T.C
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

SOSYAL ZEKÂNIN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNE ETKİSİNDE KÜLTÜREL ZEKÂNIN ARACI ROLÜ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

CEREN İREM BAŞOĞLU

DANIŞMAN
DOÇ. DR. EROL TEKİN

KASTAMONU -2021

T.C

KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİÜSÜ
YÖNETİM VE ORGANİZASYON ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SOSYAL ZEKÂNIN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNE ETKİSİNDE KÜLTÜREL ZEKÂNIN ARACI ROLÜ

Ceren İrem BAŞOĞLU

Danışman: **Doç. Dr. Erol TEKİN**
Jüri Üyesi: **Dr. Öğr. Üyesi Bülent YILDIZ**
Jüri Üyesi: **Dr. Öğr. Üyesi Şemsettin ÇİĞDEM**

KASTAMONU - 2021

TAHAHHÜTNAME

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildirir ve taahhüt ederim.

Ceren İrem BAŞOĞLU

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

SOSYAL ZEKÂNIN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNE ETKİSİNDE KÜLTÜREL ZEKÂNIN ARACI ROLÜ

Ceren İrem BAŞOĞLU
Kastamonu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Erol TEKİN

Küreselleşen dünya düzeni içerisinde bireylerin sahip olmaları gereken niteliklerin her geçen gün şekillendiği gözlemlenmektedir. Nitekim endüstri devrimiyle hız kazanan küreselleşme çağı özellikle girişimcilik faaliyetlerinin de ön plana çıkmasına neden olmuştur. Mevcut toplum düzeninin, evrimleşen sistemlere adaptasyonunun sağlanabilmesi gelecek nesillerin doğru eğitimlerle yetiştirilmesiyle ilgili görülmektedir. Gelecek nesillerin en önemli yapı taşlarından birini oluşturan Üniversite gençliğinin çeşitli yönlerden incelenmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimini geliştirmek ve toplumsal yapının mevcut düzene uyum sağlayabilmesi için bireylerin çoklu zekâ düzeylerini geliştirilmesi büyük bir sorunsal durum olarak göze çarpmaktadır. Buradan hareketle yapılan bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin sosyal zekâlarının girişimcilik eğilimlerine etkisinde kültürel zekâ durumlarının aracı rolünü incelemektir. Bu amaç doğrultusunda araştırma Kastamonu Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan 318 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak bilgi formu, sosyal zekâ ölçeği, girişimcilik eğilimi ölçeği ve kültürel zekâ ölçeği kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS ve AMOS paket programlarında çözümlenerek analiz edilmiştir. Aracılık etkisinin ortaya çıkarılması için Process Macro analizi uygulanmıştır. Analizlerden elde edilen bulgulara göre, sosyal zekânın girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde kültürel zekânın güçlü bir aracılık rolü üstlendiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Eğilimi, Sosyal Zekâ, Kültürel Zekâ

2021, 83 sayfa

Bilim Kodu: 1147

ABSTRACT

MSc. Thesis

THE MEDIATING ROLE OF CULTURAL INTELLIGENCE IN THE EFFECT OF SOCIAL INTELLIGENCE ON ENTREPRENEURIAL TENDENCY

Ceren İrem BAŞOĞLU
Kastamonu University
Institute for Social Science
Department of Management and Organization

Supervisor: Assoc. Prof. Erol TEKİN

It is observed that the qualities that individuals should have in the globalized world order are shaped day by day. As a matter of fact, the age of globalization, which gained momentum with the industrial revolution, has led to the prominence of entrepreneurship activities in particular. Adapting the existing social order to evolving systems is seen as related to the upbringing of future generations with the right training. It is important to examine the youth of the University, which constitutes one of the most important building blocks of future generations, in various ways. In this context, to develop the youth of University's entrepreneurship tendency and so that the social structure can adapt to the existing order, to develop social intelligence and cultural intelligence degrees which are individuals' types of multiple intelligence is standing out as a major problematic situation. Purpose of this research with this movement, It examines cultural intelligence situations' intermediary role in effects of university students social intelligence' on entrepreneurship tendency. For this purpose, the research is based on the on 318 students. Information form, social intelligence scale, entrepreneurship trend scale, and cultural intelligence scale were used as data collection tools in the research. The data obtained were analyzed and analyzed in SPSS and AMOS package programs. the data obtained were analyzed in SPSS and AMOS package programs. Process Macro analysis has been applied to reveal the mediation effect. According to the findings of the analysis the effect of social intelligence on entrepreneurial tendencies cultural intelligence has emerged to play a powerfull mediating role.

Key Words: Entrepreneurial Tendency, Social Intelligence, Cultural Intelligence

2021, 83 pages
Science Code: 1147

ÖNSÖZ

Bu çalışmada sosyal zekânın girişimcilik eğilimine etkisinde, kültürel zekânın aracı rolü incelenmiş ve elde edilen sonuçlar belirtilerek tartışmaya sunulmuştur. Sosyal zekânın girişimcilik eğilimine etkisinde kültürel zekânın güçlü aracı etkisine vurgu yapılmıştır ve devamında buna aracılık eden kültürel zekânın rolüne vurgu yapılmıştır. Girişimcilik eğilimi kavramının değeri gün geçtikçe daha iyi anlaşılmakta ve alan yazında çeşitli başlıklar halinde araştırılmaya devam etmektedir. Girişimcilik eğiliminin diğer çalışmalardan farklı olarak, yine güncel araştırma konularından olan zekâ türleri ile ele alınması bu çalışmanın güçlü yönünü ortaya koymuştur.

Yüksek lisans sürecinde desteğini ve ilgisini esirgemeyen, bana yol gösteren çok değerli hocam ve tez danışmanım Doç. Dr. Erol TEKİN'e teşekkürlerimi borç bilirim.

Son olarak çalışmanın ortaya çıkmasında göstermiş olduğu sabır ve destek için değerli hayat arkadaşım Erkut'a, hayatımın her döneminde bana güvenen, inanan ve hiçbir desteğini esirgemeyen babam Cevdet ve annem Nazan'a ve eğitime verdikleri değer ile daima bana destek olan yeni aileme, babam Bedri ve annem Sibel'e sonsuz şükranlarımı sunarım.

Ceren İrem BAŞOĞLU

Kastamonu, Haziran, 2021

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET ..... **iii**
ABSTRACT ..... **iv**
ÖNSÖZ ..... **v**
İÇİNDEKİLER ..... **vi**
SİMGELER VE KISALTMALAR ..... **viii**
ŞEKİLLER DİZİNİ ..... **ix**
TABLOLAR DİZİNİ ..... **x**
1. GİRİŞ **11**
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE **15**
2.1. Girişimcilik Kavramı 15
2.1.1. Girişimciliğin Önemi 18
2.1.2. Türkiye'de Girişimcilik 21
2.1.3. Girişimcilik Eğilimi 25
2.2. Sosyal Zekâ Kavramı 30
2.2.1. Sosyal Zekânın Önemi 32
2.2.2. Sosyal Zekâ Kuramı 34
2.3. Kültürel Zekâ Kavramı 35
2.3.1. Kültürel Zekânın Önemi 36
3. LİTERATÜR TARAMASI VE HİPOTEZLER **38**
3.1. Sosyal Zekâ ve Girişimcilik İlişkisi 38
3.2. Sosyal Zekâ ve Kültürel Zekâ İlişkisi 41
3.3. Kültürel Zekâ ve Girişimcilik İlişkisi 43
4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ **48**
4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi 48
4.2. Araştırmanın Sınırlılıkları 48
4.3. Araştırmanın Modeli 49
4.4. Araştırmanın Kapsamı ve Örneklemi 50
4.5. Araştırmanın Veri Toplama Aracı ve Yöntemi 51
4.6. Araştırma Verilerinin Analiz Yöntemi 51

5.ARAŞTIRMA BULGULARI 53
5.1. Tanımlayıcı Bulgular 53
5.2 Analiz Bulguları 54
5.2.1. KMO Barlett Küresellik Test Bulguları 54
5.2.2. Keşfedici Faktör Analiz Bulguları 56
5.2.3. Verilerin Normallik Analiz Bulguları 60
5.2.4. Korelasyon Analiz Bulguları 61
5.2.5. YEM Analiz Bulguları 62
5.2.6. Process Makro ile Aracılık Analiz Bulguları 64
6. SONUÇ VE ÖNERİLER 67
KAYNAKLAR 70
EKLER 78
EK A. Anket Formu 78

SİMGELER VE KISALTMALAR

AMOS	: Analysis of Moment Structures
GE	: Girişimcilik Eğilimi
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin
KOBİ	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletme
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi
KZ	: Kültürel Zekâ
SPSS	: Statistical Package For The Social Sciences
SZ	: Sosyal Zekânın
vd.	: Ve diğerleri
YEM	: Yapısal Eşitlik Modellemesi
%	: Yüzde

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 4.1. Araştırmanın kavramsal modeli 50
Şekil 5.1. Yapısal eşitlik modeli 63

TABLOLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 5.1. Demografik bulgular 54
Tablo 5.2. Sosyal Zekâ Ölçeği için KMO ve Bartlett Küresellik testi 55
Tablo 5.3. Kültürel Zekâ Ölçeği için KMO ve Bartlett Küresellik testi 55
Tablo 5.4. Girişimcilik Eğilimi Ölçeği için KMO ve Bartlett Küresellik testi 56
Tablo 5.5. Sosyal Zekâ Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi sonuçları 56
Tablo 5.6. Kültürel Zekâ Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi sonuçları 58
Tablo 5.7. Girişimcilik Eğilimi Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi sonuçları 59
Tablo 5.8. Ölçüm araçlarına yönelik normallik analizi bulguları 60
Tablo 5.9. Ölçüm araçlarına yönelik korelasyon bulguları 61
Tablo 5.10. Yapısal eşitlik modeli uyum iyiliği değerleri 64
Tablo 5.11. Yapısal eşitlik modeli analiz sonuçları 64
Tablo 5.12. Kültürel zekâ değişkeninin aracılık rolü 65

1. GİRİŞ

Evrenin oluşumu ve yaşamsal fonksiyonlarına kavuşması ile insanoğlu yaşamını idame ettirmek adına çeşitli faaliyetlerde bulunmuştur. Girişimcilik faaliyetlerinin ortaya çıkması da en az insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. İnsanlar, yeryüzünde bulunduğu en eski zaman dilimlerinde çeşitli ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına girişimcilik faaliyetlerinde bulunmuşlardır. Avcılık-toplayıcılık döneminden, bilgi toplumu olarak adlandırılan süreye geçiş döneminde de girişimcilik önemi ve değeri artan bir kavram olmuştur (Ersoy, 2019: 518).

Küreselleşmeyle birlikte tüm dünya ülkelerinin temel problemi haline gelen istihdam problemi, insanları hemen hemen her dönemde kaosa sürüklemektedir. Sanayi devrimi ve ardından bilgi çağına geçiş ile artık insan gücünün yerini makine gücü almış ve tüm dünya ülkelerinde büyük ekonomik sorunlar baş göstermeye başlamıştır. Artan rekabet ortamı ise beraberinde firmaların kâr maksimizasyonu için ürün çeşitliliğine gitmesine ve ürünlerinde farklılığa yer veremeyen firmaların ise sahadan çekilmesine neden olmuştur. Girişimci kişiler sayesinde yeni iş sahalarının kurulması, ülkeleri ekonomik dar boğazdan çıkartırken aynı zamanda istihdam problemine de çözüm getirmektedir. Refah seviyelerindeki artış yalnızca ekonomik değil bireylerin toplumsal boyutta da refaha ulaşmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte, ekonomik problemler sosyal anlamda da etkisini hissettirmektedir. Üretim faktörlerini bir araya getirerek ülke ekonomisinin belkemiğini oluşturan ve istihdamında artmasına vesile olan girişimci kişi (Özdemir ve Mazgal, 2012: 91) bulunduğu ülke için oldukça önemli bir yere sahiptir. Fakat girişimcilik bireyde hâlihazırda bulunan ve istenildiğinde faaliyette bulunabileceği bir araç değildir.

Girişimcilik faaliyetinin oluşması için öncelikle bu alana yönelik merak duygusunun oluşması, ardından ise girişimciliğe sosyolojik bir bakış açısı ile bakmak gerekmektedir. Birey alana merak duyduktan ve eğilim gösterdikten sonra zamanla güdüleyici faktörlerin desteği ile harekete geçmektedir. Girişimcilik eğilimini belirleyen faktörler içerisinde kişinin ailesi, sosyal çevresi, psikolojik zemini ve iş hayatı gibi faktörler de önemli bir yer teşkil etmektedir. Girişimciliği bu kadar

önemli ve değerli yapan asıl kavram ise girişimcilik eğilimidir (Bozkurt, 2006: 108). Sadece ekonomik bir bakışı açısıyla anlaşılabilecek bir kavram olmayan girişimcilik, sosyal ve kültürel değerlerden önemli ölçüde etkilenebilmektedir (Tekin ve Ersoy, 2020). Girişimcilik eğilimi ve girişimcilik kavramı sosyal ve kültürel değerlerden önemli ölçüde etkilenmektedir. Fakat her bireyin içinde bulunduğu sosyal ve kültürel değerlerden etkilenme derecesi farklılık göstermektedir. Birey, bulunduğu farklı kültürel ve sosyal yapılardan pozitif olarak etkilendiğinde, motivasyonu onu başarıya götürebilmektedir. Negatif etkenler ise girişimcilik eğiliminde bulunmama davranışına veya gösterilen eğilim neticesinde başarısızlıkla karşılaşma gibi durumlara sebep olabilmektedir. Tüm dünya ülkelerinde küreselleşme olgusunun yarattığı sonsuz iletişim ağı sayesinde sınırlar önemini yitirmiş ve beraberinde tüm dünya ülkelerinin etkileşime açık bir hal almasına sebep olmuştur (İleri ve Horasan, 2010: 173). Birbirinden bağımsız ülkelerin ekonomilerinde yaşanan olumlu veya olumsuz gelişmeler, ülkelerin coğrafi konumları fark etmeksizin, bir kelebek etkisi şeklinde yayılmaktadır. Sınırların anlamını yitirdiği global dünyada ekonomik ve sosyal hayatı canlandıran girişimcilik faaliyetlerinin önemi gün geçtikçe artmaktadır. İnsanın yaradılışı gereği sosyal bir varlık olduğu da düşünüldüğünde, yaşamlarının her döneminde sosyal ilişkiler kurmaya devam edecekleri söylenebilir. Geçmişten bilgi çağına dek geçen sürede ortaya çıkan her türlü ürün, hizmet ve geliştirme tıpkı girişimcilik kavramının da ortaya çıkışı gibi sosyalleşmenin bir ürünüdür. Çeşitli etkiler sonucu farklılaşan sosyal ortamlara adapte olunması başarılı adımların atılmasında oldukça önemlidir. İnsanların farklı sosyal ortamlara uyum sağlamaları ise sosyal zekâları sayesinde olmaktadır (Salur, 2009: 25). Bununla birlikte sınırların ortadan kalktığı bir ortamda farklı kültürlerle iç içe olmak rekabetçilik için yerel pazar sınırlarının dışına çıkmak da girişimcilik için önem arz etmektedir. Farklı kültürleri anlamak ve onlarla iş yapmak için ise kültürel zekânın önemli olduğu ifade edilebilir. Ayrıca sosyal ortamlarda farklı kültürlerin varlığı sosyal zekânın yeni iş fikirleri geliştirme ve girişimci eğilimine olan etkisinde kültürel bakış açısının da önemli olduğunu düşündürmektedir. Sosyal zekâya sahip olan birey, diğer bireylerin duygu ve düşüncelerini anlayarak, onlara yön verebilmektedir (Diktaş ve Özgeldi, 2020: 13). Birey küreselleşmenin etkisi ile çeşitli kültürel yapılarla da karşı karşıya kalabilmektedir. Farklı kültürel birtakım değerlere uyum sağlama yeteneği ise kültürel zekâ sayesinde olmaktadır (Yeşil, 2009: 115). Sosyal ve kültürel ortamlarda

yaşanan farklılaşmalara karşı çoklu zekâ türlerinden olan sosyal zekâ ve kültürel zekâ kavramlarının bilinçli olarak kullanılabilmesi ile uyum sağlanabileceğini söylemek doğru olacaktır. Bu hususta bireylerin girişimcilik eğiliminde bulunurken sosyal zekâ ve kültürel zekânın çeşitli etkileri ile karşı karşıya kalması kaçınılmazdır.

İlgili yazına bakıldığında sosyal zekânın girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde etkisinin olduğu üzerinde durulmuştur (Marecki, 2014; Tabatabaei, Orjinejad ve Gholtash, 2015; Demirel, Düşükcan ve Ölmez, 2011; Uzun, Buran ve Beydilli, 2017; Kahya ve Ceyhan, 2017; Bakan ve Amırlı, 2021). Bu çalışmalar genellikle sosyal zekânın girişimcilik performansı, girişimcilik becerileri ile girişimcilik eğiliminin sosyal zekâ kavramı ile desteklendiğinde daha verimli yapıların ortaya çıktığı yönünde şekillenmektedir. Alan yazında sosyal zeka ve kültürel zekanın birbirleri üzerinde etkisinin bulunduğu çalışmalar da alan yazında yer almaktadır (Crown, 2009; Saffari, Ghoonsoly ve Akbar, 2015; Korzilius, Bücker ve Beerlage, 2017). Bu çalışmalarda her iki zekâ türünün birbirinden çok farklı yönlerinin bulunmadığı, sosyal zekâ kavramının genellikle kültürel zekâ kavramını içine aldığı belirtilmektedir. Alan yazında farklı kültürel yapılara uyumun anahtarı olarak gösterilen kültürel zekânın da girişimcilik faaliyetlerini etkilediğini ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır (Ntseane, 2004; Charoensukmangkol, 2015; Baltacı, 2017; Güney ve Çetin, 2003; Tekin ve Ersoy, 2019; Koyuncu ve Akdöl, 2019). Bu çalışmalar yalnızca girişimcilik faaliyetlerinin genel bir değerlendirilmesi ve girişimcilik faaliyetlerinin geliştirilmesine yönelik olarak yapılmıştır. Girişimcilik eğiminin kültürel zekâ kavramı ile araştırıldığı az sayıda çalışma bulunmaktadır.

Alan yazında çoklu zekâ türlerinden olan sosyal zekâ ve kültürel zekânın girişimcilik eğilimine etkisinin bir arada incelendiği bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Bu nedenle alan yazındaki eksiklikler dolayısıyla sosyal zekânın girişimcilik eğilimine etkisinde kültürel zekânın aracılık rol üstlenip üstlenmediği araştırılmaya değer bir konu olarak değerlendirilmektedir.

Bu bağlamda; çalışma da sosyal zekânın girişimcilik eğilimine etkisinde kültürel zekânın aracı rolü Kastamonu Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan öğrenciler açısından ele alınacaktır. Çalışmanın amacına uygun olarak giriş bölümünü takip

eden ilk bölümde kavramsal çerçeveye değinilecektir. Kavramsal çerçevenin devamında literatür taramasına ilişkin bilgiler verilerek araştırma hipotezleri kurgulanacaktır. Ardından; araştırmanın yöntemi başlığı altında araştırmanın amacı ve önemi, sınırlılıkları, araştırma modeli, kapsam ve örneklemi, veri toplama aracı ve verilerin analiz yöntemleri sunulacaktır. Sonrasında araştırma bulguları, sonuç ve öneriler ile çalışma sonlandırılacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Girişimcilik Kavramı

Endüstri devriminden bilgi çağına dek geçen sürede ayakta kalan ve ortaya çıkan rekabet unsuru ile gelişim sağlayabilen ülkelerin ortak özellikleri ekonomik gelişmişlik düzeyleri ile yakından ilişkilidir (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011). Girişimcilik ile başarı sağlayabilen ülkeler, ekonomilerine ciddi başarılar sağlamış ve devamında sosyal faydalar elde etmişlerdir. Ekonomik ve sosyal hayatın birbirinden bağımsız düşünülememesi dolayısıyla ekonomide sağlanan her başarı, sosyal hayata etki ederek refah oluşumuna sebep olmaktadır. Fayda sağlayan bireylerin alana yönelik ilgi ve merakları artmakta, dolayısıyla yeni girişimcilik faaliyetlerinin önü açılmaktadır. Ülkemizde özellikle son yıllarda önem kazanan girişimcilik kavramının aslında köklü bir geçmişe sahip olduğu söylenebilir. İnsanoğlu tarihin ilk yıllarından itibaren çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak adına, tarım, hayvancılık ve ticaret ile uğraşmıştır. Bu uğraşları onları risk almaya, yeni faaliyetler keşfetmeye yönlendirmiştir. Girişimcilik kavramının ilk ayak seslerini burada yükselmektedir. Ülke ekonomilerinin belkemiğini oluşturan girişimcilik kavramı ve bu alanda yapılan her çalışma, edinilen her tür deneyimin kalkınmanın temelini oluşturduğu yadsınamaz bir gerçekliktir (Taş, 2016: 10).

Ülke ekonomisi boyutunda önemi giderek artan ve sosyal karakteri olan girişimcilik kavramı toplumsal boyutlara göre farklı şekillenebilmektedir. Girişimcilik kavramı birçok alana sağladığı fayda ile ülkeler arasında birinci öncelik verilmesi gereken konulardan biri olmuştur. Eğitim ile geliştirilebilecek girişimcilik bilinci sosyal ve ekonomik alanda da desteklenerek geliştirilmeye özen gösterilen hassas kavramlardan olmaya başlamıştır. Ülkelere olan bu yararları dolayısıyla devlet tarafından da girişimciliğin geliştirilmesi amacıyla hibeler ve kredi destekleri ile bireyleri bu alana teşvik etme yolunda adımlar atılmaktadır (Ulucan, 2015: 12).

