T.C.
ADIYAMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DUYGUSAL ZEKA VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ: ADIYAMAN ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Feyza AKPINAR

Danışman
Dr. Öğr.Üyesi Hüseyin ALKIŞ

ADIYAMAN-2019

ADIYAMAN UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OFBUSSINES ADMINISTRATION
BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM
MASTER'S THESIS

EMOTIONAL INTELLIGENCE AND ENTREPRENEURSHIP TENDENCY: A RESEARCH ON THE ADIYAMAN UNIVERSITY STUDENTS

Feyza AKPINAR

Supervisor
Assist. Prof. Dr. Hüseyin ALKIŞ

ADIYAMAN-2019

KABUL VE ONAY TUTANAĞI

Dr.Öğr.Üyesi Hüseyin ALKIŞ danışmanlığında, Feyza AKPINAR tarafından hazırlanan, "Duygusal Zeka ve Girişimcilik Eğilimi: Adıyaman Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma" başlıklı çalışma 17/06/2019 tarihinde jürimiz tarafından İşletme Anabilim Dalında Yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri		**İmza**
Başkan	: Prof.Dr. Mehmet KAYGUSUZOĞLU	
Danışman	: Dr.Öğr.Üyesi Hüseyin ALKIŞ	
Üye	: Dr.Öğr.Üyesi Ahmet ÇAKIR	

Doç.Dr.M.Gökhan DALYAN
Enstitü Müdür V.

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Duygusal Zeka ve Girişimcilik Eğilimi: Adıyaman Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

17/06/2019
Feyza AKPINAR

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

DUYGUSAL ZEKA VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ: ADIYAMAN ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Feyza AKPINAR
Adıyaman Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı
İşletme Programı
Haziran, 2019

Girişimcilik alanının toplumlarda oldukça önemli hale gelmesiyle birlikte bireylerin girişimcilik eğilimini etkileyen etmenlerin nelerden oluştuğu çeşitli araştırmalara konu olmuştur. Duygusal zeka bu etmenlerden bir tanesidir. Bu amaçla Adıyaman Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerden girişimcilik dersi alanların duygusal zekalarının ve girişimcilik eğilimlerinin ölçülmesine çalışılmıştır. Bu kapsamda hazırlanan anketlerden elde edilen veriler SPSS paket programıyla çeşitli analizler yapılarak açıklanmaya çalışılmıştır. Yapılan analizler neticesinde demografik özelliklerden bazı değişkenler açısından duygusal zeka ve girişimcilik eğilimleri arasında farklılıklar tespit edilmiştir. Bununla birlikte duygusal zekanın alt boyutları ve toplam skorları ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre girişimcilik eğiliminde olan bireylerde duygusal zekanın farkında olunması ve geliştirilmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Duygusal zeka, Girişimcilik, Girişimcilik eğilimi

ABSTRACT

Master's Thesis

EMOTIONAL INTELLIGENCE AND ENTREPRENEURSHIP TENDENCY: A RESEARCH ON THE ADIYAMAN UNIVERSITY STUDENTS

Feyza AKPINAR
Adıyaman University
Graduate School of Social Sciences
Department of Business Administration
Business Administration Program
June, 2019

It has been the subject of various researches that the entrepreneurship field has become very important in societies and the factors affecting the entrepreneurship tendency of individuals. Emotional intelligence is one of these factors. For this purpose, it has been tried to measure the emotional intelligence and entrepreneurship tendencies of the students who took entrepreneurship courses from Adıyaman University. As a result of the analyzes, differences were found between the emotional intelligence and entrepreneurship tendency in terms of some variables of demographic characteristics. Afterwards, it was found that there is a positive relationship between the sub-dimensions of emotional intelligence and total scores and entrepreneurial tendency. According to this, it is necessary to be aware of and develop emotional intelligence in individuals who have an entrepreneurial tendency.

Keywords: Emotional intelligence**,** Entrepreneurship, Entrepreneurship tendency

ÖNSÖZ

Dünyada girişimcinin ve girişimciliğin geliştirilmesine yönelik birçok desteklemeler mevcuttur. Bunlardan bir tanesi de üniversiteler vasıtasıyla öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin artırılmasıdır. Bu çalışmada girişimcilik eğilimi için duygusal zekanın ne kadar etkili olduğu üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar Adıyaman Üniversitesinde girişimcilik dersi alan öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Konunun farklı alanlarda da araştırılması daha da fazla anlam kazanabilmesi için gerekli olacaktır. Yapılan bu çalışmanın tüm araştırmacılara, girişimcilere ve girişimci adaylarına yarar sağlamasını temenni ederim.

