

SİYASET, EKONOMİ ve YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ



RESEARCH JOURNAL OF
POLITICS, ECONOMICS AND MANAGEMENT

October 2017, Vol:5, Issue:5

Ekim 2017, Cilt:5, Sayı:5

P-ISSN: 2147-6071

E-ISSN: 2147-7035

Journal homepage: www.siyasetekonomiyonetim.org



Sosyal Zekânın Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma *The Effect of Social Intelligence on Entrepreneurship Intention: A Research on Vocational College Students*

Yrd. Doç. Dr. Hülya UZUN

Dumlupınar Üniversitesi, hulya.cinar@dpu.edu.tr

Öğr. Gör. Dr. Ali Çağrı BURAN

DPÜ Kütahya Sosyal Bilimler MYO, acagri.buran@dpu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Elif Tuba BEYDİLLİ

Dumlupınar Üniversitesi, eliftuba.beydilli@dpu.edu.tr

DOI: <https://doi.org/10.25272/j.2147-7035.2017.5.5.01>

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Geliş 05 Aralık 2017
Düzeltilme Geliş 14 Aralık 2017
Kabul 15 Aralık 2017

Anahtar Kelimeler:

Sosyal Zeka, Girişimcilik,
Manipülasyon, Empati

© 2017 PESA Tüm hakları saklıdır

ÖZET

Teknolojinin hayatımızın her alanına girdiği bu çağda, hayatımızı kolaylaştırmasının yanında, ortaya çıkardığı olumsuzluklar da bulunmaktadır. Bu olumsuzluklardan en az düzeyde etkilenilmesi için bireylerarası ilişkilerin en iyi düzeyde yönetilmesi, başka bir deyişle bireylerde sosyal zeka düzeyinin yüksek olması gerekmektedir. Girişimcilikte, bireylerin başarı gösterebilmeleri açısından sosyal zeka düzeylerinin de yüksek olması gerekmektedir. Bu sebeple bu çalışmanın özellikle manipülasyon olmak üzere sosyal zeka boyutlarının girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin araştırılmasıdır. Bu amaçla konunun kuramsal çerçevesini belirlemeye yönelik olarak literatür taramasının ardından elde edilen veriler ışığında bir saha çalışması ile anket uygulanmıştır. Çalışma kapsamında Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu ve Kütahya Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencilerinden 249 adet veri toplanmıştır. Elde edilen veriler üzerinden, sosyal zeka boyutlarından empati ve manipülasyonun öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde doğrudan bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır.

ARTICLE INFO

Article History:

Received 05 December 2017
Received in revised form 14 December 2017
Accepted 15 December 2017

Keywords:

Social Intelligence, Entrepreneurship,
Manipulation, Empathy

© 2017 PESA All rights reserved

ABSTRACT

In this age where technology has entered into every aspect of our life, besides facilitating our lives, there are also some negativities. In order to decrease the effects of these negativities, it is necessary to manage as successful as possible the relationships between individuals, in other words individuals' social intelligence level need to be high. In entrepreneurship, in order to be succeeded individuals' social intelligence level needs to be high. For this reason in this study it is aimed to investigate the effect of dimensions of social intelligence on entrepreneurship intention. From this perspective a survey, which was designed with the help of the literature, had conducted on the students of Kutahya Social Sciences Vocational College and Kutahya Technical Sciences Vocational College and 249 surveys collected. As a result of the analyses manipulation and empathy has directly effect on entrepreneurship intention.

GİRİŞ

Günümüzde rekabet ortamında avantajlı konumda olabilmek için sosyal ilişkilerin güçlü olması gerektiği bilinmektedir. Sadece iş hayatında değil, aynı zamanda sosyal yaşantımızda da başka birey ya da gruplar ile etkileşimde bulunma zorunluluğu bireyin yaşantısını devam ettirmesi için kaçınılmaz bir durumdur. Etkileşimde bulunmak, sosyal ilişkiler ile açıklanabilmektedir. Toplumu oluşturan bireylerin farklı kişilik özelliklerine, tutum ve davranışlarına sahip olmasından dolayı bu sosyal ilişkilerin oluşturulması ve sağlıklı bir şekilde sürdürülmesi kolay bir durum değildir. Bu durumda sosyal zeka konusu önem kazanmaktadır.

Sosyal zeka, bireyin başkalarıyla anlaşabilmesini ve işbirliği yapabilmesini sağlamaktır. Bundan dolayı bireylerin yaşamlarının her alanında gösterecekleri başarı sosyal zeka ile ilgilidir. Girişimcilik de, bireylerin sosyal ilişkilerinin güçlü olmasını gerektirmektedir. Ancak her birey gibi girişimci de farklı kişilik özelliklerine, tutum ve davranışlara sahip olmasından dolayı, buldukları sosyal ilişkilerdeki yaklaşımları da farklılık gösterebilir. Bireyler sosyal ilişkilerini güçlü hale getirirken başkalarına karşı bazen olumlu yaklaşmakta, bazen ise kişiliklerinin yansımasıyla hırs ve engel tanımaz bir takım duyguların etkisi içinde karşı tarafı olumsuz olarak da etkilemekte ya da karşı tarafın kendi istediği şekilde hareket etmesini sağlamaktadır. Bu durumdan hareketle girişimcilikte sosyal zeka, manipülasyon, empati ve sosyal agresiflik boyutları ele alınarak bu boyutlardan hangisinin bireylerin girişimcilik niyetlerine daha fazla anlam yüklediği belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda çalışmanın araştırma sorusunu “sosyal zeka boyutlarının girişimcilik niyeti üzerinde bir etkisinin olup olmadığı” oluşturmaktadır.