Eyel (2018: 73) sürdürülebilir iktisadi gelişim için yeni oluşturulacak veya yenilenecek girişimlerin payının oldukça büyük olduğunu vurgulanmıştır. Bununla birlikte gelişmiş ülkeler göz önüne alındığında ise işletmelerin yapılanmaları

sistemsel olarak dizayn edildiği gibi, yeni organizasyon yapılarının da geliştirilmeye gayret gösterildiği gün yüzüne çıkmaktadır. Özel sektör başta olmak üzere, kamu sektörü ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar dahi girişimcilik kavramının ve onun giderek artan öneminin etkisi altında olduğu tespit edilmiştir (Dağlar, 2020: 828). İnsanları girişimciliğe yönlendiren etkenlerin başında genellikle refah seviyelerini artırma ve elde edilenden daha fazla kazanç sağlama isteği olduğu söylenebilir. Bu isteğin kişileri yeni keşifler ve yeni yatırımlara doğru yönlendirdiği de görülmektedir. Özellikle endüstri devrimi ile insanların girişimciliğe olan bakış açıları değişmiş ve kalkınmanın başat formülünün girişimcilikten geçtiği görülmüştür. Bu durum bireylerin girişimcilik eğilimine yönelmesinde ve girişimcilik faaliyetinde bulunmasında da önemli rol oynamıştır (Ulucan, 2015: 19).

Girişimcilik faaliyetleri insanlık tarihi kadar eskiye dayanmasına rağmen 21. yüzyılda önemi git gide artmaya devam etmektedir. Özellikle bilgi çağına geçiş döneminde ülkelerin gelişmesinde sağladığı olanaklar neticesinde şekillenerek dikkatleri üzerine çekmeyi başarmıştır. Dünya ülkeleri tarafından girişimcilik kavramının geliştirilmesine yönelik çalışmalar halen devam etmektedir (Aşkın, Nehir ve Vural, 2011: 57).

Girişimcilik kavramı piyasada meydana gelen belirsizlikler ve risklere rağmen kurduğu işletmenin varlığını koruyarak sürdürebilen ve sonrasında büyüyerek gelişen, kar elde etmek amacı güderek, yaratıcı ve yenilik dolu programlarla işletme faaliyetlerinin yürütülebilmesi işlemidir (Durukan, 2006). Yapılan bir çalışmada girişimcilik süreci organizasyona dayalı bir konu ve süreç olarak ele alınmıştır (Karabulut, 2009). Girişimci kişi ise piyasada meydana gelen fırsatları kovalayan, riskleri gerektiğinde fırsata çevirebilen ve tüketici odaklı olarak üretim faktörlerini bir araya getirip işletme kuran yaratıcı bir kişiliktir (Gartner ve Carter, 2003). Ülkelerin gelişmesine, kalkınmasının yanında hem sosyal hem de ekonomik anlamda refaha kavuşmasına yardımcı olan girişimcilik konusu akademik alanda yoğun bir ilgi görmüştür. Tüm bu çalışmalarda girişimcilik kavramının tanımı da bir o kadar zenginleşmiştir. Fakat spesifik bir tanımla özdeşleşememiş, her alan girişimciliği kendine göre yeniden yorumlayarak alan yazına aktarmıştır. Böylelikle üzerinde salt

bir fikir birliğine varılamayan girişimcilik kavramı hakkında birçok tanım ortaya çıkmıştır.

Sahlman ve Stevenson (1991) çalışmasında ise girişimcilik kavramını içinde bulunulan mevcut durumu ardında bırakarak, fırsatların peşinden gitmek şeklinde çabaya bırakılan bir eylem olarak tanımlamıştır. Üretim faktörlerini bir araya getirerek ülke ekonomisine katkı sağlayan, refah seviyesinin artmasına ve bununla birlikte ekonomik kalkınmaya destek olan girişimcilik kavramı ülkelerin gelişmesinde ve kalkınmasında önemli rol oynamaktadır. Bu durumda ise üretim faktörlerini bir araya getiren kişiye de girişimci dememiz mümkündür (Özdemir ve Mazgal, 2012).

Şimşek ve Çelik (2012: 32) çalışmalarında girişimcilik kavramının üretim faaliyetlerine yeni değerler katarak büyüyen ekonomik bir birim olduğunu belirtmiştir. Bir başka çalışmada ise girişimcilik kavramının en basit ifadeyle ticari öngörüler ile başarılı bir girişimde bulunma yeteneği olduğu ifade edilmektedir (Öztürk, 2012: 154). Bir başka tanımda ise girişimcilik kavramının bulunulan ülkede olumsuz tüm etkenlere rağmen sadece insan odaklı davranarak yeni ürün gelişiminin yapıldığı ve yeniliğe önem verilen bir kavram olduğunu belirtilmiştir (Ries, 2014).

Özü itibariyle girişimcilik kavramının sosyal bir kimliği olduğu söylenebilir. Üzerinde araştırmaların artarak devam ettiği bir yaşam tarzı ve modeldir. İşletme literatüründe girişimci kişi denildiğinde anlaşılan ise genellikle mal veya hizmet üretmek için üretim faktörlerini bir araya getiren ve kâr elde etmeyi amaçlayan kişi olarak tanımlanmaktadır.

Girişimci bireyleri toplumdaki diğer bireylerden ayırt eden bazı özellikleri bulunur. Kişisel özellikleriyle diğer bireylerden kolaylıkla ayırt edilebilen girişimciler, hayal kurabilen yenilikçi bireylerdir. Hırslı ve azimli oldukları kadar, kararlı ve kendilerine güvenen, başarma ihtiyacı hisseden ve hissettiren, aynı zamanda içsel kontrol odaklı olabilen, risk alabilen, liderlik vasfına sahip, öngörülü kişilerdir. Davranışsal özellikleri ise fırsatları yakalayabilen, değişime ayak uydurabilen, problemleri görüp onları büyümeden engelleyebilen, hedefine ulaşana kadar çabalayan azimli

bireylerdir. Girişimci kişi sosyal alanlara uyum sağlayabilen, aktif rol alarak farklılıkları kontrol edebilen kişilerdir. Bu sebeple girişimciliğin özü itibariyle sosyal bir kimlik taşıdığı söylenebilir.

Girişimcilik kavramı, önemi gittikçe artan bir yaşam tarzı ve modeldir. Girişimci kişiyi gerçekten girişimci yapan bu özellikleri sayesinde başarılı olmakta ve uzun vadede elde ettiği başarılar sayesinde ülke ekonomisine fayda sağlayarak toplumların gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Çalışmanın devamında kavramsal olarak açıklanan girişimcilik kavramının önemine değinilecektir.

2.1.1. Girişimciliğin Önemi

Bilgi toplumuna geçiş üzerinde popülerliği artarak ekonomik ve sosyal alandaki dominant baskısı beliren girişimcilik kavramı hem alan yazın da hem de toplumsal yaşamda oldukça önem verilen bir kavram olduğu söylenebilir. Öyle ki bilgi toplumunda artık bireyin fiziki gücünün değeri neredeyse yok denebilecek kadar azalmış iken, düşünsel emeğin yani fikri emeğin değeri artmıştır. Düşünsel faaliyetleri kullanarak kendini diğer bireylerden ayırt eden girişimci kişi, fark yaratan ve risk almayı gerektiren girişimcilik faaliyetleri ile fikri emeğin en önemli temsilcisi olduğu söylenebilir. Bu durumda girişimcilik kavramının temsil yetkisini barındırması dolayısıyla oldukça önemlidir ve son dönemde akademik olarak da birçok kez üzerinde araştırılma yapılan bir konu olmuştur (Durukan, 2006; Soysal, 2012; Karabulut, 2009; Bozkurt ve Erdurur 2013; Güreşçi, 2014; Ulucan, 2016; Eyel, 2018).

1990'lı yıllar ile küreselleşmenin tüm dünya ülkeleri üzerine hızla yayılması ve beraberinde getirdiği rekabet kavramı ile piyasada bulunan işletmeler artık ürünlerinde farklılaşmaya, hatta ve hatta işletme olarak tamamen yenilenmeye gitmeye başlamışlardır. Küreselleşmenin yarattığı bu gibi etkiler girişimcilerin ve yarattıkları fırsatlar sayesinde girişim kavramının biraz daha ön plana çıkmasına sebep olmuştur (Küçükaltan, 2009). Dünya konjonktüründe geri kalmış ülkelerin ortak özelliklerinin girişimci kişilerin ve girişimcilik faaliyetlerinin az olması olduğunu söylemek mümkündür (Durukan, 2006).

Girişimcilik ile ilgili yapılan tanımlamalar da düşünüldüğünde, girişimciliğin ekonomik ve sosyal hayattan ayrı düşünülemeyeceği söylenebilir. Bu bilgiler ışığında hem ekonomik hem de sosyal açıdan girişimcilik kavramının önemi ele alınmaya çalışılacaktır.

Ekonomik açıdan önemi; Dünyada ve Türkiye'de temel ekonomik problemler arasında yer alan dış ticaret dengesizlikleri, istihdam problemleri ve ekonomik dengenin sağlanmasında sorunlar yaşanmaktadır. Özellikle Türkiye'de siyasi istikrarsızlıkların yaşanması dolayısıyla, enflasyon kronik bir sorun haline gelmiştir. Bununla beraber bütçe açıkları büyük boyutlara ulaşmakta ve yine yüksek faiz hadleri yatırımcıları engellemektedir. Ülkeye yeterli yatırımcının çekilememesi veya ülkedeki yatırımların da azalması Türkiye'yi ekonomik bir dar boğaza sürüklemektedir (Karabıçak, 2000).

Dünyada ve Türkiye'de ekonomik problemlerin çözümü yeni istihdam alanları ile oluşturabilecek, problemlerin çözümünü sağlayacak yeni iş kolları ile mümkündür. Yeni fırsatlar yakalayarak ekonomik anlamdaki problemlerin çözümünde fayda sağlayacak adımlar atan girişimciler, istihdam, enflasyon, yatırımcıyı ülkeye çekmek gibi problemler ile savaşılması anlamında ve yeni iş alanları yaratması ile de oldukça önemli ve gerekli olduğu söylenebilir. Girişimcilik faaliyeti ekonomik olarak ihracatın artmasına olanak sağlamaktadır. Bununla beraber dışa bağımlılığı azaltır, rekabet ortamı oluşturarak daha farklılaştırılmış ürünlerin piyasaya çıkmasına sebep olmaktadır. Yenilik ve teknolojik gelişmelere katkı sağlayacağı için ülkenin bilimsel gelişimine de katkı sağlamış olacaktır. İstihdam sorununa da getirdiği çözümlerle birlikte ülkenin ekonomik bazda gelişmesine katkıda bulunur (Karagöz, 2016).

Girişimcilik kavramı ekonomik büyümenin en önemli faktörlerinden olduğu düşünüldüğünde, ülke ekonomisini de muhakkak doğrudan etkileyen oldukça önemli bir kavramdır (Tekin ve Hancıoğlu, 2018).

Girişimci kişiler yalnızca ülke içerisinde kazanımlar sağlamakla kalmaz, gittikleri her yerde kendi ülkelerini ürün ve hizmetleri ile temsil edeceklerinden dolayı hem ekonomik hem kültürel taşıyıcılık rolü üstlenmektedirler. Toplumdaki değişimi ürün

ve hizmet ile sağlamaktadır. Ayrıca kullanılmayan üretim faktörlerini devreye sokarak daha yenilikçi bir üretim tarzı ortaya çıkartmaktadırlar (Çesteneci, 2012). Üretim faktörlerini bir araya getirerek, yeni mal ve hizmet sunan girişimci kişiler yaptıkları faaliyetlerle ekonomik anlamda ülkeye büyük bir girdi sağlamaktadır (Öztürk, 2012). Ekonomik fırsatları yeni değerlere dönüştüren girişimcilerin yapmış oldukları girişimcilik faaliyetlerinin ülke açısından önemini belirtmek mümkündür.

• İktisadi hayattaki durgunluğun yeni iş alanları ile yeniden tasarımı, toplum üzerinde ekonomik refaha işaret edeceğinden bireylerin ekonomik özgürlüklerini ellerinde barındırmasına olanak sağlayacaktır.

• Girişimcilik kavramının en önemli unsurlarından biri olan yenilikçilik sayesinde, teknolojik gelişmeler artacak ve bu da beraberinde bilimsel anlamda ilerlemeye sebep olacaktır.

• İstihdam edilen bireylerin gelirlerinde artış gözlemlenecektir.

• Girişimciliğin rekabet ortamı yaratması dolayısıyla ortaya çıkan mal ve hizmetlerde de farklılaşmaya gidilecek, bu da daha kaliteli ürünlerin ortaya çıkmasına sebebiyet verecektir.

Sosyal açıdan önemi; Ekonomide yaşanan problemler toplumsal hayatı da olumsuz yönde etkilemektedir. Bu sebeple ekonomik ve sosyal problemlerin birbirlerinden ayrı yapılar olmadığını söylemek mümkündür. Küreselleşmenin etkisi ile yeni iş sahalarında rekabet kavramı ortaya çıkmaktadır. İç motivasyonu yüksek girişimciler rekabet unsurunu girişimcilik faaliyetine adapte edebildikleri için, işlerin verimlilik ile yürütülmesine katkıda bulunmaktadırlar. Verimlilik olumsuz iş yükünü hafifletmektedir. Kadın çalışanların da iş sahasına katılmasında girişimcilik faaliyetlerinin etkisi oldukça büyüktür. Faaliyet alanlarının artması kadın girişimcilerin de girişimde bulunma cesaretini tetiklemektedir. Bu sayede kadınlar sosyo-ekonomik alanda varlıklarını göstermeye başlamaktadırlar (Soysal, 2012).

Girişimcilik, işsizliğin önlenmesinde önemli bir rol oynaması dolayısıyla toplumsal refah anlamında da rahatlatıcı bir etkiye sahiptir. Toplumsal yapıda yenilikçi bir

sürecin başlatılmasında da etkin görev alan girişimcilerin, değer yaratmada da iyi etkiler bıraktığı gözlemlenmiştir. Aynı zamanda girişimciliğin yapılan faaliyetler doğrultusunda risk alma ve öncü olma niteliğinden toplumların değişim ve gelişimlerine katkıda sağlayacağı düşünülmektedir (Bozkurt, Kalkan, Koyuncu ve Alparslan, 2012). Bu çerçevede girişimcilik eğiliminin yaygınlaşmasının sosyal alandaki etkilerini belirtmek doğru olacaktır.

• Girişimcilik faaliyetinin oluşması ile bireylerin kendilerine güvenleri artacak ve bulundukları faaliyette daha başarılı olacaklardır.

• Başarı sağlayan girişimci, bu alana yönelmek isteyen ve girişim eğilimi içerisinde olan bireylere de örnek teşkil ederek girişimcilik faaliyetlerinin yaygınlaşmasına sebep olacaktır.

• Girişimcilik eğilimlerinin ve girişimcilik faaliyetlerinin artması ülke bazında toplumların refah seviyelerinde artışa sebep olacaktır.

2.1.2. Türkiye'de Girişimcilik

Girişimciliğin tarihçesini Homo Sapiens'e kadar dayandırmak mümkündür İnsanlar erken çağlarda çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak adına girişimcilik faaliyetlerinde bulunmuşlardır (Ersoy, 2019: 518). Bununla beraber tarihin ilerleyen süreçlerinde keşfedilen ticaret yolları girişimciliğin gelişmesinde oldukça önemli rol oynamıştır. Anadolu'nun ticaret yolları üzerinde olması girişim faaliyetlerinde bulunan tüccarları ortaya çıkarmış ve dönemin ilk girişim örnekleri olmuşlardır. Osmanlı İmparatorluğunun konumu itibariyle ticari yolların üzerinde olması ticaret ve girişimciliğin gelişmesine katkıda bulunmuştur (Gümüşoğlu ve Karagöz, 2014: 102)

Türkiye'de girişimciliğin gelişmesi kavramının açıklanabilmesi için cumhuriyet öncesi ve cumhuriyet sonrası dönemin dikkatlice incelenmesi gerekmektedir (Uzuntepe, 2017: 62).

Cumhuriyet öncesi dönemde Osmanlı imparatorluğunun girişimciliğin geliştirilmesi adına önemli adımlar atmıştır. Fakat dini yorumlarda az ile yetinme öğretisi,

merkeziyetçi yönetim sistemi ile özel mülkiyetin olmaması, ticari serbestinin de iaşe ilkesi ile kısıtlanması ticari kültürün istenilen ölçüde gelişmesine engel olduğu söylenebilir. II. Meşrutiyet dönemi iktisadi bir kalkınma dönemi olmuştur. Bu dönemde milli iktisat kavramı ortaya çıkmıştır. İlk defa müteşebbis sınıfı ortaya çıkmış ve sanayicilere destek verilmiştir. Devamında üreticilere destek olmak amacıyla milli bankalar kurulmuş ve yabancılara verilmiş olan imtiyazlar önemli ölçüde azaltılmıştır (Altıparmak, 1998: 66).

Cumhuriyet sonrası dönemde ise Türkiye savaştan yeni çıkmış olmanın yorgunluğunu yaşamaktadır. Osmanlı imparatorluğunun iktisadi boyutta bıraktığı enkazın kaldırılmasına yönelik çalışmalar yapılmıştır. 1923 yılında düzenlenen İzmir İktisat kongresi aracılığıyla özel mülkiyetin ve özel girişimcilerin korunarak desteklenmesi ilkesi benimsenmiştir. 1913 yılında çıkartılan Teşvik-i Sanayi Kanunu yeniden gözden geçirilmiştir ve 1927 yılında yeni bir Teşvik-i Sanayi Kanunu çıkarılmıştır. Sermaye sahiplerinin korunmasına yönelik çalışmalar yapılmıştır. 1929 yılında yaşanan büyük buhran Türkiye'de de etkisini göstermiş ve girişimciliğin geliştirilmesine yönelik atılan adımları duraklatmıştır. Takip eden yıllarda I. Beş Yıllık Kalkınma Planı uygulanmıştır. Uygulanan plan doğrultusunda istenen hedeflere ulaşılmış fakat II. Dünya savaşının başlaması ise yeniden gündeme gelecek olan II. Beş Yıllık Kalkınma Planı yürürlüğe konulamamıştır (Uzuntepe, 2017: 65).

Türkiye'de 1950 sonrası toplumsal ve siyasal cephelerde karışıklıklar baş göstermiştir. 1974 yılı Kıbrıs Barış Harekatı gibi toplumsal hareketler, siyasi çalkantılarla dolu bir döneme girilmesi ve darbelerinin meydana gelmesi ticari faaliyetleri durma noktasına getirmiştir. Siyasi darbeler ile hükümet değişikliklerinin yaşanması da halkın ticari hayata tutunma gücünü ve güvenini azaltmıştır. (Müftüoğlu, 2000: 60).

1980 sonrası dönemde derinleşen krizin geride bırakılmasına yönelik kararlar alınmıştır. Devlet müdahalesinin rolü özel sektör üzerinde azaltılmıştır. Ayrıca yerli üretimin desteklenmesi ve sanayinin teşvik edilmesi amaçlanmıştır. Fakat girişimciliğin desteklenmesi yönünde ekonomik adımlar atan Türkiye devleti önemli bir adımın atılması doğrultusunda geciktiğini fark etmiştir. Girişimcilik eğiliminin

geliştirilmesine yönelik müfredatlar da girişimcilik dersi bulunmamaktadır. Oysaki ABD girişimcilik eğitimini çok öncesinde başlatmış ve girişimcilik eğitiminin uzun vadeli başarılı sonuçlarını almaya başlamıştı. Nihayet 24 Ocak 1980 kararlarının yürürlüğe girmesiyle birlikte girişimcilik alanında gelişmeler kendini göstermeye başlamış ve günümüze dek birçok firma girişimciliğin gelişmesi adına ciddi destekler vermeye devam etmektedir (Türkmen ve Özkara, 2019).

Geç başlayan girişimcilik eğitimi dolayısıyla Türkiye'de girişimcilik kültürü istenilen ölçüde yerleşmemiştir. Günümüzde hala bunun sıkıntıları yaşanmaya devam etmektedir. Gelişmişlik düzeyinin gerisinde kalan ülkelerin ortak özelliklerine bakıldığında genellikle girişimcilik faaliyetlerinin az olmasından kaynaklanmaktadır. Aynı şekilde bu alana yönelik desteklerin verilmemesi de gelişmenin önündeki engellerden biri olarak görülmektedir (Durukan, 2006: 27). Türkiye'nin bu geç kalışı dolayısıyla yeni girişimlerle yaratacağı üretim ve geliştirmedeki rolü oldukça önemlidir (Sönmez ve Toksoy, 2014).

Türkiye'de girişimcilik faaliyetlerinin başarısız olma nedenleri; Dünya ülkeleri tarafından girişimcilik faaliyetlerinin artırılmasına ve geliştirilmesine önem verilmektedir. Türkiye'de de girişimciliğin gelişmesi için çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Fakat kapalı ekonomi modelinin varlığı ile ithal ikameci uygulamalar ekonomiyi küresel rekabet ortamından uzak tutmaktadır. Küresel etkiler göz önüne alındığında ise rekabet ortamından uzak kalmanın mümkün olmadığını söylemek mümkündür. Kar maksimizasyonu ve siyasi istikrarsızlıklar ülke ekonomisinde belirsizliklere davetiye çıkartmıştır (Sönmez ve Toksoy, 2014: 45). Bu nedenler çerçevesinde Türkiye'de girişimcilik faaliyetlerinin geliştirilmesine yönelik adımlar atılmaya başlanmıştır. Türkiye'de girişimcilik faaliyetlerinin gelişimini doğrudan etkileyen etmenlerden biri de eğitim seviyeleridir (Şahin ve Palta, 2020: 517; Uzuntepe, 2017: 62).