Tezin hazırlanmasında desteklerini esirgemeyen öncelikle danışmanım Dr.Öğr. Üyesi Hüseyin ALKIŞ'a, kıymetli hocalarım, Prof.Dr.Mehmet KAYGUSUZOĞLU'na, Dr.Öğr.Üyesi Ahmet ÇAKIR'a, Doç.Dr. Tayfun SERVİ'ye, Dr.Öğr.Üyesi Ayşe GÖKÇEN KAPUSUZ'a, ayrıca her anımda bana yardımcı olan eşim Arş.Gör.Yusuf AKPINAR'a teşekkür ederim.

Adıyaman, Haziran - 2019 **Feyza AKPINAR**

ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE LİTERATÜRE KATKISI

Girişimcilerin zeka boyutları incelendiğinde genellikle zeki kişiler olduklarına yönelik bulgular elde edilmiştir. Ancak bu zeka türü bilişsel yani matematiksel zeka dediğimiz IQ üzerinden hesaplanmaktadır. Bununla birlikte insanların sadece mantıksal zekalarının olmadığı bunun yanında bir çok zeka türünün olduğu bilinmektedir. Bunlar arasından duygusal zeka ile ilgili çalışmalar ise yeni yeni ivme kazanmaktadır (Top, 2006:101).

Yapılan çalışmalarda duygusal zeka seviyeleri yüksek girişimcilerin daha başarılı olduğu yönünde araştırmalar mevcuttur ((Rafaeli ve Sutton, 1987; Yelkikalan, 2006; Cansız,2007; Demir,2015;). Bu nedenle duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki, araştırmacıların ve girişimcilerin üzerinde durdukları önemli konulardandır. Çeşitli çalışmalarla bu konunun literatürüne katkı sunulması ayrıca önemlidir.

Çalışmada ortaya çıkarılacak sonuç ile, öğrencilerin ne kadar girişimciliğe yönelmiş olduğu tespit edilerek duygusal zeka düzeylerinde oluşturulacak iyileştirmeler ile gelecekte ülkenin istihdam problemlerinin çözümüne katkı sağlaması konusunda araştırmacılara ve yetkililere ışık tutulması düşünülmektedir.

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **IV**

ABSTRACT ..... **V**

ÖNSÖZ ..... **VI**

ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE LİTERATÜRE KATKISI ..... **VII**

İÇİNDEKİLER ..... **VIII**

KISALTMALAR LİSTESİ ..... **XI**

TABLOLAR LİSTESİ ..... **XII**

ŞEKİLLER VE GRAFİKLER LİSTESİ ..... **XV**

GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM
DUYGUSAL ZEKA VE GİRİŞİMCİLİK

1.1 DUYGUSAL ZEKA İLE İLGİLİ KAVRAMLAR **3**

1.1.1 Duygu Kavramı **3**

1.1.2 Zeka Kavramı **5**

1.1.3 Duygusal Zeka **7**

1.1.4 İş yaşamında Duygusal Zekanın Önemi **9**

1.1.5 Duygusal Zeka (EQ) ve Bilişsel Zeka (IQ) **12**

1.1.6 Duygusal Zeka Modelleri **13**

1.1.6.1 Mayer ve Salovey'in Duygusal Zeka Modeli **13**

1.1.6.2 Cooper ve Sawaf Modeli **16**

1.1.6.3 Daniel Goleman'ın Duygusal Zeka Modeli **16**

1.1.6.4 Bar-On'un Duygusal Zeka Modeli **18**

1.2 GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ KAVRAMLAR **21**

1.2.1 Girişimci 21
1.2.2 Girişimcilik 23
1.2.3 Girişimciliğin Önemi 24
1.2.4 Girişimcilik Türleri 27
1.2.5 Girişimciliği Etkileyen Faktörler 29
1.2.6 Girişimcinin Özellikleri 32
1.2.6.1 Bireysel Risk Alma Davranışı 34
1.2.6.2 Proaktiflik 36
1.2.6.3 Yenilik (İnovasyon): 36
1.2.6.4 Belirsizliğe Tolerans: 37
1.2.6.5 Liderlik: 38
1.2.6.6 Kararlılık ve Azim: 38
1.2.6.7 Başarma İhtiyacı 39
1.2.6.8 Kontrol Odağı 39
1.2.6.9 Kendine Güvenmek 39
1.2.6.10 Bağımsızlık İhtiyacı 39
1.2.6.11 Duygusal Zekâ 40
1.2.7 Girişimcilikte Başarısızlık Nedenleri 40
1.2.8 Girişimcilik Eğilimi 42

