUYGUSAL ZEKÂ, SOSYAL ZEKÂ VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Zeynep ÇAKANEL

Temmuz 2018

DENİZLİ

**DUYGUSAL ZEKÂ, SOSYAL ZEKÂ VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

**Pamukkale Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Tezi
İşletme Ana Bilim Dalı
Yönetim ve Organizasyon Programı**

Zeynep ÇAKANEL

Danışman: Doç. Dr. İbrahim AKSEL

Temmuz 2018

DENİZLİ

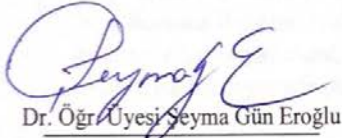
YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı öğrencisi **Zeynep ÇAKANEL** tarafından Doç. Dr. İbrahim Aksel yönetiminde hazırlanan "**Duygusal Zekâ, Sosyal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**" başlıklı tez aşağıdaki jüri üyeleri tarafından **9 Temmuz 2018** tarihinde yapılan tez savunma sınavında başarılı bulunmuş ve Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.



Dr. Öğr. Üyesi Yeliz Mohan Bursalı

Jüri Başkanı



Dr. Öğr. Üyesi Seyma Gün Eroğlu

Jüri Üyesi



Doç. Dr. İbrahim Aksel

Jüri Üyesi

Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun **24/09/2018** tarih ve **40/12**... sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Mehmet Vefa NALBANT

Müdür



Özet

Bu çalışmada da yapılan birçok çalışma gibi sosyal bilimlerdeki sosyal bilimlerin gelişmesi ve ilerlemesi için önemli bir katkı sağlanmıştır.

Literatürde çözümlenmiş olan konulara bakıldığında sosyal psikolojik kavramlar yeni bir kavram gibi ele alınmış ve aslında etkileri çoktur. Her geçen gün sosyal psikolojinin olduğu dünyada sosyal girişimcilik kavramı da önemli bir rol oynamaktadır.

Dünyevi zehin ve Sosyal zehin sosyal girişimcilik kavramı ve etkilerini araştırıldığı bu çalışmada Pamukkale Üniversitesinde bulunan psikoloji bölümünde İktisadi İlimler Fakültesi öğretim üyesi Doç. Dr. Zeynep Çakanel ve sosyal psikoloji kavramının etkilerini ölçülmesi amaçlanmıştır.

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini; bu çalışmanın doğrudan birincil ürünü olmayan bulguların, verilerin ve materyallerin bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini ve alıntı yapılan çalışmalara atıfta bulunulduğunu beyan ederim.

İmza

Zeynep Çakanel

Öğrenci Adı Soyadı

Zeynep Çakanel

ÖNSÖZ

Zekâ alanında da yapılmış birçok çalışma bulunmasına rağmen sosyal girişimcilik ile ilişkilendirilmiş herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Literatürde çoğunlukla alan araştırma konusu olan sosyal girişimcilik kavramı yeni bir kavram gibi ele alınsa da aslında oldukça eski bir kavramdır. Her geçen gün sosyal problemlerin arttığı dünyada sosyal girişimcilik kavramı da önemini arttırmaktadır.

Duygusal zekânın ve Sosyal zekânın sosyal girişimcilik eğilimlerine olan etkilerinin araştırıldığı bu çalışmada Pamukkale Üniversitesinde öğrenim görmekte olan İktisadi İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin duygusal zekâları ve sosyal zekâlarının sosyal girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkileri ölçülmeye çalışılmıştır.

Çalışmamın doğru bir şekilde neticelenmesinde büyük emeği olan tez danışmanın Sayın Doç. Dr. İbrahim AKSEL başta olmak üzere, araştırmamda kullandığım ölçeklerimi uygulamam konusunda bana yardımcı olan Sayın Arş. Gör. Esvet MERT, Sayın Doç.Dr. Zübeyir BAĞCI, Sayın Prof. Dr. Sabahat BAYRAK KÖK'e, hiçbir zaman benden desteğini esirgemeyen Yrd. Doç. Dr. Leyla DEMİR'e ve emeği geçen tüm hocalarıma ve Uzman Klinik Psikolog Haluk ALAN'a teşekkür ederim. Son olarak maddi manevi her zaman yanımda olan ve bana desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen çok kıymetli anneme, babama, ablam ve kardeşime teşekkür ederim.

ÖZET**DUYGUSAL ZEKÂ, SOSYAL ZEKÂ VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Çakanel, Zeynep

Yüksek Lisans Tezi

İşletme ABD

Yönetim ve Organizasyon Programı

Tez Yöneticisi: Doç. Dr. İbrahim Aksel

Temmuz 2018 X + 111 sayfa

Günümüzde artan sosyal sorunlardan dolayı önemini her geçen gün arttıran sosyal girişimcilik konusu bu konu ile ilgili araştırmaların artmasına da sebep olmuştur. Zekâ konusu ise insanoğlu var olduğundan beri hep tartışılan, merak edilen ve araştırılan bir alandır. Bu çalışmada amaç duygusal zekânın sosyal girişimcilik üzerindeki etkisini ve sosyal zekânın sosyal girişimcilik üzerindeki etkisini araştırmaktır.

3 bölümden oluşan bu çalışmanın ilk bölümünde duygusal ve sosyal zekâ ele alınmış olup ikinci bölümde girişimcilik ve sosyal girişimcilik anlatılmıştır. Son bölümde ise duygusal zekâ ve sosyal zekânın sosyal girişimciliğe olan etkisi üzerine yapılan araştırma ve sonuçlarına yer verilmiştir.

Anahtar kelimeler: Girişimcilik, Sosyal Girişimcilik, Duygusal Zekâ, Sosyal Zekâ

ABSTRACT**THE RELATIONSHIP BETWEEN EMOTIONAL INTELLIGENCE, SOCIAL INTELLIGENCE AND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP**

Çakanel, Zeynep
Master Thesis
Business Department
Management and Organization Programme
Adviser of Thesis: Associate Professor, İbrahim Aksel

July 2018, X + 111 Pages

The issue of social entrepreneurship, which is increasing its importance every day due to increasing social problems, has also caused an increase in researches on this subject. The topic of intelligence is a field that has always been discussed, curious and researched since mankind existed. The purpose of this study is to investigate the effect of emotional intelligence on social entrepreneurship and the effect of social intelligence on social entrepreneurship.

Emotional and social intelligence is discussed in the first part of this work which consists of 3 parts and entrepreneurship and social entrepreneurship are explained in the second part. In the last part, research and results on emotional intelligence and the effect of social intelligence on social entrepreneurship are included.

Keywords: Entrepreneurship, Social Entrepreneurship, Emotional Intelligence, Social Intelligence

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET	ii
ABSTRACT.....	iii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	vii
TABLolar DİZİNİ.....	viii
KISALTMALAR DİZİNİ.....	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ZEKÂ, DUYGUSAL ZEKÂ, SOSYAL ZEKÂ

1.1. Zekâ Kavramı	2
1.2. Zekâ Kuramlarının Tarihsel Gelişimi	3
1.3. Zekâ Kuramları.....	4
1.4. Duygu Kavramı	7
1.5. DUYGUSAL ZEKÂ.....	7
1.5.1. Duygusal Zekâ Tarihçesi ve Gelişimi	7
1.5.2. Duygusal Zekâ Kavramı.....	8
1.6. Duygusal Zekâ Modelleri.....	9
1.6.1. Mayer Salovey Modeli.....	9
1.6.2. Cooper & Sawaf Modeli	10
1.6.3. Goleman Modeli.....	11
1.6.4. BarOn Modeli.....	13
1.7. Duygusal Zekânın Ölçülmesi	14
1.7.1. Yetenek Tabanlı Duygusal Zekâ Ölçümleri.....	14
1.7.2. Karma Duygusal Zekâ Model Ölçümleri.....	15
1.8. Duygusal Zekâ İle İlgili Yapılmış Çalışmalar.....	16
1.9. SOSYAL ZEKÂ	18
1.9.1. Sosyal Zekâ Kavramının Tarihçesi	18
1.9.2. Sosyal Zekâ Kavramı	18
1.9.3. Sosyal Zekâ Boyutları	19
1.10. Sosyal Zekâ Ölçümü ve Ölçekleri.....	20
1.10.1. Başarı karakteristiği olan ölçekler	20
1.10.2. Kendini Değerlendirme Tarzı Sosyal Zekâ Ölçekleri	21

1.10.3.	Başkaları Tarafından Değerlendirme Esaslı Sosyal Zekâ Ölçekleri	22
1.10.4.	Davranışları Değerlendirme Esaslı Sosyal Zekâ Ölçekleri.....	22
1.11.	Sosyal Zekâ ile İlgili Yapılmış Çalışmalar	22

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

2.1.	Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	25
2.2.	Girişimcilik ve Girişimci Kavramları	26
2.3.	Girişimciliğin Sınıflandırılması.....	29
2.4.	SOSYAL GİRİŞİMCİLİK	31
2.4.1.	Sosyal Girişimciliğin Tarihçesi	31
2.4.2.	Sosyal Girişimcilik Kavramı.....	32
2.4.3.	Sosyal Girişimcilik Yaklaşımları	34
2.4.3.1.	Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluş Yaklaşımı	34
2.4.3.2.	Kâr Amacı Güden Sosyal İşletme Yaklaşımı	35
2.4.3.3.	Sosyal Bir Amaca Sahip Olmayan Ancak Kâr Amacı Güden Kuruluş Yaklaşımı	35
2.4.3.4.	Tüm Sektörleri İçeren Yaklaşım.....	35
2.4.4.	Sosyal Girişimciliğin Boyutları.....	36
2.4.4.1.	Sosyal İçerikli Vizyon ve Misyon Sahibi Olma	36
2.4.4.2.	Finansal Getiri.....	37
2.4.4.3.	Yenilikçi Olma (İnovasyon)	37
2.4.4.4.	Kaynak Yaratma Ve Sürdürülebilirliği Sağlama	38
2.4.4.5.	Sosyal Ağları Kullanma	38
2.4.5.	Sosyal Girişimci Kavramı	38
2.4.6.	Sosyal Girişimciliğin Faaliyet Alanı	41
2.4.6.1.	Sektörlere Göre	41
2.4.6.2.	Amaçlarına Göre.....	42
2.4.6.3.	Yetki Alanlarına Göre	43
2.4.6.4.	Eylemlerine Göre	44
2.4.7.	Dünya’da Sosyal Girişimcilik	45
2.4.8.	Türkiye de Sosyal Girişimcilik.....	47
2.4.9.	Sosyal Girişimcilik İle İlgili Yapılmış Çalışmalar	49

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DUYGUSAL ZEKÂ, SOSYAL ZEKÂ VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ARASINDAKİ İLİŞKİYİ İNCELEMeye YÖNELİK ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	51
3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları	51
3.3. Araştırmanın Yöntemi	52
3.3.1. WLEIS Duygusal Zekâ Ölçeği	52
3.3.2. Tromso Sosyal Zekâ Ölçeği.....	52
3.3.3. Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği	53
3.4. Araştırma Modeli.....	54
3.5. Araştırma Hipotezleri	55
3.5.1. Duygusal Zekâ Ve Sosyal Girişimcilik İçin Hipotezler	56
3.5.2. Sosyal Zekâ Ve Sosyal Girişimcilik İçin Hipotezler	57
3.6. VERİ ANALİZ YÖNTEMLERİ.....	58
3.7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	58
3.7.1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler	58
3.7.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere Ait Güvenilirlik Analizleri	59
3.7.2.1. Duygusal Zekâ Ölçeği Güvenilirlik Analizi	60
3.7.2.1. Sosyal Zekâ Ölçeği Güvenilirlik Analizi	61
3.7.2.3. Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği Güvenilirlik Analizi.....	64
3.7.3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere Yönelik Geçerlilik Analizleri	67
3.7.3.1. Duygusal Zekâ Ölçeği Geçerlilik Analizleri.....	67
3.7.3.2. Sosyal Zekâ Ölçeği Geçerlilik Analizleri	69
3.7.3.3. Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği Geçerlilik Analizleri	71
3.7.4. Hipotez Testleri.....	75
3.7.4.1. Duygusal zekâ ve Sosyal Girişimcilik İçin Kurulan Hipotezler	75
3.7.5. Verilere İlişkin Farklılık Analizleri.....	84
SONUÇ.....	89
EKLER	107
ÖZGEÇMİŞ	111

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1:Sosyo-Duygusal Zekâ Yetkinlik Modeli	13
Şekil 2: Çağdaş Girişimciliğin Gelişim Süreci	26
Şekil 3: Sosyal Girişimcilik Yaklaşımı	32
Şekil 4:Sosyal Girişimciliğin Kaynakları	35
Şekil 5:Sosyal Girişimcinin Çalışma Şekli.....	39
Şekil 6:Sosyal Girişimcilik ve İlgili Diğer Girişimcilik Uygulamalarının Sektörlere Göre Konumlandırılması.....	42
Şekil 7: Örgütlerin Asıl İş Amacı ve Girişimcilik Düzeyine göre Sınıflandırılması.....	43
Şekil 8: Yetki Alanlarına Göre Sosyal Girişim.....	43
Şekil 9: Sosyal Sorunlarla İlgilenme Şekilleri	44
Şekil 10:Araştırmanın Basit Modeli.....	54
Şekil 11:Araştırmanın Modeli	55

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1: Zekâ Kuramlarının Tarihsel Gelişimi	3
Tablo 2:Baron Duygusal Zekâ Modeli	13
Tablo 3:Baron Yeniden Düzenlenmiş Duygusal Zekâ Modeli	14
Tablo 4:Yetenek Tabanlı Duygusal Zekâ Ölçümleri.....	15
Tablo 5:Karma Duygusal Zekâ Model Ölçümleri.....	16
Tablo 6:Farklı Araştırmacıların Sosyal Zekâyı Boyutlandırması.....	19
Tablo 7: Başarı Karakteristiği Ölçekleri	21
Tablo 8: Kendini Değerlendirme Tarzı Sosyal Zekâ Ölçekleri.....	21
Tablo 9:Başkaları Tarafından Değerlendirme Esaslı Sosyal Zekâ Ölçekleri.....	22
Tablo 10:Davranışları Değerlendirme Esaslı Sosyal Zekâ Ölçekleri	22
Tablo 11:Orta Çağdan Bilgi Toplumuna Kadar Girişimciliğin Gelişim Aşamaları.....	28
Tablo 12:Sosyal Girişimcilik Tanımları	32
Tablo 13:Kurumların Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimci Tanımları	33
Tablo 14:Sosyal Girişimcilik Ve Ticari Girişimcilik Arasındaki Farklar.....	40
Tablo 15:Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler	58
Tablo 16:Duygusal Zekâ Ölçeği ve Alt Boyutları Alfa Katsayısı.....	60
Tablo 17:Duygusal Zekâ Ölçeği Alfa Katsayısı ve Madde Toplam Korelasyon Değerleri	61
Tablo 18:Sosyal Zekâ Alfa Katsayısı ve Madde Toplam Korelasyonu.....	62
Tablo 19:Sosyal Zekâ Alfa Katsayısı ve Madde Toplam Korelasyonu.....	63
Tablo 20: Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği Alfa Katsayısı ve Madde-Toplam Korelasyonu.....	65
Tablo 21:Faktörlerin Özdeğer Ve Varyansları.....	68
Tablo 22:Duygusal Zekâ Faktör Yükleri Sonuç Matrisi.....	69
Tablo 23:Sosyal Zekâ Ölçeğinin Özdeğer Ve Varyansları	70
Tablo 24:Sosyal Zekâ Faktör Yükleri Sonuç Matrisi	70
Tablo 25:Sosyal Girişimcilik Ölçeği Özdeğer ve Varyansları.....	72
Tablo 26:Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği Faktör Yükleri Sonuç Matrisi.....	73
Tablo 27:Sosyal Zekâ Ölçeği ve Alt Boyutları Alfa Değeri.....	74
Tablo 28:Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği ve Alt Boyutları Alfa Değeri.....	75
Tablo 29:Duygusal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği Arasındaki Korelasyon Matrisi	77
Tablo 30:Duygusal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik İçin Anova Sonuç Tablosu.....	79
Tablo 31:Duygusal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik İçin Regresyon Analizi	79
Tablo 32:Duygusal Zekâ Sosyal Girişimcilik Regresyon Analizi.....	79
Tablo 33:Duygusal Zekâ Alt Boyutlarıyla Sosyal Girişimcilik Alt Boyutlarının Arasındaki Regresyon Analizi.....	80
Tablo 34:Sosyal zekâ ve Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği Arasındaki Korelasyon Matrisi	81
Tablo 35:Sosyal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik için Anova tablosu	83
Tablo 36:Sosyal zekâ ve Sosyal Girişimcilik Regresyon Analiz Tabloları	83
Tablo 37:Sosyal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik İçin Regresyon Analizi.....	83

Tablo 38:Sosyal Zekâ alt Boyutları İle Sosyal Girişimcilik Alt boyutları Arasındaki Regresyon Analizi.....	84
Tablo 39:Cinsiyet İçin T- Testi	85
Tablo 40:Ailede Sosyal Girişimci Olma Durumu İçin T-Testi.....	85
Tablo 41:Herhangi Bir Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olma Durumu İçin T-Testi	86
Tablo 42:Bölümler Arası Farklılık İçin T-testi Sonuç Tablosu	87
Tablo 43:Sınıflar Arası Farklılık İçin Anova Tablosu.....	87
Tablo 44:Sınıflar Arası Farklılık İçin Tukey Testi Sonucu	88

KISALTMALAR DİZİNİ

Bdd	Başkalarının Duygularını Değerlendirme
DZ	Duygusal Zekâ
Dk	Duyguların Kullanımı
Dd	Duyguların Değerlendirilmesi
Fg	Finansal Getiri
Inv	İnovasyon
Kdd	Kendi Duygularını Değerlendirme
Sa	Sosyal Ağlar
Sb	Sosyal Beceri
Sbs	Sosyal Bilgi Süreci
Sf	Sosyal Farkındalık
SG	Sosyal Girişimcilik
Sur	Sürdürülebilirlik
Sv	Sosyal Beceri
SZ	Sosyal Zekâ

GİRİŞ

Zekâ ile ilgili bilimsel içerikli çalışmalar 20 yy. da planlı bir şekilde yapılmış olsa da zekâ kavramı olarak insanoğlu var olduğundan beri tartışılan bir konu olmuştur. Çeşitli zekâ kuramları ortaya atılmış ve hep tartışma konusu haline gelmiştir. Zekâ kavramının altında yer alan duygusal zekâ kavramı ve sosyal zekâ kavramı da çeşitli çalışmalarda işlenmiştir. Artan yapay zekâ teknolojileri her ne kadar bu zekâ türlerinin önemi yitirmesine sebep oluyormuş gibi görünse de insanlık var olduğu sürece iletişime ihtiyaç vardır ve dolayısıyla bu iki zekâ kavramı önemini asla yitirmeyecektir.

Girişimciler üretim faktörlerini bir araya getirerek hareket etmekte ve kâr amacı gütmektedir sosyal girişimciler girişimciliğe sosyal bir değer oluşturmak amacıyla yenilikçi çözümler bulmayı hedefleyerek hareket eden kişilerdir. Günümüz dünyasını düşünülecek olursa artan sosyal sorunlar bize sosyal girişimciliğin önemini bir kez daha göstermektedir. Hızla önemi artan sosyal girişimcilik konusu literatürde de kendine yer bulmuştur.

Söz konusu kavramların daha iyi anlaşılması, duygusal zekâ ve sosyal zekânın sosyal girişimcilik üzerindeki etkilerini araştırmak bu çalışma için çıkış noktası olmuştur.

Çalışma 3 ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde sosyal girişimcilik ikinci bölümde duygusal zekâ ve sosyal zekâ son bölümde ise duygusal zekâ ve sosyal zekânın sosyal girişimcilik üzerindeki etkisi ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın yapılabilmesi için öncelikle literatür taraması yapılmış olup ilk bölümde zekânın ne olduğu açıklandıktan sonra zekâ kuramları açıklanmış ve duygusal zekâ ve sosyal zekâ kavramları ele alınmıştır. Duygusal zekâ kavramı tarihçesi, tanımları, modelleri gibi birçok alt başlık altında detaylı bir şekilde incelenmiş ve sosyal zekâ kavramı içinde yine tarihçesi, tanımı boyutları ve ölçüm metotları ele alınmıştır.

İkinci bölümde ise girişimcilik ve tarihçesi sosyal girişimcilik kavramı ve tarihçe her iki kavram arasındaki farklar ve Türkiye’den ve Dünyadan örneklere yer verilmiştir.

Son bölümde İİBF öğrencilerinin oluşturduğu örnekleme duygusal zekâ, sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik arasındaki ilişkiyi ölçmek için dağıtılan anketlerden elde edilen verilere uygun analizler yapılmış ve sonuçlar yorumlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM ZEKÂ, DUYGUSAL ZEKÂ, SOSYAL ZEKÂ

1.1.Zekâ Kavramı

Zekâ ile ilgili bilimsel içerikli çalışmalar 20 yy. da planlı bir şekilde yapılmış olsa da zekâ kavram olarak insanoğlu var olduğundan beri tartışılan bir konu olmuştur. Yapılan tanımlamalar çoğu zaman içinde bulunduğu zamandan etkilenerek yapılmıştır.1921 ve 1986 da akademisyenlerin zekâyı tanımlamış oldukları iki çalışma da bu konuya örnek teşkil etmektedir (Sutarso, 1998:Akt: Arbak ve Çakar, 2004: 26). 1921 de yapılan çalışmada akademisyenler zekâyı problem çözme, öğrenebilme yeteneği ve çevreye uyum yeteneği olduğunu düşünmüşlerdir. 1986 yılındaki çalışma da ise akademisyenler zekâyı üst düzey yeteneklerin, kültür tarafından değerli görülen becerilerin ve yönetici süreçlerin olduğunu söylemiştir. Görüldüğü gibi her iki çalışmada da üst düzey beceriler içerse de 1986 yılında yapılan çalışma da kültür tarafından etkilenen bir zekâ kavramı ortaya atılmıştır. Batı kültüründe hız zekânın bir parçası gibi görülürken Çin kültüründe ise kişinin kendini tam anlamıyla bilmesi anlamına gelmektedir (Rau, 2001: Akt: Arbak ve Çakar, 2004: 26).

Lam ve Kirby'e göre (2002:134) zekâ temel bilgileri edinmek ve yeni durumlarda bilgiyi kullanmak anlamına gelmektedir. Başka bir tanım da ise bireyin çevresinde olan olaylara uyumlu bir şekilde tepki verme yeteneği olarak ifade edilmektedir. Diğer bir deyişle zekâ sembollerini yorumlayan ve ilişkilerin anlaşılmasını sağlayan gözlemlenen olayların sebeplerini açıklama yeteneği olarak tanımlanır (Balkış ve Baymur, 2014:231).

Zekâ ile ilgili birçok farklı tanım bulunmasına rağmen uzmanlar bazı konularda görüş birliğine varmışlardır (Newsome vd. , 2000:1006, Akt: Ak Sütü, 2013: 4):

- ✓ Zekâyı oluşturan unsurlar kalıtımla geçmektedir.
- ✓ Kalıtımla aktarılan bilişsel güçler, çevrenin etkisiyle yeteneklere dönüşmektedir.
- ✓ Yeteneklerin insan zekâsını oluşturdukları varsayılmaktadır.
- ✓ İnsan yeteneklerini kullanarak çevre ile denge ve uyum sağlanmaktadır.
- ✓ İnsanın çevresiyle sürekli etkileşim zekânın gelişmesine ve bilişsel örüntüsünün gelişmesine yol açmaktadır.

- ✓ Çevreyle etkileşimin niteliği bilişsel örüntünün düzeyini değiştirmektedir.
- ✓ Zekâ yönünden bireyler arasında farklılık bulunmaktadır.
- ✓ İnsan zekâsını ölçmek için yeteneklerini ölçmek gerekmektedir.

1.2. Zekâ Kuramlarının Tarihsel Gelişimi

Zekâ insanoğlu varolduğundan beri tartışılan bir konu olmuştur. Çeşitli araştırmacılar farklı kuramlarla zekâyı ifade etmişlerdir. Aşağıda Tablo-1’de zekâ kuramlarına ait tarihsel gelişim verilmiştir.

Tablo 1: Zekâ Kuramlarının Tarihsel Gelişimi

İnsan Nefs-i Ameli ve Kuramsal Akıl Görüşü (İbn-i Sina)	Zekâyı duyuvarın bir fonksiyonu olarak değerlendirmiştir.
Kalıtısal Zekâ Yaklaşımı (Hereditary Genius Approach) (Galton-1869)	Bireyin kalıtısal olarak taşıdığı düşünüşü bedensel - devinimsel davranışları, zekânın ölçüsü olarak görülmüştür.
Binet/ Simon Zekâ Testi- Binet/Simon Intelligence Scale (Binet-1904)	Doğru karar verme, kavrama ve mantık yürütmenin zekânın zorunlu aktiviteleri olduğunu savunmuştur.
Psikometrik Yaklaşım –Psychometric Approach- (Spearman- 1927)	Bilişsel Faktörleri ölçerek zekânın da ölçülebileceği görüşünü ileri sürmüş, belirli zihinsel yetenekleri ‘g’ ve ‘s’ faktörü olarak değerlendirmiştir.
Soyut, Mekanik ve Sosyal Zekâ Yaklaşımı – Abstract, Mechanical and Social Intelligence Approach (Thorndike-1920)	Zekâyı soyut, mekanik ve sosyal zekâ olarak üç temel zihin gücü çerçevesinde değerlendirmiştir.
Zihnin Vektörleri Yaklaşımı- Vectors of Mind Approach- (Thurstone-1938)	Sosyal zekânın, IQ’nun bir bileşeni olduğunu ileri sürmüştür.
Akıcı Zekâ ve Kristalize Zekâ Yaklaşımı –Fluid Intelligence and Cristalized Intelligence Approach- (Cattel- 1963)	Cattell, ‘Mental Tests and Measurements, Mind’ – Zihinsel Testler ve Ölçümler, Zihin’ adlı eserinde zihnin algısal boyutu üzerinde durarak, zekâyı ‘akıcı zekâ’ ve ‘kristalize zekâ’ olmak üzere iki alt başlık altında incelenmiştir.
Aklın Yapısı Yaklaşımı – Structure Of Intellect Approach (Guilford- 1967)	Zekânın içerik, ürün ve işlemden oluşan üç boyutu olduğunu savunmuştur.
Bilişsel Gelişim Kuramı – Cognitive Development Theory – (Piaget- 1970)	Zekâyı değişme ve kendini yenileme gücü olarak tanımlamıştır.

Tablo 1 (Devam) : Zekâ Kuramlarının Tarihsel Gelişimi

Duygusal Zekâ Kuramı – Emotional Intelligence Theory- (Salovey ve Mayer- 1983)	İlk kez duygusal yetenek olarak değerlendirilen özellikleri sıralayarak duygu ve duygu yönetimini kavramsallaştırmışlardır. Duygusal zekâyı; duyguları algılama, kullanma, anlama ve yönetme yeteneklerinden oluşan bir kavram olarak yorumlamışlardır.
Çoklu Zekâ Kuramı- Multiple Intelligence Theory- (Gardner- 1983)	Tekli zekâ Modelinin antitezi niteliğindedir. Farklı zekâ türlerinin varlığına dikkat çekmekte ve her insanın kendine özgü bir zekâ profiline sahip olduğu görüşünü savunmaktadır.
Triarşik Zekâ Kuramı- Triarhic Intelligence Theory- (Stenberg-1985)	Zekânın birbiriyle etkileşerek işleyen bileşimsel, bağlamsal ve deneysel üç alt alandan oluştuğunu ileri sürmektedir.
Biyo Ekolojik Yaklaşım- Bio Ecological Approach- (Ceci-1990)	Spearman'ın 'g' faktörüne karşı çıkmış ve zekâyı biyolojik temele sahip bilişsel potansiyel olarak ele almıştır.
Duygusal Yetenek Çerçevesi –Emotional Competence Framework- (Goleman-1998)	Bir bireyin IQ testinde sözlü ve sayısal beceriler bağlamında gösterdiği başarının gelecekteki yaşam başarısını öngörmeye yeterli olmayacağını savunmuş ve en az IQ kadar önemli olan duygusal tepki düzenleme, duygusal uyum gibi yeteneklere dikkat çekmiştir.

Kaynak: Gürel ve Tat, 2010: 342

1.3. Zekâ Kuramları

Zekâ kavramı, 20. yüzyılın başlarından itibaren tek etmen kuramı, çift etmen kuramı, çok etmen kuramı olmak üzere üçe ayrılmıştır (Konakay, 2010: 66 – 67, Kızıl,2014: 16);

Tek Etmen Kuramı: Zekâyı genel yeteneklerin toplamı olan bir tek yetenek olarak kabul eden zekâ kuramıdır. Terman zekâyı soyut düşünme yeteneği, Davis problem çözme yeteneği Stern ise düşünme yeteneğini kullanarak yeni hayat koşullarına uyabilme gücü olarak tanımlamışlardır.

Çift Etmen Kuramı: Zekâyı genel ve özel yetenekleri bir arada değerlendiren iki boyutlu bir yetenek olarak ele alan zekâ kuramıdır. Spearman yeteneğin iki türlü halinden birine genel zekâ anlamına gelen 'g' faktörü diğerine ise özgül anlamına gelen spesifik kelimesinin baş harfi olan 's' faktörü olarak belirlemiştir. Spearman 'g'

faktörüne zekâ demiştir ve bireyin zekâsını ölçmek için ‘s’ faktörünü ölçmek gerektiğini söylemiştir. Bir kişi ne kadar zekiyse problemleri o kadar kolay çözer ve o daha fazla karmaşık ilişkiler kurabilir.

Çok Etmen Kuramı: Çeşitli alanlardaki yeteneklerin toplamı bir kavram olarak kabul edilir. Çok etmen kuramı ile ilgili açıklama yapan birkaç bilim adamı bulunmaktadır. Bunlar Thorndike, Thurstone ve Guilford’dur.

Thorndike’e göre çok etmen kuramı ; zekâ değil zekâların olduğunu düşünmektedir ve zekâyı üçe ayırır. Bunlar; mekanik, soyut ve sosyaldır.

Thurstone’a göre ise çok etmen kuramı farklı birçok fikirsel yeteneğin birleşiminden meydana gelmektedir. Bu yetenekler ise; sözel anlayış, sözel akıcılık, sayısal yetenek, uzay ilişkilerini kavrama, bellek, algısal hız, mantıksal düşünme şeklindedir.

Guilford’a göre zeka içerik, ürünler, işlem olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır ve bu bölümlerde alt kısımlara ayrılmaktadırlar.

Gardner (1995: 1-11) çok etmen kuramını temel alan “Çoklu Zekâ Kuramını” geliştirmiştir. Çoklu zekâ kuramına göre zekâ 9’a ayrılmaktadır.

Gardner’ın Çoklu Zekâ Kuramı

Zekânın tek bir yapıdan meydana gelmediğini ve birbirinden ayrı yedi zekâ türüne sahip olduğunu ve bu zekâları insanların geliştirebileceğini belirtmiştir. (Altan, 2012:140) Gardner bu açıklamasından sonra 1995 yılında 8. Zekâ türü olarak doğacı zekâ türünü, 1999 senesinde de 9. Zekâ türü olarak varoluşçu zekâ türünü eklemiştir.

- 1. Sözel / Dilbilimsel Zekâ (Verbal/ Linguistic Intelligence) :** Yazılı ve sözlü olarak dili etkin kullanmaktır. Dilin semantiğini, pratiğini, yapısını ve yönlendirme ve manipüle etme özelliğini kapsayan bu zekâ türü ‘retorik’, ‘mnemonics’ ve ‘metadil’ gibi amaçlara hizmet etmektedir (Armstrong, 2000:2).
- 2. Mantıksal/ Matematiksel Zekâ (Logical /Mathematical Intelligence):** Sayı ve kavramlarla başarılı bir şekilde uğraşabilme, tümevarım ve tümdengelim yoluyla çıkarımlarda bulunabilme, neden sonuç ilişkileri

kurabilme ve tahminde bulunabilme gibi yetenekleri içinde barındırır (Bacanlı,2000:126 ,Saban, 2005: 8).

3. **Müziksel/ Ritmik Zekâ (Musical Intelligence):** Ritim tutma, ses yüksekliğini algılayabilme, duyduğu melodilere karşı duyarlılık, güzel şekilde şarkı söyleyebilme gibi yetenekleri barındırır (Saban, 2005:10).
4. **Uzamsal / Görsel Zekâ (Spatial / Visual Intelligence):** Cisimlerin biçimi, şekli, rengi gibi özelliklerine karşı duyarlılık. Boşlukları tahmin edebilme ve zihninde canlandırabilme gibi yeteneklere sahip olmayı sağlar (Saban, 2005:9).
5. **Bedensel / Kinestetik Zekâ (Bodily / Kinesthetic Intelligence):** Karşılaşılan problemler karşısında vücudunu kullanarak sorunu çözme, fikirlerini de yine aynı şekilde ifade etme gibi beceriler barındıran bu zekâ türüne sahip bireylerin hız, denge, esneklik gibi konularda da yetenekleri bulunmaktadır (Kızıl, 2014: 19).
6. **Kişilerarası Zekâ/ Sosyal Zekâ (Interpersonal/ Social Intelligence):** Kişilerle sağlıklı ilişkiler kurabilme, onların yüz ifadelerini ve duygularını anlayabilme ve beden dilini sağlıklı bir şekilde kurabilme gibi yetenekleri içerisinde barındırır (Adsız, 2016: 9).
7. **İçsel Zekâ (Intrapersonal Intelligence):** Bireyin kendisinin farkında olması, duygularını anlamlandırabilme ve kontrol edebilme ve diğer bireyler ile arasındaki benzerlikleri anlayabilmesidir. Adeta kişiliğin anahtarı durumundadır (Saban,2005: 13).
8. **Doğacı Zekâ:** Doğacı zekâ doğada bulunan çeşitliliği, renkliliği şekilleri, sesleri ve kokuları fark edebilme ve onlara karşı ilgi duymadır. Bu sayede bireyler doğada bulunanları tanımlayabilir ve sınıflandırma yapabilirler (Lazear, 2000: 25-26).
9. **Varoluşçu Zekâ:** ‘Büyük soruların zekâsı olarak adlandırılan bu zekâ türü insanlığın ve evrenin varoluş nedenini araştırır. Bilimsel bağlamda somutlaştırılmaz çünkü nörolojik temelli ve ilişkili olduğu beyin bölgesi ile ilgili kesin kanıtlar bulunmamaktadır (Gardner, 2003:7; Gardner,2005:9, Akt: Gürel ve Tat, 2010: 352).

1.4.Duygu Kavramı

Duygu kavramı hem psikolojik hem de felsefi alt yapısı olan bir kavram olduğu için bu konuyla ilgili birçok farklı tanım yapılmıştır (Adsız, 2016: 4).

Duygu kavramı İngilizce de “emotion” kelimesine karşılık gelmektedir. Latince de ise hareket etmek anlamına gelen “motere” kökünden gelmekte ve “e” ön ekini alarak İngilizcede emotion kelimesine dönüşmektedir (Goleman, 2009).

Goleman (2009) duyguyu; hareket etmemize sebep olan dürtü ve hayatta kalmak için acil durum planı olarak tanımlamaktadır.

Descartes’a (2010) göre duygu; davranış stillerini ve bu davranışların kişide oluşturduğu yararlarla ilgili düşüncelerin ürünüdür.

Aristoteles’e göre ise duygu, neşeli olduğumuzda da ya da üzgün olduğumuzda da algıladıklarımız ya da varsayımlarımızı kapsayan durumları ifade etmektedir.

Duygu bir his ve bu hisse özgü belirli düşünceler, psikolojik ve biyolojik haller ve bir dizi hareket eğilimidir (Goleman, 1996).

Felsefi açıdan olan tanımını ise şu şekildedir:

“Duygu; duyulan ve duyumsanan her şeydir ve özellikle de tüm tutkuların, hafif ya da orta şiddetteki heyecanlar ile aşk ve sevgi gibi psikolojik süreçlerin ve içgüdüsel eğilimlerin genel adını ifade etmektedir” (Cevizci, 2013:268, Akt: Adsız,2016: 5).