1.Kavramsal Çerçeve

Sosyal zekayı MESİ (manipülasyon, empati ve sosyal agresiflik) boyutları kapsamında inceleyen araştırmalar, gerek sosyal zeka ölçeğinin geliştirilmesine gerekse boyutlar arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesine yer vermiştir. Habib vd. (2013) tarafından yapılan araştırma, sosyal zeka ölçeğini geliştirmek ve doğrulamak için yapılmıştır. Geliştirilen ve doğrulanan ölçeğin faktörlerinden biri sosyal manipülasyondur. Bu araştırma bulguları, sosyal zekayı, iletişim, doğru empati ve sosyal uyum yeteneği yoluyla başkalarını manipüle edebilen, etkileyen, yöneten ve kontrol eden bireyin bulunduğu bir dizi tutarlı ve işbirliğine dayalı kişilerarası ilişkileri oluşturmak, kolaylaştırmak ve korumak için bir bireyin yeteneği olarak ileri sürmektedir. Lelková ve Lorincová (2017) tarafından yapılan araştırma, dışa dönüklük, uygunluk, sorumluluk, nevroz ve deneyime açıklıktan oluşan kişilik özelliklerinin sosyal zekanın temel bir parçası olan manipülasyona etkisini ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma sonucunda, dışa dönüklük, deneyime açıklık ve uygunluğun, manipülasyonu tahmin etmede belirli açıklama gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir. Sorumluluk ve nevrozluğun ise manipülasyonu belirli bir açıklama gücüne sahip olmadığı anlaşılmaktadır (Lelková ve Lorincová, 2017:102). Nagler vd. (2014:47) tarafından yapılan çalışmada ise, sosyo-duygusal zekanın hangi koşullar altında duygusal manipülasyonla ilişkili olduğu incelenmiştir.

Krause (2012) tarafından yapılan araştırmanın amacı, çalışanların duyguları ve kişiler arası ilişkileri ile ilgili olarak organizasyonlarda manipülasyonun bağlantılarını analiz etmektir. Grieve (2011) tarafından yapılan çalışmada öz-izleme, samimiyet ve duygusal manipülasyon arasındaki ilişki ilk kez incelenmiştir. Araştırma sonucunda, beklentilerin aksine, hem hoşgörü hem de vicdanlılık, duygusal manipülasyon ile önemli düzeyde negatif

ilişkili olduğu da ortaya çıkmıştır. Bu bulgular, olumsuz durumlarda duyguları kullanma eğiliminde yararlı bilgiler sağlamaktadır (Grieve, 2011:984). Grieve ve Panebianco (2013) tarafından yapılan araştırmada, duygusal zeka, sosyal zeka, psikopati, saldırganlık, bilişsel bozukluklar ve duygusal manipülasyondaki empati rolü araştırılmıştır. Araştırma sonucunda, etik değerler ve ilkeler açısından daha yüksek düzeyde olanların, duygusal manipülatif davranışlara girme olasılığının düşük olduğunu ifade etmişlerdir. Lelková ve Lorincová (2017:105) ve Koraus (2017:465) tarafından yapılan araştırmada, empati düzeyi yüksek olan bireylerin, niyetlerini, hislerini ve diğerlerinin zayıflığını belirleme yollarının farkında olduklarını, yeni insanlara uyum sağlayabildiklerini ve beklentilerini karşılayabildiklerini ifade etmişlerdir. Buna karşın, Grieve ve Panebianco (2013), yüksek düzeyde empatinin, düşük düzeyde duygusal manipülasyon ile ilişkili olması gerektiğini, ancak, şu ana kadar bu ilişkinin test edilmediğini belirtmektedir.

1.1. Sosyal Zeka

Sosyal zeka, bireylerin başkalarıyla iyi geçinme ve işbirliği yapmalarını sağlamaktır (Nazarpoori, 2017:619; Doğan vd., 2009:236). Goleman ve Boyatzis (2015:24) sosyal zekayı, liderliği değerlendirmek için daha fazla ilişkiye dayalı bir kurgu olarak ifade ederek, başkalarına etkin olmaları için ilham veren özellikli nöron devrelerine dayanan bir dizi kişiler arası yetkinlikler olarak tanımlamaktadır. Sosyal zeka, bazen sadece insan ilişkileri becerileri olarak tanımlanırken bazen de olayların ve durumların bilincinde olmak ve onları etkileyen sosyal hareketlilik ve bir bireyin diğerlerini idare ederken, hedeflerine ulaşabilmesine yardımcı olan etkileşim tarzı ve strateji bilgisi olarak tanımlanabilir (Doğan vd., 2009:236).

Sosyal zeka ile ilgili başka bir tanım ise Rahim (2014) tarafından önerilen ve Rahim (2016) tarafından genişletilen tanımdır. Buna göre sosyal zeka, ilişkili sosyal durumsal bağlamlarının farkında olma, bağlamları veya zorlukları etkili bir şekilde ele alma, başkalarının endişelerini, duygularını ve duygusal durumlarını anlama ve başkalarıyla pozitif ilişkiler kurma ve bu ilişkileri koruma, ne söylediğini, onu ne zaman söylediğini ve onu nasıl söylediğini bilerek inandırıcı bir tavır içinde olma ve açık bir şekilde konuşma yeteneğidir (Rahim, 2014:46; Rahim 2016:2). Sosyal zekalı bireyler, kendilerinin tamamen farkındadırlar ve çevrelerini anlamaktadırlar. Bu, onlara duygularını kontrol etmeyi ve yaşamda amaçları hakkında karar almalarını sağlamaktadır (Nazarpoori, 2017:619).