Dünya çapında da girişimcilik eğitiminin, girişimcilik faaliyetlerinin geliştirilmesinde önemli bir nokta olduğu tespit edilmiştir (Kalyani ve Kumar, 2011). Türkiye'de girişimcilik eğitimlerinin verilmesi 2000'li yıllarla birlikte başlamıştır. Oysaki gelişme ve kalkınmanın temel şartı olan girişimcilik eğitimi 1990'ların

başında Amerika'da müfredatları içinde yer almaya başlamıştır. Türkiye'de geçte olsa bu adımı atmış ve buna bağlı olarak akademik çalışmalarında odak noktası haline gelmiştir. Türkiye'de girişimcilik eğitimlerinin müfredatta yerini geç bulması, girişimcilik bilincinin geç oluşmasına sebep olmuştur. Türkiye'de sosyal çevre baskısının çok olması da girişimciliğin üzerindeki engellerden biridir. Yeni bir işe adım atılacağında çevreden görülen baskı, vazgeçirme, yanıltma gibi etmenler sosyal ve psikolojik açıdan girişimciyi olumsuz etkilemektedir. Bu durum girişimci kişinin güvenini kırarak, girişimcilik faaliyetinden vazgeçilmesine sebep olabileceği söylenebilir. Bir diğer önemli nokta ise girişimcilere verilen ve onların iş sahalarında gelişmelerine katkıda bulunacak olan girişim destekleridir. Girişim desteklerinin Türkiye'de 90'lı yıllardan sonra artması önemli bir gelişme olmuştur. Ülke ekonomisine katkı sağlama amacı güden ve kâr elde etmek isteyen girişimci, devlet desteği almak adına büyük bir çaba göstermek zorunda kalmaktadır (Güreşçi, 2014). Ortaya atılan iş fikirleri değersiz bulunduğu için kişi, destek almaktan yoksun bırakılabilmektedir. Girişimci kişi destek alamadığı için ve yine bir diğer sorun olan sermaye yoksunluğu dolayısıyla kendisi de girişimi başlatamayacağı için, yine girişimcilik faaliyeti hüsran ile sonuçlanmak zorunda kalmaktadır. Girişimci destekleri artırılırsa insanlar bu alana daha fazla yönelerek ülke ekonomisinin gelişmesine ve birçok sosyo-ekonomik problemin çözümünde de fayda sağlayabileceklerdir. Bununla birlikte Türkiye'de yaşanan bir diğer sorun ise bireylerin yenilik yapmak yerine taklit eğilimine yönelmiş olmasıdır. Yeni bir ürün veya hizmet inovasyon ve iş birliği içerisinde yapılmalıdır. Türkiye'de genellikle hali hazırda bulunan ürün veya hizmetler taklit edilerek başarı sağlama planları yapıldığından yine başarısızlık kapının ardından bekleyen bir sonuç olmuştur. Oysaki girişimcilik yenilik ve inovasyon gerektirir. Girişimciliğin en önemli özelliklerinden biri yenilikçi olmasıdır. Türkiye'de girişimciliği etkileyen bir diğer problem ise kurulan işletmelerin genellikle küçük ve orta büyüklükteki işletmelerden yani KOBİ'lerden oluşmasıdır (Küçükaltan, 2009).

Dünya ülkelerinde başlayarak Türkiye'de de etkisini gösteren globalleşme hareketleri, iş sahalarında sosyal ve kültürel birtakım farklılıklarında ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Sosyal ve kültürel farklılıklara uyum sağlanması ise ancak sosyal zekâ ve kültürel zekânın varlığı ile mümkün olabileceği söylenebilir.

Türkiye'de girişimciliğin gelişmesiyle ilgili tüm problemlerin, farklılıklara uyum sağlamayla ilgili olduğu söylenebilir. Bu sebeple girişimcilik faaliyetinin oluşmasında önemli bir nokta olan girişimcilik eğilimine değinmeye çalışılırken, çalışmanın ilerleyen bölümlerinde sosyal ve kültürel zekâ türlerinin de girişimcilik eğilimi ile ilişkisi incelenecektir.

2.1.3. Girişimcilik Eğilimi

Girişimcilik faaliyetinin eyleme dönüştürülmesi bir kabiliyet olduğu kadar hayal edilen geleceğe ve yeniliklere açık olmakla da yakından ilgilidir. Eyleme dökülen bu faaliyet ise girişimcilik eğilimi sayesinde ortaya çıkmaktadır. Girişimciler, henüz eyleme geçmeden önce bu alana yönelik bir eğilimde olduklarını fark etmektedirler. Bunlar sırası ile öncelikle merak duygusunun oluşması, ardından para kazanma hırsı, kendi işinin sahibi olma arzusu gibi güdüleciyi faktör ile yakından ilgilidir. Bu gibi etkenler zamanla girişimcilik fikrine katkıda bulunarak bireyi girişimcilik eğilimine yönlendirmektedir. Kısaca girişimcilik eğilimi, bireyin içinde bulunmak istediği girişimcilik faaliyeti düşüncesinin zamanla eyleme dönüştürme çabası ve isteği olarak tanımlanabilir (Tekin ve Ersoy, 2019).

Girişimcilik eğiliminin bireyin girişimcilik faaliyetinde bulunmasına vesile olan temel kavramlardan olduğu ve değer yaratmak için fırsatları araştırarak risk yönetimi yapabilmeyi temel amaç edinen bir eğilim olduğu söylenmektedir (Özden, Temurlenk ve Başar, 2008: 138). Türkiye'de girişimcilik eğilimini artırabilmek için eğitim faktörü oldukça önemlidir. Bununla birlikte Türkiye'de girişimciliği teşvik amacıyla üniversite-sanayi iş birliği içerisinde genç girişimcilerin potansiyellerini gün yüzüne çıkartmak amacıyla her yıl çeşitli programlar yapılmaktadır (Börü, 2006). Girişimcilik eğilimi ile bireyin girişimci olarak faaliyette bulunması için bireysel güven duygusuna, stres faktörü ile başa çıkma ve girişimcilik motivasyonuna da sahip olması gerekmektedir (Karabulut, 2009: 333). Girişimcilik eğilimi kendine güveni aşılayarak, bireyi gündelik ve iş hayatında motive etmektedir. Başarı sağladıkça aldığı kararlara saygısı artan birey, daha önemli işler başarma ihtiyacı duyarak zamanla ülke ekonomisinin gelişmesinde de etkin bir rol alacaktır. Girişimcilik eğiliminin alınan eğitim vasıtasıyla da edinilebileceği gerçek bir

hususdur. Dünyada başarılı girişimciler yetiştirebilmek adına üniversitelerde girişimcilik eğilimini ortaya çıkartan dersler müfredatlar da yer almaktadır ve atılan bu adım ile uzun vadeli sonuçlar alınması hedeflendiği söylenebilir. Bir ülkenin kalkınması ve toplumsal huzurun sağlanması ancak kendine güvenen ve risk alabilen girişimcilerin varlığı ile mümkündür. Çünkü kendine güvenerek risk alabilen girişimcilerin yeni iş sahalarına yönelmeleri kolaylaşmaktadır. Yeni iş kolları da toplumsal refahı sağlayıp kalkınmayı güçlendireceği için, girişimcilerin varlığına her zaman ihtiyaç duyulacaktır. Dolayısıyla ülkeler de bireyleri girişimciliğe yönlendirmek için çaba sarf etmektedirler. Girişimcilik eğilimi kavramının eğitim ile açığa çıkan potansiyel gücünün toplumsal anlamda refahın itici bir gücü olarak görülmesi de ülkelerin ve yine o ülkedeki bireylerin girişimcilik eğitimlerine ve bu alanda akademik çalışmalara yönelmelerine sebep olmuştur. Akademik anlamda yapılan çalışmalar ise girişimciliği geliştirerek daha kapsamlı araştırmalar ile eğitime ve bilime katkı sağlayacaktır (Erdurur, 2012: 29).

Girişimcilik eğiliminin ortaya çıkması adına bireylere verilen eğitimlerin ne derecede fayda sağladığı tartışılabilmektedir. Fakat girişimcilik eğiliminin yönlendirilmesinde eğitimin rolü yadsınamayacak ölçüde büyüktür (Güreşçi, 2014). Bu noktada girişimcilik eğilimi çevresel birtakım etkiler sonucu şekillenmektedir. Bu etkilerin içerisinde son dönemde sıklıkla araştırılan sosyal zekâ kavramı da büyük yer tutmaktadır (Bakan ve Amırlı, 2021). Yüksek sosyal zekâya sahip olan girişimcilerin, girişimcilik eğilimlerinde daha kararlı ve başarılı olabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte bireyin farklı kültürel ortamlardaki uyum yeteneği de kültürel zekâ kavramı ile açıklanmaktadır (Koyuncu ve Akdöl, 2019). Kültürel zekâsı yüksek olan bireyin girişimcilik eğilimlerinde başarı sağlayabileceği düşünülmektedir. Girişimcilik eğilimi kavramının da bu zekâ türlerinin etkisinden bağımsız olmadığı düşünülmektedir.

Girişimcilik eğilimini etkileyen faktörler; Girişimcilik eğilimini etkileyen faktörler aynı zamanda girişimci olmak için gereken birtakım özellikleri de beraberinde getirmektedir. Bazı yönleri ile girişimci kişinin özelliklerinden ayrılsa bile genel olarak girişimci kişide bulunması gereken özellikler örneğin iyi bir eğitim, sosyal çevreden onay görme, öz disiplin ve yaratıcılık gibi etkenlerin içselleştirilmesi

girişimcilik eğilimini pozitif olarak etkilemektedir. Bununla birlikte bazı etmenler vardır ki bunlar girişimcilik eğiliminin oluşmasına engel olmaktadır. Örneğin cinsiyet kavramının girişimcilik üzerinde genellikle negatif algısı üzerinde durulmaktadır. Kadın girişimcilere olan inancın düşük olması birçok kadın girişimcinin henüz bir faaliyette bulunmasa bile karar aşamasında vazgeçmesine ve yeni bir girişimin oluşmasına engel olmaktadır (Soysal, 2012: 85). Aynı şekilde alınan eğitimin yetersiz oluşu, sosyal çevreden alınan olumsuz tepkilerde girişimcilik eğiliminin oluşmasında risk taşıyan nitelikler arasındadır.

Psikolojik faktörler; Yapılan bir çalışmaya göre yalnızca iş kurmanın girişimcilik eğiliminin oluşması için yeterli olmadığını, girişimcilerin kişilik özelliklerinin onların psikolojik yönden etkilediği savunulmuştur. Bunlar kendine güven, başarma ihtiyacı, risk alabilme ve belirsizliğe karşı toleranslı davranarak her türlü riski kontrol edebilmek olarak nitelendirilebilir (Bozkurt ve Erdurur, 2013: 74). Psikolojik faktörlerinde içine alabileceğimiz cinsiyet kavramına olan inançta girişimcilik eğilimini etkileyen psikolojik faktörlerden olabileceği söylenebilir. Kadın girişimcilere olan inanç zaman içinde değişime uğrasa bile genellikle ata-erkil birtakım davranışlar ve düşünceler dolayısıyla kadınların girişimcilik faaliyetlerinde başarısız olacağına inanılmaktadır (Soysal, 2012: 84).

Sosyal normlar girişimcilik eğiliminin önüne set çeken bir başka neden olmuştur. Bireyin yakın ve hatta uzak çevresinden dahi aldığı geri bildirimler girişimcilik eğilimi kararını büyük ölçüde etkilemektedir. Kişi mutlaka bu çevreden alacağı geri dönüte göre davranışını şekillendirmektedir. Aynı şekilde önceki deneyimler eğer başarısızlık ile sonuçlandıysa birey yeni adımlar atmaktan çekinmektedir. Deneyim kavramının girişimcilik eğilimindeki etkisinin oldukça fazla olduğu söylenebilir. Başarma ihtiyacı da onu bu eğilime yakınlaştıran bir başka etmen olmuştur çünkü başarma ihtiyacı bireyi daha iyi olmaya iten bir güçtür. Bu ihtiyaç ile güdülenmiş bireyin diğer bireylere göre girişimcilik faaliyetinde bulunmaları beklenmektedir. Başarma ihtiyacının bireyle bulunması problemlerin çözümünde daha aktif olunması, hırs ve daha iyi olmaya iteceğinden başarma ihtiyacı önemli bir yer teşkil etmektedir. Kontrol odağı da girişimci olma yönünde bireyi güdüleyen ve zaten girişimci kişide bulunması gereken özelliklerdendir. Kontrol odağını içselleştiren bireyler işletmede

yaşanan herhangi bir problemi kendileri anlayıp çözebileceğine inanırlar ve işletmenin gelişmesinde birinci derece rol oynadıklarını bilirler. Bağımsızlık fikri girişimci olmayı tetikleyen en önemli etkenlerden biridir. Birey artık rutinleşen hayatından sıyrılıp, kendi işinin patronu olmak ister ve bu onu girişimcilik faaliyetlerine iterek başarılı adımlar atmaya teşvik eder. Artık kurmak istediği işletmesinde kendi kararlarını kendisi alabilecek ve bağımsızlığı hissedebilecektir. Bu sebeple bağımsızlık fikri ve düşüncesi aynı zamanda bu alana yönelik gösterilen cesaret, girişimcilik eğilimini etkileyen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Bozkurt, 2006).

Ailesel faktörler; Her alanda olduğu gibi girişimcilik eğilimi ve girişimcilik alanı üzerinde de aile faktörü oldukça önemli bir konuma sahiptir. Bireyin aile ile iletişim seviyesi kişilik ve karakter oluşumunda oldukça önemlidir (Bozkurt, 2006). Aileler öğrenmenin ilk adımı olduğu gibi, eğitimin de alındığı ilköğrenim alanıdır. Aile temelli tüm sorun ve problemler, bununla birlikte mutluluk heyecan ve neşe de bireyle birlikte kalan hayatına yansımaktadır. Aile ve içerisinde yaşanan tüm paylaşımlar, hissiyatlar ve öğrenimler bu kadar kalıcı iken aileden edinilen bilgilerde bir o kadar önemlidir. Aile içerisinde büyüyen bireylerin ilk rol modeli aile içindeki bireylerdir. Aile bireyleri örnek alınır ve bir rol model oluşturulur. Ailenin girişimciliğe bakış açısı, daha önceden ailede bir girişimci olup olmaması, beraberinde ailenin sosyal çevresinde girişimciliğe karşı benimsenen olumlu ya da olumsuz tavırlar, girişimciliğe eğilim gösterecek kişi tarafından da aynı şekilde bir bilinçaltı yapısının oluşmasına sebebiyet verecektir. Bu nedenle girişimcilik eğilimi üzerinde ailenin bilinçli veya bilinçsiz tüm düşünce, davranış ve tutumları oldukça önemlidir. Çünkü öğrenme ve eğitimin ilk basamağı ailedir. Aile bir kültürdür ve bu kültürden edinilen tüm bilgiler yadsınamaz bir gerçekliktedir. Bireyin doğumundan itibaren, öğrenme aşamasına gelip aileden ayrılana dek geçen sürede aile tarafından kazandırılan tüm girişimcilik özellikleri, o bireyde girişimcilik ruhunun açığa çıkmasına sebep olmaktadır. Birey tüm bunların ardından bir faaliyette bulunduğunda öncelikle başarıya olan inancın tam olmasına olanak sağlayacaktır ve aile desteği ise temel motivasyon gücünü içinde bulacaktır (Ulucan, 2015: 21)

Korkmaz (2012) çalışmasında, aile faktörünün oldukça önemli bir yere sahip olduğunu belirtmektedir. Kendine güven ve başarma ihtiyacı gibi duyguların aile temelli geliştiğini ileri sürmektedir. Kaldı ki kendine güven ve başarma ihtiyaçları girişimci kişide bulunması gereken en temel özelliklerdendir. Özellikle Türkiye'de ailelerin bireylere verdiği sabit gelir ile düzenli çalışma saatli iş araştırma tavsiyeleri girişimciliği negatif yönde etkilediği bilinmektedir. Kendi işini kurmak genellikle oldukça cesaret gerektiren bir iş olduğu gibi bu alanda atılacak adımların ise risk barındırdığı açıktır. Aileler genellikle garantici yaşama sıcak bakmakta ve risk alınmasına karşı durmaktadır. Elbette ki girişimcilik alanına yönelik olumlu geri dönütler de mevcuttur. Bu olumlu geri dönütler bireyi teşvik ederek daha sağlam adımlar atmasına ve bireyin motive olmasına olanak sağlamaktadır. Aileden alınan her türlü geri bildirim, bireyin bu alanda başarılı olup olmayacağını önemli ölçüde etkilemektedir. Aynı zamanda girişimcilik eğiliminin oluşumunda ve girişimcilik fikrinin ortaya çıkmasında kullanılan iş fikri taslağının hazırlanması da oldukça önemli görülmektedir. Çünkü iş fikri aynı zamanda nasıl bir yol izleneceği ve planlamanın asıl ortaya çıktığı yerdir. İş fikrinin oluşumu ile fikrin faaliyete dönüşmesi için belirli bir sermayeye gerek duyulmaktadır. Sermayenin ailesel boyutta olmaması, kişinin bireysel çabasına veya girişimciliğin gelişmesi adına sağlanan desteklere bırakılmış demektir. Aileden onay görmemiş iş fikirleri de azaltarak faaliyetin başlamasını geciktirerek, ertelenmesine sebebiyet verebilmektedir. Aileden alınan sosyal onayın önemli olduğu kadar, maddi desteğinde önemli olduğu görülmektedir (Ulucan, 2015)

Sosyal çevre faktörleri; İnsanın sosyal bir varlık olduğu göz önüne alındığında, sosyal çevre faktörünün bireyde bıraktığı etki göz ardı edilemez. Bireyler açısından sosyal statünün varlığı ve bu statü içerisinde kendilerini patron veyahut iş adamı olarak görmeleri, toplum tarafından da bu şekilde kabul edilmeleri onlara daha özgür ve güçlü hissettirmektedir. Bireyin kurduğu iş sahasında kararları bireysel olarak vermesi, sosyal çevresine karşı güçlü bir portre çiziyor olması girişimciliğe karşı hem kendisinin hem de bu başarısından dolayı çevresinin olumlu yönelimlere ulaşmasına vesile olacaktır (Ulucan, 2015: 20). Aynı zamanda bu durumda girişimciliğe karşı tutucu bir takım bakış açılarını da değiştirecektir. Sosyal çevremizde başarılı olan girişimciler kadar başarısız olan girişimcilerde

azımsanmayacak ölçüde varlıklarını sürdürmektedirler. Girişimcilikte başarı ortaya çıkan ve büyük paralar kazandıran işler ile değil ekonomiye ve topluma sağladığı katkı ile ölçüleceğinden başarı ayrımlarının yapılması oldukça önemlidir. Toplumsal olarak başarısızlığa uğramış girişimcilik olayları, girişimciliğe yeni adım atacak olan bireylerin motivasyonunu olumsuz yönde etkilemektedir. Sosyal çevreden edinilen ve öğrenilen her bilgi girişimcilik adına olumlu veya olumsuz etkiler bırakmaktadır. Bu anlamda sosyal zekânın girişimcilik üzerindeki etkisi daha fazla merak uyandırmaya başlamıştır. Çünkü insan sosyal bir varlıktır ve girişimcilik içinde bireyin sosyal çevresi ve sosyal çevresi üzerindeki hâkimiyeti oldukça önemli bir konudur. Sosyal çevre üzerinde hâkimiyet, sosyal çevreler üzerindeki uyum, bireyin sosyal alanda faal olabilmesi gibi her türlü özellik yine bireyin sosyal zekâsının bir ürünüdür. Aynı zamanda sosyal bir kimlik taşıyan girişimcilik kavramı da sosyal zekânın varlığından ayrı düşünülemez.

Bilgi çağının idealize ettiği toplum genellikle yenilik ve yaratıcılığa önem veren, aynı zamanda sezgisel deneyimlerinden yararlanarak ileriyi görebilen, vizyon sahibi, iletişim gücü yüksek, çevresinde bulunan bireyleri kendi fikirleriyle etkileyip harekete geçiren bireylerden oluştuğunu belirtmektedir (Ganiyusufoğlu, 2013: 11) İdealize edilen toplum apaçık girişimci kişiyi ve onda bulunması gereken özellikleri anlatmaktadır. Zaten sosyal bir kimlik taşıyan girişimcilik kavramı da sosyal içerikli bir zekâ türünden, yani sosyal zekâdan ayrı düşünülemez. Güncel araştırma konularından olan ve önemi gün geçtikçe artan sosyal zekâ kavramına değinilecektir.

2.2. Sosyal Zekâ Kavramı

Sosyal zekâ kavramının tanımına ilişkin fikir birliği bulunmamaktadır. Çünkü bahsi geçen kavramın ölçümünün yapılması, sosyal bir sürece yani duyusal ve düşünsel birtakım faaliyetlere işaret etmektedir. Aynı zamanda bu kavramın birçok araştırmacı tarafından çok boyutlu olarak ele alınması ve yapısal olarak karmaşık olması dolayısıyla bireyleri zorlu bir sürece sokmaktadır. Bu da tanımına ilişkin net bir ifadeye ulaşılamamasına sebebiyet vermiştir. Sosyal çevresini ve sosyal oluşumlu tüm değişkenleri başarılı bir şekilde kavrayan birey, diğerleri ile iletişim ve etkileşim kurma konusunda daha başarılı olabilmektedir (Hançer ve Tanrısevdi, 2003: 213).

Sosyal bir varlık olan insan, sosyal zekâsı ile başarılı adımlar atabileceği gibi çevresindeki diğer insanları yönlendirmede de etkin bir role sahip olacaktır. Doğan ve Çetin (2008:6) çalışmasında sosyal zekâyı sözlü olmayan kanıtları anlamlandırarak istenilen hedefe doğru bu önsezi becerileri ile hareket edebilme kabiliyeti ya da sosyal çıkarımlar yapabilme becerisi olarak tanımlamıştır. Sosyal zekâ, diğer bireyleri önce anlayıp, ardından doğru bir şekilde etkileşime geçebilme kapasitesi olarak tanımlanabilmektedir. Sosyal zekâya sahip olanların mizaç, moral ve güdüleri hatta eğilimleri bile fark edebildiği ve ayrıştırarak bunları anlamlandırabildiği ileri sürülebilir. Sosyal zekânın çevredeki bireylerin ruhsal durumlarını anlayıp tahlil edebilen ve genellikle ruhsal durumlara ayrıca duyulara da oldukça duyarlı bireylerde görüldüğü belirtilmiştir. Bireyin diğer bireylerin gizli eğilimlerini keşfedip okuyabilmesi ve anlamlandırarak yorumlayabilmesi zor bir kişiler arası beceri olduğu kabul edilmektedir (Ülker, 2016: 18).