1.5.DUYGUSAL ZEKÂ

Duygusal zekâ kavramı tanımı, tarihçesi ve gelişimi, modelleri, ölçüm teknikleri aşağıda verilmiştir.

1.5.1. Duygusal Zekâ Tarihçesi ve Gelişimi

Evrim sürecinde insanlığın gelişmesiyle beraber gelişen bir kavram olan duygusal zekâ kavramı ilk zamanlardan beri ortama uyum sağlamak ve yaşanan olaylarla başa çıkmak hayatta kalmanın en önemli şartıdır (Bal,2007:9) Duygusal zekânın ortaya çıkış sebebi mantığın ortadan kalkması değil insanın kalbini kullanmasıdır (Kılıçarslan, 2009: 66-67). İnsan hayatının başlarından itibaren duygusal zekâ gelişmeye başlar.

1920’li yılların başlarından itibaren zekâ literatürüne dahil edilen duygu kavramı daha önceleri zekâ kavramı ile karşıt kavramlar olarak kullanılmaktaydı (Mayer vd. ,

2000:399). Bazı yazarlar düşünce ve hareketlere duyguların yön verebileceğini ve bu sayede kişinin problem çözme konusunda başarılı olabileceklerini konusunda fikir birliğine varmışlardır (Mayer ve Salovey, 1997:6).

Gardner'ın 1983 yılında yapmış olduğu “çoklu zekâ” teorisi kişilerarası ve içsel zekâ arasındaki ayrımı yaparak duygusal zekânın gelişmesinin temellerini atmıştır (Wells vd. 2000).

Duygusal zekâ kavramı 1985 yılında akademik olarak ilk defa Wayne Leon Payne adındaki Amerikalı bir öğrencinin hazırlamış olduğu doktora tezinde kullanılmıştır. Bu tanımlamadan sonra 5 yıl süre ile duygusal zekâ kavramı kullanılmamıştır (Hein,2005).

1994 ve 1995 yıllarına gelindiğinde ise Goleman “duygusal okur- yazarlık” üzerine bir takım çalışmalar gerçekleştirmiştir ve bu çalışmaları gerçekleştirirken Salovey ve New'den faydalanmıştır. Bireylerin duygu dünyalarını nasıl ve ne şekilde gerçekleştirebileceklerini araştıran Goleman “Duygusal okur- yazarlık” başlıklı kitabının ismini “Duygusal Zekâ” olarak değiştirmiştir. (Goleman, 1998:4).

Goleman'ın 1995 de kaleme aldığı “Emotional Intelligence” adlı kitabı çok ses getirmiş ve yazıldığı yıl Time dergisine kapak olmuştur. Zaten kavramın popülerlik kazanması da bu kitap sayesinde yani Goleman tarafından olmuştur (Demirsöz-Selçioğlu,2010:43).

1.5.2. Duygusal Zekâ Kavramı

Duygusal zekânın bugüne kadar yapılmış birçok tanımı mevcuttur.

BarOn (2006) duygusal zekâ tanımını şu şekilde yapmıştır: bireyin kendisini ve diğerlerini etkin şekilde anlamasını, kendisini ifade etmesini, kişilerle ilişki kurmasını ve o anda içinde bulunduğu çevreye uyum sağlayıp onunla başa çıkabilmesini sağlayan duygusal ve sosyal yeteneklerden oluşur.

Duygusal zekâ duyguların akıllıca kullanımudur (Weisinger, 1998:12, Akt: Mumcuoğlu, 2002: 27).

Goleman'a (2003) göre ise duygusal zeka, duyguları fark edebilme ve bu doğrultuda iyi kararlar verme, üzüntünün üstesinden gelebilme, dürtülerini kontrol edebilmehüzünlü ruh halinin üstesinden gelme anlamına gelir.

Duygusal zekâ, insanlarla kurulan ilişkilerin daha sağlıklı olmasını, empati yapabilmeyi, kendini daha iyi anlamayı ve daha iyi ifade edebilmeyi sağlar. Dünyaya karşı olan tutumda duygusal zekâ önemlidir (Topuksal, 2011:7).

Mayer ve Salovey (1993) duygusal zekayı; bireyin kendisinin ve diğerlerinin duygu ve düşüncelerini izleme, bunlar arasında ayırım yapma ve bu süreçten elde ettiği bilgiyi, birinin düşünce ve davranışlarında rehberlik etme amacıyla kullanma yeteneği olarak tanımlamışlardır. Aynı zamanda onlar duygusal zekayı; sosyal zekanın bir alt türü olarak, duyguları tanıma ve onların ilişkileri altında yatan neden-sonuç ilişkisini anlama yeteneği olarak tanımlamışlardır.

1.6.Duygusal Zekâ Modelleri

Duygusal zekâ modelleri farklı kişiler tarafından farklı şekillerde tanımlarının yapılması ve kapsamlandırılması ile ortaya çıkmıştır. Bu modelleri temelde iki başlık altında toplanabilir (Adsız, 2016: 25). Bunlar yetenek tabanlı duygusal zekâ modeli ve karma duygusal zekâ modelleridir. Yetenek tabanlı duygusal zekâ modeli; duygusal zekâ sadece kişisel yeterlilik olarak kabul edilirken, karma modelde ise kişisel yeterliliğin yanı sıra kişinin davranışları, sosyal becerileri, kişisel özellikleri de kabul edilir (Çakar ve Arbak,2004: 34).

1. Yetenek Tabanlı Duygusal Zekâ Modeli

a) Mayer ve Salovey Duygusal Zekâ Modeli

2. Karma Duygusal Zekâ Modelleri

a) Bar-On Duygusal Zekâ Modeli

b) Daniel Goleman Duygusal Zekâ Modeli

c) Cooper& Sawaf Duygusal Zekâ Modeli

1.6.1. Mayer Salovey Modeli

Mayer ve Salovey gerek duygusal zekâ tanımlaması gerekse modellenmesi adına literatüre oldukça büyük katkı sağlamıştır. Daha sonra yapılan çalışmalar da bu kişilerin yaptıkları çalışmalar temel alınarak yapılmıştır (Çakar ve Arbak, 2004:35).

Mayer ve Salovey'in (1997:10) duygusal zekâ içeriği şu şekildedir; "Duyguları doğru biçimde algılama, değerlendirme ve ifade etme yeteneği; düşüncelere rehberlik edecek biçimde hisleri üretme ve kullanma yeteneği; duyguları veya duygusal

enformasyonu anlama yeteneği ile duygusal ve entelektüel gelişimi sağlamak için duyguları düzenleme ve ifade etme yeteneğini içerir.”

Mayer ve Salovey’in modelinde duygusal zekâ 4 boyuttan oluşmaktadır:

1. **Duyguları algılama, Değerlendirme ve İfade Etme:** Kişinin kendi duygularını ve çevresindekilerin duygularını fark etmesiyle duygusal algılama başlar (Davis, 2004, Akt: Topuksal,2011:11).
2. **Duyguların Kullanımı:** Duygular düşüncelere şekil verir. Kişilerin o anki duyguları verdikleri tepkileri etkiler mutluyken mutlu kararlar alabiliyorken üzgünken olumsuz kararlar alabilirler (Mayer, Salovey ve Caruso (2000) , Akt: Doğan ve Şahin ,2007:237).
3. **Duyguları Anlama ve Duygularla Muhakeme Etme:** Duyguları anlayıp ona göre davranmayı ifade eder. Duygusal zekâsı yüksek olan bireyler duygusal anlayışlarını duyguları anlayıp muhakeme ettiklerinde oluşturmuş olurlar. Bu özellik sayesinde kişiler ileride yaşayabilecekleri olayları daha önceden tahmin ederek oluşabilecek fayda ve zararları düşünebilirler (Davis, 2004, Akt: Topuksal,2011:11).
4. **Duyguları Düzenleme ve Yönetme:** Güzel olan veya olmayan duyguları ayırt edebilme, olumsuz duyguların etkisini azaltırken olumlu duyguların etkisini arttırabilirler (Mayer, vd. (2000) , Akt: Doğan ve Şahin, 2007:237).

1.6.2. Cooper & Sawaf Modeli

Duygusal zekâ Cooper ve Sawaf tarafından örgüt içinde incelenerek liderlik kavramı ile ilişkisi üzerinde durulmuştur (Çakar ve Arbak, 2004: 39). “Duygusal zekâ, duyguların gücünü ve hızlı algılayışını, insan enerjisi, bilgisi, ilişkileri ve etkisinin bir kaynağı olarak duyumsama, anlama ve etkin bir biçimde kullanma yeteneğidir”(Cooper ve Sawaf,1997, Akt: Doğan ve Şahin, 2007:237). Cooper ve Sawaf duygusal zekâyı 4 boyut olarak ele almıştır. Bunlar; duygusal zindelik, duygusal derinlik, duyguları öğrenmek, duygusal simyadır (Çakar ve Arbak, 2004: 39). Modele göre, boyutlar toplamda on altı beceri içermektedir (Cooper ve Sawaf, 1997; Akt: Karabulut, 2012:32) (Adsız, 2016:42):

1. **Duyguları Öğrenmek:** Duyguları öğrenme boyutu; duygusal dürüstlük, duygusal enerji, duygusal geribildirim ve pratik sezgi becerilerini kapsamaktadır. Duyguları öğrenme boyutu bireyin duygu birikiminden doğru bir şekilde faydalanabilmesini sağlar. Alt becerilerinden de anlaşılacağı üzere bu kişilerin sezgileri kuvvetli güvenilir bireyler olmalarını sağlar.
2. **Duygusal Zindelik:** Öz varlık, güven çemberi, yapıcı hoşnutsuzluk, esneklik ve yenileme becerilerinden oluşmaktadır. Duygusal zindelik boyutu bireyin kendini doğru ifade etmesini esnek davranışlar sergileyebilmelerini sağlar. Bu boyut bireye başarıları kabul ettiği gibi başarısızlıkları da olgunlukla kabul etmeyi ve değişimlere açık olmayı sağlar.
3. **Duygusal Derinlik:** Özgün potansiyel ve amaç, adanmışlık, dürüstlüğü yaşamak ve yetki olmadan etki becerilerini içermektedir. Duyguların derinliğini anlayabilmeyi ve kendinin farkında olabilmesini sağlayan bu boyuta sahip bireyler iç sesini dileyerek doğru hareket edebilen ve yenilikler yapabilen bireylerdir.
4. **Duygusal Simya:** Duygusal simya boyutu ise sezgisel akış, düşünsel zaman değişimi, fırsatı sezinlemek ve geleceği oluşturmak becerilerinden oluşmaktadır. Alt becerilerinde de belirtildiği gibi duygusal simya boyutu bireylerin geçmişte, şimdiki zamanda ve gelecekte oluşacak olan duygularının farkına varabilmesini ve bu doğrultuda doğru ve özgün kararlar alabilmesini sağlar. Bu boyuta sahip olan bireyler kimsenin görmediği bazı fırsatları fark edebilirler.

1.6.3. Goleman Modeli

“Kendimizin ve başkalarının hislerini tanıma, kendimizi motive etme, içimizdeki ve ilişkilerimizdeki duyguları iyi yönetme yetisidir.” (Goleman,1996)

Goleman’ın yapmış olduğu duygusal zekâ modeli 5 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu 5 boyut “kişisel yeterlilik” ve “sosyal yeterlilik” olmak üzere iki ana başlık altında toplanabilmektedir. Kişisel yeterlilik başlığının kapsamı; öz bilinç, kendimizi nasıl ve ne şekilde motive ettiğimiz yani motivasyon ve duyguları yönetmedir. Sosyal yeterlilik

kapsamında ele alınan ise ; empati kurabilme ve sosyal becerilerdir (Goleman, 2009:73). Bu özellikler aşağıda kısaca ele alınmıştır (Goleman, 1996):

a) Kişisel Yeterlilik

Öz bilinç: Bireyin duygularının farkında olmasıdır. Özbilinç duyguların en yoğun olduğu zamanlarda bile tarafsızdır yani kendine yönelik olmayı başarır. Kişinin objektif şekilde kendini bilmesi gerektiğinde kendi ile alay edebilmesi ve kendine özgüven duyması öz bilincin kişiye oluşturduğu faydalardandır.

Duyguları İdare Edebilmek: Kişinin kendini kontrol edebilmesi, olumsuz duyguların kişiyi tam anlamıyla sarmadan o kötü duygularla baş edebilmesi yeteneğidir. Bu boyut ise bireye güvenilir olma, belirsizlikler karşısında rahat olup mantıklı düşünme ve değişimlere açık olma yeteneği kazandırır.

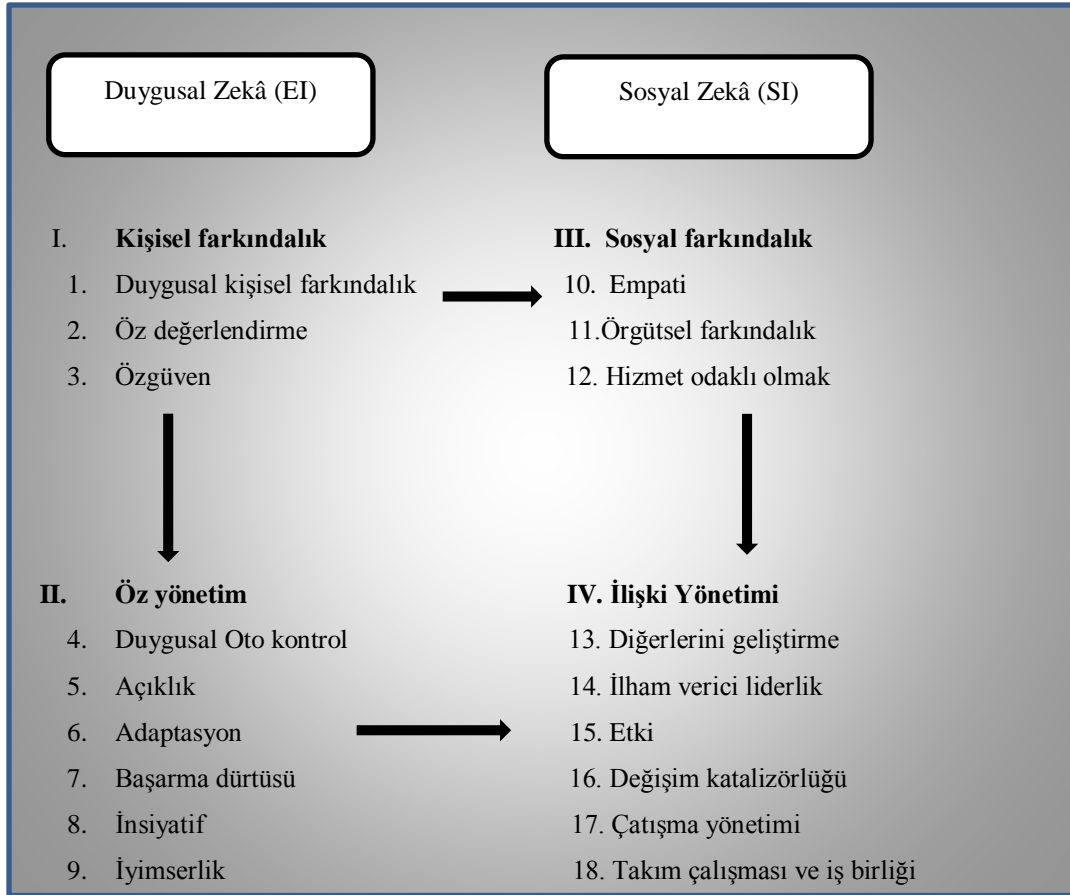
Motivasyon: bireylerin amaçları doğrultusunda kendilerini güdüleyebilmeleri olumsuzluklar karşısında yılmama yeteneğidir. Akışına bırakma durumudur.

b) Sosyal Yeterlilik

Empati: Diğer kişilerin hislerini tarafsız bir şekilde anlayabilme yeteneği ve o duyguları anlayarak bireyin kendini karşı taraftaki kişinin yerine koyması yeteneğidir.

Sosyal Beceriler: İlişkiler konusunda sorunsuz geçinebilme yeteneği ve sosyal ortamlar ve ilişki ağlarını iyi kavrayabilmeyi yeteneğidir.

Goleman'ın Boyatsız ile gerçekleştirdiği Sosyo-Duygusal Zekâ modeli aşağıda verilmiştir.



Şekil 1:Sosyo-Duygusal Zekâ Yetkinlik Modeli

Kaynak: Goleman vd. 2002:23; Akt: Edizler, 2010:2976)

1.6.4. BarOn Modeli

Bar-On (2006) , duygusal zekâyı “ kişinin, çevresel talepler ve baskılarla başa çıkabilme yeteneğini etkileyen kişisel, sosyal yetenekler ve beceriler dizisi” olarak tanımlamıştır.

Bar-On duygusal zekâyı 5 boyut halinde ele almıştır. Bunlar; kişisel, kişilerarası, uyum, stres yönetimi, genel ruh halidir.

Tablo 2:Baron Duygusal Zekâ Modeli

Bar-On Modelindeki Duygusal Boyutları ve Onları Oluşturan Yetenekler				
Kişisel	Kişilerarası	Stres Yönetimi	Adaptasyon	Genel Mod
Öz-saygı, Duygusal farkındalık, Kendini ifade edebilme, Bağımsızlık, Öz-gerçekleştirme	Empati, Sosyal sorumluluk, Kişilerarası ilişkiler	Tepki kontrolü, Strese tolerans	Gerçekleri ölçme, Esneklik Problem çözme	Optimizm, Mutluluk

Kaynak: BarOn (2006)

Bar-On duygusal zekâyı ölçebilmek için duygusal katsayı envanterini (EQ-i) geliştirmiştir. Bu envanter sayesinde IQ ölçümlerinde eksik kalan yanları tamamlamayı hedeflemiştir. BarOn yaptığı çalışmanın geçerliliğini 12 yılda(1985-1997) 6 farklı ülkedeki (Kanada, ABD, Arjantin, Almanya, Güney Afrika ve İsrail) yaptığı çalışmalarla yapmıştır. (Crowe-Fraley,1999; Akt: Çakar ve Arbak, 2004: 38) . Sonuçta duygusal zekânın bilişsel zekâ ile bir ilgisi olmadığını saptamıştır. Bu çalışmanın aynı anda pek çok ayrı kavramı ölçmek gibi ciddi bir eksikliği bulunmaktaydı (Woitaszewski, 2000, Akt: Çakar ve Arbak, 2004: 38). Bunları dikkate alan BarOn 1997 yılında 5 boyut olarak ele aldığı duygusal zekâ kavramını 2000 yılında yeniden düzenleyerek ikiye ayırmıştır. (Çakar ve Arbak, 2004:38)

Tablo 3:Baron Yeniden Düzenlenmiş Duygusal Zekâ Modeli

Bar-On'un Yeniden Düzenlenmiş Biçimi	
Duygusal ve Sosyal Zekânın Temel Öğeleri	Duygusal ve Sosyal Zekâ'yı Harekete Geçiren Unsurlar
Öz-saygı, Duygusal farkındalık, Kendini ifade etme, Empati, Kişilerarası ilişkiler, Strese tolerans, Tepki kontrolü, Öznel/nesnel farkındalık, Esneklik, Problem çözme	Optimizm, Öz-gerçekleştirme, Mutluluk, Bağımsızlık, Sosyal sorumluluk.

Kaynak: Bar-On, 2000

1.7.Duygusal Zekânın Ölçülmesi

Duygusal zekâ ölçüm teknikleri yetenek tabanlı duygusal zekâ ölçümleri ve karma duygusal zekâ ölçümleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

1.7.1. Yetenek Tabanlı Duygusal Zekâ Ölçümleri

Yetenek tabanlı duygusal zekâ ölçümlerinde duygusal zekâ sadece kişisel yeterlilik olarak kabul edilerek ölçümler yapılmaktadır.

Tablo 4:Yetenek Tabanlı Duygusal Zekâ Ölçümleri

Yetenek Tabanlı Duygusal Zekâ Ölçümleri		
Ölçek Adı	Ölçeği yapan kişi	İçerik
Multi Factor Emotional Intelligence Scale (MEIS)	Mayer ve Salovey	MEIS 4 bileşeni araştırmak için oluşturmuştur. (duyguları anlama, duyguları kullanma Duyguları anlama ve Duygularla muhakeme etme, duyguları düzenleme ve yönetme) MEIS iç tutarlılığın düşük olması ve uygulamanın uzun olması sebebiyle ilerideki yıllarda düzenlemeye tabi tutulmuştur.
Mayer Salovey Caruso Emotional Intelligence Test (MSCEIT)	Mayer, Salovey ve Caruso	MEIS geliştirilerek oluşturulmuştur. 4 boyutu ölçmek için kullanılır ve 141 maddeden oluşmaktadır.
Schutte Self-report Emotional Intelligence Test (SSEIT)	Schutte, Malouff, Hall, Haggerty, Cooper, Golden, ve Dornheim (1998)	Mayer ve Salovey'in geliştirmiş olduğu testten yola çıkılarak hazırlanmıştır. Bu test sadece kağıt kalem kullanılarak yapılan bir teste ihtiyaç olmasından dolayı ortaya çıkmıştır. 4 boyutu ölçmektedir. 33 maddeden oluşmakta ve 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır.

Kaynak: Tufan, Ş. 2011: 24-25; Şahin S. ve Doğan F.2007: 244 çalışmalarından derlenerek hazırlanmıştır.

1.7.2. Karma Duygusal Zekâ Model Ölçümleri

Karma duygusal zekâ model ölçümünde ise kişisel yeterliliğin yanı sıra kişinin davranışları, sosyal becerileri, kişisel özellikleri de kabul edildiği için ölçümlerde buna dikkat edilerek yapılmaktadır.

Tablo 5:Karma Duygusal Zekâ Model Ölçümleri

Karma Duygusal Zekâ Model Ölçümleri		
Ölçek Adı	Ölçeği yapan kişi	İçerik
Duygusal Bölüm Envanteri (Emotional Quotient Inventory EQ-i)	Bar-On (1997)	Bu EQ-i testi, Bar-On'un belirlemiş olduğu 5 temel faktörü (kişisel işlev, kişilerarası iletişim, uyumluluk, genel ruh hali ve stres yönetimi) ölçebilir. Testte 15 alt ölçek bulunmaktadır ve test 133 sorudan oluşmaktadır.
Duygusal Yeterlilik Envanteri (Emotional Competence Inventory- ECI)	Boyatzis ve Goleman	Duygusal Zekâ Envanteri 4 boyut (Duygusal farkındalık, duygusal yönetim, sosyal farkındalık ve sosyal beceriler.) ve 18 alt boyuttan oluşmaktadır ve testte toplamda 110 madde bulunmaktadır.
EQ Haritası Soru Formu ile Değerleme Ölçeği (EQ Map).	Cooper & Sawaf (1997)	EQ haritasında toplam 5 bölüm ve 21 aşama bulunmaktadır. Bu ölçekte Şimdiki Çevre, Duyguları Öğrenmek, EQ Yeterlilikleri, EQ Değerleri ve İnançları, EQ Sonuçları bölümlerinden oluşmaktadır.

Kaynak: Tufan, Ş. 2011: 24-25; Şahin S. ve Doğan F.2007: 244 çalışmalarından derlenerek hazırlanmıştır.

1.8.Duygusal Zekâ İle İlgili Yapılmış Çalışmalar

Khalili Gender çalışmasında küçük ve orta ölçekli (KOBİ) işletmelerde çalışan 112 işçi üzerinde duygusal zekânın cinsiyete göre bir farklılık gösterip göstermediğini test etmiştir. Duygusal zekâyı ölçmek için Daniel Goleman'ın dört faktörlü 28 maddelik performansa dayalı bir ölçek olan duygusal zekâ değerlendirme ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda ise erkeklerin duygusal zekâ düzeyinin kadınlardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gürbüz ve Yüksel'in (2008) çalışmasının amacı duygusal zekâ iş performansı, iş tatmini, örgütsel vatandaşlık davranışı ve bazı demografik özellikler arasında olan ilişkiyi araştırmaktır. İstanbul'da hazır giyim, turizm, medikal malzemeleri satan, bankacılık, tekstil imalatı, perakende sektöründe faaliyet gösteren 494 işgören üzerinde yapılan araştırma sonucunda duygusal zekânın ve bazı demografik özelliklerle ilişkisinin olduğu tespit edilirken örgütsel vatandaşlık, iş tatmini ve iş performansı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Tümkiye vd.'nin yaptığı çalışmanın amacı üniversite öğretim elemanlarının duygusal zekâ yetenekleri, mizah tarzları ve yaşam doyumlarının akademik unvanları ile olan ilişkisini araştırmaktır. Araştırmaya 134ü kadın 228'i erkek olmak üzere toplam 362 öğretim elemanı katılmıştır ve gerekli ölçümleri yapabilmek için Bar-On EQ anketi, Yaşam Doyum Ölçeği, Mizah Tarzları Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Sonuç olarak ise duygusal zekânın kişilerarası beceriler, kişisel beceriler, uyum ve stresle başa çıkma alt boyutlarında anlamlı düzeyde farklılaşırken genel ruh doyum boyutunda ise farklılaşma olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Mizah tarzlarının akademik unvana göre farklılaşmalarına bakıldığında ise yalnızca saldırgan mizah tarzı alt boyutunda bir farklılaşma bulunmuş olup orada da araştırma görevlilerinin diğer öğretim görevlilerinden anlamlı düzeyde yüksek puan aldığı hesaplanmıştır. Yaşam doyumunda ise sıralama tersine dönmüş profesörlerin daha yüksek puan aldığı görülmüştür. Son olarak ise öğretim elemanlarının duygusal zekâlarının mizah tarzlarını ve yaşam doyumlarını anlamlı düzeyde etkilediği bulunmuştur.

Cin ve Günay (2013) çalışmada duygusal zekâ ile girişimcilik tipleri arasındaki ilişkiyi alt boyutlar bazında ele almıştır. Sonuç olarak ise bazı boyutlar arasında ilişkilerin varlığı ispatlanmıştır. Duygusal zekânın farkındalık alt boyutu ile girişimcilik tiplerinden başarı odaklılık arasında negatif yönde ilişki bulunurken, farkındalık ile bağlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Girişimcilik tiplerinden sadece başarı odaklılık ile duygusal zekânın ilişkiler alt boyutu arasında negatif yönde, çevreye uyum alt boyutu ile ise girişimcilik tiplerinden başarı odaklılık ve güç odaklılık arasında negatif yönde ilişki bulunmuştur.

Kızıl (2014) çalışmasında öğretmenlerin duygusal zekâları ve örgütsel adanmışlıkları arasında bulunan ilişki incelenmiştir. Sonuç olarak ise öğretmenlerin örgütsel adanmışlıkları ve duygusal zekâları yüksek olarak bulunmuştur. Duygusal zekâ yaş, cinsiyet, okul kademesi, kıdem, branş gibi değişkenlere göre anlamlı farklılık gösterirken eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermemiştir. Örgütsel vatandaşlık ise cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık gösterirken diğer değişkenlere göre anlamlı bir farklılık göstermediği bulunmuştur. Öğretmenlerin duygusal zekâları ile adanmışlıkları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Güllüce ve İşcan (2016) çalışmalarında mesleki tükenmişlik ile duygusal zekâ arasındaki ilişki incelemek için 68 işletme 122 yönetici üzerinde bir araştırma yapmıştır. Sonuç olarak ise iki kavram arasında ters yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

1.9.SOSYAL ZEKÂ

Bu başlık altında sosyal zekâ kavramının tarihçesi, tanımı, boyutları ve ölçüm çeşitleri hakkında bilgi verilecektir.

1.9.1. Sosyal Zekâ Kavramının Tarihçesi

Zekâ ile ilgili yapılan tanımlamalar incelendiğinde çevreyle sağlanan uyum olarak ifade edildiği görülmektedir (Daniel,1997). Tanımda geçen çevre ile iletişim kurabileceği insanlar kastedilmektedir. Bu da gösterir ki aslında zekâ tanımı yapılırken sosyal zekâ kavramına da değinilmiştir. Ancak tanımının ilk defa tam manasıyla yapılması 1920’de Thorndike tarafından olmuştur. Thorndike zekâyı üç kısma ayırmıştır. Bunlar; soyut zekâ, mekanik zekâ ve sosyal zekâdır. Soyut zekâ düşünceleri, mekanik zekâ çevresinde yer alan materyalleri anlayabilme ve kullanabilme, sosyal zekâ ise iletişim halindeki kişilerle akıllıca davranma yeteneği olarak ifade etmiştir. Sosyal zekâ için birçok farklı araştırmacı açıklama yapmıştır fakat ortak bir tanıma ulaşamamıştır (Somazo,1990; Akt: Doğan,2006:12).

1.9.2. Sosyal Zekâ Kavramı

Thorndike (1920) sosyal zekâyı “insan ilişkilerinde bilgece davranma yeteneği” olarak tanımlamıştır. Keating, Marlowe, Wine ve Syme gibi bazı bilim adamları ise sosyal zekâyı; “sosyal yeterlik” anlamı ile aynı anlamda kullanmışlardır (Marlowe,1986). Walker ve Foley’e (1973) göre sosyal zekâ; uzun bir geçmiş ve az bir gelişim göstermiş olan başkalarını anlamayı sağlayan ve toplumda akıllıca davranma yeteneği sağlayan bir kavram olarak tanımlamışlardır. Walker ve Foley’e göre sosyal zekâ kavramı insanlarla ilgilenmeyi, çevresindeki insanların duygu ve düşüncelerini anlayabilmeyi ve mizaç, motivasyon ve duygularıyla ilgili doğru bir şekilde yargıda bulunmayı kapsamaktadır.

Sosyal zekâ da 8 önemli faktör bulunmaktadır:

1. İnsanları okumak: İletişim halinde olduğu kişilerin sözlü ve sözsüz mesajlarını doğru bir şekilde anlayabilirler.

2. Dinleme: Etkin bir şekilde dinleme yeteneği
3. Sosyal: İnsanlar kurdukları iletişimlerde popüler olmak, kolay ve doğru şekilde anlaşılabilirlik ister.
4. Başkalarını etkileme
5. Girdiği sosyal ortamlarda popüler olma
6. Sosyal problemleri çözme ve tartışabilme yeteneği
7. İnsanlar üzerinde etki bırakabilme ikna edebilme
8. Ne zaman ne yapacağını bilmek (Buzan, 2002; Akt: Doğan, 2006, 19)

1.9.3. Sosyal Zekâ Boyutları

Sosyal zekâ her ne kadar başlangıçta tek boyutlu bir kavram gibi ele alınmış olsa da daha sonra yapılan birçok tanımdan da anlaşılacağı gibi çok boyutlu bir kavramdır. Aşağıda bazı araştırmacıların yapmış oldukları boyutlandırmalara yer verilmiştir.

Tablo 6:Farklı Araştırmacıların Sosyal Zekâyı Boyutlandırması

Kozmitzki ve John (1993)	Silberman (2000)	Goleman (2007)	Silvera vd. (2001)
Çevresindeki kişilerin ruh hallerini ve içsel durumlarını anlama	Diğer kişileri anlama	Sosyal farkındalık : 1) Temel empati 2) Uyum 3) Empatik isabet 4) Sosyal biliş	Sosyal bilgi süreci
İletişim kurmada genel beceriye sahip olma	Açık bir şekilde duygu ve düşüncelerini söyleyebilme	Sosyal beceri: 1) Eş zamanlılık 2) Benlik sunumu 3) Nüfuz 4) İlgi	Sosyal farkındalık
Yaşam ve sosyal kuramlar hakkında genel bilgi sahibi olma	İhtiyaç duyduğu şeyleri doğru bir şekilde ifade edebilme		Sosyal beceri
Karışık sosyal durumlarda sosyal sezgi ve duyarlılık sahibi olma	İletişim konusunda geribildirim alıp-verme		
Çevresindeki kişilerle olan ilişkisinde onları idare edebilmek için sosyal yetenekleri kullanma becerisi	Başkaları üzerinde etki bırakabilme, ikna edebilme ve motive edebilme		
Empati kurabilme	Karışık sosyal durumlar karşısında yapıcı çözümler üretebilme		
Çevreye sağladığı sosyal uyum	Takım çalışmasına yatkınlık		
	İletişim kurduğu kişiler ilişkiler karışığında mantıklı tutum sergileme		

Kaynak : (Silvera vd. 2001; Silberman, 2000; Kozmitzki ve John ,1993; Goleman, 2007)

Bu çalışmada Tromso sosyal zekâ ölçeği kullanıldığı için sosyal zekâ kavramı 3 boyutlu bir kavram olarak ele alınmıştır (Doğan ve Çetin, 2009:694). Sosyal zekânın alt boyutları aşağıda verildiği gibidir.

- **Sosyal Bilgi Süreci:** Kişinin diğer insanların duygu durumlarını anlayabilmesi, onların isteklerinin farkında olması ve beden dillerini anlayabilme sürecini ifade eder.
- **Sosyal Beceri:** Bireylerin iletişim halinde bulunduğu kişilerle doğru bir şekilde iletişim kurabilmesini, yeni girdiği ortamlarda zorluk yaşamadan iletişim kurma becerilerini içerir.
- **Sosyal Farkındalık:** Bireylere içinde buldukları ortama uygun davranma yeteneği kazandırır. Doğru tepkiler vermesini ve geri bildirimde bulunmasını sağlar.

1.10. Sosyal Zekâ Ölçümü ve Ölçekleri

Sosyal zekâ konusunda ortak bir tanıma varılamaması ve boyut konusunda da fikir ayrılığına düşülmesi kavramın ölçülmesini zorlaştırmıştır. Bu sebeple doğrudan sosyal zekâ ölçümü yerine sosyal zekâ kavramının içerisinde olan kavram üzerinden bazı ölçekler geliştirilmiştir (kişilerarası iletişim, empati vb.) (Baumgartner ve Vasil'ová).

Bu konu ile ilgili alanyazı incelendiğinde birkaç farklı ölçek türü olduğu görülmüştür.

1. Başarı karakteristiği olan
2. Kendini değerlendirmeyi temel alan
3. Çocuklar için kullanılan (başkaları tarafından)
4. Davranış değerlendirilmesini esas alan ölçeklerdir.

1.10.1. Başarı karakteristiği olan ölçekler

Sosyal zekâyı ölçmek için kullanılan ölçek türlerinden ilki başarı odaklı olanlardır. Sosyal çerçevede ölçüm yapan klasik zekâ testleriyle eşdeğer durumda olan ölçeklerdir. Başarı karakteristiği ölçekleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 7: Başarı Karakteristiği Ölçekleri

Yazar	Ölçek Adı	Kapsamı
Sternberg ve diğerleri (1993)	Sternberg Üçlü Yetenek Testi (STAT)	<ul style="list-style-type: none"> • Analitik yetenekler • Yaratıcı yetenekler • Pratik Yetenekler
Hunt (1928), Moss (1931), Omwake (1949) and Woodward (1955)	George Washington Sosyal Zeka Testi (GWIST)	<ul style="list-style-type: none"> • Sosyal durumlarda değerlendirme • İsimleri ve yüzleri hatırlama • İnsan davranışlarını gözleme • Sözcüklerin ötesindeki zihinsel durumu anlama • Yüz ifadelerinin ardındaki zihinsel durumu anlama
O'sullivan (1966)	Altı Faktörlü Sosyal Zeka Ölçeği	<ul style="list-style-type: none"> • Sosyal Bilgi • Mizah duygusu • Davranış birimlerinde biliş • Davranış sınıflarının kognisyonu • Davranışsal ilişkilerin kavranması • Davranış sistemlerinin bilinci • Davranışsal dönüşümlerin bilinci • Davranışsal etkilerin bilinci

Kaynak: (Baumgartner ve Vasil'ová)

1.10.2. Kendini Değerlendirme Tarzı Sosyal Zekâ Ölçekleri

Bu şekildeki ölçeklerde kendini taraf tutma riski de göz önünde bulundurulmaktadır. Kendini değerlendirme tarzı sosyal zekâ ölçekleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 8: Kendini Değerlendirme Tarzı Sosyal Zekâ Ölçekleri

Yazar (Yıl)	Ölçek Adı	Kapsamı
Lorr, Youniss And Stefic (1991)	Sosyal Beceri Envanteri	<ul style="list-style-type: none"> • Sosyal beceriler • Empati
Gresham And Elliott (1990)	Sosyal Beceri Derecelendirme Sistemi SSRS	<ul style="list-style-type: none"> • Uygun Sosyal Beceriler • Uygun Olmayan Girişkenlik • Düşüncesizce davranış / İnatçı, söz • dinlemez davranış • Kendine Güvenme • Geri çekilme • Sosyal Beceriler • Problem Davranışlar Academic Yeterlik • Ebeveyn desteği
Matson, Rotatori and HELSEL (1983)	Matson Çocuklarda Sosyal Becerileri Değerlendirme MESSY	<ul style="list-style-type: none"> • Sosyal bilgi süreci • Sosyal beceri • Sosyal farkındalık
Silvera ve ark	Tromso Sosyal Zekâ Ölçeği	<ul style="list-style-type: none"> • Sosyal bilgi süreci • Sosyal beceri • Sosyal farkındalık

Kaynak: (Baumgartner ve Vasil'ová)

1.10.3. Başkaları Tarafından Değerlendirme Esaslı Sosyal Zekâ Ölçekleri

Bu şekildeki sosyal zekâ ölçekleri daha çok çocuklar için kullanılmaktadır. Çocukların sosyal zekâları anne, baba, öğretmen vb. gibi başkaları tarafından değerlendirilmektedir.