Goleman (2007:117), sosyal zekayı oluşturan unsurların iki geniş kategoride incelenebileceğini, bunların (a) sosyal farkındalık (bireyin başkaları hakkındaki sezgisi) ve (b) sosyal beceri (bu farkındalıkla ne yapıldığı) olduğunu ifade etmiştir. Başka birinin iç halini anında sezmekten, hislerini ve düşüncelerini anlamaya, karmaşık sosyal durumları kavramaya kadar uzanan bir yelpazeye gönderme yapan sosyal farkındalık (Goleman, 2007:118), temel empati, uyum, empatik isabet ve sosyal biliş olmak üzere dört öğeden oluşmaktadır (Goleman, 2007:118 ; Nazarpoori, 2017:620). Diğer bir kategori olan sosyal beceri ise, eşzamanlılık, benlik sunumu, nüfuz ve ilgi olarak dört öğeyi içermektedir (Goleman, 2007:118).

Carreras vd. (2014:372) ise sosyal zekayı üç kategoride incelemiştir. Bunlar, (a) sosyal ipuçlarını anlama yeteneğini ifade eden sosyal bilgi işleme, (b) duygusal perspektife başvuran sosyal farkındalık (başkalarının duygularını ve tepkilerini tahmin etme yeteneği), (c) kişinin sosyal performans yetenekleri (diğer bir deyişle, arzulanan sosyal hedefleri gerçekleştirmek için yeterli davranış üretebilme yeteneği) ile ilgili sosyal becerilerdir. Rahim

(2016) ise sosyal zekayı durumsal farkındalıklar, durumsal tepkiler, bilişsel empati ve sosyal beceriler olarak dört kategoriye ayırmıştır. Durumsal farkındalık ve durumsal tepkiden oluşan ilk iki yetenek, bireyin kariyer başarısı ve etkili liderliği için gereklidir. Bilişsel empati ve sosyal beceriler olarak diğer iki yetenek ise insanların duygularını ve ihtiyaçlarını anlama, onlarla etkili bir şekilde iletişim kurma ve ilişkileri oluşturma ve bu ilişkileri koruma yeteneğini ifade etmektedir (Rahim 2016:3).

Sosyal zekanın, literatürde çeşitli ölçeklere dönüştürüldüğü görülmektedir. Bunlardan bazıları, George Washington Sosyal Zeka Testi, Sosyal Kavrama Testi, Rol alma testi ve Gözlerde Zihin Okuma Testi (RMET) gibi ölçeklerdir. Bu çalışmada ise, Sosyal zekada manipülasyon konusu da ele alındığından dolayı Manipülasyon, Empati ve Sosyal Agresiflik boyutlarından oluşan MESI ölçeği kullanılmıştır.

1.2. MESI (Manipülasyon, Empati ve Sosyal Agresiflik)

Bu ölçek, manipülasyon, empati ve sosyal agresiflik olarak üç boyutta incelenmektedir. Manipülasyon, başkalarından istediğini almak amacıyla yapılan sosyal manevra olarak işaret edilir. Başka bir deyişle, başkalarını kendi amaçları doğrultusunda kullanarak, cazibe yoluyla ve başkalarının güvenini kazanarak onlardan faydalanmanın ince ve gizlilik gerektiren teknikleriyle gerçekleştirilen davranışlardır (Habib vd., 2013:77). Lelková ve Lorincová (2017:103) ise manipülasyonu, bir tarafın kendi hedeflerine ulaşmak için diğer tarafı kullandığı asimetrik bir etkileşim olarak tanımlamaktadır. Manipülasyon genellikle toplumsal statülerin ve başkalarıyla olan ilişkilerin üzerinde kontrol sahibi olmaya çalışmaktır (Archer & Coyne, 2005:218). Bu kavram, literatürde kötü niyetle kullanılan “karanlık zeka”, “sosyal zekanın karanlık yüzü” (Nagler vd., 2014:47), “Kişiliğin karanlık yönü” (Grieve, 2011:981) ifadeleri ile de kullanılmaktadır. Lelková ve Lorincová, (2017:105) tarafından yapılan çalışmada, manipülasyon boyutu ile ilgili ifadeleri “Manipülasyon ele alındığında, bu faktörde daha yüksek puanlara sahip kişiler, ihtiyaç duydukları şeyi yapmaya başkalarını ikna edebilmektedir, başkalarını nasıl kullanacaklarını ve onları kendi yanlarında durmaya nasıl ikna edeceklerini bilirler, yalanları, kendi çıkarları için bir kaynak olarak kullanmaktan çekinmezler” şeklindedir. Başarılı kişilerarası manipülasyon, sosyal becerileri, başkalarının duygularını ve hislerini anlama ve duygusal açıdan belirgin olan uyarıcılara nasıl tepki vereceğini tahmin etme becerisini gerektirir (Bacon and Regan, 2016:332). Gizlenen amaçlar ve davranışlar olarak ifade edilen manipülasyonda, birey kendi çıkarı için diğer bireylerin üstünlüklerinden yararlanmaktadır (Lelková ve Lorincová, 2017:103). Manipülasyonun ortaya çıkması, güvensizlik, artan sosyal belirsizliğe yol açmaktadır (Krause, 2012:214).

Empati, bireyin bir başkasıyla konuşarak ya da konuşmadan iletişim kurabilmesi, başkasının duygu, düşünce, durum ve deneyimlerini anlaması ve olayları onun bakışıyla değerlendirebilmesidir (Ünal Karagüven, 2015:188). Habib vd. (2013:77) empatinin, başkalarının yaşadığı duyguları, mutluluğu ve acıyı paylaşma kapasitesini yansıttığını ifade ederken, Carreras vd. (2014:372) empatiyi, bir başkasının bakış açısını kullanma ve başkasının duygularını deneyimleme becerisi olarak tanımlamıştır.