İKİNCİ BÖLÜM
YÖNTEM

2.1 ARAŞTIRMANIN AMACI 46
2.2 ARAŞTIRMANIN KONUSU 46
2.3 ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI 46
2.4 ARAŞTIRMA SORULARI VE HİPOTEZLERİ 46

2.5 ARAŞTIRMA MODELİ 47

2.6 EVREN VE ÖRNEKLEM 48

2.7 VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ..... 48

2.8 ARAŞTIRMANIN ANALİZ YÖNTEMİ 49

2.9 DEMOGRAFİK BİLGİLER 50

2.10 GÜVENİLİRLİK ANALİZİ VE TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER. 58

2.11 DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER AÇISINDAN DUYGUSAL ZEKA VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN ARAŞTIRILMASI 61

2.12 DUYGUSAL ZEKA VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ARASINDAKİ İLİŞKİYE YÖNELİK BULGULAR 70

SONUÇ..... 85

KAYNAKLAR 89

ÖZGEÇMİŞ..... 99

EK: ANKET 100

KISALTMALAR LİSTESİ

EQ : Duygusal Zeka

GİSEP : Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı

IQ : Bilişsel Zeka

İZKA : İzmir Kalkınma Ajansı

KOBİ : Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler

KOSGEB : Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

STP : Standart Toplam Puan

TDK : Türk Dil Kurumu

TOBB : Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TUBİTAK : Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu,

TÜSİAD : Türk Sanayicileri ve İşinsanları Derneği

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Goleman'ın Duygusal Yeterlilik Çerçevesi 18
Tablo 2: Bar-On Modeli Boyutları ve Alt Boyutları 19
Tablo 3: Girişimcilik Tanımları 23
Tablo 4: Katılımcıların Cinsiyetlerine İlişkin Bilgiler 51
Tablo 5: Katılımcıların Yaşlarına İlişkin Bilgiler 51
Tablo 6: Katılımcıların Alan ve Bölümlerine İlişkin Bilgiler 52
Tablo 7: Katılımcıların Genel not ortalamalarına İlişkin Bilgiler 52
Tablo 8: Katılımcıların Aile İkamet Yerilerine İlişkin Bilgiler 53
Tablo 9: Katılımcıların Aile Aylık Gelirlerine İlişkin Bilgiler 53
Tablo 10: Katılımcıların Kardeş Sayılarına İlişkin Bilgiler 54
Tablo 11: Katılımcıların Kardeş Sıralamalarına İlişkin Bilgiler 54
Tablo 12: Katılımcıların Annelerinin Çalışma Durumlarına İlişkin Bilgiler 55
Tablo 13: Katılımcıların Babalarının Çalışma Durumlarına İlişkin Bilgiler 55
Tablo 14: Katılımcıların Ailesinde, Yakın Akrabalarında veya Yakın Arkadaş Çevresinde Girişimci Kişilerin Olup Olmadığına İlişkin Bilgiler 56
Tablo 15: Katılımcıların Almış Olduğu Girişimcilik Eğitiminin Girişimci Olmaya Yönlendirdiğini Düşünmelerine İlişkin Bilgiler 56
Tablo 16: Katılımcıların Mesleki İdeallerine İlişkin Bilgiler 56
Tablo 17: Katılımcıların İş Tecrübelerine İlişkin Bilgiler 57
Tablo 18: İş Tecrübesi olan katılımcıların bu alanda iş kurma düşünceleri İlişkin Bilgiler 57
Tablo 19: Cronbach's Alpha Değerleri 58
Tablo 20: Tanımlayıcı İstatistikler 59
Tablo 21: Önermelere İlişkin Veriler 60
Tablo 22: Cinsiyet Açısından Bulgular (t-Test) 61
Tablo 23: Bölümler Açısından Anova Test Sonuçları 62
Tablo 24: Bölümlerin Girişimcilik Eğilimine İlişkin Post Hoc Test Sonuçları (Tukey HSD) 62
Tablo 25: Genel Not Ortalaması Açısından Anova Test Sonuçları 64