Tablo 9:Başkaları Tarafından Değerlendirme Esaslı Sosyal Zekâ Ölçekleri

Yazar (Yıl)	Ölçek Adı	Kapsamı
Corrigan (2003)	Sosyal Yeterlik Ölçeği- Ebeveyn Versiyonu	Sosyal iletişim becerileri Duygusal düzenleme becerileri
Björkqvist, Österman And Kaukianen (1995)	Akran Sosyal Zekâ Değerlendirmesi PESI	Başkalarını algılama Sosyal esneklik Başarı amacı Davranışsal sonuçlar
Wong, Day, Maxwell And Meara (1995)		Sosyal algı Sosyal içgörü Sosyal bilgi

Kaynak: (Baumgartner ve Vasil'ová)

1.10.4. Davranışları Değerlendirme Esaslı Sosyal Zekâ Ölçekleri

Son olarak davranışları değerlendirme esaslı ölçekler ise davranışlar bazında ölçümler yapmaktadır.

Tablo 10:Davranışları Değerlendirme Esaslı Sosyal Zekâ Ölçekleri

Yazar (Yıl)	Ölçek Adı	Kapsamı
Buss and Craik (1983)	Eylem Sıklığı Yaklaşımı	<ul style="list-style-type: none"> Genel davranışlar Davranışların değerlendirilmesi Prototip davranışların değerlendirilmesi Kendini ve akranını değerlendirme
Funke and Schuler(1998) Hendricks (1969)	Sosyal Yeterlik Video Testi	

Kaynak: (Baumgartner ve Vasil'ová)

1.11. Sosyal Zekâ ile İlgili Yapılmış Çalışmalar

Doğan (2006) çalışmasında; üniversite öğrencilerinin sosyal zekâ düzeyleri aile tutumu, çevresindeki kişiler tarafında sevilme yalnızlık ve iyilik- kötümserlik arasındaki ilişki incelenmiştir. Sosyal zekâ, sosyal farkındalık ve sosyal becerilerle depresyon arasında negatif bir korelasyon olduğu sonucuna varılmıştır. Diğer taraftan sosyal zekâ

ile çevre tarafından sevilme, iyimserlik ve ebeveyn tutumu arasında pozitif korelasyon bulunurken yalnızlıkla arasında negatif korelasyon olduğu bulunmuştur.

Akman ve Akman (2017), çalışmasındaki amaç ilkokul, ortaokul ve lisede görev yapan öğretmenlerin sosyal zekâ düzeyleri ile çok kültürlü eğitim tutumları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bunun için 318 öğretmen ile çalışma yürütülmüştür. Sonuçta öğretmenlerin çok kültürlü eğitim tutumları ile sosyal zekâ algıları arasında görece yüksek düzeyde belirlenmiştir. Sosyal zekâ algıları eğitim düzeyi, cinsiyet ve okul türü arasında anlamlı farklılık olmadığı, çok kültürlü eğitim tutumları ile anlamlı farklılık olduğu sonucuna varılmıştır. Çok kültürlü eğitim düzeyi ve sosyal zekâ arasında pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir.

Çetin ve İlhan (2014) , çalışmada ise sosyal ve kültürel zekâ arasındaki ilişki yapısal eşitlik modeli ile incelenmiştir. Araştırma sonunda sosyal zekâ ve kültürel zekâ arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Kaya vd.'nin (2016), yapmış oldukları çalışmada 440 hemşirelik bölümü öğrencisinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin sanat özelliklerinin iletişim becerileri ve sosyal zekâ düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Herhangi bir sanat dalıyla uğraştığını söyleyen öğrencilerin iletişim becerilerinin ve sosyal zekâ düzeylerinin hiçbir sanat dalı ile uğraşmayan öğrencilerden anlamlı düzeyde yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Bunun yanısıra araştırma sonucunda öğrencilerin iletişim becerileri ile sosyal zekâ düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlılık taşıyan ilişkiler olduğu bulunmuştur.

Sacco vd. (2016) çalışmalarında psikopatça davranış sergileyen kişilerin güvenilir olan ve güvenilir olmayan yüzleri ve Duchenne (gerçek gülüş) ve non-Duchenne (sahte gülüş) olan gülümsemelerini ortaya koyan yüzlerini ayırt etme becerisi ile nasıl ilişkili olduğunu araştırmıştır. Çalışma 1'de dürüst ve dürüst olmayanlar çalışma 2'de ise Duchenne ve non-Duchenne olma durumu üzerinde araştırma yapılmıştır. Daha sonra her iki çalışmadaki bireylerin duygusal ve sosyal zekâları ölçülmüştür. Çalışma 1'de ikincil psikopatlık duygusal zekâ düzeyi daha düşük olan bireyler için azalmış dürüstlük ile ilişkilendirilmiştir. Birincil ve ikincil psikopatlar daha düşük sosyal zeka düzeyindeki bireyler için bulunan azaltılmış güvenilirlik ile ilişkilendirilmiştir. Çalışma 2'de daha düşük düzeydeki sosyal ve duygusal zekâyâ sahip bireyler için gerçek dışı gülümsemeden gerçek gülümsemeyi ayırmada azalmış

doğruluk ile daha yüksek düzeydeki birincil psikopatlık ilişkilendirilmiştir. Sosyal zekâ ve duygusal zekâdan bağımsız olarak daha yüksek düzeydeki psikopatlık gerçek dışı gülümsemeden gerçek gülümsemeyi ve güvenilmez olan yüzden güvenilir olan yüzü ayırmada azalmış doğruluk ile daha yüksek düzeydeki ikincil psikopatlık ilişkilendirilirken; birincil psikopatlık güvenilirlikle ve gülümseme ayrımı ile azalmış doğruluk arasında bir ilişkilendirme olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu çalışmalar, sırasıyla sosyal ve duygusal zeka ve psikopatlık boyutları tarafından etkilenen yüz ipuçlarının ilişki ve doğru tanımlanan güvenilirlik ve psikopatlık arasındaki ilişkinin olduğunu öne sürmektedir.

Şahin ve Şahin'in (2017) çalışmasında 351 kişi (275 öğretmen ve 76 yönetici) üzerinde sosyal zekâ düzeyi, cinsiyet, kıdem ve medeni durumun öğretmenlerin ve yöneticilerin çalışma stil düzeyleri üzerindeki etkisini incelemek için yapılmış betimsel bir çalışmadır. Çalışma sonucunda sosyal zekânın cinsiyetin ve kıdemle çalışma yönetimi stili üzerinde etkisi bulunurken medeni durum ile anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Iruloh ve Ukaegbu (2015) çalışmalarında gençler üzerinde duygusal, sosyal, bilişsel zekâ ve sosyal destek arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Sonuç olarak duygusal, sosyal ve bilişsel zekânın sosyal destek ağı ile arasında anlamlı düzeyde pozitif bir ilişki olduğunu bulmuşlardır.

Ülker (2016), yaptığı çalışmada meslek yüksekokulundaki öğrencilerin farklı değişkenler açısından iletişim becerileri ve sosyal zekâ düzeyleri arasında herhangi bir anlamlı ilişki olup olmadığını araştırmıştır. Sonuç olarak ise kadınların erkeklerden daha fazla sosyal farkındalığa sahip olduğu bulunmuş, yine iletişim becerileri için uygulanan ölçeğin sonucunda da kadınların lehine bir durum söz konusu olmuştur.

İKİNCİ BÖLÜM GİRİŞİMCİLİK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

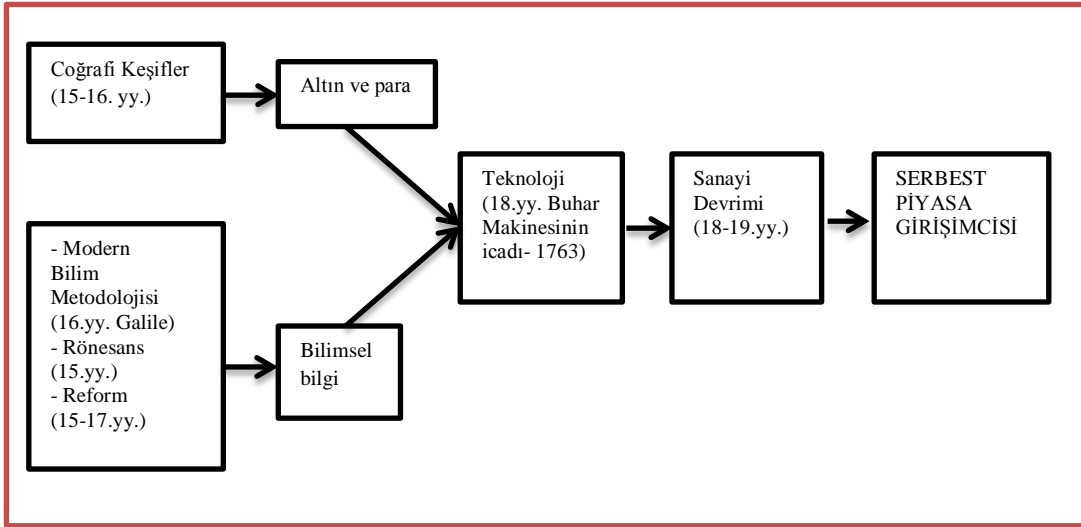
2.1.Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

İnsanoğlu göçebe hayattan yerleşik hayata geçtiğinde kendine yetecek miktarda üretim yapmaktaydı. Kendi bahçelerinde ürünler yetiştirir, kendi hayvanını besler yani her şeyi kendisi için yapmakta idi. Kısaca ifade edilecek olursa “ insanlar doğada var olanı tüketen canlılar olmaktan çıkıp üreten canlılar olma durumuna yükselmiştir” (Şenel, 1996: 16). Giderek artan nüfus daha fazla üretimin olmasına bu da ürün fazlalığına sebep olmuştur. Alâeddin Şenel’ in toplumsal artı olarak adlandırdığı bu durumla birlikte ticarete başlamıştır. Ticaretin başlaması girişimciliğin başlaması anlamına da gelmektedir. Önceleri takas yönetimi ile yapılan bu ticaret Lidyalıların parayı icat etmesiyle artık para karşılığı yapılmaya başlanmıştır. Üretimde paranın kullanılması ekonominin gelişmesine, malzeme almak için iletişim kurulmasını sağlayarak sosyal yönden, farklı coğrafyalarda ticaret yaparak teknolojik yönden toplumun gelişmesini sağlamıştır (Şeker, 2012: 11).

Ortaçağda ise büyük üretim projelerini üstlenen kişi girişimci olarak adlandırılmaktaydı. O dönemde yapılan Fransızca girişimcilik tanıma bakılacak olursa; “entreprende” kelimesiyle karşılaşılır. Bu kelimeye karşılık gelen “bir şey yapan kişi” olarak ise keşişler kabul edilir ve savunma kulesi, kamu binaları vb. ‘ni yapan kişiler bu kişilerdir. Bu dönem içerisindeki girişimciler ekonomik anlamda risk almaktan kaçınarak eldeki kaynakları ile projelerini yöneten kişilerdir (Vasapollo,1996: 193). Ortaçağın sonlarına gelindiğinde ise işin bölümlendirilmesinde yaşanan rol ayrılımları sebebiyle keşiş-girişimcilerin rolleri kaybolmuştur. Girişimci artık risk alan bir özelliğe bürünmüştür (Vasapollo, 1996: 193). Buradan anlaşılmaktadır ki girişimcilik kavramına risk kavramı 17. yy’ın sonlarında dahil olmuştur. Hükümet girişimci olan kişilerle ürün ve hizmet tedarik etmek konusunda sözleşmeli anlaşma içindeydi. Sözleşmede ücret sabit olduğu için girişimcinin kazancı ve kaybı kendi çabalarına bağlı olarak değişmekteydi (Hisrich, ve Peters, 1989: 7).

Çağdaş girişimcilik anlayışı ise aşağıdaki şekilde de görüldüğü gibi coğrafi keşifler sayesinde oluşan yeni pazarlar, ticaret anlayışı ile Rönesans- Reform hareketlerinin getirmiş olduğu bilimsel bilginin etkisiyle şekillenmiştir (Şeker, 2012:13). Sanayi devrimi çağdaş girişimcilik için bir dönüm noktası olarak kabul edilebilir. Sanayi devrimi sonrası artık teknoloji tam anlamıyla gelişmeye başlamış bu

da girişimciler için rekabet ortamı oluşturmuştur. Bunun içindir ki girişimciler rekabet edebilmek için risk almaya başlamışlardır.



Şekil 2: Çağdaş Girişimciliğin Gelişim Süreci

2.2. Girişimcilik ve Girişimci Kavramları

Girişimcilik kavramı ortak bir tanıma sahip değildir. Fakat bu durum olumsuz olarak atfedilmemelidir. Bunun sebebi alanının çok geniş olmasından kaynaklanmaktadır. Bu yüzden kavram çeşitli kişiler tarafından farklı yönleriyle ele alınmıştır.

Girişimcilik kavramı 19. ve 20. yy başlarında iktisat literatürüne girmiştir. Ekonomiye kavramın ilk girişi Fransız ekonomist Cantillon sayesinde olmuştur. Bugün kullandığımız formuna da J. Babtiste Say tarafından kazandırılmıştır (Binks-Vale, 1990:119). Girişimciliğin tarihsel gelişimine bakıldığında Fransızca “entreprendre” kelimesinden geldiği ve anlam olarak da bir şey yapmak manasına geldiği görülmektedir. Ortaçağda ise “iş yapan, aktif olan” olarak kullanılmıştır. Arapçada da “teşebbese” kelimesinden “müteşebbis” kelimesi türetilerek kullanılmaktadır. Türkçe’de “gir” fiili türetilerek “gir-iş-me” kelimesine dönüştürülmüştür (Güner, 2010: 10). İktisadi bir çerçeve içinde ele alınan bu kavramlarda girişimcilik; ekonomik olarak kaynak kullanma ve harekete geçirme olarak ifade edilirken, girişimci ise arz ve talebin kontrolünü elinde tutan ve girişimi için pazar arayan kişiye denilmektedir (İlhan ve Aytaç, 2007:102). Girişimci Oxford İngilizce sözlüğünde bir kurucu ya da bir yönetici olarak kar sağlamak için girişimlerinde risk ya da insiyatif alan kişi olarak tanımlanmıştır (Tan vd. 2005: 353-354).

İktisat terimleri sözlüğünde “Emek, sermaye ve doğayı bir araya getirerek üretim sürecinin bir üretim faktörü olarak tasarlanması, örgütlenmesi ve onun tüm riskinin üstlenilmesi.” (BSTS / İktisat Terimleri Sözlüğü 2004) şeklinde ifade edilmiştir.

Marc’a göre girişimcilik; “Risk ve belirsizlik koşulları altında, kazanç elde etme ve büyüme amacı ile yenilikçi bir ekonomik organizasyonun oluşturulmasıdır.” (Dollinger, 1999: 4)

Krueger JR. Vd.’ne (2000:411) göre girişimcilik; “Fırsatların önemine dikkat çeken bir düşünce biçimi ve planlı bir davranış türüdür.”

Shumpeter’e göre girişimcilik; “Yeni ürünler, yeni süreçler ve yeni organizasyon şekillerini uygulayarak eskiyi yeni ile ikame etmektir.”

Morris ve Davis’e (1994: 65) göre girişimcilik; “Bir fırsatı yakalamak ve değerlendirmek için kaynakların bir araya getirilmesiyle oluşan bir değer yaratma sürecidir.”

Gundry ve Kıcıkul’a (1996:334-350) göre girişimcilik; “Niyet, kaynak, sınır ve değişim faktörleriyle, davranışa ve süreç perspektifine yönelik olarak, yeni birleşimler yaratma sürecidir.”

Brezeal’e (1999: 29-46)göre girişimcilik; “Daha önceden, kişi veya kişiler tarafından fark edilmemiş bir fırsat yakalamaktır.”

Kuratko’ya göre girişimcilik; “Daha önce rutin, sıradan iş süreçlerinde yapılmayan farklı bir şeyler yapmaktır.” (Kuratko:6)

Gartner(1985)’e göre girişimcilik; Yeni örgütler meydana getirmektir (Can H. vd., 1998: 7-8).

Girişimciliğin orta çağdan itibaren gelişim aşamaları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 11:Orta Çağdan Bilgi Toplumuna Kadar Girişimciliğin Gelişim Aşamaları

Tarihi dönem	Bilim Adanı	Girişimci-Girişimci İle İlgili Görüşleri
İlkçağ	-	Hayatlarını idame ettirmek için arayış içerisinde olan hür kimselerdir.
Ortaçağ	-	Girişimci kavramı, büyük ölçekli üretim projelerini yöneten bir aktör ya da yönetici olarak benimsenmiştir. Büyük ölçekli üretim projelerinde girişimci, herhangi bir risk almayan sadece tahsis edilen kaynakları kullanarak projeyi yöneten kişidir.
17. yy	-	Girişimcilik kavramı ile risk arasında ilk kez bu dönemde bir ilişki kurulmuştur. Girişimci, hükümet ile yapılan sabit fiyatlı sözleşmelerin kâr ya da zarar riskini üstlenen tarafıdır.
1725	Richard Cantillon	Girişimci; bir ürünü belirli bir fiyattan satın alan ancak belirsiz bir fiyattan satan bu nedenle de sermayeyi tedarik eden kişiden farklı olarak risk üstlenen kişidir.
1796	Francois Beaudeau	Girişimci; risk üstlenen, planlayan, idare eden, organize eden ve sahip olan kişidir.
1803	Jean- Baptiste Say	Girişimcinin kazancını, sermayenin getirisinden ayırmıştır. Girişimci, dördüncü üretim faktörüdür.
1876	Francis Walker	Fon sağlayıcı girişimci ile proje sahibi girişimcinin kazançlarını ayırmıştır.
1921	Frank H. Knight	“ <i>Risk, Uncertainty and Profit</i> ” adlı eserinde ilk defa risk ile belirsizlik birbirinden ayrılmıştır.
1934	Joseph Alois Schumpeter	Girişimci; değişimlere yol açan, endüstriyel devrimleri ateşleyen (yeni teknoloji geliştiren) ve üretim sürecinde yeniliklere imzasını atan kişidir.
1975	Albert Shapero	Girişimci, örgütün sosyal ve ekonomik işleyişinde inisiyatif alan ve olası başarısızlık riskini üstlenen kişidir.
1985	Robert Hisrich	Girişimci; zaman ve gayret sarf ederek farklı değerler üreten, çeşitli riskleri üstlenen ve sonunda maddi ya da manevi karşılık bekleyen kişidir.
1995	Peter Drucker	Girişimci, elindeki kaynakları düşük verimlilik alanlarından yüksek verimlilik alanlarına aktaran ve orada tutmayı başarabilen kişidir.
1999	Jeffrey Timmons	Girişimci; çağdaş önderlikle dengelenmiş davranış ve düşünüş biçimine sahip, dürüstlük ve samimiyet ile doğruların inşasını yapan kişidir.
2003	Lowell W. Busenitz	Girişimci; piyasa ekonomisinin vazgeçilmez unsuru, ekonomik refahın oluşumunun başrol oyuncusudur.

Kaynak: Ercan ve Gökdeniz, s:62

2.3.Girişimciliğin Sınıflandırılması

Girişimcilik yalnızca ekonomik olarak algılanmamalıdır. Çünkü girişimciliğin sadece parasal odaklı ve maddi çıkar üzerine kurulu bir yapının içinde ele alınması girişimcilik kavramının anlamını tam anlamıyla ifade edilememesine ve alanının daralmasına sebep olmaktadır (Tunç,2007: s.65).

İktisat teorilerine göre kâr/kazanç güdüsü olarak açıklanan girişimcilik kavramı işletme kuramlarına göre örgüt iklimi ve yöneticilik özellikleriyle tanımlanmaktadır. Tüm bu teoriler dışında da girişimciliğin psikolojik ve sosyolojik açıdan kâr dışı motivlere de dikkat çekerek farklı bakış açılarıyla da ele alınması bu alanda katkı yapılmasını sağlamıştır (Aytaç ve İlhan,2007: s.103). Girişimcilikte her zaman amaç ekonomik bir değer oluşturmak olmayabilir psikolojik ya da sosyal açıdan bir değer oluşturmak için de girişimcilik yapılabilir. Amacın ekonomik kazanç elde etmek olduğu durumlarda da psikolojik ve sosyal faydalar da sağlanabilir (Tunç,2007: s.64). Tüm bu açıklamalardan da anlaşılacağı gibi birçok farklı girişimcilik türü bulunmaktadır. Bunlardan bazıları aşağıda verilmiştir.

1. Ticari Girişimcilik

Bu girişimcilik türü genel kabul görmüş girişimcilik tanımlarının temelini oluşturmaktadır. Cantillon'un "girişimci; fırsatların farkına vararak risk almaya hazır olan ekonomik aktörlerdir" tanımı da bu girişimcilik türünü destekler niteliktedir (Şeker,2012:s.18).

2. İç Girişimcilik

Şuan aktif faaliyette olan bir işletme içerisindeki çalışanların bir girişimci gibi davranmalarını veya onlar gibi olmaya özendirilmelerine iç girişimcilik denilmektedir (Koçel, 1998: s.17).

İç girişimcilik işletme içinde proaktif olması sebebiyle işletmenin durgunlaşmasını engeller ve bunu oldukça kısa sürede gerçekleştirir. Zorlu rekabet şartlarında mücadele edebilmek için yenilik yapmalı ve pazara farklı ürünler sunmalıdır bu da ancak iç girişimcilik sayesinde hızlı ve etkili bir şekilde gerçekleştirilecektir (Naktiyok ve Bayrak Kök, 2006:s.80).

3. Kadın Girişimciliği

Son yıllarda oldukça gündeme gelen bir konu olan kadın girişimciliği Ecevit tarafından şu şekilde tanımlanmıştır; "ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir veya

birkaç işyeri olan ve işyerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle çalışan ve/veya işin sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran herhangi bir mal veya servisin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya servisin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan/yaptıran iş ile ilgili olarak ilişkiye girmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran iş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, işyerinin işletilmesi, kapatılması veya işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren işinden elde ettiği kazancın yatırım kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadına” kadın girişimci denilmektedir (Güney,2015:238).

4. Akademik Girişimcilik

Üniversitelerin diğer üniversitelerle rekabet, farklılaşma gibi etkenleri dikkate alarak kendi kaynağını oluşturması bunu da değişime paralel olarak gerçekleştirmesi akademik girişimcilik olarak ifade edilmektedir (Çiftçi,2010:346).

5. Psikolojik Girişimcilik

Ekonomik bir değer elde etmek ya da sosyal bir değer oluşturmasının ötesinde psikolojik olarak da ihtiyaçlarını karşılama (kendini ispat, özgüven kazanma, itibar kazanma, kötü düşüncelerden arınma, kişisel, sosyal ve/veya toplumsal faaliyetleri düzeltme vb.)yönünde bir hedef ya da hedefler belirleyerek fayda oluşturmak için bir faaliyete girişmesi, var olanı yenilemesi gibi düşüncelerini harekete geçirmesine psikolojik girişimcilik denilmektedir (Tunç,2007:62).

6. Sanat Girişimciliği

Yeni sanat fikirlerinin bulunması ve araştırılması ile ilgili fikirleri sanatsal ifadelerle ve örgütsel formlar kullanarak açıklamaya ve aktarmaya sanat girişimciliği denilmektedir (Scherdin, M., Zander,2011:3).

7. Sosyal Toplumsal Girişimcilik

Amacın ya da amaçların ekonomik değer ya da psikolojik değer üretmekten öte topluma fayda sağlayacak faaliyetlerin bireyler ya da örgütler tarafından başlatılması, yenilenmesi ve fikirlerin hayata geçirilmesi, atılım yapılmasıdır (Tunç,2007:61).

8. Stratejik Girişimcilik

İşletmelerin, teknolojinin ve pazarın her geçen gün daha da geliştiği ve küreselleştiği bir dünyada günümüz ve gelecek zamandaki rekabette avantaj sağlamak için örgütsel yeniliklerin yapılmasını kapsayan girişimcilik türü stratejik girişimcilik olarak adlandırılmaktadır (Yılmaz H. 2012: 4485).

2.4.SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Sosyal girişimciliğin tarihçesi, tanımı, sosyal girişimci kavramı, sosyal girişimciliğin boyutları ve faaliyet alanları, ilgi alanları, Dünyadan ve Türkiye’den sosyal girişimcilik örnekleri ve sosyal girişimcilikle ilgili yapılmış örnek çalışmalar bu bölümde verilmiştir.

2.4.1. Sosyal Girişimciliğin Tarihçesi

Sosyal girişimcilik kavram olarak yeni sayılmasına rağmen aslında oldukça eskidir. Çok uzun süredir sosyal girişimcilik uygulanmaktadır fakat kavramı ilk olarak 1833 yılında kullanan William Lloyd Garrison’dur. Garrison bütün hayatı boyunca tutkulu bir şekilde kölelikle mücadele etmiştir. Bunun için kölelikle mücadele derneğini kurmuştur (Barendsen ve Gardner, 2004, PBS.org, Cornell University online library).

Reformist ve aynı zamanda sosyal hizmet uzmanı olan Adams ise 1889 yılında Chicago’da ki yoksul kişilere yardım etmek amacıyla Hull House’u kurmuştur. Adams’da hayatı boyunca bu projesi üzerine çalışmış ve 1931 yılında Nobel Barış ödülüne layık görülmüştür. Ve çalışması ulusal boyutta beğeni kazanarak bir rol model haline gelmiştir (Barendsen ve Gardner, 2004, nobelprize.org).

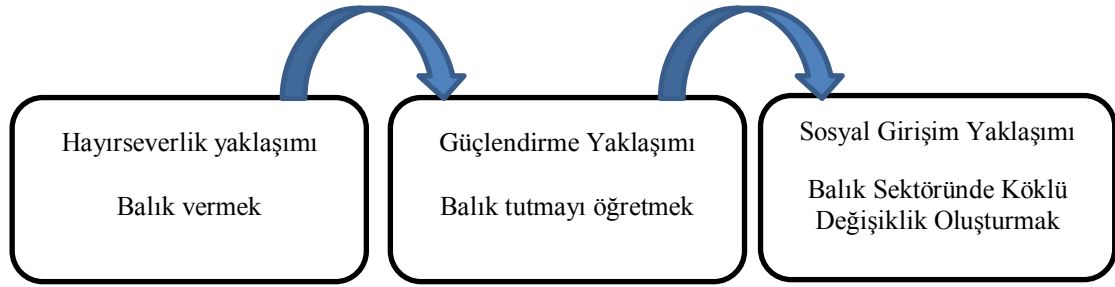
Sosyal girişimcilik kavramını ilk tanımlayan kişi 1980 yılında Amerikalı William Drayton olmuştur. Sosyal girişimcilik kavramını tanımlaması kavram için bir dönüm noktası olarak kabul edilebilir (Denizalp,2009:4). Drayton toplumsal sorunların çözümünde sosyal girişimcilerin gücüne hep inanmış ve bunun için Ashoka’yı kurmuştur. Ashoka sosyal girişimcilere finansal kaynak sağlamak için kurulmuş olan ilk girişim örneğidir (Barendsen ve Gardner, 2004, Denizalp, 2009).

Yalnızca ticari alan içerisinde düşünülen bir girişimcilik anlayışı döneminde sosyal sorunlara yönelmek hayalcilik olarak görülmekteydi. İşte tam bu noktada sosyal girişimciler toplumların alışlagelmiş davranışlarını değiştirerek yenilikler yapmışlardır (Denizalp,2009:7). Örneklere bakılacak olursa; mikro kredinin mucidi olarak tanınan Muhammed Yunus, Darüşşafaka’nın kurulmasını sağlayan Yusuf Ziya Bey, kadın hastalıkları ve çocuk ölümlerini engellemek adına Kavalalı Mehmet Ali Paşa’nın kızı tarafından kurulan Zeynep Kamil Hastanesi sayılabilir (Şeker, 2012:24).

2.4.2. Sosyal Girişimcilik Kavramı

Dünyadaki sorunların (çevre kirliliği, eğitimsizlik, açlık, dengeli olmayan gelir dağılımına bağlı yoksulluk vb.) artması ve yapılan yardımların yetersiz oluşu sosyal girişimcilik kavramının önemini her geçen gün arttırmaktadır.

Sosyal girişim yaklaşımı ile ilgili yaygın yapılan bir benzetme aşağıdaki gibidir (Denizalp,2009:7);



Şekil 3: Sosyal Girişimcilik Yaklaşımı

Sosyal girişimcilik kavramı için birçok farklı tanım yapılmıştır. Bunlardan bazıları Tablo-12’de verilmiştir;

Tablo 12:Sosyal Girişimcilik Tanımları

Yazar	Tanım
Fowler (2000)	Sosyal girişimcilik, sosyal fayda oluşturabilecek sürdürülebilir bir ekonomik yapı, kuruluş vb. uygulamalar oluşturmaktır.
Mort vd. (2003)	Sosyal girişimcilik, sosyal bir misyona sahip olma, sosyal değişim oluşturacak fırsatları görme, yenilik yapma, sürdürülebilir olma gibi özellikler barındıran çok boyutlu bir kavramdır.
Mair & Marti (2006)	Sosyal girişimcilik, sosyal değişim oluşturmak veya bunu hızlandırmak, sosyal ihtiyaçları gidermek için çeşitli kaynakları bir araya getirerek hareket etmektir.
Birch & Whittam (2006)	Sosyal girişimcilik, kişisel açıdan girişimciliğin amacı doğrultusunda çeşitli olguları bir araya getirebilmek için sahip olduğu motivasyon ve vizyonu buluşturabilmesidir.
Peredo & McLean (2006)	Sosyal girişimcilik sosyal değer oluşturmaktır.
Robinson (2006)	Sosyal girişimcilik, oluşan bir sosyal problemi fark edebilme, ona çözüm bulabilme, oluşturduğu çözümlerin sürdürülebilirliğini sağlayabilen amacı sosyal fayda olup kâr amacı güden ya da işletme odaklı kâr amacı gütmeyen bir örgüt oluşturabilme sürecidir.

Kaynak: Güler, 2008: 70-74

Belli başlı kurumların yapmış oldukları sosyal girişimcilik tanımları Tablo-13’de verilmiştir;

Tablo 13: Kurumların Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimci Tanımları

Kuruluş Adı	Tanım
Duke University, The Fuqua School of Business, Center for the Advancement of Social Entrepreneurship	Sosyal girişimcilik, sosyal değer yaratmak için fırsatları görmeyi ve bunları verimli bir şekilde kullanmayı içeren bir süreçtir.
Harvard University, Harvard Business School, Social Enterprise Initiative	Sosyal girişimcilik kar amacı gütmeyen, devlet ve özel sektörün herhangi birinde görülebilecek yenilikçi, sosyal değer yaratan bir faaliyettir.
Oxford University, Said Business School, The Skoll Center for Social Entrepreneurship	Sosyal girişimcilik en uygun sosyal ve çevresel etkiyi sağlamak için dinamik yönetim stratejilerini içinde barındırmaktadır. Sosyal girişimciler, diğerlerinin kaçırdıkları fırsatları görebilen, toplumun daha iyi olması için sistemler geliştiren, yeni yaklaşımlar bulan, yaratıcı ve sürdürülebilir çözümler üreten toplumun değişim araçlarıdır.
Ashoka	Sosyal girişimciler toplumun en acil çözüm bekleyen sorunlarına yenilikçi çözümler üreten bireylerdir. Bu kişiler hırslı ve inatçıdırlar, temel sosyal sorunların üstesinden gelirler ve geniş ölçekli değişim için yenilikçi fikirler öne sürerler.
Schwab Foundation for Social Entrepreneurship	Sosyal girişimcilik genel olarak toplumun yararına olan, özellikle dışlanmışları ve yoksulları önemseyen, uygulanabilir, yenilikçi ve sürdürülebilir bir yaklaşım önermektedir.
Skoll Foundation	Sosyal girişimciler, toplumun değişim araçları olarak insanlığın yararına olan yeniliklere öncülük ederler.
Dünya Girişimcilik Platformu –Global Entrepreneurship Monitor	Sosyal girişimcilik, sosyal amaçları odak olarak alan ve karın yatırımcılara yönlendirilmesinden önce faaliyet veya girişimin kendisi için yeniden yatırıma dönüştüğü, yeni sosyal girişim faaliyeti, bağımsız çalışma gibi yeni girişim kurma ya da birey veya grup olarak var olan bir sosyal girişimin genişletilmesi faaliyetidir.

Kaynak: Güler, 2008:74-75

Sosyal girişimciliğe ait bu kadar çok tanımın olması ve de ortak bir tanıma varılamamış olması kavramdaki “sosyal” ve “girişimcilik” terimlerinin tam olarak tanımlanamamasından kaynaklanmaktadır (Zahra vd., 2006: 2).

Sosyal kelimesi ile kavrama şu anlamlar yüklenmektedir (Güler:2008,66-67);

- Yapılan işin sonucunda sosyal fayda görülmeli. Örneğin yoksulluk sorununun ortadan kaldırılması, işsizlik oranının düşürülmesi, sağlık problemlerinin giderilmesi gibi sosyal girişimcilik alanında sosyal sorunlar olmalıdır.
- Problemlerin giderilmesi için kurulan ağlar, bağlantılar, güven ve iş birliği sorunların giderilmesi de finansal ve fiziksel sermaye için kaynak olarak görülmeli.
- Sosyal sorunları çözümlmek için bir araya gelen sermayedarlar ya da ortaklar kâr amacı ile birleşmemeli asıl amaç topluma sağlanan fayda olmalı ve elde edilen kâr bu kişiler arasında paylaşılmamalı tekrar yatırım için değerlendirilmelidir.

- Yaşadıkları mahalleleri veya mülkleri daha iyi hale getirme çabası içinde olarak bilinen sosyal girişimciler topluluk girişimcileridir. Daima toplumun daha iyiye daha güzele ulaşması için çabalarlar. Tüm bunlarla birlikte sadece yaşadıkları bölgelere bağlı kalmazlar sosyal girişimciler daha geniş alanlarda faaliyet gösterirler. Onlar tüm toplum sorunlarına karşı mücadele etmektedirler (Leadbeater, 1997:11).
- Sosyal alanda faaliyet göstermeli sosyal girişimciler ne “özel” ne de “kamu” içinde olmalı onlar sosyal yani kâr amacı gütmeyen bir grup olmalıdırlar.

Girişimci kelimesinin sosyal girişimcilik kavramına kattığı anlam ise şu şekilde ifade edilebilir (Güler, 2008:67-68);

- Sosyal girişimci olan bireyler toplumun sorunlarına odaklanarak hareket ederler.
- Toplumda var olan sorunları gidermek konusunda kararlı, azimli ve de karizmatiktirler. Onların amacı kâr elde etmek değil belirli bir sosyal amacın peşinde koşmaktır.
- Sosyal girişimcilik için çok büyük önem arz eden faktör her alanda yenilikçi ve oluşturucu olmaktır. Çünkü sorunların üstesinden gelebilmek için yenilikçi çözümler getirmek oldukça önemlidir (Leadbeater,1997:12).