Sosyal agresiflik, sosyal ortamda gergin durumda olan bireyler ile ilgilidir. Agresiflik düzeyi yüksek olan bireyler, başkalarıyla iletişim kurmaktan rahatsız olmaktadır (Frankovsky ve Birknerová 2014:94; Lelková ve Lorincová, 2017:105). (Lelková ve Lorincová, 2017:105) sosyal ortamda agresif olan bireylerin uyum sağlamada güçlük yaşadıklarını ve güçsüz

görünmeye dayanamadıklarını ifade etmektedir. Başkalarına uyum sağlamak onlar için zordur. Onlar için bir şey yapmaya istekli olan bireyler onları sınırlendirir (Koraus, 2017:465).

1.3. Girişimcilik Niyeti

Literatürde girişimcilik konusunda öğrencilerin üzerinde yapılan çok fazla çalışma bulunmaktadır. Bunlardan bazıları, girişimcilik eğilimi üzerine Işcan ve Kaygın (2011), Bilge ve Bal (2012), Korkmaz, (2012), Yüksel vd. (2015), üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin geliştirilmesi üzerine Yılmaz ve Sünbül (2009), girişimci kişilik özellikleri ile ilgili olarak Bozkurt ve Erdurur (2013), kişilik ve girişimcilik niyeti ile ilgili Şeşen ve Basım (2012), İrmış ve Barutçu, (2012), toplumsal kültür ve girişimcilik niyeti ile ilgili olarak Şeşen vd. (2014) tarafından yapılan çalışmalar sıralanabilir.

Girişimcilikte empati üzerine odaklanan Humphrey (2013), empatiye sahip girişimcilerin çalışanlarını motive etme ve yönlendirmede, çalışanlarının işyeri stresleriyle başa çıkmasına yardımcı olmada başarılı olacağını ifade etmektedir. Girişimcilik ve zeka konularını ele alarak yapılan çalışmalara bakıldığında ise, Demirel vd. (2011) tarafından yapılan araştırmada “girişimci olabilmiş bireylerin çoklu zekâya dayalı yetenekleri girişimcilik düşünceleri üzerinde etkili midir?” sorusuna cevap aranmış, elde edilen sonuçlar, girişimci olabilmiş bireylerin çoklu zekâya dayalı yeteneklerinin girişimcilik düşünceleri üzerinde anlamlı bir belirleyici etkisi olduğunu ortaya çıkarmıştır. Timuroğlu ve Akpunar (2017), Cin ve Günay (2013) ve Yelkikalan (2007) tarafından yapılan çalışmalarda girişimcilik ve duygusal zeka konuları ele alınırken, Parlak (2013) tarafından yapılan araştırmada ise, girişimci kişilik özellikleri ile içsel ve sosyal zeka arasında bir ilişkinin varlığı test edilmiştir. Araştırma sonucunda, girişimci (kişilik) özellikleri ile içsel ve sosyal zeka arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Aynı zamanda Parlak (2013), araştırmasında sosyal zeka boyutlarına yer vermediğini, gelecek çalışmaların sosyal zeka boyutları üzerinde de yapılması gerektiğini, araştırmasının sonuç bölümünde vurgulamıştır.

2. Metodoloji

2.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Hipotezler

Bu araştırmanın temel amacı Sosyal Zeka boyutlarının (manipülasyon, empati ve sosyal agresiflik) Girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini araştırmaktır. Araştırmanın hipotezleri şu şekilde belirlenmiştir;

H1: Sosyal zekanın bir boyutu olarak manipülasyonun girişimcilik niyeti üzerinde bir etkisi vardır.

H2: Sosyal zekanın bir boyutu olarak empatinin girişimcilik niyeti üzerinde bir etkisi vardır.

H3: Sosyal zekanın bir boyutu olarak sosyal agresifliğin girişimcilik niyeti üzerinde bir etkisi vardır.

Hipotezlerin test edilmesi amacıyla araştırma verileri anket uygulaması yoluyla toplanmıştır. Anket uygulamasında Sosyal Zeka için Frankovský ve Birknerová (2012) tarafından geliştirilen manipülasyon, empati ve sosyal agresiflik boyutlarını içeren 21 maddelik MESI sosyal zeka ölçeği kullanılmış, girişimcilik niyeti için Linan ve Chen (2009) tarafından geliştirilen, ŞEŞEN ve BASIM (2012) tarafından kullanılan ölçekten yararlanılmıştır. Anket uygulamasında Türkiye’de halen öğrenimlerine devam eden girişimcilik dersi alan meslek yüksekokulu öğrencileri çalışma evreni olarak belirlenmiştir ve çalışma evrenini temsil edebilecek sayıda yeterli 249 adet meslek yüksekokulu öğrencisinden veri toplanmıştır.

Araştırma sürecinde öncelikle ölçeklerin güvenilirliği test edilmiş ardından keşfedici faktör analizi yapılmış, yapısal eşitlik modellemesi için gerekli değişkenler ve veri seti

hazırlanmıştır. Daha sonra, öncelikle yapısal model elde edilebilmesi için doğrulayıcı faktör analizleri uygulanmış ve sonuç olarak yapısal modele girecek olan değişkenler belirlenmiştir. Son olarak da araştırma konusu olan modele ilişkin değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesinde yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Güvenilirlik ve Keşfedici Faktör Analizlerinde SPSS 16.0 programı kullanılmıştır. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ve Yapısal Modelin Test Edilmesinde LISREL 8.51 programı kullanılmıştır.

2.2. Bulgular

Sosyal Zeka boyutlarını ölçmeye yönelik olarak 21 ölçek maddesi üzerinde yapılan ilk güvenilirlik analizi sonucunda, Cronbach's Alpha değeri 0,737 olarak hesaplanmıştır. Değerlerin iyi, yani ölçeğin yüksek güvenilirlikte olduğunu göstermektedir. Ancak soruların toplam korelasyonları ve alfa değerleri incelendiğinde; ölçek maddeleri pozitif olmayan ve 0,25'den küçük olan ve Alpha değerleri ölçeğin genel Alpha değerinden büyük olan, 8 ölçek maddesi (4-1-7-14-10-15-18) sırasıyla ölçekten çıkarılarak analiz tekrarlanmıştır.