Sosyal zekâ, bireysel deneyim ve davranışlara dayanarak, tinsel yapılar ardındaki gizli karakteristik eğilimleri anlayarak arzular ve yönelimler konusunda fikir elde etme ve elde edilen sonuçlarla çevresindeki bireyleri etki altına alarak ulaşılmak istenen amaca ve hedefe doğru yönelim sağlama ve ikna becerisidir (Başbay, 2005: 193).

Berkant ve Ekici (2007: 117) çalışmasında bireylerin içsel dünyalarındaki, hislerini ve duygularını elinde bulunduran idrak etme, başka bireyler ile uyum içerisinde olma durumlarının sosyal bir kabiliyetten geçtiğini, bununda ancak sosyal zekâ ile mümkün olduğunu ifade etmiştir.

Tüm bu çalışmalara paralel olarak başka bir çalışmada ise sosyal zekânın analiz edebilme ve kolayca iletişime geçerek organize yapılarda başarı sağlayabilme yeteneği olduğu ifade edilmiştir (Kılıç, Baki ve Bayram, 2014: 76).

Yapılan çeşitli tanımların incelenmesiyle genellikle sosyal zekânın aslında tinsel birtakım becerilere dayandığı söylenebilir. Bu yetenekleri kullanarak karşıdaki bireyin duygu ve düşüncelerini anlamak ve iletişim kurma kolaylaşmaktadır. Sosyal zekâya sahip birey çevresindekileri etkileyebilme yeteneğine sahip olduğu gibi aynı

zamanda beklentileri vizyon ile birleştirerek hızlı ve etkili kararlar verebilmektedir. Çevresindekilerin duygu ve düşüncelerine önem vererek, bulunduğu organizasyonun yönlendirilmesinde de başarı sağlayacağı bir gerçektir. Çoklu zekâ türlerinden olan sosyal zekânın tüm bu tanımlamalar çerçevesinde önemine değinilecektir.

2.2.1. Sosyal Zekânın Önemi

İnsanlar yaradılış gereği sosyal varlıklardır. Toplumda ortaya çıkan her ürün, yenilik ve geliştirme sosyalleşmenin bir yansımasıdır. Bireyler sosyalleşerek, bilakis sosyal zekâlarını kullanarak bulundukları ortama uyum sağlamaktadır. Diğer bireylerin hislerini ve gizil eğilimlerini anlayabilme yeteneği sosyal zekâ kavramının bir ürünüdür. Bu sebeple karmaşık birçok iletişim problemlerinin çözümü sosyal zekânın önemini ortaya çıkartmaktadır (Ersoy, 2019: 518).

Sosyal zekâya sahip kişiler diğer insanların ruh hallerini, istek ve arzularını, sevinç ve kızgınlıklarını, dürtülerini, iniş-çıkışlarını anlayabilme ve bunlara göre davranışlarını ayarlayabilme, başkalarıyla iyi geçinebilme, iyi iletişim kurabilme becerisine sahiptirler. Grup içerisindeki etkileşimleri fark edebilir ve ilişkide olduğu insanların beklentilerini fark ederek, onların duygu dünyasına girebilmektedir (Doğan ve Çetin, 2008: 5). Başka kişilere dönük olan bu zekâ türü kişilerarası farklılıkları görme veya farkına varma eylemi olarak da değerlendirilebilir. Sosyal zekâsı yüksek birey karşısındaki birey henüz farkına varmadan onun niyetlerini, arzularını ve düşündüklerini kolayca anlayabilir ve onları etkileyip yönlendirebilir (Kızıltepe, 2007).

Sosyal zekâya sahip bireyler diğer insanların istek ve arzularını anlayabildiği, dürtülerini fark edebildiği ve ruh hallerini kolaylıkla içselleştirebildikleri düşünülmektedir (Handa, 2018). Sosyal zekâ aynı zaman da birçok iletişim probleminin çözülmesinde kilit role sahip olduğu söylenebilir. Sosyal zekâya sahip olan bireylerin, birbirlerini anlamaları ve çözüme kolaylıkla varabilmeleri hususunda da ayrıcalık sağlamaktadır. Bununla beraber grup faaliyetlerinde, grup içerisinde meydana gelen etkileşimlerin daha kolay fark edilerek ön plana çıkacağı ve yönlendirmelerde daha başarılı olacağını söylemek mümkündür.

Çalışmada sosyal zekâ kavramı Silvera, Martinussen ve Dahl (2001) tarafından geliştirilen Tromso sosyal zekâ ölçeğinde 3 boyut ile ele alınmaktadır. Sosyal zekânın ilk boyutu olan sosyal bilgi sürecin de birey, diğer bireylerin mizaç ve yönelimlerini hemen fark edebilmektedir. Sosyal ortamlara sağladıkları uyum neticesinde başarılı ilişkiler kuran bu bireyler çevrelerinden bilgi toplamada da yeteneklidirler. Kendisi dışındaki bireylerin gizil eğilimlerini bilerek, bu bilgi ile farklı grup ve toplulukları etkileme ve istenilen doğrultuda yönlendirme becerisine sahip olurlar. Sosyal zekânın sağladığı nitelikler dolayısıyla, sosyal bilgi sürecine de hakim olurlar. Bu becerileri kullanan meslek dalları ise psikologlar, liderler ve politikacılar olarak nitelendirilebilir (Salur, 2009). Fakat öncelikli olarak sosyal anlamda edinilen bu bilgi süreci, bireyin bu bilgileri beceriye dönüştürerek pratiğe dökülebilmesine yardımcı olmaktadır. Burada da bir diğer boyut olan sosyal beceri süreci ortaya çıkmaktadır. Sosyal beceri süreci kapsamında birey, diğer bireylerden olumlu geri bildirimleri değerlendirirken, olumsuz bildirimlerde ise bu bildirimler engelleyecek alternatif yolların aranmasında rol oynamaktan kaçınmamaktadır. Bununla birlikte başka bireyler ile iletişim sürecini kolaylaştıran bir kavram olduğunu, bireyin sosyal çevresinde etki bırakabilecek bilişsel ve duyusal öğeler ile zamanla öğrenilebilecek bir davranış olduğunu belirtmiştir (Yüksel, 1997).

Yapılan başka bir çalışmada ise sosyal bilgi süreci bireyin yakın ve uzak çevresinde bulunan tüm bireylerden edindiği sosyal karakterleri ve görünümleri doğru önermeler ile kullanarak sonuca ulaşabilmesi ve karar vermesi olarak tanımlanmıştır (Fazlıoğlu, 2018: 11).

Sosyal zekâ kavramının son boyutu olan sosyal farkındalık süreci, sosyal zekânın ön önsezilere dayandığı ve bu yetenek ile diğer bireylerden önce çevresini tahlil edebilme kabiliyeti ile diğer bireylerin duygularını, hissiyatlarını ve sözlü ya da sözlü olmayan istek ve ihtiyaçlarını doğru bir şekilde tahlil ederek fark edebilme, bu alanda doğru farkındalıklar yaratabilme süreci olarak da ifade edilebilir (Fazlıoğlu, 2018: 11).

2.2.2. Sosyal Zekâ Kuramı

Sosyal zekâ kavramının varlığı ile birey öz-yeterlilik konusunda kendisine ve çevresine etkin bir hâkimiyet sağlamaktadır. Böylelikle karşılaştığı farklı ortamlara ve farklı sosyal rollere kolaylıkla uyum sağlayabilmektedir. Sosyal zekâsı yüksek olan birey iyi bir dinleyici olduğu için, yüksek eş duyum yeteneği ile çevresindeki bireyleri kolaylıkla anlayabilir. Dolayısıyla onları yönlendirmede de oldukça başarılıdır (Ersoy, 2019: 518). Bireyin etik düzeyi manipülasyon yetisine yatkın ise çevresindekileri kendi duygu ve düşüncelerine göre rahatlıkla yönlendirebilmektedir. Aynı zamanda sosyal zekâsı yüksek olan bireyler problemleri ele alarak onları çözümlemede de ustadır. Duygu yüklü durumlardan kaçınmayan bu bireyler, tartışma yaratmak veya var olan çatışmayı sürdürmek yerine çözümler aramaktadır (Diktaş ve Özgeldi, 2020). Dünya çapında genel kabul görmüş ihtiyaçlar hiyerarşisi, görüngü bilimin temelini oluşturduğu bilinmektedir (Tekke, 2019: 1706).

Maslow (1954) ihtiyaçlar hiyerarşisinde en üst basamakta bulunan bireyin, diğer tüm basamaklardaki ihtiyaçlarını gidererek piramidin en üst seviyesine gelebildiği bilinmektedir. Basamaklardaki ihtiyaçların doyumu ile en üst basamağa gelen bireyin sosyal zekâsı yüksek birey ile bağlantısı olup olmadığı, piramidin bu basamağına gelebilmek için sosyal zekâya duyulan ihtiyacın ne denli olduğu tamda bu noktada akıllarda soru işaretine sebebiyet vermektedir. Maslow (1954) ifade ettiği şekli ile piramidin en altında bulunan ihtiyaçlar gerçekleştirilerek sırasıyla bir üst basamağa taşınmaktadır. Tüm ihtiyaçlarını gerçekleştiren birey, devamında kendini gerçekleştirme denen doyum basamağına ulaşmaktadır. Bu basamağın özellikleri arasında ise doğallık, yaratıcılık, problem çözme yeteneği, ön yargılı olmama ve hakikatin kabulü gibi etkenler vardır. Sosyal zekâya sahip bireyin de problem çözmede başarılı olduğu, ön yargılardan arınmış, hakikati kabul ederek etkili iletişim kurabilen birey olduğu bilinmektedir. Diğer tüm basamaklarda bulunan özelliklerinde yine sosyal zekâya sahip bireyin geçtiği aşamalar olduğunu söylemek mümkündür. Esas itibariyle piramidin en üst seviyesinde yer alan kendini gerçekleştirme basamağı ile sosyal zekâya sahip bireyin özelliklerinin benzeştiğini görülmektedir.

2.3. Kültürel Zekâ Kavramı

Kültürel zekâ kavramı ilk kez Early ve Ang (2003: 23) tarafından ortaya atılmakla birlikte kültürel zekânın kişilerin diğer kültürler ile iletişime geçerek davranışlarını düzenleyebilme kabiliyeti olduğunu belirtmektedir.

Başka bir tanımda ise farklı kültürlerdeki bireylerin, karşılaştıkları kültürlere ait davranışları sanki kendi kültüründeki bireylerle özdeşmiş gibi algılayarak etkili iletişim kurabilmesi ve bununla birlikte farklılıkları etkin bir şekilde yönlendirme kabiliyeti olarak da tanımlanabilir (Demir, 2015: 46).

Yapılan bir tanımlamaya göre kültürel zekânın etnik alanlar ile örgütsel alanları kapsadığı belirtilmektedir (Tekin, 2019: 117). Farklı kültürlerin olduğu alanlarda çalışmak ve organizasyonu yönlendirmek oldukça zor bir sürece işaret etmektedir (Gürer ve Çiftçi, 2019: 492). Kültürel farklılıkların hissedildiği alanlarda uyumun birebir temsilcisi ancak kültürel zekânın varlığı ile mümkün olacaktır.

Maznevski (1994) çalışmasında ise kültürel zekâyı bireyin kendisi olmaya çalışırken, karşısındaki bireyinde kendisi olmasına izin vermek olarak tanımlamıştır. Dilek ve Topaloğlu (2017: 97) çalışmasında bir beceri olarak nitelendirilen kültürel zekâ, başka kültürden olan bireylerin kendisine yabancı olan eylem, jest ve mimikleri yorumlayabilmesine imkan ve olanak sağlayan çeşitli kabiliyetler dizisi olduğunu belirtmektedir. Kültürel zekâ çeşitli farklılıkların olduğu durumlarda kişilerin farklı adımlar atarak korku ve paniğe kapılmadan farklılıklara ayak uydurma süreci şeklinde tanımlanabilmektedir (İlhan, 2006).

Başka bir tanımda ise kültürel zekâ kişinin farklı çalışma ortamlarına, yaşam alanlarına ve çevreye uyum sağlayabilmesi için kültürel farklılıkların etkin ve verimli bir şekilde idare edebilmesi yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Köse, 2016: 82).

İlhan ve Çetin (2014: 7) kültürel zekâyı farklı kültürler ile iletişime geçebilme yeteneği ile bireyler arasında görülen farklılıkları açıklayan bir zekâ türü olarak açıklanmaktadır.

Mercan (2016) çalışması incelendiğinde ise kültürel zekânın çok kültürlü ortamlarda farklılıkları yönetebilmek amacıyla iletişim kurma becerisi olduğu ve bununla birlikte farklı kültürel değişkenleri özümseyerek hissetme becerisi olarak tanımlanmıştır. Kültürel zekânın bilişsel zekâ gibi değişmez nitelikler taşımadığını, tıpkı sosyal zekâ gibi geliştirilebilecek bir zekâ türü olduğunu vurgulanmıştır.

Tüm bunlara dayanarak kültürün bireyler arası sosyal kimlik taşıdığı, farklılıkların içselleştirilerek iletişime geçilebildiğini, bunu yaparken de kullanılan becerinin kültürel zekâ denen bir zekâ türünün varlığı ile mümkün olduğu anlaşılmaktadır.

2.3.1. Kültürel Zekânın Önemi

Kültürler arası farklılığın anlaşılabilmesi ve aktarılabilmesi adına kültürel zekâ kavramı büyük önem taşımaktadır. Günümüzde yaşadığımız ülke, şehir, kasaba veya köy hatta çalıştığımız işyeri de dâhil olmak üzere bizimle aynı süreçlerden geçmiş insanlara rastlamak oldukça zordur çünkü her birey gerek kültürü gerek yaşayış biçimi gerekse dış görünüşü itibariyle birbirinden tamamen farklı özellikler taşımaktadır. Bu farklılıkların bireyleri ayrıştırması yerine daha da güçlü bağlar kurulabilmesi adına da kültürel zekânın anlaşılması büyük önem taşımaktadır. Gözle görülmeyen kültürel farklılıkların, görünen ülke sınırlarından daha baskın olması kültürel boyutun önemini ve bu boyut için gerekli olan nesnel gerçeklik olan kültürel zekânın önemini bir kez daha gözler önüne sermektedir.

Mercan (2016: 4) çalışmasında belirttiği gibi kültürel zekânın önemi gün geçtikçe artmaktadır çünkü çok kültürlü ortamlarda faaliyet gösteren bireylerin iletişim kurması ve etkileşime geçebilmesi için bu farklılıklara uyum sağlamayı kolaylaştıracak olan kültürel zekânın rolü oldukça büyüktür. Kültürel birtakım farklılıkların algılanması, anlamlandırılması ve yorumlanması ile geliştirilebilen kültürel zekâ aynı zamanda çok kültürlü ortamlarda da başarının altın anahtarıdır. Aynı zamanda kültürel zekânın kullanılabilmesi kültürlerarası duyarlılığı da artıran bir faktör olmaktadır.

Triandis (2006) çalışmasında farklı kültürel birleşmelerin bulunduğu alanlarda karşılaşılan zorluklara karşı kültürel zekânın gerekliliğini ve önemini vurgulamıştır.

Kültürel zekâ Ang vd. (2007) tarafından geliştirilen ölçekte 4 boyutlu olarak incelenmiştir. Bunlar bilişsel, davranışsal, motivasyonel ve üst bilişsel boyutlardan meydana gelen bir oluşum olarak kavramsallaştırılmıştır. Bilişsel boyut diğer kültürel özellikler karşısında sahip olunan bilgileri aktarmaktadır (İlhan ve Çetin, 2014: 7). Birey eğitim yoluyla edindiği bilgi ve tecrübeleri farklı kültürlerin normlarına göre dizayn etmektedir. Bu boyut farklı kültürlerin ve ona ait alt kültürlerinde sosyal ve ekonomik gibi temel yapıtaşları üzerinden kültürel değerlere hâkim olmayı gözetmektedir. Bilişsel boyutu iyi kavrayan ve bu alandaki zekâsı diğer bireylere göre üstün olan bireyler, kültürel benzerlik ve farklılıkları anlamlandırabilme kapasitesine sahip olabilmektedir (Yeşil, 2009: 124).

Diğer bir boyut olan davranışsal boyut, kültürel farklılıklara karşı saygılı ve duyarlı olunan birtakım değerleri kapsamaktadır. Kültürel zekânın en yüksek düzeydeki işlevi ve parçası olduğu düşünülmekte olan davranışsal boyut ve bu zekâ türüne hakim olan bireyin birebir etkileşimlerde başarılar sağlayacağı kuvvetle muhtemeldir (Doğan ve Uysal, 2020: 149). Bireyin farklı kültürler ile etkileşime geçebilmek için geniş bir davranış perspektifine sahip olması gerekmektedir. Davranışsal boyuta hâkim bireyler gerek jest ve mimikler ile gerekse doğru sözcük seçimleri ve doğru ses tonu ile farklı kültür alanlarında uyumlu davranışlar sergileyebileceklerdir (Yeşil, 2009: 124). Kültürel zekâya sahip bir birey kültürel farklılıkların ortaya çıktığı durumlarda korkuya ve paniğe kapılmamaktadır. Motivasyonel boyuta hâkim olması dolayısıyla iletişimin enerjisini doğru ve düzgün bir biçimde yönlendirerek, her türlü farklılık ve değişkeni kendisine göre yorumlayarak iletişimi gerçekleştirebilmektedir.

Yıldırım ve Köroğlu (2019: 329) çalışmasında motivasyonel boyut kültürel farklılıkların olduğu durumlarda diğer bireyler ile iletişim kurma becerisi ve bu enerjiyi doğru yönlendirebilme yeteneği olarak tanımlanmıştır. Kültürel zekâ boyutlarından olan ve üst bilişsel boyut olarak adlandırılan bu boyutta kavramsal nesneler hakkında düşünme ve anlama şeklinde belirtilen beceriler gerçekleştirilmektedir. Birey bu boyutta kendisinin ve farklı kültürlere sahip diğer birey veya bireyleri anlamaktadır ve aynı zamanda bu süreci yöneten kişinin de kendisidir (Şahin, 2011).

3. LİTERATÜR TARAMASI VE HİPOTEZLER

3.1. Sosyal Zekâ ve Girişimcilik İlişkisi

Alan yazın incelendiğinde sosyal zekâ ve girişimcilik eğilimi ilişkisini ele alan az sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Yapılan incelemede alan yazında sosyal zekâ ve girişimcilik kavramlarının birlikte araştırıldığı çalışmalar yer alırken, sosyal zekânın girişimcilik eğilimine etkisiyle ilgili çalışmaların sayısı oldukça azdır. Bunun yanında zekâ türlerinden olan duygusal zekâ kavramı da girişimcilik eğilimi ile araştırma konularına en çok incelenen konular arasında yer alırken, sosyal zekâ kavramı henüz bu çerçevede incelenmemiştir.

Bu kapsamda sosyal zekâ ve girişimcilik eğilimi ilişkisini ele alan yabancı yazın incelendiğinde Marecki (2014) çalışmasında girişimci liderlerin öncülüğünde, işletme çalışanlarının girişimcilik tutum ve davranışlarının teşvik edilmesinde sosyal zekânın rolü incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini Almanya'da bulunan şirketlerden seçilen 25 yönetici oluşturmaktadır. Girişimci davranış ve tutumlarının liderler ile sınırlandırılmaması gerekliliğine vurgu yapılırken, işletme çalışanlarının da girişimci davranışlarda bulunmalarının önemine işaret edilmiştir. Nitel çalışma yöntemi seçilen bu araştırma sonucunda girişimci liderlerin girişimci tutum ve davranışları teşvik edebileceği, bununla birlikte sosyal zekânın çalışan motivasyonunu geliştirecek etkilere sahip olduğu ortaya konmuştur.

Tabatabaei, Ojinejad ve Gholtash (2015) çalışmasında sosyal zekânın girişimcilik becerileri ve yaratıcılıkla ilişkisini incelemişlerdir. Çalışmanın örneklemini Şiraz Teknik Lisesinde öğrenim görmekte olan 240 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada yenilik ve yaratıcılık kavramlarının üzerinde durulurken, sosyal zekâ kavramının alan yazında değerli inceleme konularından olduğu belirtilmiştir. Yapılan çalışmanın sonucunda sosyal zekânın girişimcilik becerileri ve yaratıcılık üzerinde anlamlı ve pozitif yönde ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bir başka çalışmada ise Wun ve Wun (2019) girişimcilik becerilerinin sosyal zekâ kavramı ile ilişkisi incelenmiştir. Çalışmanın örneklemini Sun-yat Sen Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan 350 Tıp Fakültesi öğrencisi oluşturmaktadır. Girişimcilerin duygusal yönetimde, sosyal ilişkilerde başarılı olması gerekliliği yani yüksek düzeyde bir sosyal zekânın varlığına sahip olmaları gerektiği vurgulanmıştır. Araştırma sonucunda girişimcilik becerileri ve sosyal zekâ arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Alana ilişkin yerli yazın incelendiğinde Demirel, Düşükcan ve Ölmez (2011) gerçekleştirdikleri çalışmada çoklu zekâ alanlarının girişimcilik davranışına etkisi incelenmişlerdir. Çalışmanın örneklemini Elazığ Ticaret ve Sanayi Odasınca KOSGEB Yeni Destek Paketi Bilgilendirme Toplantısına katılan 212 KOBİ sahibi oluşturmaktadır. Araştırmada çoklu zekâ kuramına değinilirken sosyal zekâ kavramının da üzerinde durulmuştur. Sosyal zekânın kişiler arası duygu, düşünce ve mizahları anlama kapasitesi olduğu vurgulanmıştır. Çalışma sonucunda çoklu zekâ dayalı kabiliyetlerin girişim düşüncesi üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bir başka çalışmada Uzun, Buran ve Beydilli (2017) sosyal zekânın girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi incelenmiştir. Çalışmanın örneklemini Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu ve Kütahya Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencileri oluşturmaktadır. 249 kişi üzerinde yapılan bu çalışmada önemi git gide artan teknolojinin günümüz şartlarında hayatı kolaylaştırmasının yanı sıra çeşitli olumsuz faktörleri de beraberinde getirdiği düşünülmüş ve bu olumsuzluklara karşı sosyal zekâ ile bireyler arası iletişimin güçlendirilebileceği ön görülmektedir. Böylelikle daha iyi iletişimlerin kurulabildiği ortaya konulmaktadır. Çalışmanın devamında ise girişimcilik alanında bireyin başarılı olmasında yine sosyal zekânın rolü vurgulanmaktadır. Araştırma sonucunda sosyal zekâsı yüksek olan öğrencilerin manipülasyon ve empati boyutlarının girişimcilik eğilimi üzerinden doğrudan bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan başka bir çalışmada Kahya ve Ceylan (2017) girişimcilik potansiyelinin sosyal zekâ düzeyleri ile ilişkisini inceleyen bir başka çalışmada örneklem olarak Kütahya'da öğrenim görmekte olan 320 üniversite öğrencisini incelemişlerdir. Girişimcilik potansiyelinin sosyal zekâ ile bağlantısı olabileceği probleminden yola çıkan çalışmanın sonucunda sosyal bilgi süreci, sosyal beceri süreci ve sosyal farkındalık sürecinin girişimcilik potansiyelinde pozitif etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Ersoy (2019) çalışmasında sosyal zekânın girişimcilik eğilimine etkisi incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğrenim görmekte olan 150 öğrenci oluşturmaktadır. Sosyal zekâ kavramının içinde bulundurduğu duygusal problemlerin yönetimi, kolay iletişim kurabilme gibi becerilerin girişimcilik eğilimi kavramında etkili olabileceği probleminden yola çıkan araştırma sonucunda sosyal zekânın girişimcilik eğilimi üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tekin ve Başoğlu (2020) çalışmasında sosyal zekânın girişimcilik eğilimine etkisinde uygulamalı girişimcilik dersinin düzenleyici rolü araştırılmıştır. Araştırmanın örneklemini Kastamonu Üniversitesi'nin farklı fakülte ve bölümlerinde öğrenim gören 402 öğrenci oluşturmaktadır. Yapılan araştırma sonucunda sosyal zekânın girişimcilik eğilimini etkilediği tespit edilmiştir. Bununla birlikte sosyal zekânın alt boyutları olan sosyal bilgi süreci ve sosyal beceri süreçlerinin girişimcilik eğilimini anlamlı ve olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Fakat sosyal farkındalık alt boyutunun girişimcilik eğilimi üzerinde herhangi bir etkisi tespit edilememiştir. Ayrıca sosyal zekânın girişimcilik eğilimine etkisinde uygulamalı girişimcilik dersinin düzenleyici rolü olduğu da tespit edilmiştir.