2.4.3. Sosyal Girişimcilik Yaklaşımları

Sosyal girişimcilik üzerine bu kadar çok tanım yapılmasının diğer sebebi ise bu konu üzerinde yapılan farklı yaklaşımlardır. Bu yaklaşımlar dört grup altında incelenebilmektedir (Besler ve Sarıkaya, 2010;9-10);

2.4.3.1.Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluş Yaklaşımı

Bu yaklaşımı savunanlar sosyal girişimciliği; kâr amacı gütmeyen kuruluşlara ait bir kavram olarak ve kâr amacı gütmeyen kuruluşların gelir elde etmek için yeni yaklaşımlar geliştirmesi olarak kabul ederler. Fakat her kâr amacı gütmeyen kuruluşun sosyal girişimci olduğu söylenemez. Vizyonları, aldıkları stratejik kararlar ve çevrenin vermiş olduğu tepkilere göre kâr amacı gütmeyen diğer kuruluşlara göre farklılık göstermektedirler.

2.4.3.2.Kâr Amacı Güden Sosyal İşletme Yaklaşımı

Bu yaklaşım içerisinde kâr amacı güden kuruluşlar da sosyal girişimci olarak kabul edilirler. Sosyal bir amaca yönelik yeni ve etkileyici faaliyetlerde bulunmak sosyal girişimcilik olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşıma örnek olarak özel ya da kamu sektör hastaneleri verilebilir.

2.4.3.3.Sosyal Bir Amaca Sahip Olmayan Ancak Kâr Amacı Güden Kuruluş Yaklaşımı

Üçüncü grup olarak sosyal bir amaca sahip olmayan ancak kâr amacı güden kuruluşlar da sosyal girişimci olarak kabul edilir. Faaliyet amacı doğrudan sosyal fayda oluşturmak olmayan ticari kuruluşlar bu gruba girmektedir. Bu gruba örnek bir tekstil işletmesi verilebilir.

2.4.3.4.Tüm Sektörleri İçeren Yaklaşım

Son grup olan bu yaklaşımın savunucuları ise tek bir sektöre bağlı kalmayacağını sosyal girişimciliğin tüm sektörleri kapsadığını savunmuşlardır. Yani bu yaklaşıma göre kamu, özel sektör ya da sivil toplum örgütlerinin hepsinin gerçekleştirebildiği inovatif fikirler sergileyen ve sosyal fayda sağlayan faaliyetler olarak açıklanmaktadır.



Şekil 4:Sosyal Girişimciliğin Kaynakları

Kaynak: Leadbeater, C. (1997)

Leadbeater'ın gösterdiği şekilden de anlaşılacağı üzere sosyal girişimcilik bu üç sektörden de beslenmektedir.

2.4.4. Sosyal Girişimciliğin Boyutları

Sosyal girişimciliğin boyutlarına bakılacak olursa yazarlar arasında tam bir görüş birliği sağlanamadığını ve yaptıkları çalışmalara göre farklı şekillerde boyutlandıkları görülmektedir. Weerawardena ve Mort (2006) Avustralya’da yaptıkları çalışmalarda 9 farklı sivil toplum kuruluşunu incelemişler, sosyal girişimciliğin çok boyutlu olduğunu sosyal misyon, inovasyon, çevresel dinamikler, proaktiflik, risk yönetimi, sürdürülebilirlik ve fırsat arama/tanıma gibi yedi boyuttan oluştuğunu ifade etmişlerdir.

Başka bir çalışmada Hervieux vd. (2010: 57) sosyal girişimcilik literatürünü söylem analizi ile tarayarak 8 boyut elde ettiklerini söylemişlerdir. Bu boyutlar önem sırasına göre şu şekildedir: sosyal misyon, sosyo-ekonomik organizasyon, yenilik, sürdürülebilirlik, sosyal değişim, fırsatlar, otonomi ve risk alma. Hervieux vd. (2010: 57) bir sosyal girişimcilik örneğinde bu unsurların olduğunu fakat oranlarının değiştiğini ifade etmiştir. Örneğin yenilenebilir enerji gibi çevresel olan bir sosyal girişim sosyallik boyutunu doğrudan gösteremeyebilmektedir (Güler,2008:97).

Praszkier ve Nowak’a (2012: 15) göre ise sosyal girişimcilik 5 boyuttan oluşmaktadır. Sosyal inovasyon, sosyal misyon, sosyal değişim, girişimci ruh ve kişilik olduğunu söylemişlerdir.

Kırılmaz’a (2014:62) göre ise 5 farklı boyuttan oluşmaktadır. Sosyal içerikli vizyon ve misyon sahibi olma, sosyal değer yaratma, sosyal girişim fırsatlarını görme, yenilikçi olma, kaynak yaratma ve sürdürülebilirliği sağlamadır.

Nga ve Shamuganathan’ın (2010)’ın hazırlamış olduğu sosyal girişimcilik ölçeği 5 boyutludur; sosyal vizyon sahibi olma, finansal getiri, inovasyon (yenilikçilik), sürdürülebilirlik ve sosyal ağlardır.

2.4.4.1.Sosyal İçerikli Vizyon ve Misyon Sahibi Olma

Sosyal girişimcilikte ticari girişimcilikten farklı olarak toplumda değişiklik yapmak ve bunu sürekliliğini sağlamak esastır. Sosyal vizyon girişimci için hedeflediği amaçlarının da ötesinde toplum bir değişim ajanı olabileceği fırsatları görmesini sağlar. Çoğunlukla çevresel konular üzerinde yoğunlaşma ya da sosyal nedenleri desteklemek

için sorumluluk bilinci ve duygusal açıdan etkilenme ile sosyal konulara bağlılık oluşmaktadır (Nga ve Shamuganathan, 2010: 263).

Büyük sosyal problemlerin tespit edilmesi ve çözülmesi için sosyal girişimcilere ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü sosyal girişimciler tüm sistemi iyileştirene dek çabalarlar ve hiçbir zaman yılmayarak sürdürebilecek vizyon ve azim ile çalışmaktadırlar (Denizalp,2007:7).

Sosyal misyon sosyal girişimcilik için vazgeçilmez bir kavramdır. Sosyal misyon ticari girişimcilik ile sosyal girişimciliği birbirinden ayıran en temel unsurlardandır (Mort vd. ,2003:79).

Günümüzde sosyal bir misyona sahip olma oldukça önemlidir. Çünkü artan sosyal problemlerle baş edebilmek ancak başarılı şekilde yürütülecek olan sosyal girişimlerle mümkün olabilmektedir. Sosyal girişimlerinde bunu başarabilmelerinin altında yatan en büyük sebep ise sosyal bir misyona sahip olmalarıdır (Ercan,2016:27).

2.4.4.2.Finansal Getiri

Ticari girişimlerde olduğu gibi sosyal girişimlerde de finansal getirilere ihtiyaç vardır. Fakat sosyal girişimler maddi girdileri şahsi faydaları için değil toplumsal amaçlar için kullanılmaktadırlar. Yani sosyal girişimciler için kâr elde edebilmek amaçlarına ulaşmak için bir araçtır (Marangoz, 2012:89).

2.4.4.3.Yenilikçi Olma (İnovasyon)

Sosyal girişimciliğin en önemli bileşeni yenilikçiliktir. Sosyal girişimciler kendi yeteneklerinin farkında olmayan kişilerin ve kullanılmayan kaynakların sosyal ihtiyaçları gidermek için değerlendirmektedirler. Sosyal girişimciler sosyal sorunları gidermek için yeni ürünler ve yeni bir yaklaşım geliştirerek inovasyon yapmaktadırlar (Özdemir,2010:98).

Sosyal girişimciler yeni çözüm yolları üretmekte yeni yaklaşımlar geliştirerek yenilikçi kimliklerini ortaya koymaktadırlar. Shumpeter yenilik için her zaman yeni bir ürün ya da yeni bir yöntem geliştirerek olmaz fikirlerin yeni bir yolla uygulanmasının da yenilik olarak ifade edilebileceğini söylemiştir (Dees,1998:4).

2.4.4.4.Kaynak Yaratma Ve Sürdürülebilirliği Sağlama

Kaynak oluşturmak ve sürdürülebilirlik birbirini tamamlayan iki kavramdır. Sosyal girişimcilik kaynak olduğu sürece sürdürülebilir sürdürülebilirlik sağlandığı sürece yeni kaynakları bulunabilir (Besler, 2010:13).

Kâr amacı güden işletmeler diğerlerine oranla kaynak bulma konusunda daha az zorlanırlar. Çünkü ticari girişimlerde sermaye piyasasından yararlanılabilmektedirler. Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar da ise kaynak kısıtlamaları bulunmaktadır (Besler, 2010:14).

Sivil toplum kuruluşları devletin desteği, çevreden gelen bağışlar, projelerden gelen gelirler, üyelere gelen aidatlar, uluslararası fonlar vb. gibi gelirleri bulunmaktadır. Tüm bunların yanında kaynak sağlamak ve sürdürülebilirliği sağlamak için gelir getirici faaliyetlere yönelmektedirler (Kırılmaz, 2014: 68).

Sosyal girişimciler bu yardımların yanı sıra medya ve iletişimi kullanarak da kaynak oluşturabilmektedirler (Waddock, 1988).

2.4.4.5.Sosyal Ağları Kullanma

Sosyal girişimciler sosyal ağları kullanarak değişime sürat kazandırır ve misyonlarını elde etme de başarı sağlarlar (Miller ve Wesley,2010:710). Ağlar sayesinde gömülü olan değerlere ulaşılırken aynı zamanda güven ağını da oluşturmaktadır (Lehner ve Kaniskas, 2012).

Sosyal girişimcilerin gerçekleştirdiği ağ ilişkileri tecrübenin ve bilginin toplumun çıkarına uygun yenilikçi ve amaca uygun şekilde paylaşılmasını sağlar (Nga ve Shamuganathan, 2010).

2.4.5. Sosyal Girişimci Kavramı

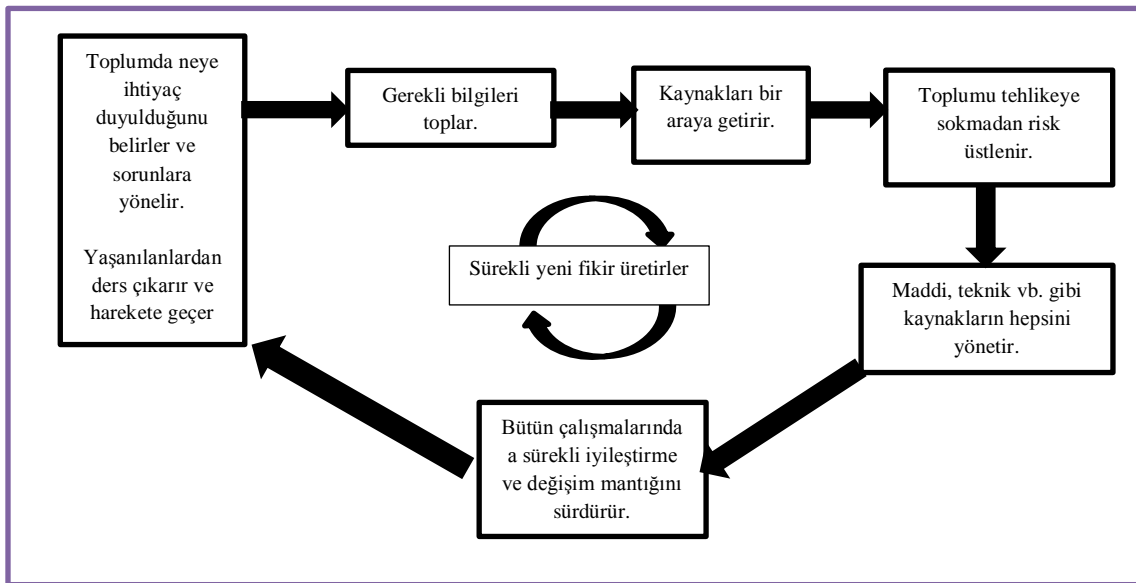
Sosyal girişimci; sosyal etki, girişimcilik, yenilikçilik, sürdürülebilirlik ve büyümeyi temel alarak yoksulluktan sağlığa, çevreden insan haklarına kadar birçok konuda, bir problemten veya bir ihtiyaçtan yola çıkarak uzun dönemli projeler geliştiren, sürdüren ve sosyal dönüşümü sağlayan kişilere verilen isimdir (<http://www.sogla.org/sosyal-giri351imcilik.html>, Erişim tarihi:04.12.2017).

Theobald (1987) sosyal girişimciyi kişilere, kuruluşlara ve gruplara yenilikler getiren ve risk alabilen kişi olarak tanımlamıştır (Akt: Güler,2008: 68).

Sosyal Girişimcilerin Özellikleri aşağıda verildiği gibidir (Denizalp,2009: 9) :

- ❖ Toplumdaki problemlerin bilincinde olmak
- ❖ Başarılı olma arzusu
- ❖ Amaçlarına ulaşma konusunda kararlı ve hırslı olmak
- ❖ Risk ve sorumluluk alma konusunda istekli
- ❖ Fırsatların farkında olma ve yeni bir şeyler oluşturabilme yeteneği
- ❖ Düzenli ve planlı çalışabilme
- ❖ Ekip çalışmalarında başarılı olmak ve ekip üyelerine güven verebilme
- ❖ Fikir alışverişi yapabilmek ve egoist bir kişiliğe sahip olmamak
- ❖ Şartlar ne kadar zorlaşırsa zorlaşırsın vazgeçmemek
- ❖ Kendilerini sürekli yenilerler
- ❖ Etkileyici kişilikleri sayesinde çevresindeki kişilere de girişimcilik duygusunu aşırlarlar.

Sosyal girişimcilerin çalışma şekli şekil 5’de verilmiştir. Şekilde de görüldüğü gibi sosyal girişimciler oluşan sorunları birer fırsat olarak görür ve değerlendirir ve toplumu tehlikeye sokmadan risk alırlar ve sürekli iyileştirme çalışmaları yaparak amaçlarına ulaşmayı hedeflerler.



Şekil 5:Sosyal Girişimcinin Çalışma Şekli

Kaynak: Denizalp,2012:10

Sosyal girişimcilik ve ticari girişimcilik arasında kâr özellikleri, yaptıkları işler, risk alışları gibi birçok konuda farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklar Tablo-14’de verilmiştir.

Tablo 14:Sosyal Girişimcilik Ve Ticari Girişimcilik Arasındaki Farklar

	Sosyal Girişimcilik	Ticari girişimcilik
Risk ve Karar	Sosyal problemleri çözmek için kararlar alınır ve yine onların yararı için belirli ölçülerde risk alırlar.	Kişisel riskten söz edilir ve kişiler kendi yararları için risk alırlar.
Yapılan iş	İş birliğini kamu kurum ve kuruluşları ile gerçekleştirirler.	Finansal kısıtlarla uğraşır ve sanayi ağı ile iletişim kurar.
Kâr Özellikleri	Sosyal problemlerin üstesinden gelmek ve sosyal bir sermaye oluşturmak.	Kişisel çıkarlarını göz önünde tutarak kişisel kâr sağlamak
Yenilikçilik	Daha az girdi ile daha çok çıkar sağlamak. Toplumun kaynaklarını daha verimli kullanmak	Yeni yöntemler ve yeni fırsatlar keşfetmek
Fırsat Kovalama	Sosyal problemleri belirler ve bunlar üzerine yoğunlaşır.	Yeni pazarları araştırır ve yeni işler oluşturur.
Temel Değerler	Ekonomik ve sosyal kaygının birbirinden ayırlamaması: ekonomik kaygıları sosyal misyon ve hedeflerle dengede tutma Yerel, toplulukçu ve tüketici katılımı Sosyal birliktelik ve katılımın teşvik edilmesi Farklılık, yenilikçilik ve yaratıcılık Fırsatları ve kaynakları iyi kollama ve kullanma	Ekonomik endişeler yüksek boyuttadır. Verimlilik, etkinlik, çıktılar, üretkenlik ve karlılık ağır basmaktadır. Müşterilere ve/veya hissedarlara karşı sorumluluk bulunmaktadır. Tüketicinin gücü tanınmakta ve kabul edilmektedir. Sosyal amaçlı projelere bağlıta bulunma ve hayırseverlik yaklaşımı söz konusu olmaktadır.
Örgütsel Çevre	Kurallar çerçevesi boyunca işlemektir.	Çeşitli kurallara bağlılık ve farklı ölçülerde bürokratik prosedürler

Kaynak: Llewellyn vd (2000:21); Gray vd.(2003:147)

Sosyal girişimciliğin alanları aşağıdaki gibidir;

- Kadın hakları
- Cinsiyet eşitsizliği
- Eğitim
- Sağlık ve beslenme
- Toplum güvenliği
- Yoksullukla mücadele
- Çevresel sorunlar
- İnsan hakları
- Açlık, yoksulluk
- Toplumsal adalet

- Bireylerin kendini geliştirmesi
- İşsizlik (<https://prezi.com/btrwyr26bgkl/sosyal-girisimcilik/> , London ve Morfopoulos, 2010:4, Neck vd.,2009:16)

2.4.6. Sosyal Girişimciliğin Faaliyet Alanı

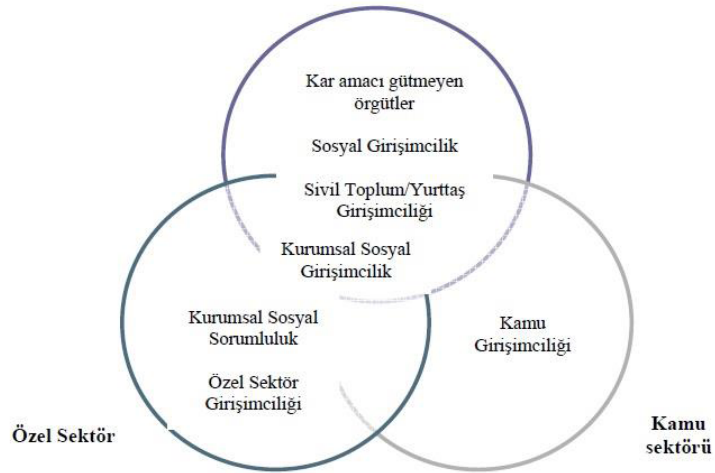
Sosyal girişimciliğin birçok farklı tanımının olması bu kavramın faaliyet alanının bazı değişkenlere göre değiştiğini göstermektedir. Bu değişkenlere aşağıda değinilecektir (Güler, 2008: 113);

2.4.6.1.Sektörlere Göre

Sosyal girişimciliğin kâr amacı gütmeyen kuruluşların yaptığı faaliyetler olduğunu savunanların yanı sıra bazı ticari işletmelerinde sosyal politikalarda ki sürdürülebilirliği sosyal girişim olarak görülmektedir (Ercan,2016:17). Araştırmacılardan bazıları sosyal girişimciliği kâr amacı gütmeyen kuruluşlara özgü bir değer olarak ifade ederken (Prabh,1999; Thomspson, 2002; Spear,2006,Dees ,1998) kâr amacı gütmeyen inovatif girişimleri, amacının sosyal olduğu girişimleri ve melez kuruluşların olduğunu söylemektedir.

Bazı araştırmacılar kavramın tek bir alana özgü kabul edilmesinin faaliyet alanını daraltacağı görüşüyle özel sektörde de sosyal girişimcilik kavramının olabileceğini ifade etmişlerdir (Post, 2006: 27; Naumes ve diğ, 2002: 10; Thompson, 2002). Thompson (2002:413) sosyal girişimcilerin faaliyet gösterdikleri alanları şu şekilde belirtmiştir; toplum odaklı toplum faydası için bir şey yapma isteği içinde bulunan kâr odaklı işletmeler, amacı sosyal fayda olup ama yine de işletme olarak ifade edilen sosyal girişimler, gönüllü sektörlerdir. Araştırmacı her ne kadar bu kavramın faaliyet alanının bu kadar geniş olduğunu ifade etse de asıl faaliyet alanının gönüllü sektör olduğunu da söylemiştir.

Kâr amacı güden ya da gütmeyen kuruluşlar incelendiğin de sektörler arasında kesin çizgiler olmadığı görülmektedir. Nitekim bazı kâr amacı gütmeyen kuruluşlar kendilerine finansal kaynak sağlamak amaçlı ticari yan kuruluşlar kurarken, kâr amacı güden işletmeler de elde ettikleri kârın bir kısmını sosyal fayda için harcayabilmektedirler (Alvord vd., 2004: 262; Austin vd., 2007:29).



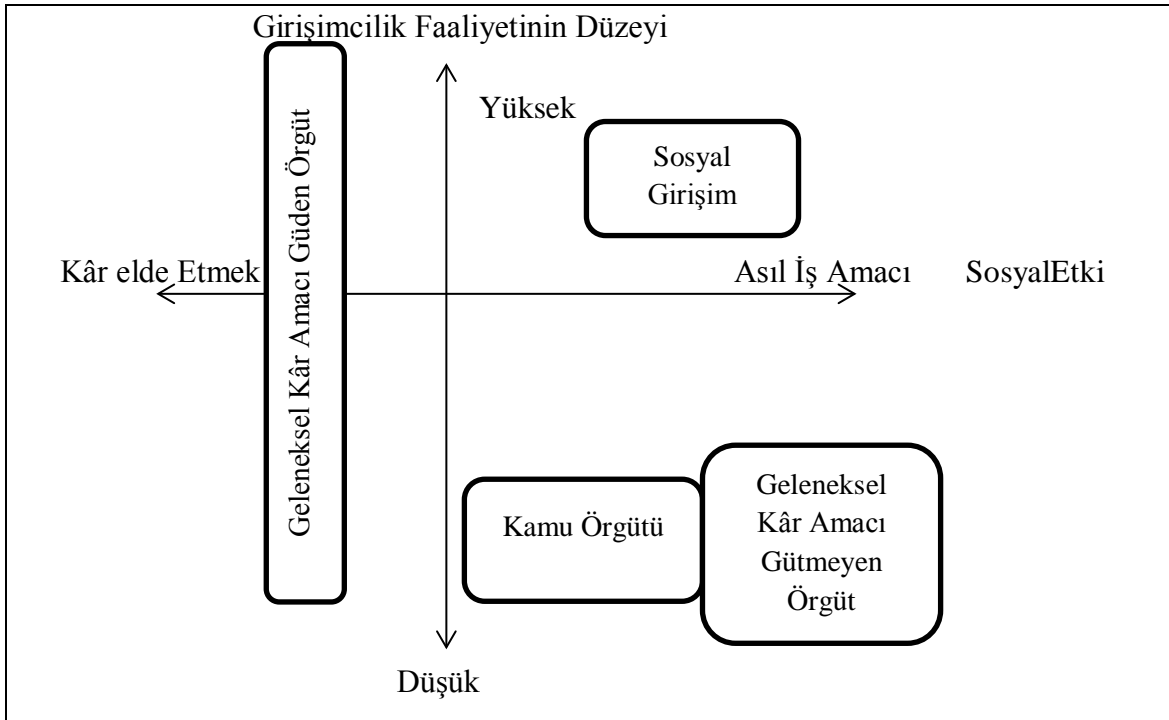
Şekil 6:Sosyal Girişimcilik ve İlgili Diğer Girişimcilik Uygulamalarının Sektörlere Göre Konumlandırılması

Kaynak: Güler,2008:116

Tüm bunlar kısaca ifade edilirse; sosyal girişimcilik kavramı genel olarak kâr amacı gütmeyen kuruluşlara özgü gibi gösterilse de kimi zaman kamu sektörü içinde olabilen kimi zaman da kâr amacı güden fakat kâr amacı gütmeyen kuruluşları destekleyen ve kimi zamanda hem finansal çıkarlarını gözetip hem de sosyal amaçlarını gözetten özel sektörde faaliyet gösteren işletmeleri kapsamaktadır (Gentile, 2002:4-5).

2.4.6.2.Amaçlarına Göre

Sosyal girişimlerin asıl amaçlarına göre sınıflandırmasını Huber (2004:19,Akt: Güler,2008: 118) aşağıdaki şekilde göstermiştir.



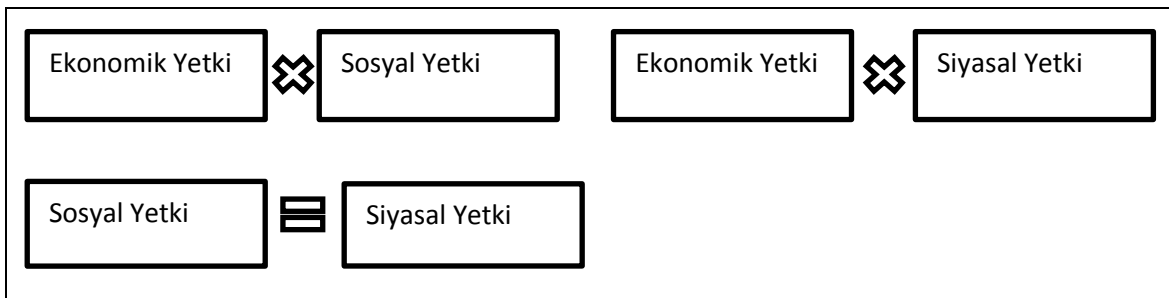
Şekil 7: Örgütlerin Asıl İş Amacı ve Girişimcilik Düzeyine göre Sınıflandırılması

Kaynak: Huber (2004:19,Akt: Güler,2008: 118)

Şekilde de gösterildiği gibi sosyal girişimler hem girişimcilik faaliyetlerinin yüksek hem de bıraktıkları sosyal etki düzeyi yüksek olan bölgededirler. Geleneksel anlamda kâr amacı güden kuruluşlar ise sosyal etki oluşturmak asıl iş amaçları olmadıkları için sosyal girişimciliğe ters olarak konumlandırılmıştır. Kamu Örgütü ve Geleneksel Kar amacı gütmeyen kuruluşlar ise sosyal etki oluşturmaktan ziyade girişimcilik kısmında sosyal girişimcilikten ayrılmaktadırlar.

2.4.6.3.Yetki Alanlarına Göre

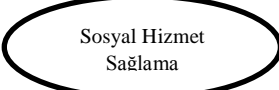

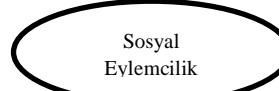
Sosyal girişimler yetki alanlarına göre Mair ve Noboa (2003: 10-11) tarafından ekonomik yetki, politik yetki ve sosyal yetki alanı olmak üzere üçe ayrılmıştır.



Şekil 8: Yetki Alanlarına Göre Sosyal Girişim

Ekonomik yetki ve sosyal yetki birbirlerine karşıt kavramlardır. Ekonomik yetki kâr paylaşımını ve kişisel çıkarları ifade ederken sosyal yetki güveni ön planda tutmaktadır. Siyasal yetki ile ekonomik yetki de birbirine zıt ifadelerdir. Çünkü örgütler ticarileşmeden uzaklaştıkça kamusalığa ve siyasallığa yaklaşmaktadırlar. Siyasi ve sosyal yetki arasında amaçlarının da ortak olmasından anlaşılan güçlü bir ilişki bulunmaktadır. İki kavramın da amacı toplumsal refahtır.

2.4.6.4.Eylemlerine Göre

Doğrudan		
Eylemin Doğası		
Dolaylı		
	Korunan ve geliştirilen Mevcut Sistem	Oluşturulan ve Sürdürülebilir Yeni Denge

Eylemlerin Sonucunda Elde Edilen Çıktı

Şekil 9: Sosyal Sorunlarla İlgilenme Şekilleri

Kaynak: Martin ve Osberg (2007: 38) (Akt: Güler,2008:123)

Şekilde görülen 3 kavram her ne kadar birbiriyle aynı anlamdaymış gibi görünse de aslında farklı anlamlarda olduğunu Martin ve Osberg ortaya koymuşlardır. Bu üç kavramı etkileme şekillerine göre ele almışlar ve sosyal girişimciliğin hem doğrudan etkileme yeteneğine dikkat çekilmiş hem de yenilikçi yönleriyle sürdürülebilir yeni bir denge oluşturduklarını ifade etmişlerdir. Sosyal eylemcilik de yenilikçi yönüyle anlatılmış olsa da dolaylı yoldan etki etmesi sebebi ile sosyal girişimcilikten ayrılmaktadır.

2.4.7. Dünya’da Sosyal Girişimcilik

Dünyada farklı alanlarda sosyal girişimcilik çalışmaları bulunmaktadır. Yoksulluk, çevresel problemler, sağlık gibi alanlarda yapılmış olan sosyal girişimcilik örneklerinden birkaçı aşağıda verilmiştir.

Grameen Bank

Bangladeşli Prof. Dr. Muhammed Yunus’un çok yoksul, ödeme konusunda hiçbir garantisi olmayan ve diğer kurumların hiçbir şekilde kabul etmediği insanlara (% 96 kadın) kredi vermek amacıyla kurulan bankadır. Şuanda 81 ülkede faaliyetlerine devam etmektedir (Denizalp, 2007:9).

Yapılan araştırmalara göre yardımda bulunulan kişilerin %96 ‘sı kadındır. Borç alanların % 65 ‘i durumlarını daha iyi hale getirebilmişlerdir. Geri ödeme de %97 oranında geri dönüş sağlanabilmektedir. Banka sadece kendi masraflarını karşılamak için çok az miktarda faiz almaktadır (Denizalp, 2007:9).

Fazla Abed

Dünyanın en büyük sivil toplum kuruluşunun kurucusudur. Sağlıktan eğitime birçok konuda farklı fikirler ortaya koymuştur. “ Yoksulluğun gücünü organize” eden kişi olarak bilinmektedir. Bütün dünya yaptığı işleri örnek almış ve onu takip etmiş bunun için kitaplar bastırılmış ve eğitim programları yapılmıştır (www.brac.net/ Erişim tarihi: 04.12.2017).

Florence Nightingale

Sağlık sektöründe çalışmalar yapan Florence hastanelerde sağlık hizmetlerinin daha iyileşmesini sağlamış ve bunun için bir hemşirelik okulu açmış birçok hemşirenin yetişmesini sağlamıştır. Bu bağlamda modern hemşireliğin kurucusu olarak bilinmektedir (Besler, 2010: 48).

L’apebianca

İtalya’nın Forli kentinde kentliler tarafından kurulmuştur. Ticaret ve kültürün birleştirerek sürdürülebilir ekonomiye katkı sağlayan bir sosyal girişim örneğidir. 2009 yılına bir fikir olarak başlayan ve 2011 yılında finansman kaynağı bularak 2012 yılın da 2 üye ile kooperatif olarak kurulmuştur. İşletmede çalışanların üçte birini engelliler

oluşturmaktadır. Yerel ve organik tarım yapan fakat kendine yer bulamayan kişilerin 2 gün Pazar yerinde satış yapmalarını sağlamaktadır. Aynı zamanda şirket danışmanlık hizmeti de vermektedir (Tüsev, 2014).

Peter Eigen

Yolsuzlukla mücadele eden toplumsal saydamlık hareketini 1993 yılında kurmuştur. Yolsuzluğun bir sistem getirisi olmadığını bu konunun doğrudan halk ile ilgili olduğunu savunmuş ve bunu anlatabilmek için çeşitli yöntemler geliştirmiştir (Besler, 2010: 46).

Bill Drayton

Ashoka 1980 yılında Washington'da Bill Drayton tarafından kurulmuştur. Kuruluşun amacı sosyal girişimcileri desteklemek ve toplumda pozitif etki oluşturan yetenekleri destekleyerek yaygınlaşmasını sağlamaktır. Dünyada ilk ve en prestijli sosyal girişimci ağı Ashokadır. 1981 yılında Hindistan da ilk girişimcilerini seçen Ashoka 36'dan fazla ülkede ofisleriyle hizmet vermektedir (<http://ashokaturkiye.org/tr/hakkimizda-2/>Erişim tarihi:04.12.2017).

Jeroo Billimoria

Hindistan da büyük sorun olan sokak çocukları için yine içerisinde sokak çocuklarının olduğu bir yardım hattı kurdu Billimoria. Bu yardım hattı sokak çocuklarının 24 saat boyunca sağlık desteği polis desteği vb. gibi birçok desteğe bir telefonla ulaşmalarını sağlıyor. 58 şehirde hizmet veren bu sistem her geçen gün daha da büyüyor ve şu ana kadar iki milyonun üzerinde çağrı almış bulunmaktadır (Denizalp, 2010: 20).

Victoria Hale

Oneword Victoria Hale tarafından kurulmuş olan bir ilaç şirketidir. Kırsal kesimde yaşayan yoksul insanlara daha cüzi fiyatlarda ilaç satışı yapmaktadır (Güler,2010: 107).

Oded Grajew

80000 kâr amacı gütmeyen kuruluşun katıldığı dünya sosyal forumunun kurucusudur. Forumun amacı dünyada alternatif çözüm oluşturmaktır.

Her geçen gün daha da büyüyen dünyada kapitalizme mecbur olunmadığını göstermek için çözüm üretmek isteyen insanlarla bir araya gelerek güç birliği yapılan bir platformdur. Davos da gerçekleşen Dünya Ekonomik Forumuna alternatifler oluşturmak için çalışmalar sürdürülmektedir.

Aynı zamanda Oded Şirket Sosyal Sorumluluk Enstitüsünü de kurmuştur (Denizalp,2010: 20).

2.4.8. Türkiye de Sosyal Girişimcilik

Dünya da olduğu gibi Türkiye’de de çeşitli sosyal girişimcilik çalışmaları bulunmaktadır. Eğitimden sağlığa farklı alanlarda yapılmış olan bazı sosyal girişimcilik örnekleri aşağıda verilmiştir.

İbrahim Betil

İbrahim Betil tarafından kurulan eğitim gönüllüleri vakfı 8 yıl da 07-14 yaş arasındaki 150000 çocuğun okul sonrası öğrenimlerine destek veren bir sivil toplum kuruluşudur. İbrahim betil aynı zamanda dört okulunda kuruculuğunu da yapmıştır (<http://ashokaturkiye.org/tr/sosyal-girisimciler/> Erişim tarihi: 04.12.2017).

Nevin Eracar

Psikolog olan Nevin Eracar toplumda dışlanan zihinsel engelli çocukları yeni bir entegrasyon sistemi ile eğiten ilk kişidir. Farklı doğan ve farklı hareket eden insanlarla birlikte yaşamının yollarını topluma öğretmiş ve bu şekilde bu değişimin öncüsü olmuştur (<http://ashokaturkiye.org/tr/sosyal-girisimciler/> Erişim tarihi: 04.12.2017) .

Serra Titiz

2003 senesinden bu yana sürdürülebilir kalkınma üzerinde çalışmalarını sürdürmektedir. 2007 yılında ise Mikado Danışmanlığı kurmuştur. Danışmanlık şirketi görev ve yetkilerinin tam manası ile ne anlama geldiğinin bilen bir özel sektörün oluşumuna, şeffaf ve sürdürülebilir bir sivil toplumun gelişimine ve sosyal inovasyon ile toplumsal değişime katkı sağlayan çalışmalar yürütmektedir. Şirketin ana misyonu sürdürülebilir yapılar kurarak ve şirket-STK-eğitim kurumu-kamu işbirlikleriyle sinerji yaratarak sosyal etkiyi maksimize etmektir.

“Gelecek daha Net “ projesi Mikado'nun geliştirdiği modellerden biridir. www.gelecekdaha.net, genç bireylerin tecrübe ve bilgiye zaman kısıtlaması olmadan ulaşmalarını sağlayan bu proje araç olarak teknolojiyi kullanan bir sosyal girişim örneğidir.

2012 yılında Eisenhower fellow, 2013 yılında da ASHOKA Fellow seçilmiştir. BMW Foundation üyesidir. INSEAD Sosyal Girişimcilik Programı Yürütme Kurulunda, KSS Derneği Danışma Kurulunda, Repman İtibar Enstitüsü Danışma kurulunda yer almaktadır (www.mikadoconsulting.com/ Erişim tarihi: 04.12.2017).