Tablo 26: Genel Not Ortalaması Açısından Duygusal Zeka Skorlarının Farklılığına İlişkin Post Hoc Test (Tukey HSD)..... 64
Tablo 27: Baba Çalışma Durumu Açısından Anova Test Sonuçları..... 66
Tablo 28: Baba Çalışma Durumu Açısından Duygusal Zeka Skorlarının Farklılığına İlişkin Post Hoc Test (Tukey HSD)..... 66
Tablo 29: Girişimci Yakın Çevre Açısından Bulgular (t-Test)..... 67
Tablo 30: Girişimcilik Dersinin Girişimcilik Eğilimine Katkısına İlişkin Bulgular (t-Test)..... 67
Tablo 31: Mesleki İdeal Açısından Anova Test Sonuçları 68
Tablo 32: Mesleki İdeal Açısından Duygusal Zeka Skorlarının Farklılığına İlişkin Post Hoc Test (Tukey HSD) 68
Tablo 33: Mesleki İdealler Açısından Girişimcilik Eğilimi Ortalamalarının Farklılığına İlişkin Post Hoc Test (Tukey HSD)..... 69
Tablo 34: İş Tecrübesi Açısından Karşılaştırma (t-Test)..... 69
Tablo 35: İş Tecrübesi Olan Öğrencilerin Bu Alanda İş Kurma Düşünceleri (t-Test)..... 69
Tablo 36: Kişisel/İçsel Boyut İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi 71
Tablo 37: Demografik Özellikler Açısından Kişisel/İçsel Boyut İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi..... 72
Tablo 38: Kişilerarası Boyut İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi 74
Tablo 39: Demografik Özellikler Açısından Kişilerarası Boyut İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi..... 74
Tablo 40: Stres Yönetimi Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi..... 76
Tablo 41: Demografik Özellikler Açısından Stres Yönetimi Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi..... 77
Tablo 42: Uyum Sağlama Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi..... 78
Tablo 43: Demografik Özellikler Açısından Uyum Sağlama Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi..... 79

Tablo 44: Genel Ruh Hali Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi..... 80
Tablo 45: Demografik Özellikler Açısından Genel Ruh Hali Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi..... 81
Tablo 46: Toplam Duygusal Zeka Skoru İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi..... 83
Tablo 47: Demografik Özellikler Açısından Toplam Duygusal Zeka Skoru Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi..... 83

ŞEKİLLER VE GRAFİKLER LİSTESİ

Şekil 1: Mayer ve Salovey Duygusal Zeka Boyutları 14
Şekil 2: Girişimciliği Etkileyen Faktörler 31
Şekil 3: Duyguların risk alma düzeylerine etkisi..... 35
Şekil 4: Bar-On modeli..... 48
Grafik 1: Kişisel/İçsel Boyut İle Girişimcilik Eğilimi STP'lerinin Dağılımı..... 71
Grafik 2: Kişilerarası Boyut İle Girişimcilik Eğilimi STP'lerinin Dağılımı 73
Grafik 3: Stres Yönetimi Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi STP'lerinin Dağılımı..... 75
Grafik 4: Uyum Sağlama Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi STP'lerinin Dağılımı.... 78
Grafik 5: Genel Ruh Hali Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi STP'lerinin Dağılımı.... 80
Grafik 6: Duygusal Zeka İle Girişimcilik Eğilimi STP'lerinin Dağılımı 82

GİRİŞ

Girişimcilik, ekonomilerini geliştirmek isteyen ülkeler için dinamik bir güç olarak hayati bir öneme sahiptir. Günümüzde bir işi kurmak ve onun sürekliliğini sağlamak hiç kolay olmamaktadır (Bozkurt ve Erdurur, 2013:59). Küreselleşen dünyada ekonomik dinamikler çok hızlı değişmekte, gelişmekte; yenilikçi nitelikler kazanmaktadır. Dolayısıyla bu ekonomik dinamizmi sağlayacak olan girişimci ve girişimcilik kavramının önemi de her geçen gün artmaktadır. Değişen dünya nüfus ve ihtiyaçlarına paralel olarak, istihdam ve ekonomik refahın sağlanmasında girişimcilik önem kazanırken, girişimcilik eğiliminin nasıl artırılabilineceğine ilişkin konular da akademik çalışmalarda yerini almaya başlamıştır (Ulucan, 2015:1).