Alana ilişkin bir başka çalışmada ise Bakan ve Amırlı (2021) tarafından girişimcilik niyetinin sosyal zekâ düzeyleri ve yaşam doyumu üzerindeki etkisinin incelenmesi amacı güdülmüştür. Çalışmanın örneklemini Akdeniz Bölgesinde eğitim veren bir devlet üniversitesinin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi 4. Sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. 303 öğrenci üzerinde yapılan çalışmada sosyal bilgi süreci algısının

girişimcilik niyeti üzerinde ve yaşam doyumu üzerinde olumlu etkisi olduğu görülmüştür.

Alan yazın değerlendirildiğinde kendini ve başkalarını tanıma kapasitesi olarak ifade edilen sosyal zekâ kavramının, girişimcinin önemli özelliklerinden olan kendini bilme, fırsatları belirleme, yaratıcı düşünme, çevresini gözlemleme ve diğer bireyler ile etkileşim halinde olabilme özellikleri de dikkate alındığında sosyal zekânın girişimcilik eğilimini etkilemesi beklenmektedir. Bu bağlamda aşağıdaki hipotez kurgulanmıştır.

Hipotez 1 (H_1): Sosyal zekânın girişimcilik eğilimine etkisi vardır.

3.2. Sosyal Zekâ ve Kültürel Zekâ İlişkisi

Alan yazın incelendiğinde çoklu zekâ türlerinden olan sosyal ve kültürel zekâ türlerinin birlikte incelendiği çalışmaların yetersiz sayıda olduğu görülmektedir. Alana ilişkin en geniş kapsamlı yazın bilgisi bulunan kavram duygusal zekâ kavramı olmuştur.

Bununla birlikte sosyal zekâ ve kültürel zekâ ilişkisini inceleyen yabancı yazın incelemesinde Crowne (2013) çalışmasında kültürel maruz kalmanın sosyal zekâ ve kültürel zekâ üzerindeki etkisini incelemektedir. Araştırmanın örneklemini Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunan bir üniversite de öğrenim görmekte olan 485 katılımcıdan oluşmaktadır. Araştırma sonucunda çoklu zekâ kuramlarından olan sosyal zekânın kültürel zekâ üzerinde anlamlı ilişkisi tespit edilmiştir. Bununla birlikte sosyal zekânın kültürel zekâyı içinde barındıran bir kavram olduğu sonucuna da ulaşılmıştır.

Yapılan bir başka çalışmada Saffarian, Ghonsooly ve Akbari (2015) öğrencilerin çeviri yeteneklerinde sosyal ve kültürel zekâlarının etkisi araştırılmaktadır. Çalışmanın örneklemini İmam Reza Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan 82 kişilik son sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda sosyal zekâ ve kültürel zekâ arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edildi.

Kültürel zekânın aracı rolde incelendiği başka bir çalışmada Korzilius, Bücker ve Beerlage (2017) ise çok kültürlü ortamlarda yenilikçi davranışta bulunabilmede kültürel zekânın aracı rolü incelenmiştir. Çalışmanın örneklemini Hollanda merkezli büyük bir personel ajansında görev alan 157 kişi oluşturmaktadır. Çalışmada kültürel zekâ ile kültürel uyumun uluslararası iş sahalarında önemli rolünün olduğunu vurgulamıştır. Araştırma sonucunda çok kültürlü ortamlarda yenilikçi davranabilme davranışının kültürel zekânın aracılık rolde bulunmasıyla mümkün olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bir diğer çalışma ise Handa (2018) yapmış olduğu literatür çalışmasında sosyal zekâ ve kültürel zekânın mesleki başarıya etkisini incelemektedir. Nitel bir araştırma yöntemi seçilen bu çalışmanın sonucunda sosyal zekâ ve kültürel zekânın mesleki başarıya pozitif yönde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Alana ilişkin yerli yazın incelendiğinde İlhan ve Çetin (2014) çalışmasında sosyal zekâ ve kültürel zekâ ilişkisini incelemiştir. Araştırmanın örneklemini Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesinin farklı bölümlerinde bulunan öğrenciler oluşturmaktadır. 243 öğrenci üzerinde yapılan çalışmada sosyal zekâ ve kültürel zekâ arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. İnsanlarla iletişime geçme hususunda sosyal zekâ ve kültürel zekânın aslında birbirinden farklı ve bağımsız yapılar olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çakan vd. (2016) çalışmasında damgalamanın sosyal zekâ ve kültürel zekâ ile ilişkisi incelenmiştir. Çalışmanın örneklemini 2015-2016 öğretim yılında öğrenim görmekte olan Kırıkkale Üniversitesi Tıp Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Aynı zamanda kültürel ve sosyal farklılıkların damgalama üzerinde etkisi olduğu ve sosyal zekânın negatif yöndeki damgalamayı öngördüğü sonucuna ulaşılmaktadır.

Alana ilişkin yapılmış olan bir başka çalışmada Özaslan (2017) ise sosyal zekâ, kültürel zekâ, kaygı ve tutum seviyeleri ile İngilizce iletişim kurma gönüllülüğü arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırmanın örneklemini Erciyes Üniversitesi İngiliz Dili ve Edebiyatı ile İngilizce Öğretmenliği bölümlerinde öğrenim görmekte olan 349 öğrenci oluşturmaktadır. Yürütülen bu araştırmada sosyal zekâ ve kültürel

zekânın, tutum ve kaygı seviyeleri ile İngilizce iletişim kurma gönüllülüğü arasındaki ilişki ele alınmıştır. Çalışmada sosyal zekâ ve kültürel zekânın konuşma gönüllüğünde etkisi olduğu, bununla beraber İngilizce iletişim kurmada da kültürel zekânın kullanımı ile daha olumlu sonuçlar alınabilmesine yol açtığı tespit edilmiştir. Konuşma gönüllülüğünün ise en yakın ilişkisi bulunduğu kavramın kültürel zekâ olduğu sonucuna varılmıştır.

Tekin (2019) çalışmasında sosyal zekânın akademik performans üzerindeki etkisinde kültürel zekânın düzenleyici rolü incelenmiştir. Çalışmanın örneklemini Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde eğitim gören 329 yabancı uyruklu öğrenci oluşturmuştur. Araştırma sonucunda sosyal zekâ ve kültürel zekânın öğrencilerin akademik başarıları üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda sosyal yönden başarılı bireylerin ancak sosyal becerilerini ve zekâlarını kullanarak farklı kültürel alanlarda başarı gösterebildiği, bununla birlikte kültürel farklılıklarında çözümlenebilmesi hem kültürel hem de sosyal zekânın varlığına bağlı olduğu çalışma da elde edilen sonuçlardandır.

Alan yazın değerlendirildiğinde empati, gizil duyguları anlama kabiliyeti, motivasyon ve iletişim becerilerinde başarılı olma yetenekleri olarak ifade edilen sosyal zekâ kavramı ile kültürel zekânın farklı kültürel ortamlara adapte olma ve iletişim becerilerinde adaptasyonun sağlanmasına katkıda bulunması nedeniyle sosyal zekânın girişimcilik eğilimini etkilemesi beklenmektedir. Bu bağlamda aşağıdaki hipotez kurgulanmıştır.

Hipotez 2 (H_2): Sosyal zekânın kültürel zekâya etkisi vardır.

3.3. Kültürel Zekâ ve Girişimcilik İlişkisi

Literatürde girişimcilik eğilimi ve kültürel zekânın bir arada incelendiği çalışmaların yetersiz olduğu görülmüştür. Genellikle kültür kavramının girişimciliğe etkisinden söz edilmektedir. Fakat alan yazında kültürel zekâ ve girişimcilik eğilimini ele alan yeterli sayıda kaynak bulunamamıştır.

Bununla birlikte kültürel zekâ ve girişimcilik eğilimi ilişkisini inceleyen yabancı yazına bakıldığında Ntseane (2004) çalışmasında kültürel değerlerin kadın girişimcilik üzerindeki etkilerini nitel bir çalışma ile incelemiştir. Araştırma Botsvana'da yaşayan ve enformel alanlarda çalışan kadınların girişimcilik alanında faaliyet gösterme isteklerinin ata-erkil birtakım zorlamalara dayandığını belirtmektedir. Girişimcilik kavramının kültürel değerler çevresinde şekillendiği ortaya çıkmıştır.

Kültürel zekânın uyum sağlamada oynadığı aracı roldeki önemine vurgu yapan yabancı yazın çalışmalarına rastlanmıştır. Alon ve Higgins (2005: 505) kültürel zekâ bakımından zayıf olan bireylerin bulundukları ortama uyum sağlayamayan çatışmacı bireyler olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca yapılan bu nitel araştırmada, duygusal ve kültürel zekâ ile küresel liderlik başarılarının artırılabileceğini belirtilmektedir.

Keung ve Szapkiw (2012) çalışmasında kültürel zekânın dönüşümlü liderlik kavranışına uyum sağlama ve geliştirilmesine yönelik bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmanın örneklemini uluslararası okul liderlerinden oluşan 193 gönüllü lider oluşturmaktadır. Yapılan araştırma sonucunda kültürel zekânın dönüşümlü liderliği geliştirici bir etkisinin olduğu ve aralarında pozitif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Yüksek kültürel zekâya sahip bireylerin çok kültürlü ortamlarda kültürel zekâ aracılığı ile daha etkin liderlik yapacağı ve uyum sağlayacağı sonuçları da belirtilmektedir.

Huff, Song ve Gresch (2014) yapmış oldukları araştırmada kültürel zekânın kişilik ve kültürlerarası uyum sürecine etkileri araştırılmıştır. Araştırmanın örneklemini Japonya'da bulunan 152 göçmen birey oluşturmaktadır. Çalışma sonucunda göçmenlerin yeni yerleşim yerine uyum sağlama süreçlerinde ve motivasyonlarında kültürel zekânın pozitif ve anlamlı yönde bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Charoensukmongkol (2015) çalışmasında girişimcilerin kültürel zekâsı ve uluslararası ağ bağlantılarını incelemiştir. Araştırmanın örneklemini Taylan'da bulunan küçük ve orta büyüklükteki imalat firmalarında çalışan ve ihracatta etkin görev olan 129 kişi oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda kültürel zekâya sahip

girişimcilerin ihracat performansı üzerine anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Baltacı (2017) çalışmasında önyargı, kültürel zekâ ve girişimcilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmanın örneklemini 642 okul müdürü oluşturmaktadır. Araştırmanın sonucunda kültürel zekânın önyargı ve girişimcilikle pozitif yönde ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca önyargının kültürel zekâ ve girişimcilik ilişkisinde aracılık rolü olduğu tespit edilmiştir.

Alan yazında yerli kaynakların incelenmesi sonucunda Güney ve Çetin (2003) çalışmasında girişimcilik ruhunun içinde bulunulan kültür ile yakından ilişkili olduğu ve bununla birlikte girişimcilik eğiliminin içinde bulunulan kültürel değerlere göre şekillendiği belirtilmektedir. Nitel bir araştırma yönteminden yararlanılan bu çalışmanın amacını girişimcilik eğiliminde kültürel etkilerin incelenmesi amaçlanmıştır. Girişimcilikten söz edebilmek için, içinde bulunulan kültürel değerlerin iyi incelenmesi gerektiğine gönderme yapılmış ve çalışma sonucunda kültürel zekânın girişimcilik eğiliminde etkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Yapılan bir başka çalışmada ise Tekin ve Ersoy (2019) kültürel zekânın girişimcilik algısına etkisi incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini Kastamonu Üniversitesi'nde öğrenim görmüş ve girişimcilik dersi almış 344 öğrenci oluşturmaktadır. Küreselleşme olgusu ile sınırların ortadan kalktığı, kültürlerin sürekli olarak iç içe bulunmak zorunda olduğu, aynı zamanda tüm bu farklılıkların yanında bireylerin varlıklarını sürdürebilmeleri içinde kültürel farklılıklara uyum sağlamak zorunda olduğuna değinilmiştir. Bu noktada kültürel zekânın önemi ortaya çıkmaktadır. Yapılan araştırmanın sonucunda kültürel zekânın ve alt boyutlarının girişimcilik algısında etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Koyuncu ve Akdöl (2019) yapmış olduğu çalışmada kültürel zekânın girişimcilik yönelimine etkisi incelenmiştir. Örneklemini Laleli pazarındaki mikro ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. 161 kişi üzerinde yapılan çalışmada, artan rekabet ve küreselleşme olgularının kültürel zekâ ışığında girişimcilik yönelimine etkisi

araştırılmaktadır. Araştırmanın sonucuna göre kültürel zekânın girişimcilik yönelimine anlamlı bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır.

Kültürel zekâ ile girişimcilik eğiliminin bir arada bulunmadığı ancak kültürel zekânın bulunulan ortamda nasıl başarıya götüreceği ve nasıl ilerleme kaydetmeye sebep olacağına ilişkin bazı çalışmalarda bulunmaktadır. Bu çalışmalar kültürel zekânın önemine işaret etmektedir.

Şahin, Gürbüz, Köksal ve Ercan (2012) çalışmasında kültürel zekânın görev performansına etkisi araştırılmıştır. Çalışmanın örneklemini 121 çok uluslu örgüt çalışanları oluşturmaktadır. Elde edilen araştırma sonucunda ise görev performansının anlaşılması için kültürel zekânın önemli bir boyut olduğunu ve dikkate alınması gerektiğini belirtmişlerdir. Kültürel zekânın iş ortamında yöneticiler üzerinde incelendiği bir diğer çalışmada ise yabancı yöneticilerin kültürel zekâsının kültürel bir takım farklılık yönetimleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. 10 adet beş yıldızlı işletmede görev yapan yabancı müdürler ile onlara bağlı çalışan 27 Türk departman bölümünde bulunan müdürleri ile görüşmeler yapılmış ve araştırma sonucunda kültürel zekânın ve alt boyutlarının kültürel farklılıkların yönetiminde olumlu yönde etki gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bir başka çalışmada ise Gürer ve Çiftçi (2019) kültürel zekânın bireysel girişimcilik kavramı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini İç Anadolu bölgesinde bulunan bir meslek yüksek okulunda öğrenim görmekte olan 421 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Çalışmada kültürel zekânın aslında bir uyum aracı olduğu belirtilmiştir. Araştırma sonucunda kültürel zekânın bireysel girişimcilik yöneliminde etkili ve geliştirici bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Alan yazın değerlendirildiğinde farklı kültürel ortamlara uyumun anahtarı olarak gösterilen kültürel zekânın, girişimcilik eğilimini destekleyen cesaret, iletişim becerileri, motivasyon, müzakere, problem çözebilme ve uyum özellikleri de dikkate alındığında kültürel zekânın girişimcilik eğilimini etkileyeceği düşünülmektedir. Bu bağlamda aşağıdaki hipotez kurgulanmıştır.

Hipotez 3 (H_3): Kültürel zekânın girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi vardır.

Yapılan tüm çalışmalar incelendiğinde kültürel zekânın farklı kültürel ortamlara uyum sağlamaya (Charoensukmongkol, 2015: 32) ve böylelikle girişimcilik eğilimine olumlu yönde etki ettiği ifade edilebilir (Baltacı, 2017: 19). Bununla birlikte sosyal ortamlara uyum, ikna kabiliyeti ve motivasyon sağlama gibi önemli özellikleri olan sosyal zekâ kavramının girişimcilik eğilimine etkisi de alan yazında araştırılan konulardan olduğu görülmektedir (Güney ve Çetin, 2003). Öyle ki, bazı araştırmalar sosyal zekâ ve kültürel zekânın etkileşim halinde olduğunu belirtirken (Handa, 2018) bazı çalışmalarda ise sosyal zekâ ve kültürel zekâyı kapsayan çoklu zekâ türü olduğunu ortaya koymaktadır (Crowne, 2013). Yapılan incelemede sosyal zekânın kültürel zekâdan farklı bir zekâ türü olmadığını, kültürel zekânın sosyal zekâdan etkilendiğini de söylemek mümkündür (İlhan ve Çetin, 2014). Genel bir çerçeve sosyal zekânın kültürel zekâyı içinde barındıran bir kavram olduğu düşünüldüğünde, sosyal zekânın girişimcilik eğilimini üzerindeki etkisinde kültürel zekânın aracı rol üstlenip üstlenmediği tarafımızca araştırılmaya değer bir konu olarak görüşmüştür. Bu bağlamda aşağıdaki hipotez kurgulanmıştır:

Hipotez 4 (H_4): Sosyal zekânın girişimcilik eğilimine etkisinde kültürel zekânın aracı rolü vardır.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmada literatürde ilgi odağı haline gelen çoklu zekâ türlerinden olan, sosyal zekânın girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinin ve ayrıca sosyal zekâ ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkide kültürel zekâ aracılık rolünün incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında yapılan alan yazın taramasında girişimcilik eğilimi, sosyal zekâ ve kültürel zekâ kavramları ayrı ayrı incelenmiştir. Yapılan araştırma neticesinde sosyal zekâ ve kültürel zekâ kavramlarının girişimcilik eğilimi ile incelendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Daha önce yapılan araştırmalarda girişimcilik eğiliminin birer demografik özellik olarak girişimcilik algısı ve duygusal zekâ üzerindeki etkisi incelenmiş olsa da bireyin diğer insanlar ile arasındaki iletişim ve etkileşimin güçlü olmasını sağlayan sosyal zekânın girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde kültürel zekânın aracı rolü ele alınmamıştır. Alandaki bu eksiklik dolayısıyla çalışmanın literatüre başarılı bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu durum araştırmanın yazına olan en önemli katkısıdır.

Ayrıca bu araştırma refah düzeyinin artmasında başat rol oynayan girişimcilik eğiliminin oluşmasında çoklu zekâ türlerinden olan sosyal ve kültürel zekânın da önemine dikkat çektiği için oldukça önemlidir. Çalışmanın dünyada ve Türkiye'deki uygulayıcılara da önemli kazanımlar sağlayacağı düşünülmektedir. Tüm dünya üzerinde başlıca araştırma konularından olan girişimcilik eğiliminin ve girişimcilik faaliyetlerinin artırılmasında, girişimcilik eğitimi veren tüm kurum ve kuruluşlarda sosyal zekâ ve kültürel zekânın da dikkate alınması sağlanacaktır. Bu sebeple çalışma hem literatür hem de uygulayıcıların yol haritası çizmesinde önemli bir yere sahiptir.

4.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışmaların belirli bir örneklemi kapsaması ve sınırlılıkları olması elde edilecek bilginin daha şeffaf olmasına katkı sağlayacağı göz önünde bulundurulmuştur. Bu araştırmanın coğrafi sınırını Kastamonu Üniversitesi oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemini ise Kastamonu Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan öğrenciler oluşturmaktadır. Kastamonu Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan öğrencilere internet üzerinden oluşturulan anket ile ulaşılmaya çalışılmıştır fakat iletişim kaynaklarında yaşanan sıkıntılar sebebiyle 318 anketin geri dönüşü alınabilmiştir.

Ayrıca çalışmada çoklu zekâ türlerinden olan sosyal zekâ ve kültürel zekâ kavramları incelenmiştir, fakat diğer zekâ türlerinin de girişimcilik eğilimine etkisi incelenebilir. Bu durum da çalışmanın bir diğer kısıtı olarak ifade edilebilir.

4.3. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada literatürde ilgi odağı haline gelen çoklu zekâ türlerinden olan, Sosyal Zekânın (SZ) Girişimcilik Eğilimi (GE) üzerindeki etkisinin ve ayrıca sosyal zekâ ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkide Kültürel Zekâ (KZ) aracılık rolünün incelenmesi amaçlanmaktadır. Yapısal Eşitlik Modellemesi kullanılarak gerçekleştirilecek analizlerde ilk olarak, SZ ile GE; SZ ile KZ ve KZ ile GE arasındaki direkt etkinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı araştırılacaktır. Daha sonra ise SZ'nin GE üzerindeki dolaylı etkisi ve bu ilişkide KZ'nin etkisi aracılık rolü çerçevesinde incelenecektir.