Şengül Akçar

1986 yılında kadınların ekonomik durumlarını ve yaşam kalitelerini arttırmak amacıyla Şengül Akçar tarafından kurulmuştur. Yoksul bölgelerdeki çocuklar ve kadınlara yönelik çalışmalar yapan kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşudur. Kadınların bireysel ve toplumsal başarılarını arttırmayı, onların kendi ihtiyaçlarını karşılamaları için çeşitli platformların oluşturulmasını ve çocukların erken çocuk eğitimi almalarını hedefleyen çalışmalar sürdürür. Kadın emeğini değerlendirme vakfi her yıl yaklaşık 3000 kadın ve çocuk birçok alanda fırsat sunmaktadır (<http://www.kedv.org.tr/>Erişim tarihi: 04.12.2017).

Zeynep Uluer

İyi eğitim almış özel sektör çalışanlarının sosyal sorumluluk olarak ülke de gönüllü çalışmalar yapmasının faydalı olacağını düşünerek kendisi ilk olarak Citibank'ta çalışmalarına başlamıştır. Çevresini de işin içine katarak daha büyük çapta çalışmalar yapmıştır. Daha sonra da Özel Sektör Gönüllüler Derneği'ni kurup, şirket gönüllülüğünün mümkün olduğunu göstermiştir. Uluer, gerek iş dünyası gerek sivil örgütlenme sayesinde sivil toplumu destekleneceği bir platform hazırlamayı düşünmektedir (Denizalp,2010:32).

Sogla

Dünya bankası tarafından 2009 yılında hazırlanan “Yaratıcı Kalkınma Fikirleri” adlı yarışmanın Türkiye'nin yaratıcı kalkınma fikri seçilen gençlik topluluğudur. Topluluğun amacı; üniversite öğrencileri ve genç profesyoneller arasında sosyal

girişimciliği yayarak ve yine onlar sayesinde sosyal girişimci fikirler ortaya çıkarmak, geliştirmek ve onları desteklemektir. (<http://www.sogla.org/>Erişim Tarihi:04.12.2017)

2.4.9. Sosyal Girişimcilik İle İlgili Yapılmış Çalışmalar

Güler (2008) Ashoka ve Schwab Vakfı gibi sosyal girişimciler için büyük önem arz eden ve onlara fon sağlayan kuruluşlara üye sosyal girişimciler üzerinde yaptığı çalışma geniş ölçekli ve uluslararası boyutta yapılan ilk çalışma olması açısından önem arz etmektedir. Araştırmanın amacı sosyal girişimci davranış ile bazı bireysel ve sosyal özelliklerin, kişisel başarı algılarının, bazı demografik değişkenlerin ve çalışmaya ilişkin doyum düzeyi ile olan ilişkisini göstermektedir. Sosyal girişimci davranışının yaratıcı liderlik stili, yaratıcı mücadelelilik, sosyal çevre, kendine güven, muhtaçlara yardım etme düşüncesi, maneviyatçılık, toplumsal dayanışmaya olan inanç, belirsizlikten kaçınma ve bireysel başarı yönelimi faktörleri tarafından olumlu etkilendiği, güç aralığı tarafından ise olumsuz etkilendiği görülmüştür. Ayrıca sosyal girişimci davranış, geçmişinde olumsuz yaşam deneyimi olan, kırsalda daha çok yaşamış, rol modele sahip olan bireylerde daha fazla gözlenmekte olup, insani gelişmişlik endeksine göre düşük düzeyde olan ülkelerde daha yaygındır.

Çermik (2015) tarafından yapılan çalışmanın amacı sosyal bilgiler öğretmenliği adaylarının sosyal girişimcilik, küresel vatandaşlık ve çevre davranışları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırmanın sonucu olarak ise sosyal girişimcilik özelliklerinin yaş, aylık gelir, anne-baba eğitim düzeyi ve mesleği, aylık gelir, üniversiteye gelmeden önce yaşanan yer değişkenlerine göre anlamlı farklılık göstermezken; toplumsal, küresel, sınıf ve çevresel sorunlara duyarlı olma ve sivil toplum kuruluşuna üye olma değişkenlerine göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur.

Akkan ve Süygün (2016) çalışmalarını 12 farklı üniversitenin mühendislik, iktisadi ve idari bilimler, fen edebiyat, işletme, turizm, uluslararası ticaret, yönetim bilimleri fakültelerinde olan lisans öğrencilerine uygulamışlardır. Araştırmada amaç sosyal girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesi sosyal girişimcilik eğilimlerine başarıma güdülerinin ve özyeterlik algılarının etkisinin araştırılmasıdır. Ayrıca bunların yanında literatürde yer alan bazı demografik özellikler açısından sosyal girişimcilik eğilimlerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmektir. Sonuç olarak ise sosyal girişimcilik eğilimlerinde çalışmanın örneklemeden kaynaklandığı düşünülerek sosyal ağlar faktörü yer alamamıştır. Sosyal girişimcilik eğilimleri; sürdürülebilirlik, inovasyon, finansal

getiri ve sosyal vizyon olarak ele alınmıştır. Erkeklerin sosyal vizyon açısından sosyal girişimcilik eğilimleri kadınlara göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan finansal getiri yönüyle ele alındığında ise sonuç tam tersi şekilde erkeklerde kadınlardan anlamlı şekilde yüksek olarak tespit edilmiştir. Sosyal vizyon boyutuyla ele alındığında sosyal bilimler öğrencilerinin ortalamaları fen bilimleri öğrencilerine göre daha yüksektir. Girişimci akrabaya sahip olma, sivil toplum örgütlerinde çalışma veya sivil toplum örgütü tecrübe süresinin sosyal girişimciler üzerinde anlamlı bir fark bulunmamıştır. Öz yeterlik algısı ile ilgili sonuçlara bakıldığında ise sonuç olarak özyeterlik algısının yalnızca finansal getiri boyutunu etkilediği ortaya çıkmıştır. Başarma güdüsünün ise inovasyon, sürdürülebilirlik ve sosyal vizyon üzerinde etkisi olduğu görülmüştür.

Reyhanoğlu ve Akın (2012) çalışmasında Hatay'daki ticari girişimcilerin sosyal girişimcilik yönlerini tespit etmek ve sosyal girişimcilik ile ticari girişimciliğin ilişkisini ortaya koymayı amaçlamıştır. Sonuç olarak ise aralarında temel farkın kâr odaklı bakış açısı olduğu bulunmuş ve iki kavram arasında bir ilişki tespit edilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DUYGUSAL ZEKÂ, SOSYAL ZEKÂ VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ARASINDAKİ İLİŞKİYİ İNCELEMeye YÖNELİK ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Zekâ kavramı insanoğlu var olduğundan beri süregelen bir kavramdır. Dünya bu kadar teknolojiyle iç içe iken duygusal ve sosyal zekâ ters oranda önem kazanmaktadır.

Tüm zekâ türleri oldukça önemlidir fakat bu iki zekâ türünün sosyal girişimcilik ile ilişkisi olduğu düşünüldüğü için çalışmada bu iki zekâ türüne yer verilmiştir. Çalışmanın amacı belirlenen örneklem üzerindeki öğrencilerinin sosyal girişimcilik eğilimleri üzerinde duygusal zekâ ve sosyal zekânın etkisini araştırmak ve aynı zamanda literatürde bulunan bazı demografik özelliklere göre sosyal girişimcilik eğilimleri, duygusal zekâları ve sosyal zekâları açısından bir farklılık olup olmadığını araştırmaktır.

Dünya da her geçen gün artan problemler bizlere sosyal girişimciliğin ne kadar önemli bir kavram olduğunu göstermektedir. Buna rağmen literatürde sosyal girişimcilik kavramı üzerine yapılan çalışmaların birçoğu alan araştırmasıdır. Bu konuda yapılan çalışmaların bazılarında şu ilişkiler incelenmiştir; İrengün (2014) çalışmasında girişimcilik dersi alan üniversite öğrencilerinin kişilikleri ve sosyal girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Akkan ve Süygün (2016) lisans Öğrencilerinin Özyeterlik Algıları Ve Başarma Güdülerinin Sosyal Girişimcilik Eğilimlerine Etkilerini incelemişlerdir. Akın Ö. Ve Reyhanoğlu M.(2012) ticari girişimcilerin sosyal girişimcilik yönlerini, ticari ve sosyal girişimcilik arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır.

3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları

Araştırmanın anakütlesini Pamukkale Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Öğrencileri oluşturmaktadır. Anakütle büyüklüğü 8926 öğrencidir. Örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında farklı yöntemler bulunmaktadır. Tavşancıl (2002) örneklem büyüklüğünün madde sayısının en az 5 katı olması gerektiğini savunmuştur. Yapılan araştırma da 75 soru bulunmaktadır. Öğrencilere 400 anket verilmiş fakat bunlardan 15 tanesi geçersiz olduğu için çalışmaya alınmamıştır. Bu yüzden hesaplamalar 385 anket üzerinden yapılmıştır. Tüm bunlar göz önüne alındığında örneklem büyüklüğü 385 kişi ($75 \cdot 5 = 375$) yeterlidir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada veri toplama amacıyla bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formu katılımcılara hitaben bir bilgilendirme yazısıyla başlamakta ve toplamda 4 bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm de demografik sorular yer almaktadır. Diğer üç bölüm, duygusal zekâ, sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik ölçeklerine ilişkin soru ve ifadelerden oluşmaktadır. Bunlardan ilki WLEIS Duygusal Zekâ Ölçeği (Wong and Law, 2002) ikincisi Trompso Sosyal Zekâ Ölçeği (Silvera ve diğ.) üçüncü ölçek ise Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeğidir (Nga ve Shamuganathan, 2010).

3.3.1. WLEIS Duygusal Zekâ Ölçeği

Literatürde bir çok duygusal zekâ ölçeği olmakla birlikte WLEIS Duygusal Zekâ Ölçeği görece daha az ifade ile duygusal zekâ kavramını ölçmektedir. Daha önce birçok araştırmacı tarafından kullanılmış ve geçerliliği test edilmiştir. Duygusal zekâ ölçeği 5’li Likert tipi 16 sorudan oluşan bir ölçek olup 4 boyut içermektedir ve her boyutun altında 4’er soru yer almaktadır. Ölçekte yer alan boyutlar şu şekildedir;

- *Kendini duygularını değerlendirme:* Hissettiği duyguları doğru bir şekilde anlayabilme yeteneğini içerir. (Örnek md: “Her zaman mutlu olup olmadığımı bilirim”)
- *Başkalarının duygularını değerlendirme:* Çevresinde bulunan diğer insanların duygu durumlarını doğru bir şekilde anlamasını sağlar. (Örnek md: “Diğer insanların duygularını çok iyi gözlemlerim”)
- *Duygularını kullanma:* Hissettiği duyguları doğru ve etkin bir şekilde kullanarak kendine faydalı hale getirebilmesine olanak sağlar. (Örnek md: “Her zaman kendime yeterli birisi olduğumu söylerim”)
- *Duygularını düzenleme:* Yaşadığı çeşitli olaylar karşısında hissettiği duygularını doğru bir şekilde düzenleyebilme yeteneği sağlar. (Örnek md: “Çok kızdığım zaman kısa sürede sakinleşebilirim”) (Wong and Law, 2002, Ateş vd. 2016)

3.3.2. Tromso Sosyal Zekâ Ölçeği

Literatürde farklı sosyal zekâ ölçeklerine ulaşılsa da en çok kullanılan ölçeğin Tromso sosyal zekâ ölçeği olduğu görülmüştür. Tromso sosyal zekâ ölçeği Silvera ve arkadaşları tarafından 2001 yılında sosyal zekâ düzeyini ölçmek için hazırlanmış kendini tanımlama türünde 21 soru 3 boyut içeren bir ölçektir. Türkçe formunun

güvenirlilik ve geçerlilik testleri Doğan ve Çetin tarafından yapılmıştır. Ölçekte bulunan boyutlar şu şekildedir (Doğan ve Çetin, 2009:697);

- Sosyal bilgi süreci: İnsan ilişkilerinde açık ve gizli mesajları doğru bir şekilde okuyabilme, sözlü ya da sözsüz ifadeleri doğru bir şekilde anlayabilme yeteneğini içerir. Ölçekte bu boyutla ilgili 8 soru bulunmaktadır. (Örnek md: Diğer insanların yüz ifadelerinden, beden dillerinden vs. gerçekte ne demek istediklerini çoğunlukla anlarım.)
- Sosyal beceri: Bu alt boyutta iletişim kurma, yeni ortamlara kolaylıkla girebilme ve uyum sağlama gibi yetenekler ölçülür. Bu alt boyutla ilgili ölçekte 6 soru bulunmaktadır. (Örnek md: Sosyal ortamlara kolaylıkla uyum sağlarım.)
- Sosyal farkındalık: İnsanlarla olan iletişimlerinde doğru tepkiler vermesini ve geri bildirimde bulunmasını sağlayan yeteneğini ölçmektedir. Ölçekte bu boyutla ilgili 7 soru bulunmaktadır. (Örnek md: Ne düşündüğümü söylediğimde insanlar genellikle benden rahatsız olmuş veya bana kızmış gibi görünürler.) (Doğan ve Çetin, 2009:697)

3.3.3. Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği

Literatürde sosyal girişimcilik kavramını ölçmek için sıklıkla 3 ölçek kullanılmaktadır. Bunlardan bir tanesinin öğretmen adayları için (Göğüş ve Konaklı, 2013:373-391) diğerinin sosyal girişimciler için (Güler,2008) bu çalışmada örneklem İİBF öğrencileri olduğu için Nga ve Shamuganathan tarafından hazırlanmış geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği kullanılmıştır. Sosyal girişimcilik eğilim ölçeği Nga ve Shamuganathan tarafından 2010 yılında 5 boyutu içeren bir ölçek olarak hazırlanmıştır. Bu ölçek Reyhanoğlu ve Akın (2010) tarafından Türkiye’de denenmiş ve güvenilir (Cronbach Alfa=0,69-0,84) bulunmuştur. Ölçekte bulunan 5 boyut aşağıdaki gibidir;

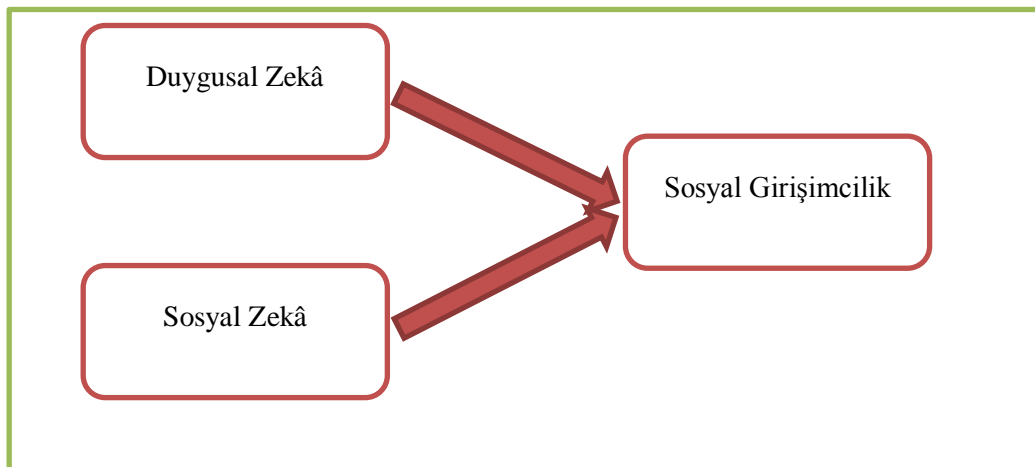
- Sosyal vizyon: Bireylerin toplumsal sorunlar karşısında nasıl tavır sergilediği sosyal bir vizyona sahip olup olmadığını anlamak için soruların bulunduğu boyuttur. (Örnek md: Sosyal bir sorunun çözümü için açık bir vizyon oluşturabilirim.)
- Finansal getiri: Bireylerin finansal açıdan neler düşündüğünü bunu sosyal girişimcilik için kullanmayı düşünüp düşünmediklerini ölçen boyuttur. (Örnek md: Kâr etmek sosyal hedeflere ulaşmak için bir araçtır.)

- Sürdürülebilirlik: Yapılacak girişimlerin sürdürülebilirliği ölçmeyi amaçlamaktadır. (Örnek md: Sosyal girişimlerin uzun vadede sosyal ihtiyaçları karşılayacağına inanırım.)
- İnovasyon: Sosyal girişimler için inovatif fikirlere sahip olup olunmadığını ölçmeyi amaçlamaktadır. (Örnek md: İnovatif ürünler ve hizmetlerle sürdürülebilir avantajlar sağlayabilirim.)
- Sosyal ağlar: Sosyal girişimciler için bilgi paylaşımının önemini, güvenin ve bilginin doğru şekilde doğru yere ulaşmasını sağlar bu boyutta bu özelliklerin ölçülmesi amaçlanmıştır.

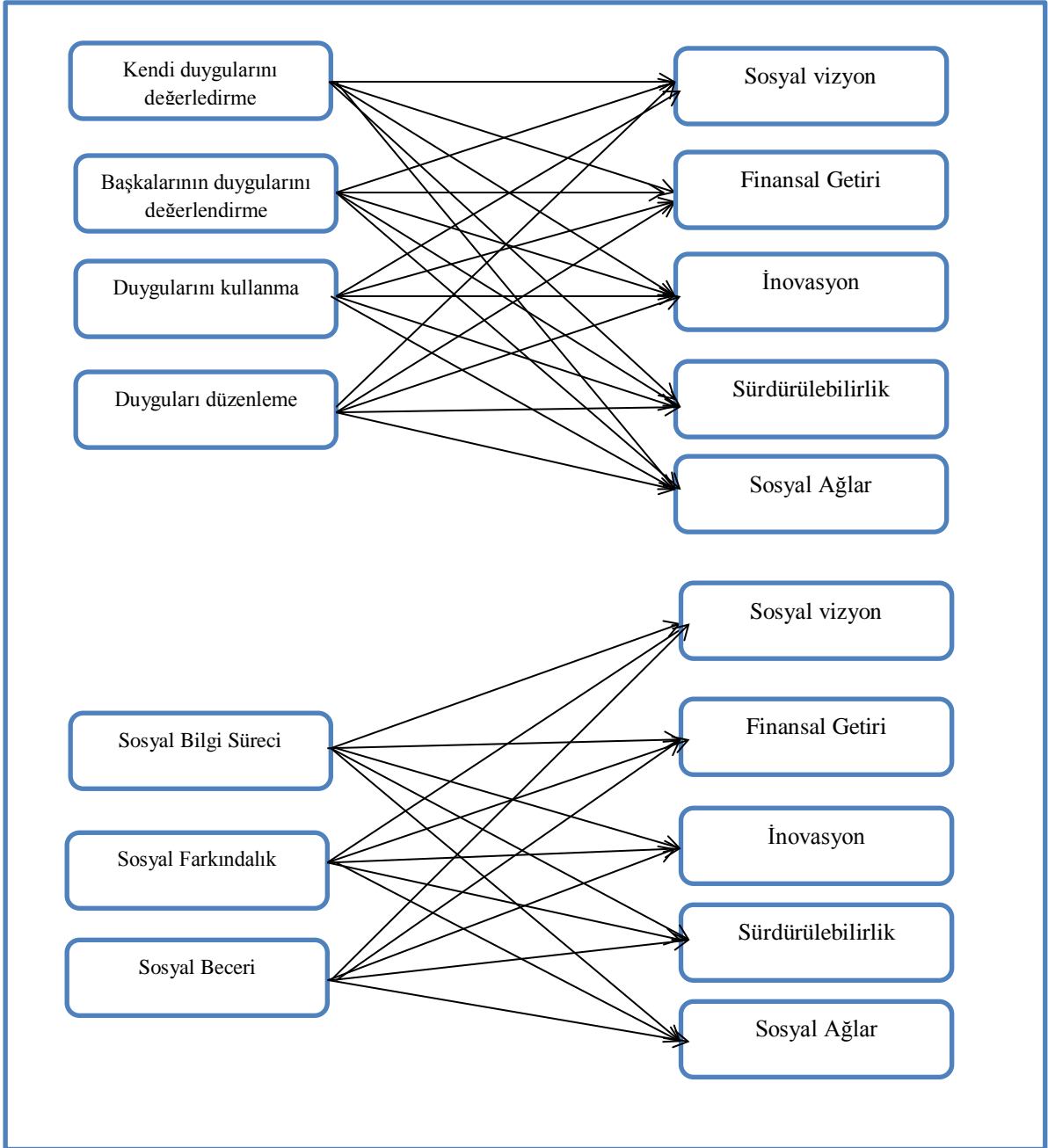
Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda oluşturulan hipotezleri test etmek için SPSS 22.0 (Statistical Package for Social Sciences) programı kullanılmıştır.

3.4. Araştırma Modeli

Araştırmanın modeli duygusal zekânın sosyal girişimciliğe etkileri ve sosyal zekânın sosyal girişimciliğe etkileri üzerine kurulmuştur.



Şekil 10: Araştırmanın Basit Modeli



Şekil 11: Araştırmanın Modeli

Araştırmanın basit modeline duygusal zekâ ve sosyal zekânın alt boyutları da dâhil edildiğinde araştırmanın modeli Şekil-11 deki şeklini almıştır.

3.5. Araştırma Hipotezleri

Duygusal zekâ, sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek için aşağıda verilen hipotezler kurulmuştur.

3.5.1. Duygusal Zekâ Ve Sosyal Girişimcilik İçin Hipotezler

Duygusal zekâ ve sosyal girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyebilmek için sosyal girişimcilik ve duygusal zekâ arasındaki ilişki için ve tüm alt boyutlar için aşağıda verilmiş olan hipotezler kurulmuştur.

H_{1A}: Duygusal zekâ ile sosyal girişimcilik arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_1}: Kendi duygularını değerlendirme boyutu ile sosyal vizyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_2}: Başkalarının duygularını değerlendirmesi boyutu ile sosyal vizyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_3}: Duyguların kullanımı boyutu ile sosyal vizyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_4}: Duyguların düzenlenmesi boyutu ile sosyal vizyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_5}: Kendi duygularını değerlendirme boyutu ile finansal getiri arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_6}: Başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ile finansal getiri arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_7}: Duyguların kullanımı boyutu ile finansal getiri arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_8}: Duyguların düzenlenmesi boyutu ile finansal getiri arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_9}: Kendi duygularını değerlendirme boyutu ile inovasyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_10}: Başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ile inovasyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_11}: Duyguların kullanımı boyutu ile inovasyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_12}: Duyguların düzenlenmesi boyutu ile inovasyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_13}: Kendi duygularını değerlendirme boyutu ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_14}: Başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_15}: Duyguların kullanımı boyutu ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_16}: Duyguların düzenlenmesi boyutu ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_17}: Kendi duygularını değerlendirme boyutu ile sosyal ağlar arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_18}: Başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ile sosyal ağlar arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_19}: Duyguların kullanımı boyutu ile sosyal ağlar arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_20}: Duyguların düzenlenmesi boyutu ile sosyal ağlar arasında anlamlı ilişki vardır.

3.5.2. Sosyal Zekâ Ve Sosyal Girişimcilik İçin Hipotezler

Sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyebilmek için sosyal girişimcilik ve sosyal zekâ arasındaki ilişki için ve tüm alt boyutlar için aşağıda verilmiş olan hipotezler kurulmuştur.

H_{1B}: Sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_1}: Sosyal bilgi süreci boyutu ile sosyal vizyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_2}: Sosyal farkındalık boyutu ile sosyal vizyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_3}: Sosyal beceri boyutu ile sosyal vizyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_4}: Sosyal bilgi süreci boyutu ile finansal getiri arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_5}: Sosyal farkındalık boyutu ile finansal getiri arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_6}: Sosyal beceri boyutu ile finansal getiri arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_7}: Sosyal bilgi süreci boyutu ile inovasyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_8}: Sosyal farkındalık boyutu ile inovasyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_9}: Sosyal beceri boyutu ile inovasyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_10} : Sosyal bilgi süreci boyutu ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_11} : Sosyal farkındalık boyutu ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_12} : Sosyal beceri boyutu ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_13} : Sosyal bilgi süreci boyutu ile sosyal ağlar arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_14} : Sosyal farkındalık boyutu ile sosyal ağlar arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_15} : Sosyal beceri boyutu ile sosyal ağlar arasında anlamlı ilişki vardır.

3.6. VERİ ANALİZ YÖNTEMLERİ

Anket kullanılarak elde edilen verilere güvenilirlik analizi, faktör Analizi, t-testi, Anova testi, korelasyon analizi ve regresyon analizi SPSS 22.0 (Statistical Package for Social Sciences) programı kullanılarak yapılmıştır.

3.7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu bölümde yapılan çalışmanın sonuçları ve bunlarla ilgili bulgular yer almaktadır. Katılımcılara ait demografik bilgiler, kullanılan ölçeklere ait güvenilirlik ve geçerlilik analizleri ve kurulan hipotez testlerinin sonuçlarına yer verilmiştir.

3.7.1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Araştırmaya katılan öğrencilere ait demografik bilgiler Tablo 15’de verilmiştir.

Tablo 15: Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

		n	%
Cinsiyet	Kadın	186	%48
	Erkek	199	%52
Yaş	18-25	375	%97
	26-33	9	%0.23
	34-41	1	%0.025
	42-49	0	0
	50 yaş ve üzeri	0	0
Kardeş Sayısı	1	30	%9
	2	202	%52
	3	87	%22
	4 ve daha fazla	66	%17
Aile de sosyal girişimci olma durumu	Evet	92	%23
	Hayır	293	%77
Herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye olma durumu	Evet	74	%19
	Hayır	311	%81

Sınıf düzeyi	1	117	%30
	2	73	%19
	3	87	%23
	4	108	%28
Bölüm	İşletme	174	%45
	İktisat	81	%21
	Maliye	34	%0.08
	SBKY	52	%13
	ÇEKO	25	%0.06
	UTF	9	%0.023
	YBS	5	%0.012
	Ekonometri	5	%0.012

Anket çalışmasına katılan öğrencilerin %52'si erkek (199) %48'i kadındır (186). Kardeş sayılarına bakılacak olursa % 52'lik (202) kısmı 2 kardeş , % 22'si(87) 3 kardeş, % 17'si (66) 4 ve daha fazla kardeş, %9'u (30) ise tek çocuktur. Yaş dağılımına bakıldığında çoğunluğun 18-25 yaş aralığında olduğu (%97=375), 26-33 yaş aralığındaki öğrenciler %0,23 (9) oranında olup 34-41 yaş aralığında 1 öğrenci bulunmaktadır.

Ailesinde sosyal girişimci bulunanların oranı %23(92) iken bulunmayanların oranı %77 (293)'dir. Herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye olan öğrenciler %19 (74), üye olmayanlar ise %81 (311)'dir.

Katılımcı öğrencilerin okudukları bölüm dağılımında İşletme 174 kişi (%45), İktisat 81 kişi (%21), Maliye 34 kişi (%0.08), Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi 52 kişi (%13), Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri 25 kişi (%0.06), Uluslararası Ticaret ve Finans 9 kişi (%0.023), Yönetim Bilişim Sistemleri 5 kişi (%0.012) ve ekonometri 5 kişidir (%0.012).

Katılımcıların okumakta oldukları sınıf dağılımı ise şu şekildedir 1. Sınıf 117 kişi (%30), 2. Sınıf 73 kişi (%19), 3. Sınıf 87 kişi(%23), 4. Sınıf 108 kişi(%28)'dir.

3.7.2. Araştırmada Kullanılan Ölçklere Ait Güvenilirlik Analizleri

Güvenilirlik, test sorularının birbirleri ile olan tutarlılığını ve ölçülmek istenen niteliğin tesadüfi hatalardan arındırılarak ne derece doğru ölçüldüğünü göstermektedir (Kurtuluş,2006:374).

Kullanılan ölçeklerin güvenilirlikleri ölçmek için Alfa Değeri (Cronbach Alpha) hesaplanmıştır. Alfa katsayısının bulunabileceği aralıklar ve buna bağlı olarak da ölçüğün güvenilirlik durumu aşağıda verilmiştir: (Özdamar, 1999)

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçek düşük güvenilirliktedir,
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir,
- $0,80 \leq \alpha < 1$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

3.7.2.1. Duygusal Zekâ Ölçeği Güvenilirlik Analizi

16 ifadeden oluşan “duygusal zekâ ölçeği” nin iç tutarlılığını ve güvenilirliğini ölçmek için alfa katsayısı kullanılmıştır. Duygusal zekâ ölçeği ve alt boyutlarına ait alfa katsayıları Tablo-16’da verilmiştir.

Tablo 16:Duygusal Zekâ Ölçeği ve Alt Boyutları Alfa Katsayısı

		Öge sayısı	Alfa Değeri
	Duygusal Zekâ	16	0,858
Boyutlar	Kendi duygularını değerlendirme	4	0,836
	Duyguları değerlendirme	4	0,800
	Başkalarının duygularını değerlendirme	4	0,801
	Duyguların kullanımı	4	0,817

Duygusal zekâ ölçeği alfa değeri 0.858 yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Ölçeğin güvenilirliğini hesaplamak için kullanılan yöntemlerden birisi de madde toplam korelasyonudur (Şencan, 2005, 257-62; Büyüköztürk, 2004,165). Madde toplam korelasyon (r) değerinin 0.20 olması hali minimum etkililik derecesi olarak kabul edilmektedir (Gözüm ve Aksayan 2002).

Tablo 17:Duygusal Zekâ Ölçeği Alfa Katsayısı ve Madde Toplam Korelasyon Değerleri

	Ölçek ortalaması (Madde çıkarıldığında)	Ölçeğin varyansı (Madde çıkarıldığında)	Düzeltilmiş Madde-Toplam Korelasyonu	Alfa Katsayısı (Madde Çıkarıldığında)
Kdd1.Duygularımı iyi anlayabilirim	54,6468	90,552	,565	,846
Kdd2.Ne hissettiğimi gerçekten iyi bilirim	54,6883	91,361	,577	,846
Kdd3.Çoğu zaman bazı duyguları neden hissettiğimi anlayabilirim	54,7636	93,358	,519	,849
Kdd4.Mutlu olup olmadığımı her zaman bilirim	54,7403	93,130	,475	,851
Dd1.Çok kızdığım zaman kısa sürede sakinleşebilirim	55,4857	95,230	,266	,864
Dd2.Sinirlerime hakim olurum ve sorunlarımı akıllıca ele alabilirim	55,3948	92,026	,427	,854
Dd3.Kendi duygularımı yeterince kontrol edebilirim	55,1117	91,777	,529	,848
Dd4.Duygularımı kontrol etmesini iyi bilirim	55,0364	91,624	,544	,847
Bdd1.Diğer insanların duygularını çok iyi gözlemlerim	54,6156	94,196	,469	,851
Bdd2.Etrafımdaki insanların duygularını anlama konusunda iyiyimdir	54,6182	94,023	,493	,850
Bdd3.Diğer insanların duyguları ve hisleri konusunda çok hassasımdır	54,7636	95,082	,412	,854
Bdd4.Arkadaşlarımdan duygularını davranışlarından her zaman anlarım	54,5974	94,554	,490	,850
Dk1.Her zaman kendime yeterli birisi olduğumu söylerim	55,2130	93,689	,429	,853
Dk2.İç motivasyonum yüksektir	55,1481	91,153	,522	,848
Dk3.En iyisini yapmak için her zaman kendimi teşvik ederim	54,9195	90,329	,568	,846
Dk4.Her zaman kendimle ilgili hedefleri belirlerim ve ulaşabilmek için elimden geleni yaparım	54,8675	90,730	,557	,847

Madde-toplam korelasyon değeri 0,20'nin altında olan bir ifade bulunmamaktadır.

3.7.2.1. Sosyal Zekâ Ölçeği Güvenilirlik Analizi

21 maddeden oluşan sosyal zekâ ölçeğinin güvenilirliğini ölçmek için alfa katsayısı kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda tüm ölçeğin alfa değeri 0,75 olarak hesaplanmıştır. Sosyal zekâ ölçeği alfa değeri 0,75 olduğu için oldukça güvenilirdir.

Tablo 18:Sosyal Zekâ Alfa Katsayısı ve Madde Toplam Korelasyonu

	Ölçek ortalaması (Madde çıkarıldığında)	Ölçeğin varyansı (Madde çıkarıldığında)	Düzeltilmiş Madde-Toplam Korelasyonu	Alfa Katsayısı (Madde Çıkarıldığında)
Sbs1.Diğer insanların davranışlarını daha önceden tahmin edebilirim.	70,9143	112,719	,412	,747
Sbs2.Davranışlarımın insanlara neler hissettireceğini bilirim.	70,7429	113,780	,368	,749
Sbs3.Diğer insanların duygularını anlayabilirim.	70,6078	110,354	,132	,779
Sbs4.Başkalarının isteklerini anlarım.	70,6701	114,388	,114	,770
Sbs5.Bir açıklama yapmalarına gerek duymadan insanların ne yapmaya çalıştıklarını çoğunlukla anlarım.	70,8130	113,949	,355	,750
Sbs6.Başkalarını iyice tanımam uzun zaman alır.	71,5818	112,364	,287	,752
Sbs7.Diğer insanların davranışlarına nasıl tepki göstereceklerini tahmin edebilirim.	70,8597	115,053	,286	,753
Sbs8.Diğer insanların yüz ifadelerinden, beden dillerinden vs. gerçekte ne demek istediklerini çoğunlukla anlarım.	70,5714	114,001	,365	,749
Sb1.Tanımadığım yeni insanların olduğu bir ortamda genellikle tedirginlik hissederim.	71,7247	110,210	,362	,747
Sb2.Sosyal ortamlara kolaylıkla uyum sağlarım.	70,8805	110,079	,426	,744
Sb3.İnsanlarla ilk tanışmada ve yeni ortamlara girme konusunda iyiyimdir.	71,0416	108,816	,455	,741
Sb4.Başka insanlarla geçinebilmekte zorlanırım.	70,8961	109,578	,181	,769
Sb5.Yeni tanıştığım insanlarla iyi ilişkiler kurmakta başarılıyım.	70,7636	112,285	,392	,747
Sb6.Başkalarıyla konuşacak güzel sohbet konuları bulmakta çoğunlukla sıkıntı çekerim.	71,0961	106,926	,486	,738
Sf1.Çoğunlukla başkalarının seçimlerini anlamamın zor olduğunu hissederim.	71,3792	111,486	,390	,746
Sf2.İnsanlar yaptıkları şeylerle beni sık sık şaşırtırlar.	71,5948	113,455	,235	,756
Sf3.İnsanlar açıklama yapmama fırsat vermeden bana kızarlar.	70,8597	110,668	,364	,747

Tablo 18 (Devam): Sosyal Zekâ Alfa Katsayısı ve Madde Toplam Korelasyonu

Sf4.Ne düşündüğümü söylediğimde insanlar genellikle benden rahatsız olmuş veya bana kızmış gibi görünürler.	70,9481	111,586	,328	,749
Sf5.İnsanları tahmin edilemez bulurum.	70,8987	108,706	,487	,740
Sf6.Farkına varmadan çoğu kez başkalarını incitirim.	70,9714	109,330	,418	,743
Sf7.Diğer insanların yaptıklarına verdikleri tepkiler beni çoğunlukla şaşırtır.	71,1974	108,935	,443	,742

Madde- toplam korelasyon r değeri 0,20'nin altında olan üç değer bulunmaktadır. Sosyal zekâ ölçeği madde toplam korelasyon değeri 0,20'nin altında bulunan 3.-4. Madde (3.madde: Diğer insanların duygularını anlayabilirim, 4. Madde: Başkalarının isteklerini anlarım) madde toplam korelasyon, r değerinin 0,20 olması hali minimum etkililik derecesi olarak kabul edildiği için çıkarılmıştır (Gözüm ve Aksayan 2002). 12. madde r değeri 0,20 olmasına rağmen 3. ve 4. maddeler çıkarıldığında değeri yükseldiği için çıkarılmamıştır.