Soruların çıkartılması sonucu son güvenilirlik analizine göre ölçek Cronbach's Alpha değeri 0,813 olarak hesaplanmıştır (Tablo 1).

Tablo 1: Sosyal Zeka Güvenilirlik Analizi Değerleri

Sosyal Cronbach alpha (α ,813)	Zeka	TopKor	Alpha
2 Yeni insanlara nasıl uyum sağlayacağımı tahmin edebilirim	,304	,811	
3 Başkalarının isteklerini tahmin ederim.	,416	,803	
5 Başkalarına hemen hemen herşeyi yapmaları için ikna edebilirim.	,427	802	
6 Başkalarını, kendi menfaatim için kullanmak beni mutlu eder.	,272	,813	
8 Başkalarının isteklerinin farkında olabiliyorum.	,423	,803	
9 Başkalarının duygularına göre nasıl davranacağımı biliyorum.	,276	,812	
11 Davranışlarımı, insanların benim istediğim şeyleri yapmaları yönünde ikna etmek için kullanabilirim.	,495	,797	
12 İstersem, başkalarını kendi menfaatime göre nasıl kullanacağımı biliyorum.	,600	,787	
13 Kendi menfaatim için başkalarının hayatlarını nasıl kullanacağımı biliyorum.	,513	,795	
16 Başkaları, duygularını göstermek istemeseler bile onların duygularını tahmin edebiliyorum.	,453	,800	
17 Başkalarının zayıf yönlerini tahmin edebilirim.	,531	,795	
19 Kendi menfaatim için başkalarını kullanıyorum.	,324	,809	
20 Başkalarını benim tarafımı almaları için nasıl ikna edebileceğimi biliyorum.	,548	,792	
21 Başkaları ile iletişim halinde iken isteklerini farkedebilirim.	,488	,798	

Girişimcilik niyeti için 3 ölçek maddesi üzerinde yapılan ilk güvenilirlik analizi sonucunda, Cronbach's Alpha değeri 0,818 olarak hesaplanmıştır. Değerler oldukça iyi, yani ölçeğin yüksek güvenilirlikte olduğunu göstermektedir. Soruların toplam korelasyonları ve alfa değerleri incelendiğinde; tüm ölçek maddelerinin pozitif ve 0,25 değerinden büyük oldukları, hiçbir ölçek maddesinin alfa değerinin, ölçeğin genel alfa değerinden yüksek olmadığı ve korelasyona değerlerinin de 0,30'dan büyük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu

sonuçlara göre bu aşamada ölçekten her hangi bir sorunun çıkartılmasına gerek yoktur (Tablo 2).

Tablo 2: Girişimcilik Niyeti Güvenilirlik Analizi Değerleri

Girişimcilik Niyeti	Cronbach alpha(α ,818)	TopKor	Alpha
1 Bir girişimci olarak her şeyi yapmaya hazırım.	,643		,777
2 Profesyonel olarak hedefim, bir girişimci olmaktır.	,711		,709
3 Kendi işimi kurmak ve sürdürmek için her türlü çabayı göstereceğim.	,659		,761

Bu aşamada örneklemeden elde edilen veriler üzerinden, araştırmada kullanılan ölçeği boyutlara indirgemek ve bu boyutları adlandırmak üzere keşfedici faktör analizi uygulanmıştır. Bu amaçlarla Maximum Likelihood ve Direct Oblimin faktör rotasyon yöntemleri kullanılarak keşfedici faktör analizine başvurulmuş ve bu analizde kullanılan korelasyon matrisi, ayırma geçerliliği için incelenmiştir

Sosyal Zeka ölçeğine yönelik ilk faktör analizi sonucunda, öz değeri (eigen value) 1'in üzerinde 2 faktör olduğu, X2 değerinin anlamlı ve KMO değerinin ise 0,828 olduğu sonucu bulunmuştur. Bununla birlikte 20. maddenin, birden fazla faktöre yüklendiği için bu ölçek maddesi, ölçekten çıkarılmış ve faktör analizi tekrarlanmıştır. Yapılan ikinci faktör analizi sonucunda sosyal zekayı ölçmeye yönelik tüm maddelerin sorunsuz bir şekilde öz değeri (eigen value) 1'in üzerinde olan 2 faktöre yüklendiği, X2 değerinin anlamlı ve KMO değerinin 0,807 olduğu sonucu bulunmuştur. Faktör yüklerinin 0,40 değerinin üzerinde olduğu ve 2 faktör tarafından açıklanan toplam varyans değerinin % 61,32 olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, maddeler ile ait oldukları faktörler arasında büyük ve önemli bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Ölçek maddeleri ile yüklendikleri faktörler arasındaki ilişki dikkate alınarak söz konusu faktörler sırasıyla, Empati (1.faktör), Manipülasyon(2.faktör), olarak belirlenmiştir. % 61,32 olan toplam varyansın % 24,108'i birinci faktör, %36,924'ü ikinci faktör tarafından açıklanmaktadır (Tablo 3).