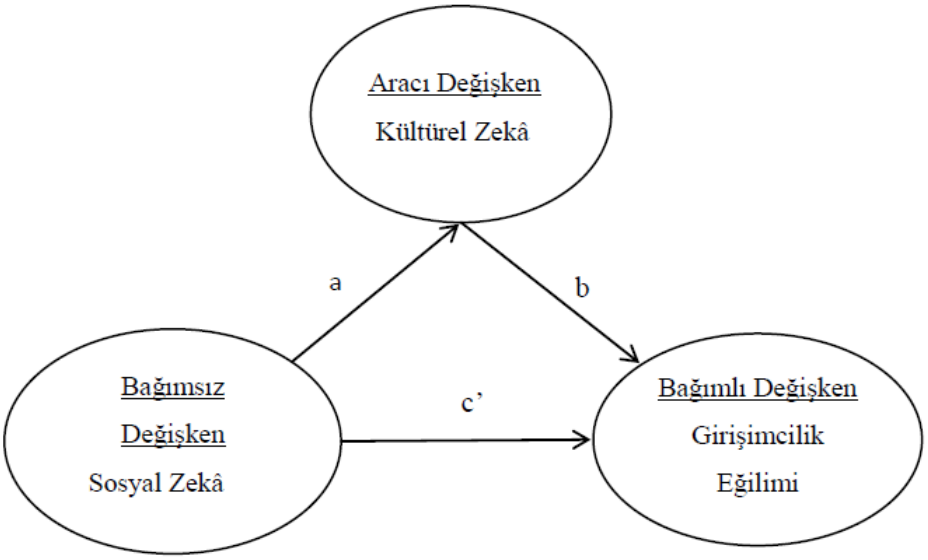
SZ bir dışsal (exogenous) değişken, KZ ve GE birer içsel (endogenous) değişken olmak üzere SZ, KZ ve GE arasında tanımlanmış nedensel ilişkiler Şekil 1'de sunulmuştur. Ayrıca Şekil 1'de direkt etkinin ve aracılık etkisinin incelendiği yapılarda, SZ, KZ ve GE değişkenlerinin gizil değişken olarak yer aldığı görülmektedir. Aracılık etkisini ortaya koymak üzere Şekil 1'de önerilen yapıda SZ bağımsız değişkeninin, GE bağımlı değişkeni üzerindeki etkisi KZ aracı değişken tarafından açıklanmaktadır. SZ'nin GE üzerindeki etkisini belirleyen regresyon katsayısının değerinde, KZ aracı değişkeninin modele eklenmesiyle birlikte küçülme meydana geliyorsa SZ ile GE arasındaki ilişkide KZ'nin aracı etkisi olduğundan söz edilebilir. Şekil 4.1 ile verilen araştırma modelleri göz önüne alındığında araştırma hipotezleri aşağıdaki gibi tanımlanmıştır.

Hipotez 1 (H_1): Sosyal zekânın girişimcilik eğilimine etkisi vardır.

Hipotez 2 (H_2): Sosyal zekânın kültürel zekâya etkisi vardır.

Hipotez 3 (H_3): Kültürel zekânın girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi vardır.

Hipotez 4 (H_4): Sosyal zekânın girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde kültürel zekânın aracılık rolü vardır.



Şekil 4.1. Araştırmanın kavramsal modeli

4.4. Araştırmanın Kapsamı ve Örneklemi

Araştırmanın örnekleminin belirlenmesinde öncelikle ana kütle tanımlanmıştır. Bu çalışmanın ana kütlesini Kastamonu Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan öğrenciler oluşturmaktadır. Evren biliniyorken örnekleme formülü aracılığıyla en düşük örneklem hacmi 312 olarak elde edilmiştir. %95 güven ve %5,5 duyarlılıkla 17597 olan evreni temsil edecek olan örneklem sayısı en az 312 olarak hesaplanmıştır Bu evren üzerinden basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile 318 kişilik bir örneklem hacmi belirlenmiştir. Araştırmanın genel varsayımı olarak katılımcıların verilen anketi dürüst bir şekilde cevapladığı kabul edilmektedir (Çıngı, 1990).

4.5. Araştırmanın Veri Toplama Aracı ve Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği seçilmiştir. Örneklem grubuna internet üzerinden anket yöntemiyle ulaşılmıştır. Anket formu 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ankete katılan öğrencilerin demografik bilgilerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde girişimcilik eğilimini belirmeye yönelik 6 soruluk bir anket uygulanmıştır. Anketin üçüncü bölümünde kültürel zekâ düzeyini ölçmek amacıyla 20 soruluk bir anket uygulanmıştır. Son bölümde ise sosyal zekânın ölçülmesi amacıyla 21 soruluk bir sosyal zekâ ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sürecinde toplanmış olan veriler SPSS 15.0 paket programı ile değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Girişimcilik eğilimini belirlemeye yönelik Smart ve Conant (1994) tarafından hazırlanarak, Tekin (2018) tarafından Türkçe ’ye uyarlanan 6 soruluk girişimcilik eğilimi ölçeği kullanılmıştır. Kültürel zekâ düzeyini belirlemek amacıyla Ang, Vann Dyne, Templer ve Tan (2007) tarafından geliştirilen 20 soruluk kültürel zekâ ölçeği, İlhan ve Çetin (2014) tarafından Türkçe‘ye uyarlanmıştır. Son olarak sosyal zekâ düzeyinin ölçülmesi adına Tromso Sosyal Zekâ ölçeği Silvera vd. (2001) tarafından oluşturulmuştur. Doğan ve Çetin (2008) tarafından Türkçe ‘ye uyarlanan bu ölçekte 21 soru bulunmaktadır. Uygulanan üç ölçekte de 5’li likert tipi sorular kullanılmıştır.

4.6. Araştırma Verilerinin Analiz Yöntemi

Araştırmada toplanan veriler SPSS paket programına aktarılarak eksik veya hatalı veriler ayıklanmıştır. Analize hazır hale getirilen veri setinin normalliği Çarpıklık ve Basıklık test yöntemleriyle incelenmiştir. Katılımcıların tanımlanması için betimsel analiz yöntemiyle frekans ve yüzde değerleri ortaya çıkarılmıştır. Veri toplam için kullanılan ölçeklere yönelik güvenilirlik analizleri uygulanmıştır. Bu amaçla Cronbach Alpha test yönteminden faydalanılmıştır. Ölçeklerin güvenilirlikleri ortaya çıkarıldıktan sonra geçerlik testlerine başvurulmuştur. Geçerlik testlerinden yapı geçerliği yöntemiyle faktör yük değerleri kontrol edilmiş ve sonuçların istenilen düzeyde olduğu anlaşılmıştır. Ölçüm modelinin tamamının geçerliğine ise model uyum değerleriyle açıklanmıştır. Burada da sonuç benzer çıkmıştır.

Araştırmada kullanılan değişkenlerin birbirleri arasındaki ilişkilerin test edilmesi için normal dağılım sağlayan verilerde kullanılan Pearson Korelasyon test yönteminden faydalanılmıştır. Bu aşamadan sonra Hipotez testlerine geçilmiştir. Yapılan çalışmada verilerin analiz edilmesi aşamasında çok değişkenli istatistiksel yöntemler tercih edilmiştir. Analiz sürecinde SPSS ve AMOS paket programları analiz için uygun görülmüştür.

Araştırmanın problemini oluşturan Sosyal Zekâ 'nın Girişimcilik Eğilimine etkisinde Kültürel Zekânın aracılık rolünün ortaya çıkarılması amacıyla yapısal eşitlik modellemesi (YEM) ve Process Macro test yöntemleri kullanılmıştır. Yapısal eşitlik modelinde ortaya koyulan sonuçların devamında Process Macro aşamaları takip edilmiştir. Bağımsız değişkenin bağımlı değişkene etkisinde aracı değişkenin rolünün ortaya koyulması amacıyla tüm varsayımların sağlanması esasına dayalı olarak aracılığın etkisi ortaya koyulmuştur.

5.ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde öncelikle katılımcılara ilişkin tanımlayıcı bilgilere yer verilmiştir. Tanımlayıcı bilgilerden sonra araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlik sonuçlarıyla birlikte ölçüm araçlarına ilişkin faktör analiz bulgularına yer verilmiştir. Verilerin normalliklerinin ortaya koyulması için normallik test yöntemlerine başvurulmuştur. Veri dağılımının incelenmesinin ardından değişkenler arasında ilişki durumu analiz edilmiştir. Verilerin incelenmesinin ardından hipotez testleri için yapısal eşitlik modellemesi yapılmıştır. Aracılık etkisinin ortaya koyulması için ayrıca analiz yapılmıştır.

5.1. Tanımlayıcı Bulgular

Araştırmaya katılan 318 öğrencinin cinsiyetlerine göre dağılımlarına bakıldığında 215 tanesinin kadın ve 103 tanesinin erkek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların girişimcilik eğitimi alma durumuna bakıldığında 183 kişinin evet, 135 kişinin hayır cevabını verdiği görülmektedir. Araştırmaya katılanların vatandaşlık dağılımına bakıldığında 298 kişinin Türkiye vatandaşı olduğu, 20 kişinin ise Türkiye Cumhuriyetleri vatandaşlığında olduğu saptanmıştır. Katılımcıların sınıf düzeyleri incelendiğinde 1. sınıfta öğrenim gören 68 kişi, 2. sınıfta öğrenim gören 73 kişi, 3. sınıfta öğrenim gören 28 kişi ve 4. sınıfta öğrenim gören 149 kişi olduğu tespit edilmiştir. Son olarak eğitim alanı dağılımlarına bakıldığında ise, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören 194 katılan tespit edilirken, diğer bölümlerden 124 kişinin katıldığı tespit edilmiştir. Katılımcılara ilişkin bulguların özeti Tablo 5.1'de görülebilmektedir.

Tablo 5.1. Demografik bulgular

		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	215	67,6
	Erkek	103	32,4
Girişimcilik dersi aldınız mı?	Evet	183	57,5
	Hayır	135	42,5
Ülke	Türkiye	298	93,7
	Türk Cumhuriyetleri (Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan .....)	20	6,3
Sınıf	1.Sınıf	68	21,4
	2.Sınıf	73	23,0
	3.Sınıf	28	8,8
	4.Sınıf	149	46,9
Alan	İİBF	194	61,0
	Diğer	124	39,0
	Toplam	318	100,0

5.2 Analiz Bulguları

Bu bölümde kullanılan ölçüm araçlarına ilişkin güvenilirlik ve geçerlik analiz sonuçlarının yanı sıra veri dağılımlarına ilişkin analizler ele alınmıştır. Araştırma kapsamında değerlendirilen verilerin çözümlenmesinin ardından hipotez testlerine geçilmiştir.

5.2.1. KMO Barlett Küresellik Test Bulguları

Faktör analizi birbiriyle ilişkisi olan çok sayıdaki değişkeni az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız hale getiren çok değişkenli istatistik tekniklerinden biridir. Faktörlerin elde edilmesinde yaygın olarak kullanılan yöntem temel bileşenler analizidir. Bu yöntemde, değişkenler arasındaki maksimum varyansı açıklamak için faktörler hesaplanır. Burada amaç değişken sayısını azaltmak ve değişkenleri sınıflandırarak ortak faktör yapıları oluşturulmaktır (Kalaycı, 2010: 321).

KMO oranı (0,5) üzerindeyse verilerin faktör analizi için yeterli olduğu ifade edilir. KMO testiyle ilgili olarak; ,50'den düşük değerin kabul edilmeyeceğini, 0,50-0,60 değerinin kötü, 0,60-0,70 değerinin zayıf, 0,70-0,80 değerinin orta, 0,80-0,90 değerinin iyi, 0,90'dan büyük değerin ise mükemmel olduğu belirtilir. Ayrıca KMO oranı ne kadar yüksekse veri seti faktör analizi için o kadar iyi (uygun) olduğu belirtilmektedir (Kalaycı, 2010). Tablo 5.2, Tablo 5.3 ve Tablo 5.4'te Sosyal Zekâ, Kültürel Zekâ ve Girişimcilik Eğilimine yönelik Kaiser-Meyer-Olkin değeri ve Barlett Küresellik Testi ölçeğine yönelik bulguları yer almaktadır.

Tablo 5.2. Sosyal Zekâ Ölçeği için KMO ve Bartlett Küresellik testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği Ölçümü		,892
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	915,363
	Serbestlik Derecesi	15
	p	,000

Sosyal zekâ ölçeği için çıkan KMO değeri 0,892 çok iyi şeklinde değerlendirilmekte ve KMO değeri (0,5) üzerinde olmalıdır şartını sağladığı için faktör analizine uygundur. Ayrıca, Barlett küresellik testi sonucuna göre değişkenler arasında anlamlı korelasyon ilişkisi olduğu görülmüştür. Yaklaşık Ki-kare değerinin anlamlı bulunması maddeler arasındaki korelasyon ilişkisinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 5.3. Kültürel Zekâ Ölçeği için KMO ve Bartlett Küresellik testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği Ölçümü		,944
Bartlett Küresellik Testi	4546,275	915,363
	190	15
	,000	,000

Kültürel zekâ ölçeği için çıkan KMO örneklem yeterliliği değeri 0,944 çok iyi şeklinde değerlendirilmekte ve KMO değeri (0,5) üzerinde olmalıdır şartını sağladığı için faktör analizine uygundur. Ayrıca, Barlett küresellik testi sonucuna göre değişkenler arasında anlamlı korelasyon ilişkisi olduğu görülmüştür. Yaklaşık Ki-

kare değerinin anlamlı bulunması maddeler arasındaki korelasyon ilişkisinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 5.4. Girişimcilik Eğilimi Ölçeği için KMO ve Bartlett Küresellik testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği Ölçümü		,892
Bartlett Küresellik Testi	915,363	915,363
	15	15
	,000	,000

Girişimcilik Eğilimi ölçeği için çıkan KMO değeri 0,892 çok iyi şeklinde değerlendirilmekte ve KMO değeri (0,5) üzerinde olmalıdır şartını sağladığı için faktör analizine uygundur. Ayrıca, Barlett küresellik testi sonucuna göre değişkenler arasında anlamlı korelasyon ilişkisi olduğu görülmüştür. Yaklaşık Ki-kare değerinin anlamlı bulunması maddeler arasındaki kolerasyon ilişkisinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

5.2.2. Keşfedici Faktör Analiz Bulguları

Araştırmada kullanılan ölçüm araçlarına yönelik yapılan keşifsel faktör analizi sonuçları Tablo 5.5'te gösterilmiştir.

Tablo 5.5. Sosyal Zekâ Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi sonuçları

Faktörler	Faktör Yükleri		
	1	2	3
Sosyal Bilgi1	,814		
Sosyal Bilgi 2	,804		
Sosyal Bilgi 3	,883		
Sosyal Bilgi 4	,882		
Sosyal Bilgi 5	,850		
Sosyal Bilgi 7	,833		
Sosyal Bilgi 8	,860		
Sosyal Farkındalık 1		,589	
Sosyal Farkındalık 2		,763	
Sosyal Farkındalık 3		,727	

Tablo 5.5.'in devamı

Faktörler	Faktör Yükleri		
	1	2	3
Sosyal Farkındalık 4		,692	
Sosyal Farkındalık 5		,763	
Sosyal Farkındalık 6		,756	
Sosyal Farkındalık 7		,836	
Sosyal Beceri 1			,771
Sosyal Beceri 4			,685
Sosyal Beceri 6			,690
Açıklanan Varyans (%)	33,050	27,027	6,088
Öz Değer	5,618	4,595	1,035
Cronbach Alpha	,935	,878	,738
Toplam Varyans Oranı (%)		66,165	
Genel Cronbach Alpha		,871	

Sosyal Zekâ ölçeğine yönelik yapılan keşfedici faktör analiz sonuçlarına göre yük değerleri 589-883 aralığında olan 3 boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Sosyal bilgi boyutu varyansın %33,050'sini açıklamakta ve güvenilirlik düzeyi ,918 olarak tespit edilmiştir. Sosyal farkındalık boyutu varyansın %27,027'sini açıklamakta ve güvenilirlik düzeyi ,878 olarak saptanmıştır. Sosyal beceri boyutu varyansın %6,088'ini açıklamakta ve güvenilirlik düzeyi ,738 olarak bulgulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre bu 3 boyutun toplam açıkladığı varyans miktarı %66,165 olarak ortaya çıkmıştır. Söz konusu bu ölçeğin genel Cronbach Alpha değeri ise ,871 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 5.6. Kültürel Zekâ Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi sonuçları

Faktörler	Faktör Yükleri			
	1	2	3	4
Bilişsel 1	,628			
Bilişsel 2	,797			
Bilişsel 3	,680			
Bilişsel 4	,798			
Bilişsel 5	,778			
Bilişsel 6	,667			
Davranışsal 1		,721		
Davranışsal 2		,665		
Davranışsal 3		,800		
Davranışsal 4		,835		
Davranışsal 5		,776		
Motivasyon 1			,702	
Motivasyon 2			,727	
Motivasyon 3			,741	
Motivasyon 4			,748	
Motivasyon 5			,700	
Üst Bilişsel 1				,754
Üst Bilişsel 2				,822
Üst Bilişsel 3				,790
Üst Bilişsel 4				,694
Açıklanan Varyans (%)	50,496	8,958	6,588	5,989
Öz Değer	10,099	1,792	1,318	1,198
Cronbach Alpha	,893	,894	,902	,903
Toplam Varyans Oranı (%)	72,030			
Genel Cronbach Alpha	,947			

Kültürel Zekâ ölçeğine yönelik yapılan keşfedici faktör analiz sonuçlarına göre yük değerleri 628-835 aralığında olan 4 boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Bilişsel boyut varyansın %50,496'sını açıklamakta ve güvenilirlik düzeyi ,893 olarak tespit edilmiştir. Davranışsal boyut varyansın %8,958'ini açıklamakta ve güvenilirlik düzeyi ,894 olarak saptanmıştır. Motivasyon boyutu varyansın %6,588'ini açıklamakta ve güvenilirlik düzeyi ,902 olarak bulgulanmıştır. Üst Biliş boyutu varyansın %5,989'unu açıklamakta ve güvenilirlik düzeyi ,903 olarak ortaya

çıkmıştır. Elde edilen sonuçlara göre bu 4 boyut toplam varyansın %72,030'unu açıklamaktadır. Söz konusu bu ölçeğin genel Cronbach Alpha değeri ise ,871 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 5.7. Girişimcilik Eğilimi Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi sonuçları

Faktör	Faktör Yükleri
	1
Girişimcilik Eğilimi 1	,726
Girişimcilik Eğilimi 2	,769
Girişimcilik Eğilimi 3	,821
Girişimcilik Eğilimi 4	,791
Girişimcilik Eğilimi 5	,840
Girişimcilik Eğilimi 6	,819
Toplam Açıklanan Varyans (%)	63,246
Öz Değer	3,795
Cronbach Alpha	,883

Girişimcilik Eğilimi ölçeğine yönelik yapılan keşfedici faktör analiz sonuçlarına göre yük değerleri 726-840 aralığında olan tek boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Girişimcilik Eğilimi ölçeğini oluşturan bu tek boyutlu yapı varyansın toplam %63,246'sını açıklamaktadır. Güvenilirlik düzeyine bakıldığında ,883 olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırmada kullanılan ölçüm modellerinin Keşfedici faktör analizi ve Cronbach Alpha sonuçları söz konusu ölçeklerin güvenilir ve geçerli olduklarını göstermektedir. Ölçüm araçlarının güvenilir ve geçerli olduklarının anlaşılmasının ardından toplanan verilerin dağılımları incelenmiştir. Verilerin dağılımları Çarpıklık (Skewness) ve Basıklık (Kurtosis) analizlerine göre yorumlanmıştır.

5.2.3. Verilerin Normallik Analiz Bulguları

Araştırmada kullanılan değişkenlere ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri ile birlikte normallik varsayımına ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri Tablo 5.8'de gösterilmiştir.

Tablo 5.8. Ölçüm araçlarına yönelik normallik analizi bulguları

Ölçekler	Ort	S.S.	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal Zekâ	2,915	,6732	,541	1,735
Sosyal Bilgi	3,846	,8672	-1,070	1,180
Sosyal Beceri	2,475	,9956	,461	-,164
Sosyal Farkındalık	2,424	,9265	,718	,302
Kültürel Zekâ	3,487	,7313	-,328	,020
Bilişsel	3,068	,8439	,295	-,301
Davranışsal	3,445	,8839	-,323	-,267
Motivasyon	3,655	,9182	-,390	-,491
ÜST Bilişsel	3,781	,8248	-,568	,081
Girişimcilik Eğilimi	3,569	,7599	-,288	,095

Çalışmada kullanılan değişkenlerden Sosyal Zekâ ölçeği puan ortalaması 2,92 çıkmıştır. Sosyal Zekânın alt boyutlarına bakıldığında Sosyal Bilgi 3,85; Sosyal Beceri 2,48 ve Sosyal Farkındalık 2,42 olarak tespit edilmiştir. Kültürel Zekâ ölçeğine bakıldığında 3,49 ortalama sahip olduğu anlaşılmaktadır. Alt boyutları incelendiğinde ise, Bilişsel 3,07; Davranışsal 3,45; Motivasyon 3,66 ve Üst Bilişsel 3,78 şeklinde ortaya koyulmuştur. Girişimcilik Eğilimi ölçeğinin incelenmesi sonucu 3,57 ortalamaya sahip olduğu anlaşılmıştır. Ölçüm araçlarının ortalama puanlarının ortaya koyulmasının ardından verilerin dağılımları değerlendirilmiştir. George ve Mallery (2003) Çarpıklık ve Basıklık değerlerinin -2 ile +2 aralığında olduğu durumlarda veri setinin normal dağıldığını kabul etmektedirler. Araştırmada ele alınan değişkenlerin bu varsayımı sağladığı gözlemlenmektedir. Bu durumda verilerin normal dağılıma uygun olduğu söylenebilir.