Girişimcilik faaliyetlerinin artırılması için dünyada birçok ülke, girişimcilerini çeşitli yasalar, risk sermayesi ve AR-GE bütçeleri gibi birçok araçla desteklemekte (Ercan ve Gökdeniz, 2009:77) ve vatandaşlarının girişimcilik faaliyetinde bulunması için farklı teşvik yolları aramaktadır. Türkiye'de birçok kurum ve kuruluşlar çeşitli destekler noktasında etkin görev almaktadır (Türkmen ve İşbilir,2014:19). Özellikle üniversiteler, öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin artırılması, girişimci bireylerin nitelik ve nicelikleri açısından güçlendirilmesi noktasında önemli katkılar sunmaktadır (İpçioğlu ve Taşer, 2009:14).

Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin artırılması noktasında, çeşitli faktörler kendisini göstermektedir. Bunlar arasında finansal kaynaklar, eğitim, rol modelleri, iş tecrübesi, inanç, aile, kültür ve kişilik özellikleri öne çıkanlardır. (Bozkurt ve Erdurur, 2013:59). Kişilik özellikleri arasında önemli etkenlerden bir tanesi de girişimcilerin duygusal zekalarının yani duyguları ifade ve kontrol edebilme yetilerinin güçlü olmasıdır. Duygusal zeka, bir kişinin kendisinin ya da başkalarının duygularının farkında olarak, iletişim kurup sosyalleşmesini sağlayan, duygu ve davranışları yönlendirebilme yeteneğidir (Demir, 2015:35).

Son yıllarda Avrupa ve ABD'de verimlik ve rekabet avantajlarını artırmak için kullanılan yönetim modelleri ve stratejilerinin uygulamada başarısız kaldığının

nedenleri araştırıldığında, bu problemlerin temelinde aslında teknik veya mantıksal bir açıklama görülmemekte buna karşın en önemli özelliğin duygular olduğu anlaşılmaktadır (Acar, 2002: 54). Bu nedenle girişimcilik eğiliminde duyguların yerinin araştırılması çok önemli bir hale gelmiştir. Dolayısıyla bu çalışmada duygusal zeka ve girişimcilik eğilimi konuları üzerinde durulmaktadır.

Bu çalışma kapsamında esas ulaşılmak istenen nokta duygusal zeka ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasıdır. Bu çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kısa bir girişle birlikte araştırmanın amacı, önemi, konusu sınırlılıkları ve hipotezlerine yer verilmiştir.

İkinci bölümde duygusal zeka ve girişimcilik eğilimi ile ilgili temel kavramlar ve önemleri üzerinde durulmuştur. Duygusal zeka ile ilgili olarak, duygusal zeka ile bilişsel zeka (IQ) arasındaki farkların açıklanması ve temel duygusal zeka modellerine değinilmiştir. Girişimcilik eğilimi ile ilgili olarak girişimcilik türleri, girişimcilerin özellikleri, girişimciliği belirleyen faktörler, girişimcilikte başarı ve başarısızlık nedenleri gibi çeşitli konular üzerinde durulmuştur.

Üçüncü bölüm olan çalışmanın uygulama bölümünde ise Adıyaman Üniversitesinde girişimcilik dersi alan öğrencilerin, duygusal zeka ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkisinin tespit edilmesine yönelik olarak anket çalışması yapılmıştır. Yapılan anket sonucu elde edilen veriler çeşitli analiz teknikleri ile analiz edilmiştir. Sonrasında ise sonuç ve değerlendirmelere yer verilmiştir.

.

BİRİNCİ BÖLÜM
DUYGUSAL ZEKA VE GİRİŞİMCİLİK

1.1 DUYGUSAL ZEKA İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

Duygusal zeka bireylerin kendi duygularını ve başkalarının duygularını anlaması, buna göre hareket ederek yaşamı zenginleştirmesi olarak düşünülen önemli bir kavramdır. Bu kavramın daha anlaşılır hale gelebilmesi için duygu ve zeka kelimeleri ayrı başlıklar halinde ele alınmış ve bu sayede duygusal zeka kavramı ve iş yaşamında duygusal zekanın önemi açıklanmaya çalışılmıştır.