Tablo 19:Sosyal Zekâ Alfa Katsayısı ve Madde Toplam Korelasyonu

	Ölçek ortalaması (Madde çıkarıldığında)	Ölçeğin varyansı (Madde çıkarıldığında)	Düzeltilmiş Madde-Toplam Korelasyonu	Alfa Katsayısı (Madde Çıkarıldığında)
Sbs1.Diğer insanların davranışlarını daha önceden tahmin edebilirim.	63,0909	96,854	,367	,785
Sbs2.Davranışlarının insanlara neler hissettireceğini bilirim.	62,9195	97,762	,326	,787
Sbs5.Bir açıklama yapmalarına gerek duymadan insanların ne yapmaya çalıştıklarını çoğunlukla anlarım.	62,9896	98,396	,285	,789
Sbs6.Başkalarını iyice tanımam uzun zaman alır.	63,7584	95,767	,284	,789
Sbs7.Diğer insanların davranışlarına nasıl tepki göstereceklerini tahmin edebilirim.	63,0364	98,655	,261	,790
Sbs8.Diğer insanların yüz ifadelerinden, beden dillerinden vs. gerçekte ne demek istediklerini çoğunlukla anlarım.	62,7481	97,741	,336	,786
Sb1.Tanmadığım yeni insanların olduğu bir ortamda genellikle tedirginlik hissedirim.	63,9013	92,693	,407	,781
Sb2.Sosyal ortamlara kolaylıkla uyum sağlarım.	63,0571	93,611	,427	,780
Sb3.İnsanlarla ilk tanışmada ve yeni ortamlara girme konusunda iyiyimdir.	63,2182	92,207	,466	,778

Tablo 19 (Devam): Sosyal Zekâ Alfa Katsayısı ve Madde Toplam Korelasyonu

Sb4.Başka insanlarla geçinebilmekte zorlanırım.	63,0727	91,818	,212	,808
Sb5.Yeni tanıştığım insanlarla iyi ilişkiler kurmakta başarılıyım.	62,9403	95,171	,419	,782
Sb6.Başkalarıyla konuşacak güzel sohbet konuları bulmakta çoğunlukla sıkıntı çekerim.	63,2727	89,918	,520	,773
Sf1.Çoğunlukla başkalarının seçimlerini anlamamın zor olduğunu hissedirim.	63,5558	94,544	,409	,782
Sf2.İnsanlar yaptıkları şeylerle beni sık sık şaşırtırlar.	63,7714	96,140	,259	,791
Sf3.İnsanlar açıklama yapmama fırsat vermeden bana kızarlar.	63,0364	93,400	,397	,782
Sf4.Ne düşündüğümü söylediğimde insanlar genellikle benden rahatsız olmuş veya bana kızmış gibi görünürler.	63,1247	94,370	,356	,785
Sf5.İnsanları tahmin edilemez bulurum.	63,0753	92,158	,497	,776
Sf6.Farkına varmadan çoğu kez başkalarını incitirim.	63,1481	92,335	,445	,779
Sf7.Diğer insanların yaptıklarına verdikleri tepkiler beni çoğunlukla şaşırtır.	63,3740	91,849	,476	,777

3.7.2.3. Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği Güvenilirlik Analizi

31 maddeli sosyal girişimcilik eğilim ölçeği alfa değeri 0.89 olarak hesaplanmıştır. Alfa değeri 0.89 olduğu için sosyal girişimcilik eğilim ölçeği yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Tablo 20: Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği Alfa Katsayısı ve Madde-Toplam Korelasyonu

	Ölçek ortalaması (Madde çıkarıldığında)	Ölçeğin varyansı (Madde çıkarıldığında)	Düzeltilmiş Madde-Toplam Korelasyonu	Alfa Katsayısı (Madde Çıkarıldığında)
Sv1.Sosyal gereksinimleri sorunları açıkça tanımlayabilirim.	114,2286	209,557	,466	,895
Sv2.Sosyal bir sorunun çözümü için açık bir vizyon oluşturabilirim.	114,2104	208,885	,525	,894
Sv3.Sosyal bir vizyona güçlü şekilde bağlıyım	114,3974	208,209	,528	,894
Sv4.Sosyal sorunların çözümü için odaklı bir duruş sergilerim	114,1325	211,219	,473	,895
Sv5.İhtiyaç sahiplerinin sosyal gereksinimlerini karşılama konusunda kararlıyım.	113,9896	211,266	,455	,895
Sv6.Sosyal değişimin bir parçası olma konusunda kararlıyım.	114,1195	210,111	,481	,895
Fg1.Yatırımcılarımın kârını yükseltmek önemlidir	114,2468	210,436	,381	,897
Fg2.Kuracağım işletmenin temel amacı maddi kazançtır.	114,6935	215,286	,198	,901
Fg3.Finansal refahın maksimize edilmesi önemlidir.	114,1403	209,308	,435	,896
Fg4.İşletmemin ürettiği ürün ve hizmetleri kârlılıkla satmayı hedeflerim.	114,0468	210,539	,418	,896
Fg5.İşletmemin hayatta kalması yüksek kâra bağlıdır.	114,4519	210,629	,335	,898
Fg6.Kâr etmek sosyal hedeflere ulaşmak için bir araçtır.	114,2468	209,072	,422	,896
Inv1.Sosyal fırsatları tanımlama konusunda proaktif bir yaklaşım sergilerim.	114,3896	209,827	,494	,895
Inv2.Sosyal değer yaratmak için var olan riskleri fırsat olarak görebilirim.	114,2442	210,591	,452	,895
Inv3.Üreteceğim ürün ve hizmetlerle sosyal değer yaratabilirim.	114,0182	210,471	,513	,894
Inv4.İnovatif ürünler ve hizmetlerle sürdürülebilir avantajlar sağlayabilirim.	114,2234	209,403	,511	,894
Inv5.Sosyal fayda yaratma konusunda kar amacı güden girişimciye kıyasla daha başarılıyım.	114,3948	211,635	,409	,896

Tablo 20 (Devam): Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği Alfa Katsayısı ve Madde-Toplam Korelasyonu

Inv6.Kişisel faydalarımı ön planda tutan bir insanım	114,7948	215,143	,202	,901
Inv7.Genel anlamda esnek bir iyimdir.	114,2987	212,892	,309	,898
Inv8.Yenilikçiyimdir. (İnovatifimdir)	113,8701	210,983	,453	,895
Sur1.Çevresel konularda duyarlılık gösteririm.	113,7377	209,340	,516	,894
Sur2.Uzun vadede yaşam kalitemi yükseltmeyi hedeflerim.	113,6545	209,956	,541	,894
Sur3.Sosyal girişimlerin uzun vadede sosyal ihtiyaçları karşılayacağına inanırım.	113,9377	208,553	,546	,894
Sur4.Sosyal girişimlerin sosyal misyon ve sosyal değerler arasında dengeyi sağlayacağına inanırım.	114,0675	210,907	,485	,895
Sur5.Sosyal girişimlerin ekonomik, sosyal ve çevresel kaygılara karşı dengeli çözümler sağladığına inanırım.	113,9974	209,320	,553	,894
Sur6.Sosyal girişimciler iş hayatı içinde güveni artırır.	113,9429	208,309	,569	,893
Sur7.Sosyal girişimlerin sorunları etik prensipler çerçevesinde çözeceğine inanırım	114,0208	208,796	,554	,894
Sa1.Sosyal girişimciler bilgi paylaşımını artırır .	113,8130	210,585	,542	,894
Sa2.Sosyal girişimciler iş dünyasının itibarını artırır.	113,7922	209,774	,549	,894
Sa3.Sosyal girişimciler sosyal sorunların çözümü için tüm şahıslara kazanç sağlayacak platformlar oluştururlar.	114,0805	209,272	,510	,894
Sa4.Sosyal girişimcilerin paydaşların birbirini anlaması için gerekli olan ortamı yarattığına inanırım.	113,9481	212,872	,395	,896

Sosyal girişimcilik ölçeğinde madde toplam korelasyon değeri 0.20'nin altında bulunan 8. Madde (Kuracağım işletmenin temel amacı maddi kazançtır.) madde toplam korelasyon, r değerinin 0.20'nin altında bir değer aldığı için ölçekten çıkarılmıştır. (Gözüm ve Aksayan 2002) ölçekten bu madde çıkarıldığında alfa katsayısı 0.90'a yükselmiştir.

3.7.3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere Yönelik Geçerlilik Analizleri

Bu bölümde ölçeklerin yapısal geçerlilikleri faktör analizi ile değerlendirilmiştir.

Ölçeklere faktör analizi yapabilmek için öncelikle Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett testlerinden yararlanılmıştır. Barlett testinin ise anlamlı çıkması gerekmektedir. Kaiser elde edilen değerlerin 1 değerine yaklaştıkça mükemmel olarak değerlendirildiğini 0.50'nin altında ise kabul edilemeyeceğini ifade edilmiştir. (Tavşancıl,2002)

0.90 = Mükemmel

0.80 = Çok iyi

0.70-0.60 = Vasat

0.50 = Kötü

Araştırmada ölçeklerdeki maddeleri anlamlı hale getirebilmek için ana eksen yöntemi (principal axis factoring) ve direct oblimum rotasyonu kullanılarak faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin faktör sayısının belirlenmesinde özdeğer (Eigenvalue) istatistiğinden faydalanılmıştır. Özdeğer istatistik değeri 1'den büyük olanlar faktörler açısından anlamlı olarak kabul edilmektedir. (Kalaycı ve diğ., 2006:321-322). Faktör yük kesme değeri olarak ise önerilen değer olan 0.40 (Büyüköztürk, 2004.) değeri göz önünde bulundurularak faktör analizleri yapılmıştır.

3.7.3.1.Duygusal Zekâ Ölçeği Geçerlilik Analizleri

Duygusal zekâ ölçeği için KMO değeri 0.82 olarak hesaplanmıştır. Barlett küresellik testi sonucunun da manidarlık değeri $(p) < 0,05$ olduğu için korelasyon matrisi birim matris değildir ve faktör analizi için uygundur şeklinde yorum yapılabilir. Veriler faktör analizi yapabilmek için uygun bulunmuştur. Yapılan faktör analizi sonuçları Tablo-21'de verilmiştir.

Tablo 21:Faktörlerin Özdeğer Ve Varyansları

Faktör No	Özdeğer	Varyans	Birikimli Varyans
1	4,925	30,784	30,784
2	1,614	10,085	40,869
3	1,278	7,987	48,856
4	1,065	6,659	55,514
KMO test değeri: 0.829 Barlett testi Sig. değeri,000 $\chi^2=2744,489$			

Sosyal bilimlerde çok faktörlü desenlerde, açıklanan toplam varyansın % 40- 60 arasında olması yeterli olarak değerlendirilebilir. (Çokluk ve ark., 2012: 245). Duygusal zekâ ölçeğinin açıklanan toplam varyans (~0,56) değeri yeterlidir.

Yapılan faktör analizinde faktör sayısına karar verilirken özdeğeri 1'den büyük olanlar dikkate alınmış ve faktör yüklerinin 0.40'dan büyük olmasına dikkat edilmiştir.

Duygusal zekâ ölçeği için faktör analizi sonucu Tablo-22'de verilmiştir.

Tablo 22:Duygusal Zekâ Faktör Yükleri Sonuç Matrisi

	Faktör			
	Dk	Dd	Bdd	Kdd
En iyisini yapmak için her zaman kendimi teşvik ederim	,883			
Her zaman kendimle ilgili hedefleri belirlerim ve ulaşabilmek için elimden geleni yaparım	,751			
İç motivasyonum yüksektir	,691			
Her zaman kendime yeterli birisi olduğumu söylerim	,521			
Kendi duygularımı yeterince kontrol edebilirim		,797		
Sinirleriime hakim olurum ve sorunlarımı akıllıca ele alabilirim		,769		
Duygularımı kontrol etmesini iyi bilirim		,753		
Çok kızdığım zaman kısa sürede sakinleşebilirim		,528		
Etrafımdaki insanların duygularını anlama konusunda iyiyimdir			,913	
Diğer insanların duygularını çok iyi gözlemlerim			,819	
Arkadaşlarımin duygularını davranışlarından her zaman anlarım			,594	
Diğer insanların duyguları ve hisleri konusunda çok hassasımdır			,445	
Ne hissettiğimi gerçekten iyi bilirim				-,924
Duygularımı iyi anlayabilirim				-,764
Çoğu zaman bazı duyguları neden hissettiğimi anlayabilirim				-,691
Mutlu olup olmadığımı her zaman bilirim				-,575

Duygusal zekâ ölçeğinde faktörler orijinal ölçekte olduğu gibi 4 faktör altında toplanmıştır ve oluşan gruplar yine orijinal ölçekte olduğu gibi 4'er maddeden oluşmuştur. Bunun için duygusal zekâ ölçeğinde hiçbir değişiklik yapılmamıştır.

3.7.3.2.Sosyal Zekâ Ölçeği Geçerlilik Analizleri

Sosyal zekâ ölçeği için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,806 olarak bulunmuştur. Barlett küresellik testi sonucunun da manidarlık değeri (p) < 0,05 olduğu için korelasyon matrisi birim matris değildir ve faktör analizi için uygundur şeklinde yorum yapılabilir. Verilerimiz faktör analizi yapabilmek için uygun bulunmuştur. Yapılan faktör analizi sonuçları Tablo-23'de verilmiştir.

Tablo 23:Sosyal Zekâ Ölçeğinin Özdeğer Ve Varyansları

Faktör No	Özdeğer	Varyans	Birikimli Varyans
1	3,400	24,286	24,286
2	1,731	12,365	36,651
3	1,446	10,330	46,981
KMO :0.806 Barlett Testi Sig Değeri :.000 χ^2 : 1743,094			

Sosyal bilimlerde çok faktörlü desenlerde, açıklanan toplam varyansın % 40- 60 arasında olması yeterli olarak değerlendirilebilir. (Çokluk ve ark., 2012: 245). Sosyal zekâ ölçeğinin açıklanan toplam varyans (~0,47) değeri yeterlidir.

Yapılan faktör analizinde faktör sayısına karar verilirken özdeğeri 1'den büyük olanlar dikkate alınmış ve faktör yüklerinin 0.40'dan büyük olmasına dikkat edilmiştir.

Sosyal zekâ ölçeği için faktör analizi sonucu Tablo-24'de verilmiştir.

Tablo 24:Sosyal Zekâ Faktör Yükleri Sonuç Matrisi

	Sbs	Sf	Sb
Diğer insanların davranışlarına nasıl tepki göstereceklerini tahmin edebilirim.	,710		
Diğer insanların yüz ifadelerinden, beden dillerinden vs. gerçekte ne demek istediklerini çoğunlukla anlarım.	,710		
Bir açıklama yapmalarına gerek duymadan insanların ne yapmaya çalıştıklarını çoğunlukla anlarım.	,663		
Davranışlarının insanlara neler hissettireceğini bilirim.	,630		
Diğer insanların davranışlarını daha önceden tahmin edebilirim.	,617		
İnsanlar açıklama yapmama fırsat vermeden bana kızarlar.		,687	
Ne düşündüğümü söylediğimde insanlar genellikle benden rahatsız olmuş veya bana kızmış gibi görünürler.		,676	
Diğer insanların yaptıklarına verdikleri tepkiler beni çoğunlukla şaşırtır.		,625	
Farkına varmadan çoğu kez başkalarını incitirim.		,614	
İnsanları tahmin edilemez bulurum.		,555	
İnsanlarla ilk tanışmada ve yeni ortamlara girme konusunda iyiyimdir.			-,929
Sosyal ortamlara kolaylıkla uyum sağlarım.			-,845

Tablo 24(Devam): Sosyal Zekâ Faktör Yükleri Sonuç Matrisi

Yeni tanıştığım insanlarla iyi ilişkiler kurmakta başarılıyım.			-,656
Tanımadığım yeni insanların olduğu bir ortamda genellikle tedirginlik hissedirim.			-,416

Yapılan faktör analizinde birden fazla faktör altında toplanan maddeler (çift yüklenme) için bir değişkenin birden fazla faktör grubunda toplandığında aradaki farkın minimum 0,1 olması gerekmektedir kuralı göz önüne alınarak çıkarılmıştır. (Stevens,2002). Hiçbir faktör grubu altında toplanmayan maddelerde analiz dışı bırakılarak tekrar faktör analizi yapılmış ve yukarıda ki Pattern Matrix’de gösterilen son haline ulaşılmıştır. Ulaşılan bu son haliyle sosyal zekâ ölçeği de orijinal de olduğu gibi 3 boyut olarak elde edilmiştir. Analizden çıkarılan maddeler şunlardır:

- Diğer insanların duygularını anlayabilirim
- Başkalarının isteklerini anlarım.
- Başkalarını tanımam uzun zaman alır.
- Başka insanlarla geçinebilmekte zorlanırım
- Başkalarıyla konuşacak güzel sohbet konuları bulmakta çoğunlukla sıkıntı çekerim.
- Çoğunlukla başkalarının seçimlerini anlamamın zor olduğunu hissedirim.
- İnsanlar yaptıkları şeylerle beni sık sık şaşırtırlar.

3.7.3.3.Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği Geçerlilik Analizleri

Sosyal zekâ ölçeği için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,884 olarak bulunmuştur. Barlett küresellik testi sonucunun da manidarlık değeri ($p < 0,05$) olduğu için korelasyon matrisi birim matris değildir ve faktör analizi için uygundur şeklinde değerlendirilebilir. Veriler faktör analizi yapabilmek için uygun bulunmuştur. Yapılan faktör analizi sonuçları Tablo-25’de verilmiştir.

Tablo 25: Sosyal Girişimcilik Ölçeği Özdeğer ve Varyansları

Faktör No	Özdeğer	Varyans	Birikimli Varyans
1	6,986	28,213	28,213
2	2,621	9,216	37,429
3	1,937	6,444	43,873
4	1,265	3,332	47,205
5	1,082	2,567	49,772
KMO:0.884 Barlett Testi Sig Değeri:,000 χ^2 : 3589,046			

Sosyal bilimlerde çok faktörlü desenlerde, açıklanan toplam varyansın % 40- 60 arasında olması yeterli olarak değerlendirilebilir. (Çokluk ve ark., 2012: 245). Sosyal girişimcilik ölçeğinin açıklanan toplam varyans (~0,50) değeri yeterlidir.

Yapılan faktör analizinde faktör sayısına karar verilirken özdeğeri 1'den büyük olanlar dikkate alınmış ve faktör yüklerinin 0.40'dan büyük olmasına dikkat edilmiştir.

Sosyal girişimcilik eğilim ölçeği için faktör analizi sonucu Tablo-26'da verilmiştir.

Tablo 26:Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği Faktör Yükleri Sonuç Matrisi

	Faktör				
	Sur	Fg	Sv	Sa	Inv
Sosyal girişimlerin sosyal misyon ve sosyal değerler arasında dengeyi sağlayacağına inanırım.	,647				
Sosyal girişimlerin ekonomik, sosyal ve çevresel kaygılara karşı dengeli çözümler sağladığına inanırım.	,642				
Sosyal girişimlerin uzun vadede sosyal ihtiyaçları karşılayacağına inanırım.	,588				
Uzun vadede yaşam kalitemi yükseltmeyi hedeflerim.	,549				
Çevresel konularda duyarlılık gösteririm.	,524				
Sosyal girişimciler iş hayatı içinde güveni artırır.	,484				
İşletmemin ürettiği ürün ve hizmetleri kârlılıkla satmayı hedeflerim.		,743			
Finansal refahın maksimize edilmesi önemlidir.		,717			
İşletmemin hayatta kalması yüksek kâra bağlıdır.		,714			
Kâr etmek sosyal hedeflere ulaşmak için bir araçtır.		,632			
Yatırımcılarımın kârını yükseltmek önemlidir		,520			
Sosyal bir vizyona güçlü şekilde bağlıyım			,799		
Sosyal bir sorunun çözümü için açık bir vizyon oluşturabilirim.			,734		
Sosyal sorunların çözümü için odaklı bir duruş sergilerim			,676		
Sosyal gereksinimleri sorunları açıkça tanımlayabilirim.			,597		
İhtiyaç sahiplerinin sosyal gereksinimlerini karşılama konusunda kararlıyım.			,517		
Sosyal değişimin bir parçası olma konusunda kararlıyım.			,490		
Sosyal girişimcilerin paydaşların birbirini anlaması için gerekli olan ortamı yarattığına inanırım.				,763	
Sosyal girişimciler sosyal sorunların çözümü için tüm şahıslara kazanç sağlayacak platformlar oluştururlar.				,677	
Sosyal girişimciler iş dünyasının itibarını artırır.				,391	
Üreteceğim ürün ve hizmetlerle sosyal değer yaratabilirim.					-,668
Sosyal değer yaratmak için var olan riskleri fırsat olarak görebilirim.					-,618
İnovatif ürünler ve hizmetlerle sürdürülebilir avantajlar sağlayabilirim.					-,572

Yapılan analizde birden fazla faktör altında toplanan, hiçbir faktör altına girmeyen ve kararlı bir faktör oluşturmayan (En az 3 tane maddeye sahip olan faktörler, Velicer ve Fava, 1998) maddeler analiz dışı bırakılarak tekrar faktör analizi yapılmış ve yukarıda verilen Pattern Matrixdeki görüntü elde edilmiştir. Ölçek orijinal halindeki gibi 5 boyuttan oluşmaktadır.

Analizden çıkarılan maddeler şunlardır:

- Kuracağım işletmenin temel amacı maddi kazançtır.
- Sosyal fırsatları tanımlama konusunda proaktif bir yaklaşım sergilerim.
- Sosyal fayda yaratma konusunda kâr amacı güden girişimciye kıyasla daha başarılıyım.
- Kişisel faydalarımı ön planda tutan bir insanım.
- Genel anlamda esnek biriyimdir.
- Yenilikçiyimdir. (İnovatifimdir)
- Sosyal girişimcilerin sorunları etik prensipler çevresinde çözeceğine inanırım.
- Sosyal girişimciler bilgi paylaşımını artırır.

Yapılan geçerlilik analizinden sonra sosyal zekâ ölçeği ve sosyal girişimcilik eğilim ölçeği ve bu ölçeklerin alt boyutlarına ilişkin alfa değerleri Tablo-27 ve Tablo-28’de verilmiştir.

Tablo 27: Sosyal Zekâ Ölçeği ve Alt Boyutları Alfa Değeri

		Öge Sayısı	Alfa Değeri
Sosyal Zekâ		14	0,791
Boyutlar	Sosyal Bilgi Süreci	5	0,803
	Sosyal beceri	4	0,792
	Sosyal Farkındalık	5	0,772

Tablo 28: Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği ve Alt Boyutları Alfa Değeri

		Öge Sayısı	Alfa Değeri
Boyutlar	Sosyal Girişimcilik	23	0,886
	Sosyal Vizyon	6	0,839
	Finansal Getiri	5	0,803
	İnovasyon	3	0,714
	Sürdürülebilirlik	6	0,836
	Sosyal Ağlar	3	0,764

3.7.4. Hipotez Testleri

Kurulan hipotezler korelasyon ve regresyon analiz yöntemleri ile test edilmiştir.

Korelasyon analizi ile değişkenler arasındaki ilişkinin gücü hesaplanabilmektedir. Korelasyon değeri -1 ile +1 arası değerler alabilmektedir. Katsayı değerinin +1 olması iki değişken arasındaki değer mükemmel olduğunu göstermekte -1 olması ise yine ilişkinin mükemmel olduğunu fakat ters yönlü olduğunu göstermektedir. Katsayının sıfır olması durumu ise arada ilişki olmadığını ifade eder. (Altunışık ve Diğerleri, 2004:198).

$r < 0.40$ zayıf

$r = 0.40-0.59$ orta

$r = 0.60-0.74$ iyi

$r = 0.75$ 'den yüksek mükemmel (Şencan, 2005:279)

3.7.4.1. Duygusal zekâ ve Sosyal Girişimcilik İçin Kurulan Hipotezler

Duygusal zekâ ve sosyal girişimcilik arasındaki ilişki korelasyon analizi ile test edilmiş ve ilişkilerin istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu ilişki için kurulan hipotezler aşağıdaki gibidir.

H_{1A} : Duygusal zekâ ile sosyal girişimcilik arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_1} : Kendi duygularını değerlendirme boyutu ile sosyal vizyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_2} : Başkalarının duygularını değerlendirmesi boyutu ile sosyal vizyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1A_3} : Duyguların kullanımı boyutu ile sosyal vizyon arasında anlamlı ilişki vardır.

- H_{1A_4}*: Duyguların düzenlenmesi boyutu ile sosyal vizyon arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_5}*: Kendi duygularını değerlendirme boyutu ile finansal getiri arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_6}*: Başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ile finansal getiri arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_7}*: Duyguların kullanımı boyutu ile finansal getiri arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_8}*: Duyguların düzenlenmesi boyutu ile finansal getiri arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_9}*: Kendi duygularını değerlendirme boyutu ile inovasyon arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_10}*: Başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ile inovasyon arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_11}*: Duyguların kullanımı boyutu ile inovasyon arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_12}*: Duyguların düzenlenmesi boyutu ile inovasyon arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_13}*: Kendi duygularını değerlendirme boyutu ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_14}*: Başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_15}*: Duyguların kullanımı boyutu ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_16}*: Duyguların düzenlenmesi boyutu ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_17}*: Kendi duygularını değerlendirme boyutu ile sosyal ağlar arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_18}*: Başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ile sosyal ağlar arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_19}*: Duyguların kullanımı boyutu ile sosyal ağlar arasında anlamlı ilişki vardır.
- H_{1A_20}*: Duyguların düzenlenmesi boyutu ile sosyal ağlar arasında anlamlı ilişki vardır.

Tablo 29: Duygusal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği Arasındaki Korelasyon Matrisi

	DZ	Kdd	Dd	Bdd	Dk	SG	Sv	Fg	Inv	Sur	Sa
DZ	1										
Kdd	,742**	1									
Dd	,664**	,270**	1								
Bdd	,682**	,404**	,255**	1							
Dk	,747**	,446**	,290**	,364**	1						
SG	,298**	,182**	,120*	,214**	,332**	1					
Sv	,343**	,259**	,116*	,257**	,351**	,763**	1				
Fg	,097	,026	,038	,060	,249**	,591**	,191**	1			
Inv	,262**	,097	,187**	,229**	,234**	,682**	,486**	,293**	1		
Sur	,204**	,159**	,042	,139**	,242**	,801**	,539**	,230**	,440**	1	
Sa	,128**	,046	,086	,064	,159**	,656**	,363**	,202**	,383**	,584**	1

**0.01 düzeyinde anlamlı ilişki vardır.

* 0.05 düzeyinde anlamlı bir ilişki vardır.

Sosyal girişimcilik ile duygusal zekâ arasında pozitif yönde 0.01 düzeyinde ($r=,298$) zayıf ve anlamlı ilişki vardır.

Duygusal zekânın alt boyutu olan kendi duygularını değerlendirme boyutu yine diğer alt boyutlar olan başkalarının duygularını değerlendirme ($r=0,404$) duyguların kullanımı boyutları ($r=0,446$) ile orta, duyguların düzenlenmesi boyutu ile zayıf ($r=,270$) sosyal girişimcilik ($r=0,182$) ve sosyal girişimciliğin alt boyutları olan sosyal vizyon ($r=0,259$), sürdürülebilirlik boyutlarıyla arasında ($r=0,159$) 0.01 düzeyinde zayıf, anlamlı ilişki vardır.

Duyguların düzenlenmesi kendi duygularını değerlendirme ($r=0,270$), başkalarının duygularını değerlendirme ($r=0,255$) ve duyguların kullanımı ($r=0,290$) arasında pozitif yönde ve 0.01 düzeyinde zayıf korelasyon vardır. Sosyal girişimcilik ($r=0,120$) ve alt boyutu olan sosyal vizyon boyutu ($0,116$) ile arasında 0.05 düzeyinde pozitif anlamlı ve zayıf ilişki varken inovasyon boyutuyla ($r=0,187$) 0.01 düzeyinde pozitif anlamlı ve zayıf ilişki olduğu görülmüştür.

Başkalarının duygularını değerlendirme boyutu, kendi duygularını değerlendirme ($r=0,404$) ile arasında orta, duyguların düzenlenmesi ($0,270$), duyguların kullanımı boyutuyla ($0,364$), sosyal girişimcilikle ($r=0,214$) ve sosyal girişimciliğin alt boyutları olan sosyal vizyon ($0,257$) ve sürdürülebilirlikle ($0,139$) arasında zayıf pozitif anlamlı ilişki vardır.

Duyguların kullanımı boyutu kendi duygularını değerlendirme ($0,446$) ile orta, başkalarının duygularını değerlendirme ($0,364$) ve duyguların düzenlenmesi ($r=0,290$)

boyutlarıyla arasında pozitif yönde zayıf korelasyon vardır ve sosyal girişimcilik (0,332), alt boyutları olan sosyal vizyon ($r=0,351$), finansal getiri ($r=0,249$), inovasyon (0,234), sürdürülebilirlik ($r=0,242$), sosyal ağlar boyutu (0,159) ile de arasında anlamlı ve zayıf ilişki bulunmaktadır.

Sosyal vizyon boyutunun duygusal zekâ (0,343) ve kendi duygularını değerlendirme ($r=0,259$), başkalarının duygularını değerlendirme ($r=0,257$) ve duyguların kullanımı ($r=0,351$) sosyal girişimcilik alt boyutları olan finansal getiri ($r=0,191$) ve sosyal ağlar (0,363) boyutlarıyla zayıf anlamlı, inovasyon (0,486), sürdürülebilirlik ($r=0,539$) boyutlarıyla orta ve de sosyal girişimcilik ile ($r=0,763$) arasında iyi düzeyde ilişki olduğu görülmüştür.

Finansal getiri boyutunun duyguların kullanımı boyutu ($r=0,249$) ile zayıf ve sosyal girişimcilik ile ($r=0,591$) orta ve de sosyal girişimciliğin alt boyutları olan sosyal vizyon ($r=0,191$), inovasyon ($r=0,293$), sürdürülebilirlik ($r=0,230$), sosyal ağlar ($r=0,202$) ile arasında zayıf, anlamlı ve pozitif ilişki vardır.

İnovasyon boyutu duygusal zekâ ($r=0,262$) ve alt boyutları olan başkalarının duygularını değerlendirme ($r=0,229$), duyguların düzenlenmesi ($r=0,187$) ile zayıf, sosyal girişimcilik ($r=0,682$) ile iyi ve sosyal girişimciliğin alt boyutları olan sosyal vizyon ($r=0,486$) ile orta ve finansal getiri ($r=0,293$) ile de arasında zayıf, pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

Sürdürülebilirliğin duygusal zekâ ($r=0,204$), kendi duygularını değerlendirme ($r=0,159$), başkalarının duygularını değerlendirme ($r=0,139$) ve duyguların kullanımı ($r=0,242$) alt boyutlarıyla zayıf, sosyal girişimcilik ($r=0,801$) ile yüksek ve sosyal girişimciliğin alt boyutları olan sosyal vizyon ($r=0,539$) ve inovasyon ($r=0,440$) ile arasında orta finansal getiri ($r=0,230$) ile ise arasında zayıf, pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

Sosyal ağlar alt boyutu duygusal zekâ ($r=0,128$) ve duyguların kullanımı ($r=0,159$) alt boyutuyla zayıf ve sosyal girişimcilik ($r=0,656$) ile orta ve sosyal girişimciliğin alt boyutları olan sosyal vizyon ($r=0,363$), finansal getiri ($r=0,202$), inovasyon ($r=0,383$) boyutları ile zayıf ve sürdürülebilirlik ($r=0,584$) boyutu ile orta düzeyde pozitif ilişki içindedir.

Korelasyon değişkenler arasındaki ilişkiyi genel düzeyde ifade ederken regresyon analizi o ilişkinin detayını ifade etmektedir. Regresyon analizi bir bağımlı değişkenle birkaç bağımlı olmayan değişken arasındaki ilişkiyi inceleyebilmektedir. (Padem vd.,2012:184)

Çalışmada korelasyon analizi yapıldıktan sonra regresyon analizi yapılarak değişkenler arasındaki ilişkinin detayına ulaşılmıştır. Regresyon analizinde enter metodu kullanılmıştır. Duygusal zekâ ile sosyal girişimcilik arasındaki regresyon analizi sonuç tablosu Tablo-30'da verilmiştir:

Tablo 30:Duygusal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik İçin Anova Sonuç Tablosu

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Sig.
Regresyon	8,840	1	8,840	37,233	,000*
Hata(Artık)	90,932	383	,237		
Toplam	99,771	384			

*<0.05 olduğu için regresyon modeli anlamlıdır.

Araştırma verileri dikkate alındığında regresyon modeli (sig< 0,05) anlamlıdır. Veriler için verilen regresyon analizi aşağıdaki gibidir:

Tablo 31:Duygusal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik İçin Regresyon Analizi

R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Std. Hata
,298 ^a	,089	,086	,48726

Bağımsız değişken olan duygusal zekâ bağımlı değişken olan sosyal girişimcilikteki değişimin % 0,86'sını açıklamaktadır.

Tablo 32:Duygusal Zekâ Sosyal Girişimcilik Regresyon Analizi

	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar	t	Sig.
	B	Standart hata	Beta		
Sabit	2,987	,145		20,653	,000
DZortalama	,238	,039	,298	6,102	,000

Modeldeki sabit değişken olan duygusal zekâdaki 1 birimlik değişim bağımlı değişken olan sosyal girişimcilikte %23'lük bir değişime sebep olmaktadır.

Tablo 33:Duygusal Zekâ Alt Boyutlarıyla Sosyal Girişimcilik Alt Boyutlarının Arasındaki Regresyon Analizi

Sosyal Girişimcilik										
Duygusal Zekâ	Sv		Fg		Inv		Sur		Sa	
	Katsayı	p	Katsayı	p	Katsayı	p	Katsayı	p	Katsayı	p
Kdd	,072	,095	-,053	,341	-,065	,164	,042	,325	-,035	,480
Dd	-,014	,704	-,001	,990	,085	,027	-,032	,373	,036	,371
Bdd	,111	,019	,024	,694	,155	,003	,042	,368	,010	,852
Dk	,199	,000	,147	,005	,135	,002	,148	,000	,125	,007
Sabit	2,386	,000	3,304	,000	2,659	,000	3,299	,000	3,531	,000
Düzeltilmiş R²	,139		,014		,084		,055		,018	

Sosyal vizyon için kurulan modelde duygusal zekâ alt boyutlarından başkalarının duygularını değerlendirme ve duyguların kullanımı boyutu ($p<0.05$) istatistiksel açıdan anlamlıdır. Buna göre sosyal vizyon değişkeni başkalarının duygularını değerlendirme ve duyguların kullanımı boyutunu pozitif yönde etkilemektedir.

Finansal getiri, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar boyutları için kurulan modelde duyguların kullanımı boyutu istatistiksel açıdan anlamlıdır ($p<0.05$). Buna göre finansal getiri, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar boyutları duyguların kullanımı boyutunu pozitif yönde etkilemektedir.

İnovasyon boyutu için kurulmuş olan modelde duyguların düzenlenmesi, başkalarının duygularını değerlendirme ve duyguların kullanımı boyutları istatistiksel açıdan anlamlıdır ($p<0.05$). Buna göre inovasyon boyutu duyguların düzenlenmesini, başkalarının duygularının değerlendirmesi ve duyguların kullanımı boyutlarını pozitif yönde etkilemektedir.

3.7.4.2. Sosyal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik İçin Kurulan Hipotezler

Duygusal zekâda olduğu gibi sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik arasındaki ilişki korelasyon analizi ile test edilmiş ve ilişkilerin istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu ilişki için kurulan hipotezler şu şekildedir.

H_{1B} : Sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_1} : Sosyal bilgi süreci boyutu ile sosyal vizyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_2} : Sosyal farkındalık boyutu ile sosyal vizyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_3} : Sosyal beceri boyutu ile sosyal vizyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_4} : Sosyal bilgi süreci boyutu ile finansal getiri arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_5} : Sosyal farkındalık boyutu ile finansal getiri arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_6} : Sosyal beceri boyutu ile finansal getiri arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_7} : Sosyal bilgi süreci boyutu ile inovasyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_8} : Sosyal farkındalık boyutu ile inovasyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_9} : Sosyal beceri boyutu ile inovasyon arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_10} : Sosyal bilgi süreci boyutu ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_11} : Sosyal farkındalık boyutu ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_12} : Sosyal beceri boyutu ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_13} : Sosyal bilgi süreci boyutu ile sosyal ağlar arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_14} : Sosyal farkındalık boyutu ile sosyal ağlar arasında anlamlı ilişki vardır.