5.2.4. Korelasyon Analiz Bulguları

Korelasyon analizi değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını eğer varsa bu ilişkinin derecesini ve ne yönde olduğunu ölçmek amacıyla kullanılmaktadır. Korelasyon katsayısı r ile ifade edilmekte ve -1 ile +1 arasında değerler almaktadır. Korelasyon katsayısı 0,00 ile 0,25 arasında bir değer alırsa ilişki çok zayıf, 0,26 ile 0,49 arasında bir değer alırsa ilişki zayıf, 0,50 ile 0,69 arasında bir değer alırsa ilişki orta, 0,70 ile 0,89 arasında bir değer alırsa ilişki yüksek, 0,90 ile 1,00 arasında bir değer alırsa ilişki çok yüksek olarak kabul değerlendirilmektedir (Kalaycı, 2010: 116).

Tablo 5.9. Ölçüm araçlarına yönelik korelasyon bulguları

Değişkenler		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	r	1									
2	r	,602**	1								
3	r	,661**	,650**	1							
4	r	,608**	,531**	,625**	1						
5	r	,847**	,823**	,877**	,823**	1					
6	r	,555**	,485**	,543**	,487**	,614**	1				
7	r	,510**	,419**	,472**	,461**	,552**	,590**	1			
8	r	,008	,006	-,126*	,029	-,027	-,107	,081	1		
9	r	,014	,074	-,038	,010	,016	,021	,108	,631**	1	
10	r	,229**	,217**	,123*	,217**	,231**	,210**	,519**	,817**	,816**	1

1=ÜST Bilişsel; 2=Bilişsel; 3=Motivasyon; 4=Davranışsal; 5=Kültürel Zekâ; 6=Girişimcilik Eğilimi; 7=Sosyal Bilgi; 8=Sosyal Beceri; 9=Sosyal Farkındalık; 10=Sosyal Zekâ

***=p<0,01 *=p<0,05*

Bilişsel boyut ile Üst Bilişsel boyut arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Üst Bilişsel boyut ile Motivasyon boyutu arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Bilişsel boyut ile Motivasyon arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Davranışsal boyut ile Üst Bilişsel boyut, Biliş boyutu ve Motivasyon boyutu arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Kültürel Zekâ ile alt boyutları arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve yüksek düzeyde bir ilişki bulunmaktadır.

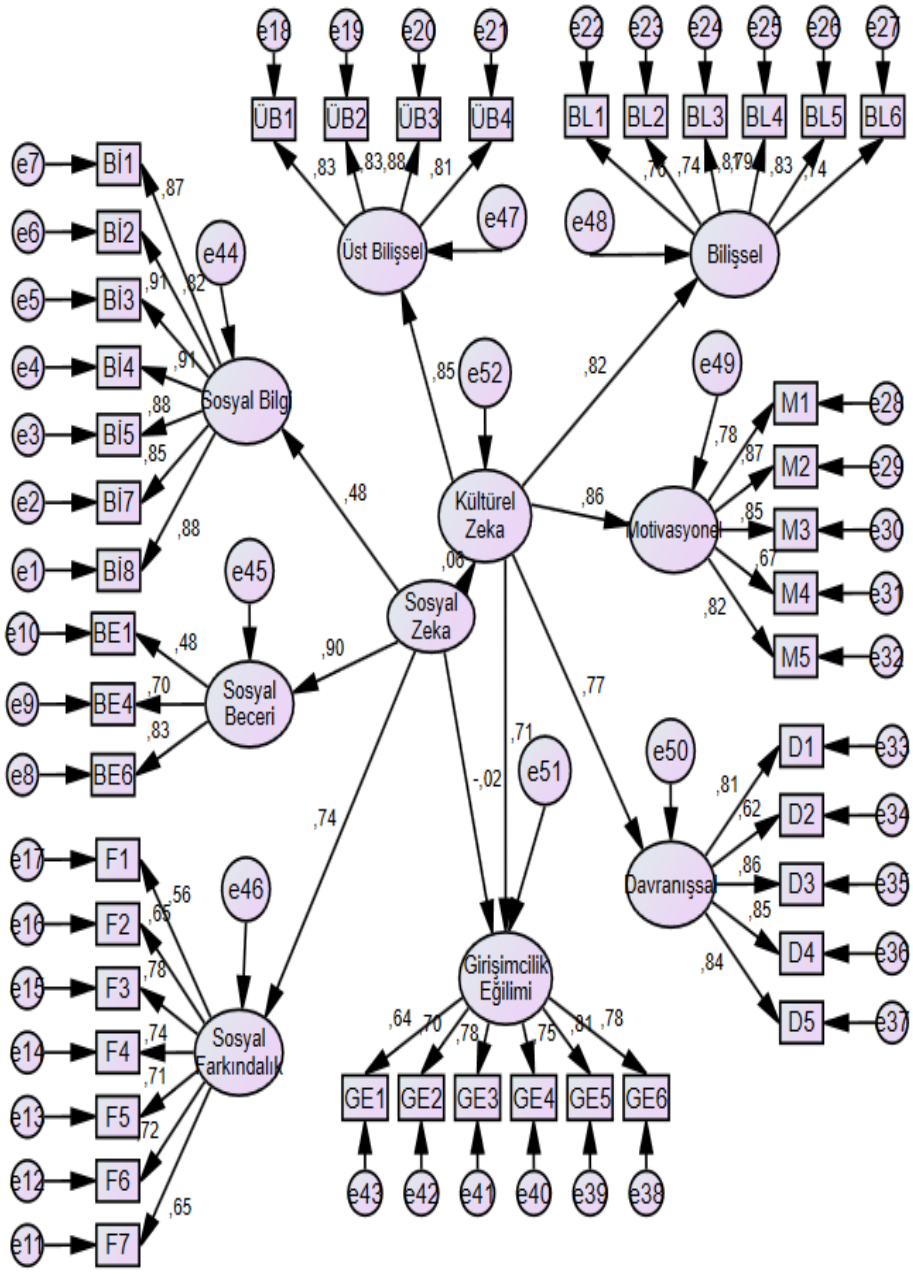
Girişimcilik Eğilimi ile Üst Bilişsel boyut, Motivasyon ve Kültürel Zekâ puanı arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Girişimcilik Eğilimi ile Bilişsel boyut ve Davranışsal boyut arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır.

Sosyal Bilgi boyutu ile Üst Bilişsel boyut, Kültürel Zekâ puanı ve Girişimcilik Eğilimi arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal Bilgi boyutu ile Bilişsel, Motivasyon ve Davranışsal boyutlar arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal Beceri boyutu ile Motivasyon boyutu arasında negatif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve çok düşük düzeyde bir ilişki bulunmuştur. Sosyal Beceri boyutu ile ÜST Bilişsel boyut, Bilişsel boyut, Davranışsal boyut, Kültürel Zekâ, Girişimcilik Eğilimi ve Sosyal Bilgi boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir bulguya rastlanılmamıştır. Sosyal Farkındalık boyutu ile ÜST Bilişsel boyut, Bilişsel boyut, Motivasyon boyutu, Davranışsal boyut, Kültürel Zekâ, Girişimcilik Eğilimi ve Sosyal Bilgi boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye ulaşılamamıştır. Sosyal Farkındalık boyutu ile Sosyal Beceri boyutu arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır.

Sosyal Zekâ ile ÜST Bilişsel boyut, Bilişsel boyut, Motivasyon boyutu, Davranışsal boyut, Kültürel Zekâ ve Girişimcilik Eğilimi arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve çok düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal Zekâ ile Sosyal Bilgi boyutu arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal Zekâile Sosyal Beceri ve Sosyal Farkındalık boyutları arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve yüksek düzeyde bir ilişki bulunmaktadır.

5.2.5. YEM Analiz Bulguları

Ölçüm araçlarının güvenilirlik ve geçerlik sonuçlarıyla birlikte dağılımları incelenerek aralarındaki ilişki korelasyon analiziyle test edilmiştir. Çıkan sonuçlar ölçüm araçlarının kabul edilebilir olduğunu varsayımını desteklediğinden ötürü araştırmanın modelini kurmak üzere Yapısal Eşitlik Modellemesine gidilmiştir.



Şekil 5.1. Yapısal eşitlik modeli

Yapısal eşitlik modelinde bütün ölçek alt ifadelerinin faktör yük değerleri 0,50'in üzerinde olduğu görülmektedir. Yapısal eşitlik modelinin uyum iyiliği değerleri Tablo 5.10'da verilmiştir.

Tablo 5.10. Yapısal eşitlik modeli uyum iyiliği değerleri

Uyum göstergesi	Kabul edilebilir değeri	Hesaplanan değer
χ^2/sd	< 5	2,055
GFI (goodness of fit index)	> 0.90	0,796
CFI (comparative fit index)	> 0.90	0,904
RMSEA (the root mean square error of approximation)	< 0.08	0,058
Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)	<0,10	0,0882

Yapısal eşitlik modeli de bir değer dışında kabul edilebilir uyum iyiliği kriterlerini sağlamaktadır. Modelin analiz sonuçları Tablo 5.11 de verilmiştir.

Tablo 5.11. Yapısal eşitlik modeli analiz sonuçları

Analiz yolu			B	β	S.E.	C.R.	P
Kültürel Zekâ	<---	Sosyal Zekâ	0,334	0,257	0,074	4,509	***
Girişimcilik Eğilimi	<---	Sosyal Zekâ	-0,013	-0,009	0,076	-0,17	0,865
Girişimcilik Eğilimi	<---	Kültürel Zekâ	0,812	0,773	0,067	12,064	***

Analiz neticesinde Sosyal Zekânın Kültürel Zekâyı pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. Kültürel Zekânın Girişimcilik Eğilimini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Sosyal Zekâ Girişimcilik Eğilimini ise, anlamlı olarak etkilememektedir.

5.2.6. Process Makro ile Aracılık Analiz Bulguları

Yapısal eşitlik modelinin analizinden sonra sosyal zekânın girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde kültürel zekânın aracılık rolünün test edilmesi için aracılık rolü test etme yöntemlerinden olan bootstrap yöntemi ile analiz etme esasına dayanan Process Makro yöntemi kullanılmıştır. Yöntem, Hayes (2018) tarafından geliştirilmiştir. Aracılık testi sonucu elde edilen bulgular Tablo 5.12'de verilmiştir.

Tablo 5.12. Kültürel zekâ değişkeninin aracılık rolü

		Sonuç Değişkenleri				
		M (Kültürel zekâ)			Y (Girişimcilik eğilimi)	
Tahmin Değişkenleri		β	S.E.		β	S.E.
X (Sosyal zekâ)	a	,2513***	,0545	c'	,0817	,0514
M (Kültürel zekâ)	-	-	-	b	,6203***	,0473
Sabit		2,7546***	,1778		1,1675***	,1984
		R^2=,0535			R^2=,3816	
		F (1,316) = 17,822; p<.001			F (2,315) = 97,194; p<,001	

Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre sosyal Zekânın kültürel Zekâyı (a yolu) pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. (β=0,2513 %95 CI [,1344, ,3683], t=4,2275, p<,001) Beta değerinin anlamlı olduğu hem p değerinin ,001'den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır. Güven aralığı alt değeri raporlandığı üzere 0,1344, üst değeri ise 0,3683 olarak elde edilmiştir. Belirlilik katsayısı 0,0535 olarak bulunmuştur. Bu bulgu kültürel Zekânın %5,35'inin sosyal Zekâ tarafından (R^2=,0535) açıkladığını göstermektedir.

Kültürel Zekânın girişimcilik eğilimini (b yolu) anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. (β=0,6203 %95 CI [,5272, ,7134], t=13,1080, p<,001). Beta değerinin anlamlı olduğu hem p değerinin ,001'den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır.

Sosyal Zekânın ise girişimcilik eğilimini anlamlı olarak etkilemediği tespit edilmiştir. (β=,0817, %95 CI [-,0195, ,1828], t= 1,5891, p>,001). Beta değerinin anlamlı olmadığı hem p değerinin ,001'den büyük olmasından (p=0,1130) hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamasından anlaşılmaktadır. Ayrıca t değerinin de 1,96'dan küçük olması bunu desteklemektedir. Belirlilik katsayısı değeri 0,3816 olarak elde edilmiştir. Bu bulgu girişimcilik eğilimininin %38,16'sının sosyal Zekâ ve kültürel Zekâ tarafından açıklandığını göstermektedir (R^2=,3816).

Aracı değişken kültürel Zekânın olmadığı durumda ise sosyal Zekânın girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi (c yolu) yani toplam etkiler de anlamlı olarak bulunmuştur. (β=2376, %95 CI [,1155, ,3597], t= 3,8275, p<,001). Toplam etkiler anlamlı olarak bulunmuş ve toplam etkiler güven aralığı alt ve üst değerleri de sıfır değerini kapsamamaktadır.

Aracı değişken kültürel Zekânın da modele dahil edilmesi durumunda hesaplanan dolaylı etkiler anlamlı olarak bulunmuştur. (β=,1559, %95 BCA CI [,0689, ,2427]. Çünkü dolaylı etkiler güven aralığı alt ve üst değerleri sıfır değerini kapsamamaktadır. Etki büyüklüğü ise (K^2) 0,1381 olarak elde edilmiştir. Bu değer 0,25'e yakın olduğundan dolayı yüksek etki olduğu sonucuna varılmıştır. Etki büyüklükleri yorumlanırken genellikle K^2=,01'e yakın ise düşük etki , K^2=,09'a yakın ise orta etki, K^2=,25'e yakın ise yüksek etki şeklinde yorumlanır (Gürbüz, 2019: 64). Bu nedenle kültürel Zekânın yüksek aracılık etkisi bulunmaktadır.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma kapsamında sosyal zekânın girişimcilik eğilimine etkisinde kültürel zekânın aracı rolü incelenmiştir. Araştırmada uygulanan anketlerden elde edilen verilerin analiz sonuçları yorumlanarak çeşitli öneriler sunulmuştur.

Alan yazında sosyal zekâ ve girişimcilik eğilimi kavramlarına konu olan bir çalışmada girişimci olabilmiş kişilerin çoklu zekâ yeteneklerinin girişimci olma davranışında anlamlı bir belirleyici etkisi olduğu kanısına varılmıştır (Demirel, Düşükcan ve Ölmez, 2011). Yapılmış bir başka araştırmada sosyal zekânın girişimcilik eğilimine etkisi incelenmiş ve elde edilmiş veriler üzerinden sosyal zekâ boyutlarından olan empati ve manipülasyonun öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin üzerinde doğrudan bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Uzun, Buran ve Beydilli, 2017). Girişimcilik potansiyelinin sosyal zekâ ile incelendiği bir başka çalışmada sosyal zekânın alt boyutlarının girişimcilik potansiyelinde pozitif etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır (Kahya ve Ceylan, 2017).

Girişimcilik eğiliminin sosyal zekâya olan etkisinin incelendiği bir başka çalışmada ise sosyal bilgi sürecinin girişimcilik niyeti üzerinde olumlu etkisi olduğu vurgulanmıştır (Bakan ve Amırlı, 2021). Yapılan bu çalışmalar neticesinde sosyal zekânın girişimcilik eğiliminde pozitif bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu çalışmada da alan yazındaki çalışmalar ile benzer bulgulara ulaşılmıştır. Ortaya çıkan bu sonuç sosyal zekânın özellikle kişinin kendisini ve başkalarını iyi tanımasını sağlamasından kaynaklı olabilir. Çünkü girişimci kişiler kendilerine güvenen ve sosyal yönleri kuvvetli kişilerdir. Onların bu yönü risk alma eğilimi ve yenilikçi hareket etme kabiliyetlerini güçlendirebilir. Bu nedenle sosyal zekâsı güçlü olan bir bireyin girişimcilik eğiliminin de yüksek olması olağan bir sonuç olarak ifade edilebilir.

İlhan ve Çetin (2014) tarafından sosyal zekâ ve kültürel zekâ ilişkisinin incelendiği bir çalışmada konu yapısal eşitlik modeline göre incelenmiştir. Çalışmada sosyal zekâ ve kültürel zekâ arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal zekâ ve kültürel zekânın ilişkili olup olmadığının araştırıldığı bu çalışmada her iki zekâ türünün ilişkili olup olmadığı üzerinde durulurken, damgalama üzerindeki etkisi de

araştırılmıştır. Araştırma sonucuna göre sosyal ve kültürel zekânın birbirini etkileyen değişkenler olduğu sonucuna varılırken, sosyal ve kültürel farklılıkların da damgalama üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Çakan vd., 2016). Sosyal zekâ, kültürel zekâ, kaygı ve tutum seviyelerinin incelendiği bir başka çalışmada ise, sosyal zekânın kültürel zekâ ile anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Çalışma aynı zamanda konuşma gönüllülüğünde kültürel zekânın direkt etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır (Özaslan, 2017). Alan yazında elde edilen bu sonuçlar yapılan araştırma bulgumuzla örtüşmektedir. Nitekim sosyal zekâ veya kültürel zekâ türlerinin birbirlerini destekleyen yapılar oldukları düşünülmektedir. Bu nedenle sonuçların örtüşmesi anlaşılabilir bir bulgu olarak düşünülebilir.

Alan yazından kültürel zekâ ve girişimcilik eğilimini ele alan çalışmalara bakıldığında sayıca fazla çalışmaların olduğu anlaşılmaktadır. Bunlardan bazıları Güney ve Çetin (2003), Tekin ve Ersoy (2019), Koyuncu ve Akdöl (2019), Gürer ve Çiftçi (2019) tarafından yapılan çalışmalardır. Söz konusu çalışmalarda kültürel zekânın girişimcilik eğiliminde anlamlı bir etkisinin olduğunu vurgulamıştır. Araştırmamızda ortaya koyulan sonuçlar alan yazınla paralellik göstermektedir. Sosyal zekâya sahip kişiler diğer insanların ruh hallerini, istek ve arzularını, sevinç ve kızgınlıklarını, dürtülerini, iniş-çıkışlarını anlayabilme ve bunlara göre davranışlarını ayarlayabilme, başkalarıyla iyi geçinebilme, iyi iletişim kurabilme becerisine sahiptirler. Grup içerisindeki etkileşimleri fark edebilir ve ilişkide olduğu insanların beklentilerini fark ederek, onların duygu dünyasına girebilmektedir (Doğan ve Çetin, 2008: 5). Girişimcilik eğilimine bakıldığında belirsizliklere ve risklere rağmen amaçlara ulaşma istikrarının korunduğu gözlemlenmektedir (Durukan, 2006: 28). Sosyal zekâ özellikleri itibariyle girişimcilik eğilimini destekler bir yapıda olduğundan araştırma sonuçları anlaşılabilir olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak Kastamonu Üniversitesi'nde eğitim alan öğrenciler üzerinde yapılan bu araştırmaya göre, öğrencilerin sosyal zekâ düzeylerinin girişimcilik eğilimine etkisinde kültürel zekânın aracılık rolünden söz etmenin mümkün olduğu bulgulanmıştır. Bununla birlikte sosyal zekâ, kültürel zekâ ve girişimcilik eğilimi aralarında ilişkisel bir yapıda oldukları ilişki analizleriyle ortaya koyulmuştur.

Çalışmanın yalnızca Kastamonu Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan öğrenciler üzerinde uygulanmış olması çalışmanın kısıtlarından biri olup, gelecekte yapılacak olan çalışmalarda konunun farklı üniversiteler ile iş birliği içerisinde örneklem hacminin genişletilerek çalışılması literatüre daha geniş kapsamlı bilgi sağlaması açısından faydalı olacaktır. Ayrıca sosyal zekâ ve kültürel zekâ türlerinin ele alındığı bu çalışmada, çok uluslu şirketlerde bu çoklu zekâ türlerinin dikkate alınarak girişimcilik eğilimlerinin geliştirilmesi beklenmektedir. Saha çalışanlarının yaşadığı iletişim problemlerinin çözümünde de uyum anahtarı olarak gösterilen sosyal ve kültürel zekâ kavramlarının dikkate alınması beklenmektedir. Çoklu zeka türlerinden olan sosyal zekâ ve kültürel zekâ kavramlarının, iç girişimcilik kavramı ile incelenmesinin kurumsal yapı içerisinde gelecek kazancın firma adına başarı sağlayabileceği düşünülmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda konunun farklı sektörlerde ve farklı büyüklükteki işletmelerde daha büyük örneklem hacminde uygulanması daha geniş kapsamlı bilgilere ulaşılmasına olanak sağlayacağı düşünülmektedir. Bu araştırmada kültürel zekânın aracılık etkisi araştırılmış olup sosyal zekânın girişimcilik eğilimine etkisinde aracılık rolüne sahip olduğu düşünülen farklı değişkenler belirlenerek farklı araştırmalar yapılabilir. Sosyal zekâ temelinde girişimcilik eğiliminin araştırılması öğrencilerin gelecek algılarıyla ilişkili olabilir. Bu durumun etkilerinin kişilik özellikleriyle olan ilişkisi incelenebilir.

KAYNAKLAR

Alon, I. & Higgins, J. (2005). Global Leadership Success Through Emotional And Cultural İntelligences. *Business Horizons, 48*(6):501-512

Altıparmak, A. (1998). Türkiye'de Cumhuriyerin İlk Yıllarında Müteşebbüs Sınıfının Gelişimi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 13*, 169-181.

Ang, S., Vann Dyne, Templer, K. & Tan, M. (2007). Cultural Intelligence: Its Measurement and Effects on Cultural Judgment and Decision Making, Cultural Adaptation and Task Performance. *Management and Organization Revie, 3*(3), 335-371.

Aşkın, A., Nehir, S. & Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, *6*(2), 55-72.

Bakan, İ. & Amırlı, H. (2021). Girişimcilik Niyeti ve Yaşam Doyumunun, Sosyal Zekâ Bağlamında İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *18* (1),497-527.

Baltacı, A. (2017). Relations Between Prejudice, Cultual İntelligence and Level of Entrepreneurship: A Study of School Principals. *Journal Articles; Reports-Research, 9*(3),645-666.