1.1.1 Duygu Kavramı

Duygular, bireylerin bilgiyi nasıl işlediğini etkiledikleri için üzerinde önemle durulması gereken konulardandır. Duygu, zihnimizden geçen düşüncelerin belli bir beyin sistemini harekete geçirmesiyle oluşur. Duygular zihnimizde önceden var olan belirli imgelerle bağlantılı olarak vücudumuzda bir takım fiziksel değişimler oluşturur. Duygular, insan yaşamında gerek karmaşık, gerekse açık şartlar altında karar verme durumlarında büyük önem arz etmektedir (Keskin vd., 2013:51; Foo, 2011:375).

Duygu kavramına bakıldığında psikologların çoğunluğunun kabul ettiği bir tanımı bulunmamakla birlikte aslında duygu, Latince, harekete geçiren ruh olarak tanımlanmaktadır (Aslan, 2009:8). Duygu (emotion) sözcüğünün kökü “motere”dir. Latince hareket etmek anlamına gelen fiile “e-” ön eki getirildiğinde “uzaklaşmak” anlamına gelmektedir. Bu ifade dolayısıyla her duygunun bir harekete yönelttiği fikrini vermektedir (Goleman,2013:32). Dolayısıyla duygu, birine ya da bir şeye karşı yöneltilen yoğun hisler olarak tanımlanabilir (Çakar ve Arbak, 2004: 27).

Duyguların her ne kadar kavramsal olarak tanımlanabilmesinde ortak bir görüş hakim olamasa da bilimsel olarak duyguların tanımlaması önemli bir ihtiyaçtır. Genel anlamda duygu bireyin öznel yaşamıyla ilişkili olarak önemli olaylar

karşısında neler yapabileceğini içeren tanımlamalar süreci olarak düşünülebilir. Duygu bir tarafıyla bireyde harekete hazır olmak demektir. Duygu önceliklerin belirlemesinde ve planların yapılmasında bireye öncülük eder. Duygularla birlikte fiziksel değişimler, sözel veya sözel olmayan içsel ifadeler ve hareket tarzları gibi öğeler beraber gelir. Duygularda temel hareket noktası, bazı isteklere diğerlerine göre öncelik verme, gerektiğinde hazır olmak için değişim ve sosyal ilişkilerde bir araç olarak kullanılmak olarak görülebilir. Farklı duygusal olgular farklı zaman seyrine sahiptir. Bu olgular örneğin yüz ifadeleri gibi genellikle birkaç saniye içerisinde kendisini açık etmektedir. Duyguların işlevlerini kısaca şu şekilde sıralayabiliriz (Çeçen, 2002:167):

- Duygular birincil iletişim sistemleridir
- Duygular davranış tarzları ile ilgili bilgiyi sağlar.
- Duygular uyuma yöneliktir
- Duygular güdüleyicidir. Bireyin ihtiyaçlarını karşılamada bireye gerekli itici gücü sağlamaktadır
- Duygular sistemler arası öncelikleri örgütler. Duyguların yaşamı koruma ile ilgili önemli fonksiyonlarından dolayı bütün sistem üzerinde zorlayıcı bir etkisi vardır
- Duygular hedef yönelimli davranışların ortaya çıkmasında önemli ve yaşamsal motivasyon sağlar.
- Bilişsel-duygusal işlemler hızlı fakat esnek tepki verme sistemi sağlar.
- Duygular farklı ifade edici motor örüntüleri içermektedir. Duygulara, duygusal kalite özelliğini veren bu oluşumlardır
- Duygular, kendini ifade etmenin bir şeklidir
- Şematik duygusal hafızalar yoluyla duygusal tepkiler üretilmektedir. Bireyin geçmişte yaşadıkları kodlamalar gelecekte meydana gelebilecek tüm deneyimlerini etkilemektedir
- Duygusal şemaların harekete geçmesi duygusal deneyimleri üretmektedir
- Duygusal şemalar sürekli olarak yeni deneyimler yoluyla zenginleşirler.