H_{1B_15} : Sosyal beceri boyutu ile sosyal ağlar arasında anlamlı ilişki vardır.

Tablo 34: Sosyal zekâ ve Sosyal Girişimcilik Eğilim Ölçeği Arasındaki Korelasyon Matrisi

	SZ	Sbs	Sf	Sb	SG	Sv	Fg	Inv	Sur	Sa
SZ	1									
Sbs	,629**	1								
Sf	,743**	,171**	1							
Sb	,708**	,248**	,262**	1						
SG	,277**	,310**	,086	,215**	1					
Sv	,346**	,350**	,121*	,288**	,763**	1				
Fg	,045	,113**	-,042	,045	,591**	,191*	1			
Inv	,274**	,291**	,092	,221**	,682**	,486**	,293**	1		
Sur	,190**	,203**	,093	,115*	,801**	,539**	,230**	,440**	1	
Sa	,123**	,125**	,053	,091	,656**	,363**	,202**	,383**	,584**	1

**0.01 düzeyinde anlamlı ilişki vardır.

* 0.05 düzeyinde anlamlı bir ilişki vardır.

Sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik arasında ($r=0,277$) zayıf, pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

Sosyal bilgi süreci boyutunun sosyal zekâ ($r=0,629$) ile arasında iyi, sosyal zekânın alt boyutları olan sosyal farkındalık ($r=0,171$) sosyal beceri ($r=0,248$), sosyal

girişimcilik ($r=0,310$) ve sosyal girişimciliğin alt boyutları olan sosyal vizyon ($r=0,350$), finansal getiri ($r=0,113$), inovasyon ($r=0,291$), sürdürülebilirlik ($r=0,203$) ve sosyal ağlar ($r=0,125$) boyutlarıyla arasında zayıf, pozitif ve anlamlı ilişki vardır.

Sosyal farkındalık boyutu 0.01 düzeyinde sosyal zekâ ($r=0,743$) ile iyi, sosyal beceri boyutuyla ($r=0,262$) zayıf anlamlı ilişki içindeyken sosyal vizyon ($r=0,121$) boyutuyla 0.05 düzeyinde zayıf, anlamlı ilişki içindedir.

Sosyal beceri boyutu sosyal zekâ ($r=0,708$) ile iyi ve sosyal zekânın alt boyutları sosyal bilgi süreci ($r=0,248$), sosyal farkındalık ($r=0,262$) arasında zayıf, sosyal girişimcilik ($r=0,215$), sosyal vizyon ($r=0,288$) ve inovasyon boyutlarıyla ($r=0,221$) 0.01 düzeyinde zayıf, anlamlı ilişki içindeyken sürdürülebilirlik boyutuyla ($r=0,115$) 0.05 düzeyinde zayıf, anlamlı ilişki içindedir.

Sosyal vizyon sosyal zekâ ($r=0,346$), sosyal bilgi süreci ($r=0,350$) ve sosyal beceri ($r=0,288$) boyutlarıyla 0.01 düzeyinde zayıf, anlamlı ilişki içindeyken sosyal farkındalık boyutuyla ($r=0,121$) 0.05 düzeyinde zayıf, anlamlı ilişki içindedir. Finansal getiri boyutuyla ($r=0,191$) 0.05 düzeyinde zayıf, sosyal girişimcilik ($r=0,763$) ile yüksek ve diğer alt boyutları olan inovasyon ($r=0,486$) ve sürdürülebilirlik ($r=0,539$) boyutları ile orta, sosyal ağlar ($r=0,363$) boyutu ile 0.01 düzeyinde zayıf anlamlı ilişki içindedir.

Finansal getiri alt boyutu sosyal bilgi süreci ($r=0,113$) ile zayıf, pozitif ve anlamlı ilişki içindedir. Sosyal vizyon boyutuyla ($r=0,191$) 0.05 düzeyinde zayıf, anlamlı ilişki bulunurken sosyal girişimcilikle ($r=0,591$) orta ve sosyal girişimciliğin diğer alt boyutları olan inovasyon ($r=0,293$), sürdürülebilirlik ($r=0,230$), sosyal ağlar ($r=0,202$) ile 0.01 düzeyinde zayıf, pozitif anlamlı ilişki vardır.

İnovasyon alt boyutu sosyal zekâ ve sosyal bilgi süreci, sosyal beceri alt boyutlarıyla ve sosyal girişimcilikle sosyal girişimcilik alt boyutlarıyla anlamlı ilişki içindedir.

Sürdürülebilirlik alt boyutu sosyal zekâ ($r=0,274$) ve sosyal bilgi süreci ($r=0,203$) ile 0.01 düzeyinde zayıf, anlamlı ilişki içindeyken sosyal beceri ($r=0,115$) boyutuyla 0.05 düzeyinde zayıf, anlamlı ilişki içinde olup sosyal girişimcilik ($r=0,801$) ile yüksek ve sosyal girişimciliğin alt boyutları olan finansal getiri ($r=0,230$) ile zayıf, inovasyon ($r=0,440$), sosyal ağlar ($r=0,584$) boyutları ile 0.01 düzeyinde orta, anlamlı ilişki içindedir.

Sosyal ağlar boyutu sosyal zekâ ($r=0,123$) ve sosyal bilgi süreci alt boyutuyla ($r=0,125$) zayıf ve sosyal girişimcilikle ($r=0,656$) iyi, sosyal girişimcilik alt boyutları sosyal vizyon ($r=0,363$), finansal getiri ($r=0,202$), inovasyon ($r=0,383$) arasında zayıf,

sürdürülebilirlik ($r=0,584$) alt boyutuyla arasında orta, pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Korelasyon değişkenler arasındaki ilişkiyi genel düzeyde ifade ederken regresyon analizi o ilişkinin detayını ortaya koymaktadır. Regresyon analizi bir bağımlı değişkenle birkaç bağımlı olmayan değişken arasındaki ilişkiyi inceleyebilmektedir (Padem vd., 2012: 184).

Çalışmada korelasyon analizi yapıldıktan sonra regresyon analizi yapılarak değişkenler arasındaki ilişkinin detayına ulaşılmıştır. Regresyon analizinde enter metodu kullanılmıştır.

Sosyal zekâ sosyal girişimcilik regresyon analizi:

Tablo 35: Sosyal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik için Anova tablosu

	Kareler toplamı	df	Kareler ortalaması	F	Sig.
Regresyon	7,649	1	7,649	31,802	,000*
Artık(Hata)	92,122	383	,241		
Toplam	99,771	384			

* <0.05 olduğu için regresyon modeli anlamlıdır.

Araştırma verileri dikkate alındığında regresyon modeli ($\text{sig} < 0,05$) anlamlıdır.

Veriler için verilen regresyon analizi Tablo-36'daki gibidir:

Tablo 36: Sosyal zekâ ve Sosyal Girişimcilik Regresyon Analiz Tabloları

R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Std Hata
,277*	,077	,074	,49044

Modeldeki sabit değişken olan sosyal zekâ bağımlı değişken olan sosyal girişimciliği %0.74'ünü açıklamaktadır.

Tablo 37: Sosyal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik İçin Regresyon Analizi

	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar	t	Sig.
	B	Standart Hata	Beta		
Sabit	2,938	,165		17,814	,000
SZortalama	,255	,045	,277	5,639	,000

Modeldeki sabit değişken olan sosyal zekâdaki 1 birimlik değişim bağımlı değişken olan sosyal girişimcilikte % 25'lik bir değişime sebep olmaktadır. Sosyal zekâ

alt boyutları ile sosyal girişimcilik alt boyutları arasında regresyon analizi Tablo-39 verilmiştir:

Tablo 38: Sosyal Zekâ alt Boyutları İle Sosyal Girişimcilik Alt boyutları Arasındaki Regresyon Analizi

Sosyal Girişimcilik										
	Sv		Fg		Inv		Sur		Sa	
Sosyal Zekâ	Katsayı	p	Katsayı	p	Katsayı	P	Katsayı	p	Katsayı	p
Sbs	,313	,00	,147	,028	,279	,000	,182	,001	,120	,044
Sf	,013	,752	-,069	,180	,007	,879	,036	,366	,017	,716
Sb	,164	,00	,033	,515	,128	,002	,043	,279	,049	,271
Sabit	1,967	,00	3,290	,000	2,261	,000	3,084	,000	3,318	,000
Düzeltilmiş R ²	,166		,018		,108		,048		,020	

Sosyal vizyon için kurulan modelde sosyal bilgi süreci ve sosyal beceri boyutu ($p < 0.05$) istatistiksel açıdan anlamlıdır. Buna göre sosyal vizyon sosyal bilgi sürecini ve sosyal beceriyi pozitif etkilemektedir.

Finansal getiri boyutu için kurulan modelde sosyal bilgi süreci ($p < 0.05$) istatistiksel açıdan anlamlıdır. Buna göre finansal getiri sosyal bilgi sürecini pozitif yönde etkilemektedir.

İnovasyon boyutu için kurulan modelde sosyal bilgi süreci ve sosyal beceri ($p < 0.05$) istatistiksel açıdan anlamlıdır. Buna göre inovasyon sosyal bilgi sürecini ve sosyal beceriyi pozitif yönde etkilemektedir.

Sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar için kurulan modellerde sosyal bilgi süreci ($p < 0.05$) istatistiksel açıdan anlamlıdır. Buna göre sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar sosyal bilgi sürecini pozitif yönde etkilemektedir.

3.7.5. Verilere İlişkin Farklılık Analizleri

Demografik bilgiler için yapılan istatistiksel analiz sonuçları T-testi için Tablo-39'daki gibidir:

Tablo 39: Cinsiyet İçin T- Testi

Cinsiyet		Sig	Kadın	Erkek
Duygusal Zekâ	DZ	,187	3.70	3.61
	Kdd	,670	3.88	3.84
	Dd	,497	3.35	3.28
	Bdd	0,026 *	4.01	3.83
	Dk	,543	3.56	3.50
Sosyal Zekâ	SZ	,294	3.63	3.58
	Sbs	,063	3.70	3.83
	Sf	,002*	3.71	3.44
	Sb	,761	3.46	3.43
Sosyal Girişimcilik	SG	,176	3.89	3.82
	Sv	,806	3.70	3.74
	Fg	,914	3.70	3.71
	Inv	,967	3.77	3.77
	Sur	,003*	4.15	3.95
	Sa	,091	4.06	3.93

* < 0.05

Tabloda görüldüğü gibi bağımsız gruplarda t testi sonuçlarına göre cinsiyet duygusal zekâ, sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik açısından farklılık göstermezken duygusal zekâ alt boyutu olan başkalarının duygularını değerlendirme boyutuyla sosyal zekânın alt boyutu olan sosyal farkındalık boyutu ve sosyal girişimciliğin alt boyutu olan sürdürülebilirlik boyutunda anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Kadın katılımcıların duygusal zekâ seviyeleri (4,01) erkek katılımcıların duygusal zekâ seviyelerinden (3,83) yüksektir ve bu farklılık anlamlı bulunmuştur (p=0,026).

Tablo 40: Ailede Sosyal Girişimci Olma Durumu İçin T-Testi

Aile de sosyal girişimci olma durumu		Sig	Evet	Hayır
Duygusal Zekâ	DZ	,282	3.75	3.64
	Kdd	,690	3.89	3.85
	Dd	,841	3.28	3.32
	Bdd	,205	4.01	3.89
	Dk	,090	3.68	3.49
Sosyal Zekâ	SZ	,152	3.68	3.58
	Sbs	,568	3.80	3.75
	Sf	,640	3.53	3.58
	Sb	,02*	3.70	3.36
Sosyal Girişimcilik	SG	,006 *	3.98	3.81
	Sv	,00 *	3.98	3.68
	Fg	,079	3.84	3.66
	Inv	,140	3.87	3.74
	Sur	,245	4.11	4.02
	Sa	,261	4.07	3.97

* < 0.05

Ailede girişimci olma durumlarına bakıldığında sosyal zekânın bir boyutu olan sosyal beceri boyutu, sosyal girişimcilik ve de sosyal girişimciliğin alt boyutu olan sosyal vizyon boyutu farklılık göstermektedir. Evet diyenlerin ortalamaları daha yüksektir.

Tablo 41:Herhangi Bir Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olma Durumu İçin T-Testi

Herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye olma durumu		Sig	Evet	Hayır
Duygusal Zekâ	DZ	,213	3.57	3.68
	Kdd	,567	3.81	3.87
	Dd	,132	3.16	3.35
	Bdd	,370	3.85	3.94
	Dk	,607	3.48	3.54
Sosyal Zekâ	SZ	,276	3.67	3.59
	Sbs	,287	3.84	3.75
	Sf	,651	3.53	3.58
	Sb	,052	3.62	3.40
Sosyal Girişimcilik	SG	,432	3.89	3.84
	Sv	,00*	4.00	3.69
	Fg	,253	3.60	3.73
	Inv	.218	3.86	3.75
	Sur	,879	4.05	4.04
	Sa	,135	3.88	4.02

* < 0.05

Tabloda görüldüğü gibi herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye olanların sosyal vizyon oranları (4) üye olmayanların oranından (3,69) daha yüksektir.

Tablo 42: Bölümler Arası Farklılık İçin T-testi Sonuç Tablosu

Bölüm		Sig	İşletme	Diğer
Duyusal Zekâ	DZ	,458	3.68	3.63
	Kdd	,069	3.95	3.78
	Dd	,558	3.28	3.34
	Bdd	,538	3.95	3.90
	Dk	,699	3.55	3.52
Sosyal Zekâ	SZ	,988	3.60	3.60
	Sbs	,611	3.75	3.78
	Sf	,220	3.63	3.52
	Sb	,331	3.39	3.48
Sosyal Girişimcilik	SG	,925	3.85	3.85
	Sv	,517	3.73	3.77
	Fg	,448	3.67	3.74
	Inv	,998	3.77	3.77
	Sur	,180	4.09	4.00
	Sa	,793	3.98	4.00

Tablo-42'deki değerlere bakıldığında bölümler arası anlamlı farklılığın olmadığı görülmektedir. Sınıf düzeyleri için Anova testi yapıldığında sadece duygusal zekânın alt boyutu olan duyguların değerlendirme boyutu açısından bir farklılık söz konusudur. Diğer boyutlar ve ölçekler için hiçbir farklılık oluşmamıştır. Duyguların değerlendirme boyutu için sonuç aşağıdaki gibidir.

Tablo 43: Sınıflar Arası Farklılık İçin Anova Tablosu

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalama Sı	F	Sig.
Gruplar Arasında	8,434	3	2,811	2,956	,032*
Gruplar İçinde	362,406	381	,951		
Toplam	370,840	384			

* < 0.05

Anova testi anlamlı çıktığı için, farklılığın hangi seviyede ortaya çıktığını tespit etmek için Tukey testi yapılmış aşağıda tablodaki sonuç elde edilmiştir.

Tablo 44:Sınıflar Arası Farklılık İçin Tukey Testi Sonucu

(I) Kaçıcı Sınıfsınız	(J) Kaçıcı Sınıfsınız	Ortalama Fark(I-J)	Standart Hata	Sig.	95% Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
1.	2.	,17498	,14546	,625	-,2004	,5503
	3.	,10507	,13807	,872	-,2512	,4613
	4.	-,22044	,13014	,328	-,5563	,1154
2.	1.	-,17498	,14546	,625	-,5503	,2004
	3.	-,06991	,15480	,969	-,4694	,3295
	4.	-,39542*	,14778	,039	-,7767	-,0141
3.	1.	-,10507	,13807	,872	-,4613	,2512
	2.	,06991	,15480	,969	-,3295	,4694
	4.	-,32551	,14050	,096	-,6881	,0370
4.	1.	,22044	,13014	,328	-,1154	,5563
	2.	,39542*	,14778	,039	,0141	,7767
	3.	,32551	,14050	,096	-,0370	,6881

* 0.05 düzeyinde anlamlı

Duyguların değerlendirilmesi boyutuna göre 2. 4. Sınıflar arasında 0.05 düzeyinde anlamlı farklılık görülmüştür.

SONUÇ

Zekâ konusunda yıllardır oldukça fazla çalışma yapılmıştır. Özellikle duygusal zekâ üzerine gerek alan araştırması gerekse uygulamalı çalışmalar yapılmıştır. Sosyal zekâ konusu oldukça eski bir tarihçeye sahip olmasına rağmen bu konuda yapılmış çalışma sayısı daha azdır.

Söz konusu kavramların daha iyi anlaşılması, duygusal zekâ ve sosyal zekânın sosyal girişimcilik üzerindeki etkilerini araştırmak bu çalışma için çıkış noktası olmuştur.

Çalışma 3 ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde duygusal zekâ ve sosyal zekâ ikinci bölümde sosyal girişimcilik son bölümde ise duygusal zekâ ve sosyal zekânın sosyal girişimcilik üzerindeki etkisi ortaya koymaya çalışılmıştır.

Çalışmanın yapılabilmesi için öncelikle literatür taraması yapılmış zekânın ne olduğu açıklandıktan sonra zekâ kuramları açıklanmış ve duygusal zekâ ve sosyal zekâ kavramları ele alınmıştır. Duygusal zekâ kavramı tarihçesi, tanımları, modelleri gibi birçok alt başlık altında detaylı bir şekilde incelenmiş ve sosyal zekâ kavramı içinde yine tarihçesi, tanımı boyutları ve ölçüm metotları ele alınmıştır.

İkinci bölümde girişimcilik ve tarihçesi sosyal girişimcilik kavramı ve tarihçe her iki kavram arasındaki farklar ve Türkiye’den ve Dünyadan örneklere yer verilmiştir.

Son bölümde İİBF öğrencilerinin oluşturduğu örnekleme duygusal zekâ, sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik arasındaki ilişkiyi ölçmek için dağıtılan anketlerden elde edilen verilere uygun analizler yapılmış ve sonuçlar yorumlanmıştır.

Literatür incelendiğinde duygusal zekâ ile ilgili yapılmış birçok çalışma olduğu fakat sosyal girişimcilik ve sosyal zekâ için daha az çalışma olduğu görülmüştür. Sosyal girişimcilik için yapılan birçok çalışma sadece alan araştırması statüsündedir. Literatürde bu 3 kavramın ele alınarak yapıldığı bir çalışma yoktur.

Çalışma bu üç kavram için kurulan modeller doğrultusunda aradaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışmıştır. Bu amaç için literatür araştırması ile duygusal zekâ, sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik eğilimleri ölçülmüştür.

Yapılan literatür araştırmasında duygusal zekâ iş tatmini, örgütsel vatandaşlık, ana baba tutumları, mizah tarzı, stresle başa çıkma durumları, karar verme stillerine etkisi gibi uygulamalı çalışmaların yanı sıra alan araştırması olan çalışmalarda yer almıştır.

Sosyal zekâ için çok sayıda çalışma bulunmamakla birlikte olan çalışmaların birçoğu yabancı literatürdedir ve duygusal zekâ ile birlikte ele alındığı çalışmalar bulunmaktadır. Sosyal zekâ için yapılmış olan çalışmalarda benlik saygısı, depresyon ve çatışma yönetimi gibi kavramlarla olan ilişkisine bakılmıştır.

Sosyal girişimcilik için daha çok alan araştırması yapılmış uygulama için çok sayıda örnek çalışmaya rastlanmamıştır. Yapılan uygulama çalışmalarında ise sosyal girişimcilik başarı güdüsü ile, kişilikle ve özyeterlik algıları gibi kavramlarla olan ilişkisi incelenmiştir.

Demografik analiz sonuçlarında cinsiyet açısından duygusal zekânın alt boyutu olan başkalarının duygularını değerlendirme boyutu açısından kadın ve erkek için anlamlı düzeyde farklılık bulunmuş kadınların erkeklerden daha yüksek ortalamalara sahip olduğu görülmüştür.

Ailelerinde sosyal girişimcilik bulunması durumlarına göre sosyal zekâ alt boyutu sosyal beceri, sosyal girişimcilik ve alt boyutu olan sosyal vizyon için anlamlı farklılık bulunmuştur ve kadınlar erkeklerden daha yüksek bir ortalamaya sahiptirler.

Sivil toplum kuruluşlarına üye olma durumlarına göre bakıldığında ise sosyal vizyon boyutu için anlamlı bir farklılık söz konusuysen yine kadınlar için ortalamanın daha yüksek olduğu görülmüştür.

Bölümler arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Sınıflar arası farklılık için yapılan analizler sadece duyguların kullanımı boyutu için 2. ve 4. sınıf öğrenciler arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür.

Duygusal zekâ ve sosyal girişimcilik modeli için araştırmaya ilişkin sonuçlara bakıldığında bağımlı değişken sosyal girişimcilik (sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon, sürdürülebilirlik, sosyal ağlar) ile bağımsız değişken duygusal zekâ arasında (kendi duygularını değerlendirme, duyguların düzenlenmesi, başkalarının duygularını değerlendirme, duyguların kullanımı) farklı seviyelerde ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bölüm ile ilgili sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Sosyal girişimcilik ile duygusal zekâ arasında pozitif ve anlamlı ilişki vardır.

Duygusal zekânın alt boyutu olan kendi duygularını değerlendirme boyutu yine diğer alt boyutlar olan başkalarını değerlendirme, duyguların kullanımı, duyguların düzenlenmesi boyutlarıyla, sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciliğin alt boyutları olan sosyal vizyon, sürdürülebilirlik boyutlarıyla arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Bu sonuç kendi duygularını doğru bir şekilde değerlendirebilen bireylerin başkalarının duygularını da doğru değerlendirebileceğini duygularının doğru ve etkin

bir şekilde düzenleyerek kullanmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda kendi duygularını doğru değerlendirmek sosyal girişimciliğe ve onun alt boyutları olan sosyal vizyon ve sürdürülebilirlik üzerinde de olumlu sonuçlar alınmasını sağlamaktadır.

Duyguların düzenlenmesi alt boyutunun kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme ve duyguların kullanımı arasında pozitif ve anlamlı ilişki vardır. Sosyal girişimcilik ve alt boyutları olan sosyal vizyon ve inovasyon boyutlarıyla da arasında da pozitif ve anlamlı ilişki bulunmaktadır. Bu sonuç duygularını doğru ve etkin bir şekilde düzenleyen bireylerin kendi duygularını ve başkalarının duygularını daha başarılı değerlendirmelerini ve duyguların daha etkin kullanılmasını sağlayacağını göstermektedir. Aynı zaman da duygularını doğru düzenleyen bireylerin sosyal girişimcilik eğilimlerinin ve alt boyutları olan sosyal vizyon, inovasyon durumlarının üzerinde de olumlu etkiler oluşturacağını göstermektedir.

Başkalarının duygularını değerlendirme boyutunun, kendi duygularını değerlendirme, duyguların düzenlenmesi, duyguların kullanımı boyutuyla, sosyal girişimcilikle ve sosyal girişimciliğin alt boyutları olan sosyal vizyonla ve sürdürülebilirlikle arasında pozitif ve anlamlı ilişki vardır. Bu sonuç başkalarının duygularını doğru değerlendirmenin kendi duygularını doğru değerlendirebilmeyi, duyguların doğru düzenlenmesini ve kullanımını olumlu etkilemektedir. Sosyal girişimcilik ve alt boyutları olan sosyal vizyon ve sürdürülebilirlik üzerinde de olumlu sonuçlar doğuracağını göstermektedir.

Duyguların kullanımı boyutunun kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme ve duyguların düzenlenmesi boyutlarıyla pozitif ve anlamlı ilişki vardır ve sosyal girişimcilik, alt boyutları olan sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon, sürdürülebilirlik, sosyal ağlar boyutu ile de arasında anlamlı ilişki olduğu görülmüştür. Bu sonuç duyguların etkin kullanımının kendi duygularını değerlendirmeyi, başkalarının duygularını değerlendirmenin ve duyguların kullanımı üzerinde olumlu sonuçlar doğuracaktır. Duyguların etkin bir şekilde kullanımının sosyal girişimcilik ve alt boyutları olan sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar boyutlarının üzerinde de olumlu etkiler göstereceği söylenebilmektedir.

Sosyal vizyon boyutunun duygusal zekâ ve tüm boyutlarıyla ve de sosyal girişimcilik tüm boyutlarıyla arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır. Sosyal bir vizyona sahip bireylerin duygusal zekâlarının daha yüksek olacağı ve duygusal zekânın alt

boyutlarında da olumlu gelişmeler gözleneceği ve sosyal girişimcilik konuları üzerinde de olumlu sonuçlar alınabileceğini göstermektedir.

Finansal getiri boyutunun duyguların kullanımı boyutu ve sosyal girişimcilik ve de sosyal girişimciliğin alt boyutlarıyla arasında anlamlı ilişki vardır. Bu sonuç finansal getiriyi de düşünen bireylerin duygularını daha etkin kullanabileceğini ve sosyal girişimcilikle ve sosyal girişimciliğin diğer alt boyutları konuları üzerinde de olumlu sonuçlar alınabileceğini göstermektedir.

İnovasyon boyutunun duygusal zekâ, kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme, duyguların düzenlenmesi alt boyutlarıyla ve sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciliğin alt boyutlarıyla arasında pozitif ve anlamlı ilişki vardır. İnovatif bireylerin kendi duygularını değerlendirmesi, başkalarının duygularının değerlendirilmesi ve duyguların düzenlenmesi konularında olumlu sonuçlar alabileceği ve aynı zamanda sosyal girişimcilikleri ve alt boyutları üzerinde olumlu sonuçlar alınabileceği sonuçlarına ulaşılmaktadır.

Sürdürülebilirliğin duygusal zekâ, kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme ve duyguların kullanımı alt boyutlarıyla, sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciliğin tüm alt boyutlarıyla arasında pozitif ve anlamlı ilişki vardır. Bu sonuçlar daha sürdürülebilir düşüncelere sahip bireylerin kendi duygularını değerlendirebilmeleri, başkalarının duygularını değerlendirebilmeleri ve duygularını doğru bir şekilde kullanabildikleri sonucuna ulaşabilecekleri aynı zaman da sosyal girişimcilik konularında da olumlu sonuçlar alınabileceğini göstermiştir.

Sosyal ağlar alt boyutunun duygusal zekâ ve duyguların kullanımı alt boyutuyla ve sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciliğin alt boyutlarıyla arasında pozitif ve anlamlı ilişki bulunmaktadır. Sosyal ağlar konularında iyi olan bireylerin duygularını doğru ve etkin bir şekilde kullanabilmelerine ve sosyal girişimcilik ve alt boyutları üzerinde olumlu sonuçlar alınabileceğine işaret etmektedir.

Sosyal girişimciliğin alt boyutu olan sosyal vizyon için kurulan regresyon modellerinde duygusal zekâ alt boyutu olan başkalarının duygularının değerlendirme boyutu ve duyguların kullanımı boyutu istatistiksel açıdan anlamlıdır. Bu sonuç başkalarının duygularını doğru değerlendirebilen ve duygularını doğru ve etkin bir şekilde kullanabilen bireylerin sosyal vizyonlarının olumlu etkilenebileceğini göstermektedir.

Sosyal girişimciliğin alt boyutu olan inovasyon alt boyutu için kurulan modelde duyguların düzenlenmesi, başkalarının duygularının düzenlenmesi ve duyguların kullanımı alt boyutları istatistiksel açıdan anlamlıdır.

Sosyal girişimciliğin alt boyutu olan finansal getiri boyutu için ve diğer alt boyutlar olan sosyal ağlar ve sürdürülebilirlik alt boyutları için kurulan modelde duyguların kullanımı boyutu istatistiksel açıdan anlamlıdır.

Bu sonuç duygularını doğru ve etkin bir şekilde kullanabilen bireylerin sosyal vizyonlarının, finansal getiri bakış açılarının, sürdürülebilir düşüncelere sahip olmanın ve sosyal ağları kullanabilmelerinin üzerinde olumlu bir şekilde etkisi olduğunu göstermektedir.

Sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik modeli için araştırmaya ilişkin sonuçlara bakıldığında bağımlı değişken sosyal girişimcilik (sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon, sürdürülebilirlik, sosyal ağlar) ile bağımsız değişken sosyal zekâ (sosyal bilgi süreci, sosyal farkındalık, sosyal beceri) farklı seviyelerde ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bölüm ile ilgili sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Sosyal zekâ ve sosyal girişimcilik arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

Sosyal bilgi süreci boyutunun sosyal zekâ ve sosyal zekânın tüm boyutlarıyla ve sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciliğin tüm boyutlarıyla arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır. Bu sonuç sosyal bilgi sürecini yani iletişimde bulunduğu diğer insanları anlamının sosyal zekânın diğer boyutları ve sosyal girişimcilik ve alt boyutlarının üzerinde olumlu sonuçlar alınabileceğini göstermektedir.

Sosyal farkındalık boyutu sosyal zekâ ve sosyal beceri, sosyal vizyon boyutuyla arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır. Bu sonuç sosyal farkındalığı yüksek bireylerin sosyal becerilerinin ve sosyal vizyonlarının üzerinde olumlu sonuçlar alınabileceğini göstermektedir.

Sosyal beceri boyutu sosyal zekâ ve sosyal zekânın tüm boyutlarıyla sosyal girişimcilik, sosyal vizyon, inovasyon ve sürdürülebilirlik boyutlarıyla arasında anlamlı ilişki vardır. Bu sonuç sosyal becerileri yüksek bireylerin sosyal bilgi süreçlerinde daha başarılı olmalarını ve sosyal farkındalıkları yüksek bireyler olmalarını sağlamaktadır. Sosyal becerinin bireylerin sosyal girişimciliklerinin ve alt boyutları olan sosyal vizyona sahip olma, inovatif olma ve sürdürülebilir düşüncelere sahip olma konularının üzerinde de olumlu etkiler göstereceği yorumu yapılabilir.

Sosyal vizyon sosyal zekâ, sosyal bilgi süreci ve sosyal beceri ve sosyal farkındalık boyutlarıyla, sosyal girişimcilik, finansal getiri ve diğer alt boyutlarla

arasında anlamlı ilişki vardır. Sosyal vizyona sahip bireyler sosyal bilgi sürecinde doğru bilgi toplayabilmelerini, sosyal farkındalıklarının yüksek olmasını ve sosyal farkındalıklarının yüksek olması üzerinde olumlu etkilere sahiptir. Sosyal vizyona sahip bireyler sosyal girişimciliği ve diğer alt boyutlar üzerinde olumlu sonuçlar doğurmaktadır.

Finansal getiri alt boyutu sosyal bilgi süreci ile arasında anlamlı ilişki vardır.. Sosyal girişimcilikle ve sosyal girişimciliğin diğer alt boyutlarıyla da arasında anlamlı ilişki vardır. bu sonuç gelir getirici faaliyetler konusunda iyi olan bireylerin sosyal bilgi süreci üzerinde olumlu etkileri olacağı ifade edilebileceğini göstermektedir. Bu sonuçlar aynı zamanda finansal getiri düşüncesine sahip bireylerin sosyal girişimcilikleri ve alt boyutları konularında olumlu sonuçlar alınabileceğini göstermektedir.

İnovasyon alt boyutu sosyal zekâ ve sosyal bilgi süreci, sosyal beceri alt boyutlarıyla ve sosyal girişimcilikle sosyal girişimcilik alt boyutlarıyla arasında anlamlı ilişki vardır. Bu sonuç inovatif bireylerin sosyal bilgi süreçlerinin ve sosyal becerileri konularının ve sosyal girişimcilikle alt boyutları konularının üzerinde olumlu sonuçlar doğuracağını göstermektedir.

Sürdürülebilirlik alt boyutunun sosyal zekâ, sosyal bilgi süreci, sosyal beceri alt boyutlarıyla sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciliğin alt boyutlarıyla arasında anlamlı ilişki vardır. Bu sonuç sürdürülebilirlik düşüncesine sahip bireylerin sosyal bilgi süreçlerinin, sosyal becerileri konularının ve sosyal girişimcilik ve alt boyutları konularının üzerinde olumlu sonuçlar alınabileceğini göstermektedir.

Sosyal ağlar boyutu sosyal zekâ ve sosyal beceri alt boyutuyla ve de sosyal girişimcilikle sosyal girişimcilik tüm alt boyutlarıyla arasında anlamlı ilişki vardır.. Sosyal ağlar konularında iyi olan bireylerin sosyal zekâları ve sosyal becerileri konularında ve sosyal girişimcilikleri konuları üzerinde olumlu sonuçlar oluşabileceğini göstermektedir.

Sosyal girişimciliğin alt boyutu olan sosyal vizyon alt boyutu için kurulan modelde sosyal bilgi süreci ve sosyal beceri alt boyutları istatistiksel açıdan anlamlıdır. Bu sonuç sosyal bilgi sürecini aktif, doğru ve etkin bir şekilde geçiren bireylerin sosyal vizyon alt boyutu üzerinde olumlu sonuçlar alınabileceğini göstermektedir.

Sosyal girişimciliğin alt boyutu olan inovasyon için kurulan modelde sosyal bilgi süreci ve sosyal beceri alt boyutları istatistiksel açıdan anlamlıdır. Bu sonuç sosyal bilgi sürecini daha aktif kullanan ve sosyal becerisi yüksek olan bireylerin inovatif olma durumları konularında olumlu sonuçlar alınabileceğini göstermektedir.

Sosyal girişimciliğin diğer alt boyutları olan finansal getiri, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar alt boyutları için kurulan modelde sosyal bilgi süreci istatistiksel açıdan anlamlıdır. Sosyal bilgi sürecini daha etkin kullanan bireylerin gelir getirici faaliyetler konusunda, sürdürülebilir düşünceye sahip olmalarında ve sosyal ağları etkin bir şekilde kullanabilecekleri konusunda olumlu sonuçlar alınabileceği söylenebilir.

Literatür incelendiğinde sosyal zekâ, duygusal zekâ ve sosyal girişimcilik arasındaki ilişkinin incelendiği herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Sosyal zekâ ve duygusal zekânın olduğu çalışmalarda duygusal zekâ ve sosyal zekâ arasındaki ilişkiye bakılmamış bu iki zekâ türünün bir diğer değişkeni nasıl etkilediği konusunda araştırma yapılmıştır.

Duygusal zekâ ile yapılmış çalışmalarda Adsız'ın (2016) yapmış olduğu çalışmada cinsiyet açısından bu çalışmada olduğu gibi anlamlı farklılık görülmezken, Gürbüz ve Yüksel'in (2008) çalışmasında cinsiyet açısından duygusal zekâ düzeyinin kadınlarda daha yüksek olduğu görülmüştür.

Sosyal zekâ ile Doğan vd.'nin (2009) yapmış olduğu çalışmada bu çalışma da olduğu gibi cinsiyetler açısından sosyal zekâ düzeyleri açısından bir farklılık söz konusu olmamış. Sadece sosyal farkındalık boyutunda anlamlı farklılık bulunmuştur.

Akkan ve Süygün'ün yaptığı çalışmada sosyal girişimci akrabaya sahip olma sosyal girişimcilik eğilimleri üzerinde etki yapmazken bu çalışmada kadınların ortalaması erkeklerden daha yüksek olarak bulunmuştur. Yine aynı çalışmada sivil toplum örgütlerine üye olma durumu için yapılan analizlerde bu çalışmada olduğu gibi sosyal girişimcilik eğilimleri üzerinde herhangi bir etkisi bulunmamıştır. Çermik'in yaptığı çalışmada ise sivil toplum kuruluşlarına üye olma durumlarına göre sosyal girişimcilik eğilimlerinde anlamlı düzeyde farklılık bulunmuştur. Sosyal vizyon boyutu açısından Akkan ve Süygün'ün çalışmasında kadınların sosyal girişimcilik eğilimleri erkeklerden daha yüksek bulunurken yapılan çalışmada sosyal vizyon açısından farklılık bulunmazken sürdürülebilirlik boyutu açısından anlamlı bir farklılık söz konusudur.

Tüm bu sonuçlar ele alındığında öğrencilere yönelik duygusal ve sosyal zekâlarını geliştirerek sosyal girişimcilikleri üzerinde olumlu etkiler yapılabileceği görülmektedir. Sosyal girişimcilik bilincinin artması demek sosyal sorunlara Denizalp'in de dediği gibi balık sektöründe köklü değişiklikler yaparak dünyanın daha yaşanabilir hale gelmesini sağlamakla eş değer olacaktır.