Başbay, A. (2005). Çoklu Zekâ Uygulamasına Katılan Öğretmenlerin ve Öğrencilerin Uygulama Hakkındaki Görüşleri Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 189-306

Berkant, H. G. & Ekici, G. (2007). Sınıf Öğretmeni Adaylarının Fen Öğretiminde Öğretmen Öz-Yeterlik İnanç Düzeyleri ile Zekâ Türleri Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *16* (1), 113-132.

Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Rolü. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 93-111.

Bozkurt, Ö. & Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, *8* (2), 57-78.

Bozkurt, Ö., Kalkan, A., Koyuncu, O. Alparslan, A. M. (2012). Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *15*, 229-247.

Börü, M.D. (2006). *Girişimcilik Eğilimi M.Ü. İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları.

Charoensukmongkol, P. (2015). Cultural Intelligence and Export Performance of Small and Medium Enterprises in Thailand: Mediating Roles of Organizational Capabilities. *İnternational Small Business Journal*, *34*(1), 105-122.

Crowne, K.A. (2013). Cultural Exposure, Emotional Intelligence and Cultural Intelligence: An Exploratory Study. *International Journal of Cross Cultural Management, 13*(1), 5-22.

Çakan, E., Buturak, Ş. V., Özçiçek, G., Koçak, O. M., Rezaki, H. Ö., Öztopal, A. G. & Oğuztürk, Ö. (2016). Tıp Fakültesi Öğrencilerinde Psikiyatrik Yardım Alma Nedeniye Kendini Damgalama Hissinin Sosyal Zekâ ve Kültürel Zekâ ile İlişkisi. *Journal of Mood Disorders*, *6*(3), 140-145.

Çesteneci, Y. (2012). *Göçmenlik Olgusunun Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkileri.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sakarya.

Çıngı, H. (1990). *Örnekleme Kuramı.* Ankara: Hacettepe Üniversitesi Fen Fakültesi Basımevi.

Dağlar, H. (2020). Girişimcilik Eğitimi Alan Üniversite Mezunlarının Girişimcilik Eğilimi. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, *11* (3), 816-830.

Demir, G. (2015). *Kültürel Zekâ ve Tükenmişlik İlişkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Balıkesir.

Demirel, E. T., Düşükcan, M. & Ölmez, M. (2011). Çoklu Zekâ Alanlarının Girişimcilik Davranışına Etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, *3*(2), 97-105.

Diktaş, G. & Özgeldi, M. (2020). *Örgütsel Sinizm ve Sosyal Zekânın Çalışan Performansı ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi.* Uluslararası İşletme ve Pazarlama Kongresi'nde sunulmuş bildiri, İstanbul.

Dilek, N. K. & Topaloğlu, C. (2017). Kültürel Farklılıkların Yönetimi Sürecinde Kültürel Zekânın Etkinliği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 28*(1) , 96-109.

Doğan, T. & Çetin, B. (2008). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Zekâ Düzeylerinin Depresyon ve Bazı Değişkenlerle İlişkisinin İncelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, *5*(2), 1-19.

Durukan, T. (2006). Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimcilik. *Çanakkale Ondokuz Mart Üniversitesi, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 1*(2), 25-37.

Early, P.C. & Ang, S. (2003). *Cultural Intelligence: Individual Interactions Across.* Palo Alto: Stanford University Press.

Erdurur, K. (2012). *Turizm Lisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Örneği.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Düzce Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü. Düzce.

Ersoy, C.İ. (2019). *Sosyal Zekânın Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisinin İncelenmesi.* Karabük: Ekin Yayınevi.

Eyel, C.Ş. (2018). *Bireysel Değerlerin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: İstanbul'daki Devlet Üniversiteleri Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma.* Yayınlanmamış doktora tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Fazlıoğlu, B. (2018). *Üniversite Öğrencilerinde Duygusal ve Bilişsel Zihin Kuramı Özelliklerinin Sosyal Zekâ ile Olan İlişkisinin İncelenmesi.* Yayınlanmamış yüksek lisanstezi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Ganiyusufoğlu, A. (2013). Bilgi Çağında Öğretim Elemanlarının Kariyer Beklentileri ve Karşılaştıkları Sorunlar . *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges) , 13,* 9-14 .

George, D., & Mallery, P. (2003). *Using SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference* (4th ed.). London: Pearson Education.

Gartner, W. B. & Carter, N.M. (2003). *Handbook of Entrepreneurship Research.* Boston: Kluwer Academic Publishers.

Gunzler, D., Chen, T., Wu, P. & Zhang, H. (2013). Introduction to Mediation Analysis With Structural Equation Modeling. *Shanghai Archives of Psychiatry, 25*(6) 390-394

Gümüşoğlu, Ş. & Karagöz, B. (2014). Tarihsel süreçte girişimcilik: Muğla örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 3*(1), 97-116.

Güney, S. & Çetin, A. (2003). Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Türkiye'de Girişimcilik Kültürü. *Hacetepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *21* (1), 189-210.

Gürbüz, S. (2019). Sosyal Bilimlerde Aracı, Düzenleyici ve Durumsal Etki Analizleri. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.

Gürer, A. & Çiftçi, G. E. (2019). *Kültürel Zekânın Bireysel Girişimcilik Yönelimi Üzerine Etkisi. AL-FARABI International Congress on Social* sunulmuştur, Gaziantep.

Güreşçi, E. (2014). Girişimcilik Eğilimi Üzerine Bir Araştırma : İspir Hamza Polat MYO Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, *9*(1), 23-38.

Hançer, M. & Tanrısevdi, A. (2003). Sosyal Zekâ Kavramının Bir Boyutu Olarak Empatı ve Performans Üzerine Bir İnceleme. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi 27* (2), 211-225.

Handa, D. (2018). Social Intelligence, Cultural Intelligence and Occupational Success: A Review of Literature. *The IUP Journal of Soft Skills*, *12* (3), 8-22.

Hayes, A. F. (2018b). Partial, Conditional and Moderated Moderated Mediation: Quantification, İnference, And İnterpretation. *Communication Monographs, 85*, 4-40.

Huff, K.C.P. & Song, E.B. (2004). Gresch Cultural Intelligence, Personality and Cross-Cultural Adjustment: A Study Of Expatriates İn Japan. *Int J Intercult Relat, 38*, 151-157

İleri, H. & Horasan, A. (2010). Küresel Rekabet Ortamında İşletmelerin Teknoloji ve Ar-Ge Yönetimlerinin Rekabete Etkileri Üzerine Araştırma ve Örnek Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, *3*(1-2), 171-190.

İlhan, M. & Çetin, B. (2014). Sosyal ve Kültürel Zekâ Arasındaki İlişkinin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi. *Turkish Journal of Education*, *3*(2), 4-15.

İlhan, T. (2006). Kültürün Örgütlerdeki Rolü: Benimsenen Teorik Perspektif ve Yöntem Tartışmalarına İlişkin Kavramsal Bir İnceleme, *Atatürk Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, *20*(2), 273-292

Kahya, V. & Ceylan, E. (2017). Sosyal Zekâ Düzeylerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Global Business Research Congress*, *4*(1), 867-874.

Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri.* Ankara. Asil Yayın Dağıtım.

Kalyani, B. P. & Kumar, D. M. (2011). Motivational Factors, Entrepreneurship and Education: Study With. *Far East Journal of Psychology and Business, 3(3), 14-35.*

Karabıçak, M. (2000). Türkiye'de Ekonomik İstikrarsızlığın Tarihsel Gelişim Süreci. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *5*(2), 49-65.

Karabulut, T. A. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, *2*6(1), 331-356 .

Karagöz, K. (2016). Girişimcilik-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye İçin Ekonometrik Bir Analiz. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, *11*(2), 265-292.

Keung, E. K. & Rockinson-Szapkiw, A.J. (2012, July). The Relationship Between Transformational Leadership and Cultural İntelligence. *Journal of Educational Administration*, *51*(6), 836-854

Kılıç, L., Baki, Y. & Bayram, B. (2014). Ortaokul 6. Sınıf Türkçe Dersi Öğretmen Kılavuz Kitabının Çoklu Zekâ Kuramı Açısından Değerlendirilmesi. *Dil ve Edebiyat Eğitimi Dergisi*, *9*, 133-147.

Kızıltepe, Z.A. (2007). *Öğretişim: Eğitim Psikolojisine Çağdaş Bir Yaklaşım.* İstanbul: Epilson yayınevi.

Korkmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *14*(2), 209-226.

Korzilius, H., Bücker, J. & Beerlage, S. (2017). Multiculturalism and Innovative Work Behavior: The Mediating Role of Cultural Intelligence. *International Journal of Intercultural Relations*, *56*(1), 13-24.

Koyuncu, Ü. & Akdöl, B. (2019). Kültürel Zekânın Girişimcilik Yönelimine Etkisi: Laleli Pazarındaki Mikro Ölçekli İşletmelerde Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, *26*(3), 955-968.

Köse, N. (2016). *Erasmus Programının Kültürel Zekâ Üzerine Etkisinde Demografik Özelliklerin Rolü*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Gaziantep.

Küçükaltan, D. (2009). Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, *1*, 22-28

Marecki, J. (2014). The Importance of Social Intelligence for Entrepreneurial Leaders. (12.04.2017). tarihinde http://essay.utwente.nl/65265/ adresinden erişil miş tir.

Maslow, A. H. (1954). *Personality and Motivation.* Harlow, England: Longman

Maznevski, M. L. (1994). Understanding Our Differences: Performance in Decision Making Groups With Diverse Members. *Human Relations*, *47*(5), 531-553.

Mercan, N. (2016). Çok Kültürlü Ortamlarda Kültürlerarası Farklılıkları Yönetme Sanatı: Kültürel Zekâ. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırma Dergisi*, *2*, 32-49.

Müftüoğlu, T. (2000). Kobi ve Girişimcilik: Kosgeb. *Sanayicinin Sesi, 1*, 10-11.

Ntseane, P. G. (2004). Being *A Female Entrepreneur İn Botswana: Cultural Values, Collective Struggles For Success*. Gender and Development, 12(2), 37-43.

Özaslan, A. (2017). *Sosyal Zekâ, Kültürel Zekâ, Kaygı ve Tutum Seviyeleri İngilizce İletişim Kurma Gönüllüğü Arasındaki İlişkisi.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Erciyes Üniversite Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kayseri.

Özdemir, Y. & Mazgal, S. (2012). Bir Kariyer Tercihi Olarak Girişimcilikte Dışsal Faktörlerin Etkisi: Sakarya Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 7*(1), 87-102.

Özden, K., Temurlenk, M. S. & Başar, S. (2008, Mayıs). *Girişimcilik Eğilimi: Kırgızistan Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma.* 2. Uluslararası Girişimcilik Kongresi'nde sunulmuş bildiri, Bişkek.

Öztürk, A. O. (2012). Kamu Örgütlerinde Girişimcilik. *"İş-Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, *14*(4), 151-169.

Ries, E. (2014). *Yalın yeni girişi* (Çev. E. Elgin). İstanbul: Özyeğin Üniversitesi Yayınları.

Saffarian, A., Ghonsooly, B. & Akbari, O. (2015). Cultural and Social Intelligences and Their Relationship to the Ability of Student Translators When Translating Cultural and Social Texts. *International Journal of Comparative Literature & Translation Studies*, *3*(1), 46-54.

Sahlman, W. H. & Stevenson, H. H. (1991). *The Entrepreneurial Venture.* Harvard Business School Press.

Salur, N. (2009). *Sosyal Bilgiler Dersinde Rol Yapma Yöntemini Kullanmanın İlköğretim 5. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Zekâ Gelişim Düzeylerine ve Akademik Başarılarına Etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisanstezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. İzmir.

Silvera, D., Martinussen, M. & Dahl, T. I. (2001). The Tromsø Social Intelligence Scale, A Self-Report Measure Of Social İntelligence. S*candinavian Journal of Psychology, 42(*4), 313-319.

Smart, D.T. & Conant, J.S. (1994). Entrepreneurial Orientation, Distinctive Marketing Competencies and Organizational Performance. *Journal of Applied Business Research*, *10*(3), 28-38.

Soysal, A. (2012). Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, *65*(1), 65-1.

Sönmez, A. & Toksoy, A. (2014). Türkiye'de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *21*(2), 41-58.

Şahin, F. (2011). Liderlerin Kültürel Zekâsının Astların Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile İş Doyumu Üzerine Etkisi. *Savunma Bilimleri Dergisi, 10*(2), 80-104.

Şahin, F., Gürbüz, S., Köksal, O. & Ercan, Ü. (2012, 10-12 Mayıs). *Kültürel Zekâ, Duygusal Zekâ ve Sosyal Zekâ'dan Farklı mıdır?* 11. Ulusal İşletmecilik Kongresi'nde sunulmuş bildiri, Konya.

Şahin, H. & Palta, S. (2020). Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimini Etkileyen Yapısal Etmenler Üzerine Bir Değerlendirme. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 27*(3), 511-534.

Şimşek, M. Ş. & Çelik, A. (2012). *İşletme Bilimine Giriş.* Konya: Eğitim Yayınevi.

Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (2015) *Çok Değişkenli İstatistiklerin Kullanımı (Using Multivariate Statistics).* 02.02.2019 tarihinde https://www.nobelyayin.com/kitap_bilgileri/dosyalar/cokdegis_jen_162413.pdf adresinden erişilmiş tir.

Tabatabaee, Z., Ojinejad A.R. and Qaltash A. (2015). The Relationship between Social Intelligence with Entrepreneurship Skills and Creativity among Technical High School Students in Shiraz. *Journal Management System 6* (21): 85-102.

Taş, A. (2016). *Girişimcilik Eğitimi İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkinin Parametrik Tekniklerle Analizi: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Örneği.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Bolu.

Tekin, D. (2018). *Tekno-Girişimlerde Girişimci Pazarlama Girişimcilik Eğilimi ve İşletme Performansı İlişkisi*. Yayınlanmamış doktora tezi. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.

.

Tekin, E. (2019). Sosyal Zekânın Akademik Performans Üzerindeki Etkisinde Kültürel Zekânın Düzenleyici Rolü. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, *5*(2), 115-135.

Tekke, M. (2019). Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisinin En Son Düzeyleri: Kendini Gerçekleştirme ve Kendini Aşmışlık. *Eğitimde Nitel Araştırlamar Dergisi, 7* (4), 1704-1712

Tekin, E. & Ersoy, C.İ. (2020 Temmuz). *Sosyal Zekânın Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Uygulamalı Girişimcilik Dersinin Düzenleyici Rolü.* İnternational Economics, Business ad SZoical Sciences Congres, 22-24. 7.2020

Tekin, E. & Ersoy, C.İ. (2020 Ekim). *Kültürel Zekânın Girişimcilik Algısına Etkisinin İncelenmesi.* International Economics, Business and Social Sciences Congress. Econder

Tekin, E. & Hancıoğlu, Y. (2018). Genç Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimlerinin Değerlendirilmesi: Uygulamalı Girişimcilik Kampüsü Üzerine Bir Araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, *8*(1), 213-246.

Triandis, H.C. (2006). Cultural Intelligence in Organisations. *Group& Organisations Management*, *31*(1), 20-26.

Türkmen, İ. & Özkara , B. (2019). *Girişimcilik ekosistemi Açısından Türkiye ve OECD Ülkelerinin Karşılaştırılmalı Analizi*. *10th International Congress on Entrepreneurship (ICE 2019) Proceedings,* 25-26 Apr , (s.). Manisa, Türkiye. 0th International Congress on Entrepreneurship (ICE 2019)

Ulucan, S. (2015). *Girişimcilik Eğiliminin ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Ortaöğrenimde Lise 3. ve 4. Sınıf Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

Uzun, H., Buran, A. Ç. & Beydilli, E. T. (2017). Sosyal Zekânın Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *Siyaset Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, *5*(5), 1-13.

Uzuntepe, S. (2017). Dünyada ve Türkiye'de Tarihsel Süreçte Girişimciliğin Gelişim Süreci. *Maliye ve Finans*, *108*, 53-70.

Ülker, Ç. (2016). *Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Zekâ ve İletişim Becerilerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstütitüsü. İstanbul.

Wu J, Wu L. (2019). Evaluation of Medical College Students´ Entrepreneurial Skills and its Relationship With Social İntelligence. *Open J Soc Sci., 7*(4): 13-23.

Yeşil, S. (2009). Kültürel farklılıkların Yönetimi ve Alternatif Bir Strateji: Kültürel Zekâ. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, *1*, 100-131.

Yıldırım, H. U. & Köroğlu, Ö. (2019). Turist Rehberlerinin Kültürel Zekâ Düzeyi ve Özyeterlilik İnançlarının Hizmet Sunumuna Etkisi. *Journal of Social Sciences, , 18*(1), 328-34.

Yüksel, G. (1997). Sosyal Beceri Eğitiminin Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Beceri Düzeylerine Etkisi. *Yayımlanmamış doktora tezi*. Gazi Üniversitesi EğitimBilimleri Enstitüsü. Ankara.

EKLER

EK A. Anket Formu

Sayın Katılımcı;

Bu anket formu bilimsel bir çalışmaya veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Bu nedenle çalışmamızda sizlerin değerli görüşlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Elde edilen veriler cevaplayıcı veya kurum ismi verilerek, üçüncü şahıslara kesinlikle aktarılmayacak olup bilimsel bir çalışmada kullanılacaktır. Değerli vaktinizi ayırarak yapacağınız katkılardan dolayı teşekkür ederim.

Ceren İrem BAŞOĞLU

Cinsiyetiniz: ( ) Kadın ( ) Erkek

Girişimcilik dersi almakta mısınız?: ( ) Evet ( ) Hayır

Ülke: ( ) Türkiye ( ) Türkiye Cumhuriyetleri ( ) Diğer

Sınıf: ( ) 1. Sınıf ( ) 2. Sınıf ( ) 3. Sınıf ( )4. Sınıf ve üzeri

Bölüm: ( ) İ.İ.B.F ( ) Diğer

Her ifadeye ne derece katıldığınızı, sizce uygun olan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. **(Girişimcilik Eğilimi)**		Çok Daha Düşük	Daha Düşük	Ne yüksek Ne düşük	Daha Yüksek	Çok Daha Yüksek
1	Risk alma eğiliminizi belirtiniz.					
2	Stratejik planlama faaliyetlerine katılma eğiliminizi belirtiniz.					
3	Müşteri istek ve ihtiyaçlarını saptama becerinizi belirtiniz.					
4	Yenilik (inovasyon) düzeyinizi belirtiniz.					
5	Vizyonunuzu gerçekleştirmek için azmetme gücünüzü belirtiniz.					
6	Yeni fırsatları belirleme becerinizi belirtiniz.					

	Her ifadeye ne derece katıldığınızı, sizce uygun olan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. **(Kültürel Zekâ)**	Hiçbir zaman	Nadiren	Ara sıra	Çoğu zaman	Her zaman
1	Farklı kültürel geçmişe sahip insanlarla etkileşim kurarken kullandığım kültürel bilgilerin farkındayım.					
2	Bana yabancı bir kültürden gelen insanlarla etkileşim kurarken kültürel bilgimi ayarlarım.					
3	Kültürlerarası etkileşimlerde kullandığım kültürel bilgimin farkındayım.					
4	Farklı kültürlere sahip insanlarla etkileşim halindeyken, kültürel bilgilerimin doğruluğunu kontrol ederim.					
5	Diğer kültürlerin yasal ve ekonomik sistemlerini bilirim					
6	Diğer dillerin kurallarını (örneğin; kelime bilgisi, dil bilgisi) bilirim.					
7	Diğer kültürlerin dini inançlarını ve kültürel değerlerini bilirim.					
8	Diğer kültürlerin evlilik yapılarını bilirim.					
9	Diğer kültürlerin sanat ve zanaatlarını bilirim.					
10	Diğer kültürlerin sözel olmayan davranışları (jest ve mimik) ifade etme şekillerini bilirim.					
11	Farklı kültürden insanlarla etkileşim kurmaktan zevk alırım.					
12	Bana yabancı bir kültürün halkı ile karşılaştığımda onlarla kaynaşabilme konusunda kendime güvenirim.					
13	Yeni bir kültüre uyum sağlama sürecinde yaşayacağım stres ile başa çıkabilme konusunda kendime güvenirim.					
14	Yabancısı olduğum bir kültürde yaşamaktan hoşlanırım.					
15	Farklı bir kültürdeki alışveriş koşullarına alışabilme konusunda kendime güvenirim.					
16	Konuşma davranışlarımı (örneğin; ses tonu, aksan vb.) kültürlerarası iletişimin gereklerine göre ayarlarım.					
17	Farklı kültürlerarası durumlara uyum sağlamak için duruma göre duraksar ya da sessiz kalırım.					
18	Konuşma hızımı kültürlerarası etkileşimin gereklerine göre değiştirebilirim.					
19	Sözel olmayan davranışlarımı kültürlerarası etkileşimin gereklerine göre değiştirebilirim.					
20	Yüz ifadelerimi kültürlerarası etkileşimin gereklerine göre değiştirebilirim.					

	Her ifadeye ne derece katıldığınızı, sizce uygun olan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. **(Sosyal Zekâ)**	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Diğer insanların davranışlarını önceden tahmin edebilirim.					
2	Davranışlarımın diğer insanlarda ne 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 davranışlarıma nasıl tepki göstereceklerini tahmin edebilirim.					
8	Diğer insanların yüz ifadelerinden, beden dillerinden vs. gerçekte ne demek istediklerini çoğunlukla anlarım.					
9	Tanımadığım yeni inşaların olduğu bir ortamda genellikle tedirginlik hissederim.					
10	Sosyal ortamlara kolaylıkla uyum sağlarım.					
11	İnsanlarla ilk tanışmada ve yeni ortamlara girme konusunda iyiyimdir.					
12	Başka insanlar ile geçinmekte zorlanırım.					
13	Yeni tanıdığım insanlarla iyi ilişkiler kurmada başarılıyımdır.					
14	Başkalarıyla konuşacak güzel sohbet konuları bulmakta çoğunlukla sıkıntı çekerim.					
15	Çoğunlukla başkalarının seçimlerini anlamanın 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 ya da bana kızmış gibi görünür.					
19	İnsanları tahmin edilmez bulurum.					
20	Farkına varmadan çoğu kez başkalarını incitirim.					
21	Diğer insanların yaptıklarıma verdikleri tepkiler beni çoğunlukla şaşırtır.					