Duygular, bireyin çevresinde gerçekleşen çeşitli olaylarla ilgili olarak bireyi uyarmakta ve kişisel amaçlarını yönlendirmesini sağlamaktadır. Duygularla ilgili en önemli etken, bir amacın olması veya bir amaca yönelik olmasıdır. Buna göre bireyin etrafında gerçekleşen herhangi bir olay, kişi, durum veya koşul, bu duyguların harekete geçmesini sağlamaktadır. Bu noktada önemli olan konu, ortaya çıkan duygularla baş edebilmek ve onları doğru yöne kanalize edebilmektir. Bu aslında şu demektir. Duyguları keşfetmekle yetinmeyerek, onları tanımanın ve etkili kullanmanın yollarını öğrenmek gerekir (Yelkikalan, 2006:43). Duygu, birkaç unsurdan oluşmuş psikolojik yapıya sahiptir. Bunlar (Aslan, 2013:9):

- Bireyin durum ve uyarıcıları bilişsel değerlendirmesi,
- Bireyin harekete geçmesini sağlayan psikolojik unsur olması,
- Bireyin fiziksel ifadeleri,
- Bireyin davranışa yönelimini sağlayan motivasyonel öge olması,
  Bireyin hislerinin subjektif ifadesidir.

Duygular, olaylara karşı verilen davranışsal tepkileri etkilemektedir. Duygusal zekâ, duygular ve mantıksal öğrenmeler arasındaki etkileşim sonucunda ortaya çıkabilmektedir (Mayer ve Salovey, 1995: 197). Bireyin ruh halini düşündüğümüzde, bireyin düşüncesini pozitif veya negatif yönde etkileyebilme kabiliyetini görmekteyiz. Duygusal zekâ, duyguların mantıksal öğrenmeler üzerinde etkisi olduğunu bize göstermektedir. Dolayısıyla duygular hakkında daha bilinçli olunması gerekmektedir (Doğan ve Şahin, 2007:234).

1.1.2 Zeka Kavramı

Zeka, herhangi bir çevresel bağlamın uyarlanması ve seçilmesi için gerekli olan zihinsel yetenekleri içerir. İnsanlara zorlu durumlara esnek bir şekilde cevap verme fırsatı sunar. Çevresel koşullar zaman içinde değiştiği için, yeterli adaptasyon, biçimlendirme, seçim ve yaşam boyu öğrenme gibi süreçleri içine alır. Bebeklik döneminde başlayan ve yaşam süresi boyunca devam eden bir süreçtir. (Stenberg, 1997:1030).

Descartes'e göre zeka doğru ile yanlışı ayırma yeteneğidir. Wechsler'e göre zeka problem çözebilme ve mantıksal ilişkileri tanımlayabilme yeteneği olarak tanımlanırken diğer taraftan farklı olarak kişinin amacı etrafında hareket etmesi, rasyonel düşünmesi ve çevresiyle etkin iletişim kurabilmesi olarak tanımlanmıştır (Salovey ve Mayer, 1990:186). Zekanın soyut düşünebilme yeteneği gibi zihinsel yeti olduğu konusunda genel bir görüş vardır. Bu yetinin geliştirici özelliği bulunan genel öğrenme kabiliyeti olarak algılanmaktadır (Aslan, 2013:6).

Karakaş (2018) sözlüğünde zekayı karmaşık fikirlerin anlaşılması, çevreye etkin biçimde uyum sağlama, deneyimlerden öğrenme, bilgi üretme, çeşitli irdeleme şekilleri sergileyebilme, engellerin üstesinden düşünerek gelme, yeni ilişkiler kurabilme ve yenilikçi yeteneklerini ifade eden çok yönlü yetenek olarak tanımlamıştır.

Gardner'in tanımına göre, kişiler arası ilişkilerde zeka diğer insanları anlamaktır. Onları ne harekete geçirir, nasıl çalışırlar, onlarla nasıl işbirliği yapılabilinir? Birey için zeka ise kişinin kendisi hakkında dikkatli, doğru bir model oluşturup bunu etkili bir yaşam sürdürebilmek için kullanmasıdır (Goleman, 2013:69).

Genel olarak tanımlamalara bakıldığında zeka daha çok bilişsel anlamıyla ele alınmaktadır. Fakat iş hayatında ve kişisel hayatta başarı sadece bilişsel zeka ile sağlanamamakta bununla beraber diğer kişisel faktörlerle ilişkili olduğu görülmektedir. Başarıyı getirecek kişisel faktörler nelerdir sorusuna cevap aranırken, duygusal zeka, en önemli kavramlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır (İşmen, 2004:6).