Bundan sonra yapılacak olan çalışmalara örneklem genişliğini arttırmaları ve üniversitede farklı bölümlerde öğrenim görmekte olan öğrenciler üzerinde uygulama

yapmaları ya da sosyal girişimcilik dersini almış olan öğrenciler üzerinde uygulama yapmaları önerilerinde bulunulabilir. Ayrıca kullanılan sosyal girişimcilik eğilim ölçeği geliştirilerek soruların daha iyi anlaşılır hale getirilmesi sağlanarak ölçekten çıkarılmak zorunda kalan soru sayısı da azaltılabilir.

KAYNAKÇA

- Adsız E. (2016). Yöneticilerin Duygusal Zekâ Düzeylerinin Karar Verme Stilllerine Etkisi, T.C. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Çorum, ss: 7-9
- Ak Sütü S. (2013). Sağlık Çalışanlarında Duygusal Zeka ve Tükenmişlik İlişkisi, T.C Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı Hastane Ve Sağlık Kurumları Yönetimi Bilim Dalı, ss:4.
- Akman Y., Akman İ.G. (2017). Öğretmenlerin Çokkültürlü Eğitim Tutumunun Sosyal Zekâ Algısına Göre İncelenmesi, sakarya Univesity Journal Of Education, 7(1), s. 34-48.
- Akkan E., Süygün, M.S., (2016). Lisans Öğrencilerinin Özyeterlik Algıları ve Başarma Güdülerinin Sosyal Girişimcilik Eğilimlerine Etkilerinin İncelenmesi, AKÜ İİBF Dergisi - Cilt: XVIII Sayı: 2 Yıl: Aralık 2016 S:35-63.
- Altan, M. Z, (2012). Eğitim, Çoklu Zekâ Kuramı ve Çoklu Zekâ Kuramında Onuncu Boyut: Ahlaki Zekâ, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22 (1), 137-144.
- Alvord, S. H., Brown, D. L. ve Letts, C. W. (2004). Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study. The Journal of Applied Behavioral Science, 40 (3): 260-282.
- Altunışık vd., (2004). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı, Sakarya Kitabevi, Geliştirilmiş 3. Baskı, Sakarya
- Armstrong, T. (2000). Multiple Intelligences in the Classroom, USA: Curriculum Development Publishing.
- Ateş A.B. vd. (2016). Davranışsal Muhasebe Bağlamında Muhasebe Meslek Mensuplarında Duygusal Zekâ, Selçuk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi (The Journal of Social Economic Research), ISSN:2148-3043/ Nisan /Sayı:31.
- Austin, J. E., Gutierrez, R., Ogliastri, E. ve Reficco, E. (2007). Capitalizing on Convergence. Stanford Social Innovation Review. Winter 2007: 24-31.
- Aytaç Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, sayı: 15, 141
- Aytaç Ö. Ve İlhan S. (2007). Girişimcilik Ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 102.
- Bacanlı, H. (2000). Gelişim ve Öğrenme, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bal, S. (2007). Takım Çalışmasında Duygusal Zekânın Önemi, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Barendsen, L and Gardner, H. (2004). Is the social entrepreneur a newtype of leader? Leader to Leader, Fall, 43-50.
- Bar-On, R. (2000). Emotional and Social Intelligence: Insights From Emotional Quotient Inventory. Handbook of Emotional Intelligence, Bar-On & Parker'ın içinde . Jossey-Bass: California.
- Bar-On, R. (2006). The Bar-On model of emotional-social intelligence (ESI). Psicothema, 18, Suplemento., 13-25.

- Başaran, İ. E. (2000). *Örgütsel Davranış: İnsanın Üretim Gücü*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Baumgartner F. ve Vasil'ová K. (2004). Why Is Social Intelligence Difficult To Measure, Possibilities of a situational approach to social intelligence research. *Studia Psychologica*, 46, 4, pp. 273-277.
- Besler, S. (Ed.), (2010). *Sosyal Girişimcilik*, İstanbul: Beta Yayınevi.
- Besler, S. ve Sarıkaya, M. (2010). *Sosyal Girişimcilik*, Edition: 1. Bs. İstanbul: Beta Yayınları, ss:9-10.
- Binks, M.-Vale, P. (1990). *Entrepreneurship and Economic Change*, McGraw-Hill Book Company.
- Birch, K. ve Whittam, G. (2006). *The Role of the Social Economy, Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Sustainable Regional Development*. Center for Public Policy for Regions, Discussion Paper No. 12.
- Brazeal D.V. (1999). "The Genesis of Entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory an Practice*, Vol.23, pp. 29-46
- Brush, N.C. , and Allen, E. (2009). *The Landscape of Social Entrepreneurship*, *Business Horizons*,52(1) ,p:16.
- Buss, D. M. - Craik, J. H. (1983). The Act Frequency Approach to Personality. *Psychological Review*, 90, pp. 105-126 (a)
- Buzan, T. (2002). *The Power of Social Intelligence*, PerfectPound Publisher, New York.
- Büyüköztürk, Ş.(2004). *Veri Analizi El Kitabı*, 4. Baskı, Pegema Yayıncılık, Ankara
- Cumming, E. A. (2005). *An Investigation into the Relationship Between Emotional Intelligence and Workplace Performance: An Exploratory Study*. Lincoln University.
- Can H. Vd. (1998). *Genel İşletmecilik Bilgileri*, Siyasal Kitabevi, 9. Baskı, Ankara, ss.7-8
- Cevizci, Ahmet. (2013). *Felsefe Sözlüğü*, İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Cin H., Günay G.Y. (2013). Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri İle Duygusal Zekâları Arasındaki İlişki: Edirne Örneği, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* (8:2).
- Crowe Fraley, Barbara, G. (1999). *Emotional Intelligence and Student Retention*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Azusa Pasific University Faculty of the Graduate Department of Psychology, ABD.
- Çakar U. Ve Arbak Y. (2004). Modern Yaklaşımlar Işığında Değişen Duygu-Zekâ ilişkisi ve Duygusal Zekâ, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Cilt:6, Sayı:3
- Çermik F., (2015). *Sosyal Girişimcilik, Küresel Vatandaşlık Ve Çevre Davranışı Arasındaki İlişki: Yapısal Eşitlik Modellemesi*, T.C. Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Ana Bilim Dalı Sosyal Bilimler Öğretmenliği Bilim Dalı, Doktora Tezi , ss.38.
- İlhan, M., & Çetin, B. (2014). Sosyal ve Kültürel Zekâ Arasındaki İlişkinin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi. *Turkish Journal of Education*, 3(2), 4-15.

- Çiftçi M. (2010). Girişimci Üniversite ve Üçüncü Kuşak Üniversiteler, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 27, s.346.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Çolak E. ve Fer S. (2007). Öğrenme Yaklaşımları Envanterinin Dilsel Eşdeğerlik, Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması, Yıldız Teknik Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 16, Sayı 1, s.197-212.
- Daniel, M. H. (1997). "Intelligence Testing: Status and Trends", American Psychologist, 52(10), 1038-1045.
- Dees, J.G.(1998). "The Meaning of Social Entrepreneurship", Stanford University: Draft Report for the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, pp.1-5.
- Demirez, M. Ve Cebeci R. (2005). Türkiye’de Girişimciliğin Tarihçesi ve Girişimcilerin Sosyolojik Profili, Ulusal Girişimcilik Raporu, Bölüm II, KOSGEB, Ankara.
- Demirsöz – Selçioğlu, Ebru. (2010). Yaratıcı Dramanın Öğretmen Adaylarının Demokratik Tutumları, Bilişüstü Farkındalıkları ve Duygusal Zekâ Yeterliliklerine Etkisi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Denizalp, H. (2009). Toplumsal dönüşüm için sosyal girişimcilik rehberi (2. Baskı). Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi Yayını, Odak Ofset Matbaacılık.
- Doğan S. Ve Şahin F. (2007). Duygusal Zekâ: Tarihsel Gelişimi ve Örgütler İçin Öneme Kavramsal Bir Bakış, Çanakkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 16, Sayı:1, s: 231-252.
- Doğan T. (2006). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Zekâ Düzeylerinin Depresyon ve Bazı değişkenlerle İlişkinin İncelenmesi, T.C. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Dollinger M.J. (1999). Entrepreneurship, Second Edition, Marsh Publications Lombard, Illinois U.S.A.
- Durukan, T. (2006). Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yy’da Girişimciliğin Önemi, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt 1, Sayı:2.
- Ecevit, Y.; (1993). "Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi", Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli; Ankara, Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 25 Mayıs.
- Edizler, G. (2010). İnsan Kaynakları Yönetiminde Duygusal Zekâ Ölçüm ve Modelleri, Journal of Yaşar University, 18(5),2970-2984.
- Ercan, S. (2016). Türkiye’de Sosyal Girişimcilik ve Yarattığı Etkilerin Değerlendirilmesi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı Bölge Planlama Programı, ss:27.
- Fowler, A. (2000). NGDOs as a Moment in History: Beyond Aid to Social Entrepreneurship or Civic Innovation? Third World Quarterly. 21(4): 637-654.

- Gardner, Howard. (1995). "Reflections on Multiple Intelligences: Myths and Messages", *Phi Delta Kappan*, V. 77, pp. 200 – 209.
- Gentile, M. (2002). *Social Impact Management and Social Enterprise: Two Sides of the Same Coin of a Totally Different Currency?* Aspen ISIB Discussion Paper Series Discussion Paper IV, Washington, D.C.: The Aspen Institute.
- Gray, C. (2002). Entrepreneurship, Resistance to Change and Growth in Small Firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 9(1): 61-72.
- Goleman, D. (1996). *Duygusal Zekâ (Neden IQ'dan Daha Önemlidir?)*, (Klinik Psikolog Banu Seçkin Yüksel, Çev.) İstanbul: Varlık/ Bilim Yayınları.
- Goleman, D. (2009). *İşbaşında Duygusal Zekâ (H. Balkara, Çev.)*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Goleman, D.-Boyatzıs, R.E.-Mckee, A. (2002). *Leadership and Emotional Intelligence*, Boston Harvard Business School Press, s.23-27.
- Goleman, D. (2007). *Sosyal Zeka: İnsan İlişkilerinin Yeni Bilimi (O. Ç. Deniztekin, Çev.)*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Gözüm S, Aksayan S (2002). Kùltürler arası ölçek uyarlaması için rehber II: Psikometrik özellikler ve kùltürler arası karşılaştırma, *Hemşirelik Araştırma Dergisi*, 4 (2): 9-19.
- Gundry L.K. ve Kıcıkul J.R., (1996). "Flights of Imagination: Fostering Creativity Through Experimental Learning", *Simulation and Gaming*, Vol.27, pp.334-350.
- Güler B. (2008). *Sosyal Girişimciliği Etkileyen Girişimciliğin Analizi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal bilimler enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim dalı Doktora Tezi.
- Güllüce A. Ç. Ve İşcan Ö.F. (2010). Mesleki Tükenmişlik ve Duygusal Zekâ Arasındaki İlişki, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İibf Dergisi*, 5 (2), 7 -29
- Güney S. (2015). *Girişimcilik Temel Kavramlar Ve Bazı Güncel Konular*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Gürbüz, S. Ve Yüksel, M. (2008). Çalışma Ortamında Duygusal Zekâ: İş Performansı, İş Tatmini, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ve Bazı Demografik Özelliklerle İlişkisi, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9 (2), 174-190.
- Gürel E., Tat, M., (2010). Çoklu Zekâ Kuramı: Tekli Zekâ Anlayışından Çoklu Zekâ Yaklaşımına, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* , Sayı:3/11, İlkbahar.
- Güzel, Tülay (2010). "Sosyal Girişimcilik", *Uluslararası 2. Trakya Bölgesi Kalkınma-Girişimcilik Sempozyumu*, Kırklareli, 1-2 Ekim, s:59-71.
- Hein,S. (2005). Definition of Emotional Intelligence, <http://eqi.org/eidefs.htm#Introduction>.
- Hein,S. (2007). Steve's Short Definition of Emotional Intelligence: Academic Definition and History of the Term "Emotional Intelligence", <http://eqi.org/history.htm#Here is my definition of emotional intelligence>:
- Hervieux, C., Gedajlovic, E., Turcotte, M.F.B. 2010. The Legitimization of Social Entrepreneurship, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 4 (1), 37-67, DOI: 10.1108/17506201011029500.

- Hisrich, Robert D. and Michael P. Peters (1998). *Entrepreneurship*. Fourth Edition. United States: The McGraw – Hill Book Co.
- Huber, C. (2004). *Social Entrepreneurs and the St. Gallen Management Model*. University of St. Gallen (HSG) University for Business, Law and Social Sciences Diploma Thesis. St. Gallen Switzerland.
- Iruloh N. B. Ve Ukaegbu, M.H. (2105). Emotional, Social, Cognitive Intelligence and Social Support Network Among Youths, *British Journal Of Physical Research* Vol.3, No. 2, Pp. 35-41,
- Kalaycı, Ş. Vd. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın Dağıtım Ltd.Şti. 2.Baskı, Ankara
- Karabulut, A. (2012). *Duygusal Zekâ: Baron Ölçeği Uyarlaması*, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Aile Eğitimi ve Danışmanlığı Anabilim Dalı Aile Eğitimi ve Danışmanlığı Programı Yüksek Lisans Tezi.
- Karabulutlu, E. Y. Vd. (2011). Öğrencilerin Duygusal Zekâ Düzeyleri İle İlgili Problem Çözme Becerileri Arasındaki İlişki, *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, Sayı:2, ss:75.
- Khalili, A. (2011). *Gender Differences in Emotional Intelligence Among Employees of Small and Medium Enterprise: An Empirical Study*, Multimedia University, Malaysia, *Journal of International Management Studies*, vol. 6, no. 2, pp. 1-10.
- Kaya N. Vd. (2016). Hemşirelik Öğrencilerinin Sanat Özelliklerine Göre İletişim Becerileri ve Sosyal Zekâ Düzeyleri, *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi* 13 (1): 50-58.
- Kılıçarslan, F. (2009). *10 Adımda Duygusal Zekâ*, İstanbul, İkarus Yayın.
- Kırılmaz, K. S.(2012). *Sosyal Girişimcilik Boyutlarına Kuramsal Bakış*, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi / Cilt:3 / Sayı:2 / Aralık 2014*.
- Kızıl, Ş. (2014). öğretmenlerin Duygusal Zekâları ile Örgütsel Adanmışlıkları Arasındaki İlişki (Balıkesir İli Örneği), *Yüksek Lisans Tezi*, İşletme Anabilimdalı, Türkçe İşletme Yüksek Lisans Programı, T.C. Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü ss:14-20.
- Kozmizki, C. Ve John, O. P. (1993). The implicit use of explicit conceptions of social intelligence. *Personality and Individual Differences*, 15, 11-23.
- Kruger J.R., N.F., Reilly, M.D., Carsrud, A.L. (2000). “Competing Models of Entrepreneurial Intentions”, *Journal of Business Venturing*, Vol.15, Iss. 5-6, p.411
- Kuratko D. Ve Hodgetts R.M. (2005). *The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges*, Baylor University, p.6.
- Kurtuluş, K., (2006). *Pazarlama Araştırmaları, Genişletilmiş ve Gözden Geçirilmiş 8. Basım*, Literatür Yayıncılık, İstanbul
- Koçel T.(1998). “Girişimcilik Ama Hangisi?”, *Executive Excellence*, Sayı.10, Ocak s.17.
- Konakay, Gönül. (2010). *Duygusal Zekânın Akademisyenlerde Tükenmişlik ile İlişkinin İncelenmesi*, Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

- Lam, L.T. ve Kirby, S.L. (2002). Is emotional intelligence an advantage? An exploration of the impact of emotional and general intelligence on individual performance. *Journal of Social Psychology*, 142:133–143.
- Leadbeater, C. (1997). *The Rise of the Social Entrepreneur*. London: Demos.
- Lehner, O. M., & Kaniskas, J. (2012). Opportunity Recognition in Social Entrepreneurship: A Thematic Meta Analysis. *The Journal of Entrepreneurship*, 25-58.
- London M., Morfopoulos, R.G.,(2010). *Social Entrepreneurship*, Newyork, Routledge, p:4.
- Llewellyn, N., Edwards, C., Lawton, A., ve Jones, G. (2000). *Entrepreneurship and Public Service Management: Definitions, Competencies, Obstacles and Examples*. Open University Business School Working Paper. No. 00/03.
- Mair, J. ve Marti, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight. *Journal of World Business*. 41: 36-44.
- Marangoz, M., Girişimcilik, İstanbul, Beta Basım A.Ş., 2012.
- Marlowe, H. (1986). "Social Intelligence: Evidence for Multidimensionality and Gonstruct Indepence". *Journal oj Educational Psychology*. 78 (1), 52-58.
- Martin, R. L. ve Osberg, S. (2007). *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*. Stanford Social Innovation Review. Spring 2007: 28-39.
- Mayer, J.D. ve Salovey, P. (1993). "The Intelligence of Emotional Intelligence", *Intelligence*, 17: 433-442.
- Mayer, J. D. and P. Salovey (1997). "What Is Emotional Intelligence", In P. Salovey, & D. Sluyter, *Emotional Development And Emotional Intelligence: Educational Implications* (pp. 3-34). New York: Basicbooks, Inc.
- Mayer, J. D., D. R. Caruso and P. Salovey (2000). "Emotional Intelligence Meets Traditional Standards for an Intelligence", *Intelligence*, 27: 267-298.
- Miller, T. L., & Wesley, C. L. (2010). Assessing Mission and Resources for Social Change: An Organizational Identity Perspective on Social Venture Capitalists' Decision Criteria. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 705-733.
- Morris, M.H. ve Davis, D.L.(1994). "Fostering Corporate Entrepreneurship: Cross-Cultural Comparisons of the Importance of Individualism Versus Collectivism", *Journal of International Business Studies*, Vol.25, Iss.1, p.65.
- Mort, Gillian Sullivan; Jay Weerawardena; Kashonia Carnegie. (2003). "Social Entrepreneurship: Towards Conceptualisation", *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Cilt: 8, Sayı: 1, 76-88.
- Mumcuoğlu, Ö. (2002). *BarOn Duygusal Zekâ Testi'nin Türkçe Dilsel Eşdeğerlik, Güvenirlik ve Geçerlilik Çalışması*, TC. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Murphy, P.J. ve Coombes, S.M. (2009). "A Model of Social Entrepreneurial Discovery", *Journal of Business Ethics*, Vol:87, pp.325-336.
- Naktiyok A. Ve Bayrak Kók S. (2006). *Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri*, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi C.VIII, S.2.

- Naumes, M. J., Kammermeyer, J. A. ve Naumes, W. (2002). Social Entrepreneurship-A Relevant Concept for Business Schools? Presented at the Sixth Biennial Conference on Managerial Values, Attitudes and Ethics. Oxford, England. July, 2002.
- Nga, J.K.H., Shamuganathan, G. (2010). The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions, *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259-282, DOI: 10.1007/s10551-009-0358-8.
- Özdamar, K. (1999). Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi 1. Kaan Kitabevi, Eskişehir
- Özdamar, K (2004). Paket programlarla istatistiksel veri analizi. Kaan kitabevi, Eskişehir'den aktaran Akbulut, Y., Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları, İdeal yayınları, İstanbul 2010, s. 632-633.
- Özdemir, B. K. (2010). "Sosyal Girişimcilik ve Sürdürülebilir Kalkınma", (der.Senem Besler), Sosyal Girişimcilik, (içinde) Beta, İstanbul, ss.93-116.
- Padem H. Vd., (2012). Araştırma Yöntemleri, SPSS Uygulamalı, International Burch University, Sarajevo.
- Peredo, A. M. ve McLean, M. (2006). Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept. *Journal of World Business*: 4: 56-65.
- Praszkier, R., Nowak, A. (2012). Social Entrepreneurship: Theory and Practice, New York: Cambridge University Press.
- Post, J. E. (2006). Redefining the Corporation: Stakeholders and Social Purpose. *Politeia*. 82: 13-29.
- Rau, William Arthur (2001). The Relationship of Emotional Intelligence Test Scores to Job Performance Evaluation Scores in The Management Group of a Health Care Organization. Yanyınlanmamış Doktora Tezi, Medical University of South Carolina, ABD.
- Reyhanoğlu M. Ve Akın, Ö. (2016). Ticari Girişimciler Ne Kadar Sosyal Girişimcidir?, Mustafa Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Yönetim, Sayı: 71 .
- Robinson, P. B., and Hunt, H. K., (1988). Autonomy as a motivational force in small business and entrepreneurship. In D. E. Johnson (Ed.), *Small Business – Adapting for Success in a Changing World*, Proceedings of the 1988 National Conference of The Small Business Institute Directors Association, 192 - 195.
- Saban, A, (2005). Çoklu Zekâ Teorisi ve Eğitim, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Sacco D.F. vd. (2016). Social And Emotional İntelligence Moderate The Relationship Psychopathy Traits And Social Perception, Personality and Individual Differences, 95–104.
- Scherdin, M., Zander, I. (2011). Art Entrepreneurship, Edward Elgar Publishing Limited, Lansdown Road Cheltenham, s. 3.
- Shaun Newsome, Arla L. Day, Victor M. Catano, (2000). "Assessing The Predictive Validity of Emotional Intelligence", *Personality And Individual Difference*, Sayı: 29, s.1006

- Silberman, M. (2000). Peoplesmart: Developing Your Interpersonal Intelligence. Berrett- Koehler Publishers.
- Silvera, D. , H. , Martinussen, M. Ve Dahl, T. I. (2001). The Tromso social intelligence scale, a self-report measure of social intelligence. *Scandinavian Journal of Psychology*, 42, 313-31.
- Somazo, M.P. (1990). Social Intelligence and Likeability, Doctor of Philosophy, The Florida State University College of Arts and Sciences.
- Stevens, J. (1996). Applied multivariate statistics for the social sciences. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sutarso, Pudjati (1998). Gender Differences on the Emotional Intelligence Inventory (EQI). Yayınlanmamış Doktora Tezi Department of Educational Research in the Graduate School of the University of Alabama, Tuscaloosa, Alabama.
- Şahin S., Şahin F. Y. (2017). Okul Yöneticilerinin ve Öğretmenlerin Çatışma Yönetimi Stilllerinin Sosyal Zekâ ve Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi, *Kalem Eğitim ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(2).
- Şeker, M. (2012). Sosyal Girişimciliğin Artan Önemi ve Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, T.C Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Uluslararası Kalite Yönetimi Bilim Dalı.
- Şencan, H. (2005). Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik, Seçkin Yayıncılık, Ankara
- Tan, Wee-Liang; John Williams; Teck-Meng Tan. (2005). “Defining the ‘Social’ in ‘Social Entrepreneurship’: Altruism and Entrepreneurship”, *International Entrepreneurship and Management Journal*, Cilt: 1, 353-365.
- Tavşancıl, E. (2002). Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi. Ankara: Nobel Yayınları.
- Thompson, J. L. (2002). The World of the Social Entrepreneur. *The International Journal of Public Sector Management*. 15 (5): 412-431.
- Thorndike, E. L. (1920). Intelligence and its use. *Harpers Magazine*, 140, 227-235.
- Timmons, Jeffrey A. (1999). *New Venture Creation: Entrepreneurship For The 21st Century*. Fifth Edition. United States: The McGraw – Hill Book Co.
- Topuksal, D. (2011). İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Duygusal Zeka Düzeylerinin Ana Baba Tutumları Açısından İncelenmesi, Türkiye Cumhuriyeti Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, s: 7.
- Tracey, Paul; Nelson Phillips. (2007). “The Distinctive Challenge of Educating Social Entrepreneurs: A Postscript and Rejoinder to the Special Issue on Entrepreneurship Education”, *Academy of Management Learning & Education*, Cilt: 6, Sayı: 2, 264-271.
- Tufan, Ş. (2004). Geliştirilen Duygusal Zekâ Eğitimi Programının Ortaöğretim Dokuzuncu Sınıf Öğrencilerinin Duygusal Zekâ Düzeylerine Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, T.C. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitimde Psikolojik Hizmetler Anabilim Dalı Rehberlik Ve Psikolojik Danışmanlık Programı, 24-25, Ankara.

- Tunç, B. (2007). İşletmelerde Yaratıcılık Yenilikçilik Girişimcilik Yönetimi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tümkiye S. Vd. (2008), Duygusal Zekâ Mizah Tarzı ve Yaşam Doyumu: Üniversite Öğretim Elemanları Üzerine Bir Araştırma, Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, Cilt III, Sayı:30.
- Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (2014). Sosyal Girişim Sosyal İçerme Ve Sürdürülebilir Toplumsal Gelişme Olanakları, Tüsev, İstanbul.
- Ülker Ç. (2016). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Zekâ Ve İletişim Becerilerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, T.C. Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı.
- Üzel D. Ve Hangül T. (2016). Duygusal Zekâ ve Akademik Başarı Arasındaki İlişki, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/ Journal of Travel and Hospitality Management 13 (3), 85-101.
- Vasapollo, L. (1996). On the Economic Theory of Entrepreneurship. International Review of Sociology. 6(2): 191-213.
- Velicer, W. F., & Fava, J. L. (1998). Effects of variable and subject sampling on factor pattern recovery. Psychological Methods, 3(2), 231-251.
- Waddock, S. A. (1988). Building Successful Social Partnership. Sloan Management Review, 17-23.
- Walker, R. E. & Foley, J. M. (1973). Social intelligence: Its history and measurement. Psychological Reports, 33, 451-495
- Weerawardena, J. ve Sullivan Mort, G. (2006). "Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model", Journal of World Business, Vol:41, Issue:1, pp.21-35.
- Wells, D., Torrie, J., Prindle, L. (2000). "Exploring emotional intelligence correlates in selected populations of college students." Alberta, Canada: Lethbridge Community College. (ERIC Document Reproduction Services No.ED 447 739).
- Weisinger, H. (1998), İş Yaşamında Duygusal Zekâ, MNS Yayıncılık, İstanbul.
- Woitaszewski S.A. (2000). The Contribution of Emotional Intelligence to the Social and Academic Success of Gifted Adolescents. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ball State University, Muncie, Indiana.
- Yelkikalan N. 21. (2007). Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zekâ, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, s: 39-51.
- Yılmaz, H. (2012). Stratejik Girişimciliğin, "Algılanan Örgütsel Destek ve Örgütsel Öğrenme Üzerinde Etkilerinin Araştırılması: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Çalışma", Journal of Yasar University, Cilt 26, Sayı 7, s. 4485.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O. ve Shulman, J. M. (2006). Social Entrepreneurship: Domain, Contributions and Ethical Dilemmas, Paper Presented at University of Minnesota Conference on Ethics and Entrepreneurship, April.

İnternet Kaynakları

Çoban, H. (2014). Girişimcilik Kavramı , <https://www.paranomist.com/girisimcilik-kavrami.html> (03.10.2017)

Kırdaroğlu, N.(2015). Sosyal Girişimcilik, <https://prezi.com/btrwyr26bgkl/sosyal-girisimcilik/> (11.12.2017)

<http://www.tdk.gov.tr/> (13.10.2017)

<http://ashokaturkiye.org/tr> (04.12.2017)

www.mikadoconsulting.com (04.12.2017)

<http://www.kedv.org.tr/> (04.12.2017)

<http://www.sogla.org> (09.12.2017)

EKLER

SOSYAL ZEKÂ, DUYGUSAL ZEKÂ VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ANKETİ

Değerli katılımcı,

Bu anket sosyal zekâ, duygusal zekâ ve sosyal girişimcilik arasındaki ilişkinin araştırıldığı yüksek lisans tezinin uygulamasıdır. Sizin vereceğiniz değerli cevaplar çalışmam için önemli bilgiler sağlayacaktır.

Değerli vaktinizi ayırıp soruları cevapladığınız için teşekkür ederim.

Saygılarımla,

Endüstri Mühendisi ve İş Güvenliği Uzmanı

Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

Zeynep ÇAKANEL (zeynepcakanel@hotmail.com)

Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. İbrahim AKSEL – (iaksel@pau.edu.tr)

Kişisel Bilgiler

1. Cinsiyetiniz: () Kadın () Erkek
2. Kaç Kardeşiniz: (Siz dâhil)
1 () 2 () 3 () 4 ve daha fazla ()
3. Ailenizde sosyal girişimci var mı ?
Evet () Hayır ()
4. Herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye misiniz?
Evet () Hayır ()
5. Yaşınız: 18-25 Yaş () 26-33 Yaş () 34-41 Yaş () 42-49 Yaş () 50 ve Üzeri Yaş ()
6. Bölümünüz :
7. Kaçınıcı sınıfsınız: 1 () 2 () 3 () 4 ()

Aşağıdaki sorulara size en yakın gelen ifadeye (X) işareti koyarak cevaplayınız.

Duygusal Zeka Ölçeği Aşağıda insanların duyguları ile ilgili bazı ifadeler yer almaktadır. Bu ifadelerden “Kesinlikle Katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Fikrim Yok”, “Katılıyorum”, “Kesinlikle Katılıyorum” seçeneklerinden birini işaretleyiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1. Duygularımı iyi anlayabilirim					
2. Ne hissettiğimi gerçekten iyi bilirim					
3. Çoğu zaman bazı duyguları neden hissettiğimi anlayabilirim					
4. Mutlu olup olmadığımı her zaman bilirim					

5. Çok kızdığım zaman kısa sürede sakinleşebilirim					
6. Sinirlerime hâkim olurum ve sorunlarımı akıllıca ele alabilirim					
7. Kendi duygularımı yeterince kontrol edebilirim					
8. Duygularımı kontrol etmesini iyi bilirim					
9. Diğer insanların duygularını çok iyi gözlemlerim					
10. Etrafımdaki insanların duygularını anlama konusunda iyiyimdir					
11. Diğer insanların duyguları ve hisleri konusunda çok hassasım					
12. Arkadaşlarımdaki duygularını davranışlarından her zaman anlarım					
13. Her zaman kendime yeterli birisi olduğumu söylerim					
14. İç motivasyonum yüksektir					
15. En iyisini yapmak için her zaman kendimi teşvik ederim					
16. Her zaman kendimle ilgili hedefleri belirlerim ve ulaşabilmek için elimden geleni yaparım					

Sosyal Zeka Ölçeği Aşağıda insanların kendileriyle ilgili düşünce ve duygularını ifade eden cümleler yer almaktadır. Bu ifadelerin size uygun oluş derecesine göre “tamamen uygun”, “uygun”, “biraz uygun”, “uygun değil”, “hiç uygun değil” seçeneklerinden birini işaretleyiniz.	Hiç uygun değil	Uygun değil	Biraz uygun	Uygun	Tamamen uygun
1. Diğer insanların davranışlarını daha önceden tahmin edebilirim.					
2. Davranışlarımdaki insanlara neler hissettireceğini bilirim.					
3. Diğer insanların duygularını anlayabilirim.					
4. Başkalarının isteklerini anlarım.					
5. Bir açıklama yapmalarına gerek duymadan insanların ne yapmaya çalıştıklarını çoğunlukla anlarım.					
6. Başkalarını iyice tanımam uzun zaman alır.					
7. Diğer insanların davranışlarına nasıl tepki göstereceklerini tahmin edebilirim.					
8. Diğer insanların yüz ifadelerinden, beden dillerinden vs. gerçekte ne demek istediklerini çoğunlukla anlarım.					
9. Tanımadığım yeni insanların olduğu bir ortamda genellikle tedirginlik hissederim.					
10. Sosyal ortamlara kolaylıkla uyum sağlarım.					
11. İnsanlarla ilk tanışmada ve yeni ortamlara girme konusunda iyiyimdir.					
12. Başka insanlarla geçinebilmekte zorlanırım.					
13. Yeni tanıştığım insanlarla iyi ilişkiler kurmakta başarılıyım.					
14. Başkalarıyla konuşacak güzel sohbet konuları bulmakta çoğunlukla sıkıntı çekerim.					
15. Çoğunlukla başkalarının seçimlerini anlamamın zor olduğunu hissederim.					
16. İnsanlar yaptıkları şeylerle beni sık sık şaşırtırlar.					
17. İnsanlar açıklama yapmama fırsat vermeden bana kızarlar.					
18. Ne düşündüğümü söylediğimde insanlar genellikle benden rahatsız olmuş veya bana kızmış gibi görünürler.					
19. İnsanları tahmin edilemez bulurum.					
20. Farkına varmadan çoğu kez başkalarını incitirim.					
21. Diğer insanların yaptıklarına verdikleri tepkiler beni çoğunlukla şaşırtır.					

Sosyal girişimcilik ölçeğinde bulunan sorulara kendinizi bir sosyal girişimci olarak düşünerek cevap veriniz.

Sosyal Girişimcilik Eğilimleri Ölçeği Aşağıda sosyal girişimcilik eğilimlerinizi ölçmek için bazı ifadeler kullanılmıştır. Bu ifadelerden “Kesinlikle Katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Fikrim Yok”, “Katılıyorum”, “Kesinlikle Katılıyorum” seçeneklerinden birini işaretleyiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1. Sosyal gereksinimleri sorunları açıkça tanımlayabilirim.					
2. Sosyal bir sorunun çözümü için açık bir vizyon oluşturabilirim.					
3. Sosyal bir vizyona güçlü şekilde bağlıyım					
4. Sosyal sorunların çözümü için odaklı bir duruş sergilerim					
5. İhtiyaç sahiplerinin sosyal gereksinimlerini karşılama konusunda kararlıyım.					
6. Sosyal değişimin bir parçası olma konusunda kararlıyım.					
7. Yatırımcılarımın kârını yükseltmek önemlidir					
8. Kuracağım işletmenin temel amacı maddi kazançtır.					
9. Finansal refahın maksimize edilmesi önemlidir.					
10. İşletmemin ürettiği ürün ve hizmetleri kârlılıkla satmayı hedeflerim.					
11. İşletmemin hayatta kalması yüksek kâra bağlıdır.					
12. Kâr etmek sosyal hedeflere ulaşmak için bir araçtır.					
13. Sosyal fırsatları tanımlama konusunda proaktif bir yaklaşım sergilerim.					
14. Sosyal değer yaratmak için var olan riskleri fırsat olarak görebilirim.					
15. Üreteceğim ürün ve hizmetlerle sosyal değer yaratabilirim.					
16. İnovatif ürünler ve hizmetlerle sürdürülebilir avantajlar sağlayabilirim.					
17. Sosyal fayda yaratma konusunda kar amacı güden girişimciye kıyasla daha başarılıyım.					
18. Kişisel faydalarımı ön planda tutan bir insanım					
19. Genel anlamda esnek bir iyimdir.					
20. Yenilikçiyimdir. (İnovatifimdir)					
21. Çevresel konularda duyarlılık gösteririm.					
22. Uzun vadede yaşam kalitemi yükseltmeyi hedeflerim.					
23. Sosyal girişimlerin uzun vadede sosyal ihtiyaçları karşılayacağına inanırım.					
24. Sosyal girişimlerin sosyal misyon ve sosyal değerler arasında dengeyi sağlayacağına inanırım.					
25. Sosyal girişimlerin ekonomik, sosyal ve çevresel kaygılara karşı dengeli çözümler sağladığına inanırım.					
26. Sosyal girişimciler iş hayatı içinde güveni artırır.					
27. Sosyal girişimlerin sorunları etik prensipler çerçevesinde çözeceğine inanırım					
28. Sosyal girişimciler bilgi paylaşımını artırır .					
29. . Sosyal girişimciler iş dünyasının itibarını artırır.					
30. Sosyal girişimciler sosyal sorunların çözümü için tüm şahıslara kazanç sağlayacak platformlar oluştururlar					
31. Sosyal girişimcilerin paydaşların birbirini anlaması için gerekli olan ortamı yarattığına inanırım.					

ÖZGEÇMİŞ

KİMLİK BİLGİLERİ

Adı Soyadı : Zeynep ÇAKANEL
Doğum Yeri : Denizli
Doğum Tarihi : 01.01.1992
E-posta : zeynecakanel@hotmail.com

EĞİTİM BİLGİLERİ

Lise : Nalan Kaynak Anadolu Lisesi
Lisans : Endüstri Mühendisliği
Yüksek Lisans : Yönetim ve Organizasyon
Yabancı Dil : İngilizce