Tablo 3: Sosyal Zeka Keşfedici Faktör Analizi Faktör Yükleri

Ölçek Madde No		1 Empati	2 Manipülasyon
2	Yeni insanlara nasıl uyum sağlayacağımı tahmin edebilirim	,538	
3	Başkalarının isteklerini tahmin ederim	,506	
5	Başkalarına hemen hemen herşeyi yapmaları için ikna edebilirim.	,451	
8	Başkalarının isteklerinin farkında olabilirim	,657	
9	Başkalarının duygularına göre nasıl davranacağımı biliyorum.	,453	
16	Başkaları, duygularını göstermek istemeseler bile onların duygularını tahmin edebiliyorum.	,611	
17	Başkalarının zayıf yönlerini tahmin edebilirim.	,569	
21	Başkaları ile iletişim halinde iken ben isteklerini farkedebilirim.	,577	
6	Başkalarını, kendi menfaatim için kullanmak beni mutlu		,571

	ediyor. eder	
11	İnsanları, benim istediğim şeyleri yapmaları için ikna edebilirim.	,607
12	İstersem, başkalarını kendi menfaata göre nasıl kullanacağımı biliyorum.	,653
19	Kendi menfaatim için başkalarını kullanıyorum.	,602
13	Kendi menfaatim için başkalarının hayatlarını nasıl kullanacağımı biliyorum.	,763

Girişimcilik Niyeti ölçeğine yönelik faktör analizi sonucunda, öz değeri (eigen value) 1'in üzerinde 1 faktör olduğu, X2 değerinin anlamlı ve KMO değerinin ise 0,710 olduğu sonucu bulunmuştur. Faktör yüklerinin 0,40 değerinin üzerinde olduğu ve 1 faktör tarafından açıklanan toplam varyans değerinin % 60,350 olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, maddeler ile ait oldukları faktörler arasında büyük ve önemli bir ilişkinin olduğunu göstermektedir (Tablo 4).

Tablo 4: Girişimcilik Niyeti Keşfedici Faktör Analizi Faktör Yükleri

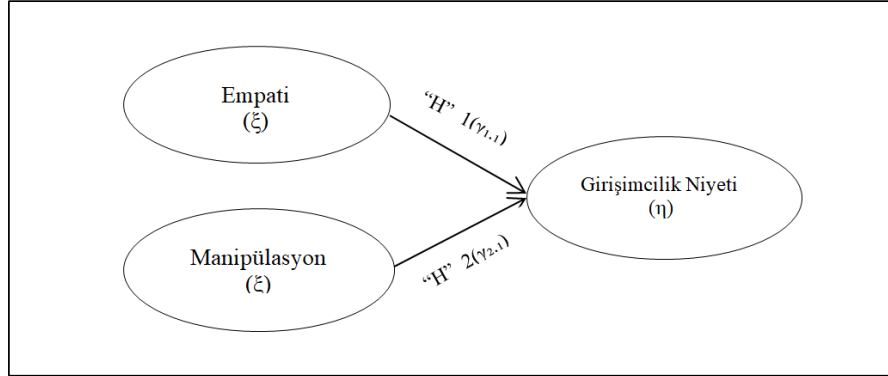
Ölçek Madde No		Girişimcilik Niyeti
1	Bir girişimci olarak her şeyi yapmaya hazırım.	,729
2	Profesyonel olarak hedefim, bir girişimci olmaktır.	,844
3	Kendi işimi kurmak ve sürdürmek için her türlü çabayı göstereceğim.	,754

Analizin üçüncü aşamasında gözlemlenebilir değişken gruplarının (ölçümlerin) ait oldukları faktörler tarafından uygun olarak temsil edilip edilmediklerini belirlemek amacıyla Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sırasında değişkenlere ilişkin olarak LISREL 8.51 for Windows programı tarafından oluşturulan kovaryans matrisi kullanılmıştır. Bu amaçla gözlemlenebilir değişkenlere ilişkin oluşturulan kovaryans matrisi ve MLE (en yüksek olabilirlik tahmini) yöntemi kullanılarak yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonuçları aşağıdaki tablolarda ayrı ayrı verilmiştir

Sosyal Zeka ölçeğine ilişkin gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucunda görüldüğü gibi, bulunan parametre tahmin değerlerinin tümü 0,50 ile 0,99 değerleri arasında gerçekleşmiş olup aynı zamanda ulaşılan t değerleri, teorik tablo değerinin ($p < 0,01$ için $t > 2,58$) üzerinde gerçekleşmiştir. Buna ek olarak tüm hata terimlerinin negatif değere sahip olmadığı ve 1 değerini aşmadığı görülmüştür. Ayrıca Sosyal Zeka değişkenine ilişkin uyum istatistikleri değerlerine göre; RMSEA ($0,064 \leq 0,08$), GFI ($0,93 \geq 0,90$), NNFI ($0,89 \leq 0,90$), χ^2 / df ($104,61/52=2,01 \leq 3$) araştırma teorik modelinde öne sürülen Sosyal Zeka değişkeninin model yapısının, yapısal modeli oluşturabilecek uygun yapıya sahip olduğu belirlenmiştir.

Girişimcilik niyeti ölçeğine ilişkin gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucunda görüldüğü gibi, bulunan parametre tahmin değerlerinin tümü 0,50 ile 0,99 değerleri arasında gerçekleşmiş olup aynı zamanda ulaşılan t değerleri, teorik tablo değerinin ($p < 0,01$ için $t > 2,58$) üzerinde gerçekleşmiştir. Buna ek olarak tüm hata terimlerinin negatif değere sahip olmadığı ve 1 değerini aşmadığı görülmüştür. Dolayısıyla araştırma teorik modelinde öne sürülen Girişimcilik niyeti değişkeninin model yapısının, yapısal modeli oluşturabilecek uygun yapıya sahip olduğu belirlenmiştir.

Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda uygun ölçüm modeli elde edildikten sonra, değişkenler arası ilişkilerin sınındığı diğer aşama olan yol analizine geçilmiştir. Yol analizinde girdi matrisi olarak kovaryans matrisi kullanılmıştır. YEM ile analiz edilecek olan model ve modeldeki değişkenler arasındaki ilişkiler aşağıdaki şekilde gösterilmiştir (Şekil 1).



Şekil 1: Analizi Yapılacak Model ve Model Değişkenleri Arasındaki İlişkiler

Yapılan YEM analizi sonucunda araştırma hipotezleriyle ortaya konulan ilişkiler ve bu ilişkilere ait parametre değerleri ile t değerleri aşağıdaki Tablo 5'de gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, 0,05 anlamlılık düzeyinde $t=1,91$ değerine göre empati ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiye ait yolun t değeri ($2,81 > 1,91$) ve Manipülasyon ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiye ait yolun t değeri ($9,06 > 1,91$) olduğundan H1 ve H2 hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 5: Hipotezlere İlişkin t değerleri

Araştırma Hipotezleri	İlişkiler	Parametreler	Standart Parametre Tahminleri	t Değerleri
H ₁	Empati (ξ ₁)-Girişimcilik Niyeti (η ₁)	$\gamma_{1,1}$	0,14	2,81
H ₂	Manipülasyon (ξ ₂)- Girişimcilik Niyeti (η ₁)	$\gamma_{2,1}$	0,84	9,06

Modele ilişkin RMSEA ($0,05 > 0,051 < 0,08$), X^2/df ($162,43/74=2,19 \leq 3$), NNFI ($0,93 \geq 0,90$) ve CFI ($0,94 \geq 0,90$) uyum istatistiği değerleri incelendiğinde iyi uyuma yakın değerler aldığı görülmektedir. Dolayısıyla bu haliyle modelin kabul edilebilir bir model olduğu görülmektedir.

Tüm bu bulgular ışığında araştırma hipotezlerinin Kabul/Red durumu aşağıdaki tabloda verilmiştir (Tablo 6)

Tablo 6: Hipotezlere İlişkin Kabul/Red Durumu

Hipotez	Hipotezin İçeriği	Kabul /Red
H ₁	Sosyal zekanın bir boyutu olarak manipülasyonun girişimcilik niyeti üzerinde bir etkisi vardır.	Kabul
H ₂	Sosyal zekanın bir boyutu olarak empati ile girişimcilik niyeti arasında bir ilişki vardır.	Kabul

H3	Sosyal zekanın bir boyutu olarak sosyal agresiflik ile girişimcilik niyeti arasında bir ilişki vardır.	KFA analizi sonucunda Red
----	--	---------------------------

SONUÇ

Girişimcilik, bireylerin sosyal ilişkilerinin güçlü olmasını gerektirmektedir. Bireyler, sosyal ilişkilerini güçlü hale getirirken, hırs ve engel tanımaz bir takım duyguların etkisi içinde karşı tarafı olumsuz olarak da etkilemekte ya da karşı tarafın kendi istediği şekilde hareket etmesini sağlamaktadır. Bu durum, sosyal ilişkileri yüksek düzeyde olan her birey için geçerli olmayabilir. Bazı bireyler etik ile vicdan boyutu ve sahip oldukları kişilik çerçevesinde ben merkezli davranmayarak karşı tarafı kötü anlamda etkileme ya da kendi çıkarları için kullanma yoluna gitmeyi tercih etmeyebilirler.

Bunun dışında bireyin karşılaştığı farklı durumlara göre ani duygusal değişimlere maruz kalabilmesi söz konusudur. Bu durumda birey normal olarak empatik ve dürüst olsa bile olumsuz bir davranış biçimine girebilmektedir. Aynı zamanda başarıya yönelik aşırı isteğin yol açtığı hırs, engel tanımaz tutum ve davranışları, bireyin sahip olduğu empatik duyguyu kötüye kullanmasına ve manipülatif eğilimde bulunmasına sebep olacaktır.

Sosyal zeka, kısaca etkili insan ilişkileri olarak tanımlanırken, bu ifadeden sosyal zeka ile ilgili herhangi bir olumsuzluk düşünülmemektedir. Ancak, manipülasyon, etkili insan ilişkileri ele alındığında insan ilişkilerini ne derece kötü anlamda kullanılacağını ortaya çıkarmaktadır.

Girişimcilik, bireylerin sosyal ilişkilerinin güçlü olmasını gerektirmektedir. Bundan dolayı, sosyal zeka düzeyi yüksek olan girişimcilerin kişilik ya da empatik /etik yaklaşımı bağlamında manipülasyon düzeylerinin yüksek olacağı düşüncesini ortaya çıkarmaktadır.

Araştırmada kullanılan MESİ ölçeği yeni bir ölçek olmasından dolayı kullanım alanı yaygın değildir. Bu nedenle farklı örnekler ve konuları üzerinde de test edilmesi ve doğrulanması gerekmektedir.

Araştırmanın diğer bir kısıtını ise zaman ve maliyet oluşturmaktadır. Tarafımızdan yapılan diğer ve devam eden çalışmalara kaynak oluşturması açısından bu araştırma bir ölçek deneme çalışmasıdır. Bu doğrultuda araştırma seçilen örneklemin meslek yüksekokulu öğrencileri olması da verilerin sağlıklı olmama ihtimalini düşündürdüğü için araştırmanın diğer bir kısıtını oluşturmaktadır.

KAYNAKÇA

Archer, John and Saray M. Coyne (2005), "An Integrated Review of Indirect, Relational And Social Aggression", *Personality and Social Psychology Review*, Volume: 9, No.3, p.212-230.

Bacon, Alison M. and Lisa Regan (2016), "Manipulative Relational Behaviour And Delinquency: Sex Differences And Links With Emotional Intelligence", *The Journal of Forensic Psychiatry & Psychology*, Volume: 27, No. 3, p.331-348.

Bilge, Hürriyet ve Vedat Bal (2012) "Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:16, p.131-148.

- Bozkurt, Öznur ve Kutbettin Erdurur (2013) "Girişimcilik Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8:2, p.57-78.
- Carreras, M. R., P. Braza, J. M. Muñoz, F. Braza, A. Azurmendi, E. Pascual-Sagastizabal, J. Cardas and J. R. Sánchez-Martin (2014) "Aggression And Prosocial Behaviors in Social Conflicts Mediating The Influence of Cold Social Intelligence And Affective Empathy On Children's Social Preference", *Scandinavian Journal of Psychology*, 55, p.371-379.
- Cin, Hatice ve Gülsevrim Yumuk Günay (2013), "Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri İle Duygusal Zekaları Arasındaki İlişki: Edirne Örneği", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8:2, p. 7-32.
- Demirel, Erkan T., Muhammet Düşükcan ve Mehmet Ölmez (2011), "Çoklu Zeka Alanlarının Girişimcilik Davranışına Etkisi", *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3:2, p.97-105.
- Doğan, Tayfun, Tarık Totan ve Fatma Sapmaz (2009), "Üniversite Öğrencilerinde Benlik Saygısı ve Sosyal Zeka", *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17, p.235-247.
- Frankovský, Miroslav and Zuzana Birknerová (2014), "Measuring Social Intelligence- The MESI Methodology", *Asian Social Science*, Volume: 10, No. 6, p.90-97.
- Goleman, Daniel (2007), *Sosyal Zeka*, Varlık Yayınları, Sayı:933. 1. Basım. İstanbul.
- Goleman, Daniel and Richard Boyatzis (2008), "Social intelligence and the biology of leadership" *Harvard Business Review*, p.2-8.
- Grieve, Rachel (2011), "Mirror Mirror: The Role Of Self-Monitoring And Sincerity in Emotional Manipulation", *Personality and Individual Differences*, 51, p.981-985.
- Grieve, Rachel and Laura Panebianco (2013), "Assessing The Role Of Aggression, Empathy, And Self-Serving Cognitive Distortions in Trait Emotional Manipulation", *Australian Journal of Psychology*, 65, p.79-88.
- Habib, Shazia, Sadia Saleem and Zahid Mahmood (2013), "Development And Validation Of Social Intelligence Scale For University Students", *Pakistan Journal of Psychological Research*, Vol. 28, No. 1, p.65-83.
- Humphrey, Ronald H. (2013), "The Benefits Of Emotional Intelligence And Empathy To Entrepreneurship", *Entrepreneurship Research Journal*, 3:3, p.287-294.
- İrmiş, Ayşe ve Esin Barutçu (2012), "Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 26, Sayı: 2, p. 1-25.
- İşcan, Ömer Faruk ve Erdoğan Kaygın (2011), "Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt:3, Sayı:2, p. 275-286.
- Koraus, Anton (2017), "Sustainable Economic Development Through Human Resource Management: Social Intelligence Of Managers", *Journal of Security and Sustainability Issues*, Vol.6, No.3, p.457-477.

- Korkmaz, Oya (2012), "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, C.XIV, S II, p. 209-226.
- Krause, Diana Eva (2012), "Consequences Of Manipulation in Organizations: Two Studies On its Effects On Emotions And Relationships", *Psychological Reports: Human Resources & Marketing*, 111, 1, p.199-218.
- Lelková, Anna and Tatiana Lorincová (2017), "Prediction Of Manipulation As A Core Part Of Social Intelligence Through Selected Personality Traits in The Context Of Business Area", *International Journal of Organizational Leadership*, 6, p. 102-108.
- Linan, Francisco and Yi-Wen Chen (2009), "Development And Cross-Cultural Application Of A Specific Instrument To Measure Entrepreneurial Intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), p.119-144.
- Nagler, Ursa K. J, Katharina J. Reiter, Marco R. Furtner and John F. Rauthmann (2014), "Is There A "Dark Intelligence"? Emotional Intelligence Is Used By Dark Personalities To Emotionally Manipulate Others", *Personality and Individual Differences*, 65, p.47-52.
- Nazarpoori, Amirhooshang (2017), "A Survey Of The Effect Of Leader's Social Intelligence On Employee's Perception Of Interpersonal Justice: The Mediating Role Of Shared Leadership", *International Journal of Leadership in Education*, Vol.20, No.5, p.618-631.
- Parlak, Kemalettin (2013), "Girişimci Kişilik Özelliklerine Sahip Olmak ile Kendini ve Başkalarını Tanıma (İçsel ve Sosyal) Zekaları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", http://www.izu.edu.tr/Assets/Content/File/Enstitu_Sekreterligi/2013_Guz_Donemi_Kemalettin_Parlak.pdf, 05.11.2017.
- Rahim, M. Afzalur (2014), "A Structural Equations Model Of Leaders' Social Intelligence And Creative Performance", *Creativity and Innovation Management*, Vol.23, No.1, p.44-56.
- Rahim, M. Afzalur, Ismail Civelek and Feng Helen Liang (2016), "A Model Of Leaders' Social Intelligence And Followers' Satisfaction With Annual Evaluation", *Current Topics in Management*, Vol. 18, p. 1-16.
- Şeşen, Harun, Semih Soran ve Ebru Caymaz (2014), "Toplumsal Kültürün Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Sosyal Ağ Kullanımının Aracılık Rolü", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 41, No.41, p. 93-105.
- Şeşen, Harun ve H. Nejat Basım (2012), "Demografik Faktörler Ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Ege Akademik Bakış*, 12, p.21-28.
- Timuroğlu, M. Kürşat ve Esra Nur Akpunar (2017), "Duygusal Zekanın Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 31, Sayı: 4, p. 875-894.
- Ünal Karagüven, Meşküre Hülya (2015), "Empati Ve Sosyal Zeka", *The Journal of Academic Social Science Studies*, No.34, p.187-197.
- Yelkikalan, Nazan (2007), "21. Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zeka", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), p.39-51.

Yılmaz, Ercan ve Ali Murat Sünbül (2009), “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, p. 195-203.

Yüksel, Hasan, Ezgi Cevher ve Mesude Yüksel (2015), “Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma”, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt:5, Sayı:1, p.143-156.