1.1.3 Duygusal Zeka

Günümüzde insanlar bir yandan toplumla ilgili görev ve sorumluluklarını devam ettirirken, diğer yandan kendini geliştirme, beceri ve yeteneklerini kullanabilmeyi istemektedir. Bu istek ve düşünceler, duyguları ön plana çıkarmaktadır. Duyguların farkına varılması, ifade edilmesi ve başkalarının duygularının farkında olunması, hem bireysel başarıda hem de toplumsal ve yönetsel başarıyı etkilemektedir (Ural, 2001:210).

İnsan ve toplum için üzerinde durulması gereken bir konu olan duygusal zekâ Goleman, tarafından şu şekilde tanımlanmıştır. *"Kişinin kendi duygularını anlaması, başkalarının duygularına empati beslemesi ve yaşamı zenginleştirecek biçimde düzenlemesidir"*. Tanımdan da anlaşılacağı üzere bireylerin ister okul, ister iş, isterse özel hayatlarında olsun çevredeki kişi ve gruplarla kurdukları ilişkilerde, duygusal zekâya sahip olmasının ve bunu etkili bir şekilde kullanabilmesinin önemi insanlar için yadsınamaz bir gerçek olmuştur. Dolayısı ile girişimci olmak isteyen öğrencilerin duygusal zekâ ile ilgili yeterliliklere sahip olması ve farkındalıklarının oluşması gerekmektedir (Tetik vd., 2014:18).

Duygusal zekâ 1960'larda akademik eleştirilerde ve psikiyatride rastlantısal bir biçimde kullanılmıştır. 1986 yılında Payne'nin tez çalışmasında daha kapsamlı olarak kullanılırken, 1990'da psikolog Mayer, Salovey ve arkadaşları tarafından açıkça tanımlanarak çeşitli makaleler yayınlanmış ve teori ve ölçü kriterleri geliştirilmiştir (Mayer vd., 2004:198)

"Duygusal zekâ", 1995'te (Goleman) aynı adı taşıyan çok satan kitabının yayınlanmasından bu yana, kamuoyunda olduğu gibi, bilimsel çevrelerde de önemli bir ilgi konusu haline gelmiştir. Son yirmi yılda bu yeni düşünceye ileri düzeyde ilgiye rağmen, bu düşüncenin tarihsel kökleri aslında on dokuzuncu yüzyıla kadar uzanmaktadır (Singh, 2011:52).

Duygusal zekayı terim olarak ilk defa ortaya atan Salovey ve Mayer şu şekilde tanımlamışlardır: "İnsanın kendinin ve başkalarının hislerini ve duygularını izleme, bunlar arasında ayırım yapma ve bu bilgiyi kendi düşünce ve eylemlerini yönlendirme yeteneği" (Salovey ve Mayer,1990:189). Bu tanımlama aslında duygusal zeka kavramının, başarılı olabilmenin önemli sayılan kurallarından empati, duyguları anlama ve ifade etme, mizacını kontrol etme, kişilerarası sorunları çözme, beğenilme, uyum sağlayabilme, bağımsızlık, saygı nezaket, sevecenlik, sebat,... " gibi duygusal nitelikteki davranışları ifade edebilmek için kullanılmıştır (Yeşilyaprak, 2001:140).

Tanımlamalara bakıldığında genel olarak, kendi duygularının farkında olma ve onları doğru anlayabilme, başkalarının ifade etmiş olduğu veya etmeye çalıştıkları duyguların farkında olma ve onları doğru anlama, bu algılamalar neticesinde oluşturulan bilgileri hayata değer katacak şekilde kullanabilme yeteneğidir (Çetinkaya ve Alparslan, 2011:365). Bu yetenekler yaşla birlikte olumlu yönde gelişme göstermektedir. Yaş ilerledikçe duygusal zekâ da artmaktadır. Bu durumda duygusal zekânın performans, kariyer gelişimi, eğitim gibi farklı alanlarda yaşa bağlı olarak belirleyici olduğu ileri sürülebilir. Bu sebeplerle bireylerin en az bilişsel beceriler kadar bilişsel olmayan beceri kategorisindeki duygusal zekâ düzeylerini de geliştirmeleri gerekmektedir. Bu zekâ tipi yaşla birlikte artıyor görünmesine rağmen bireylerin gelişime açık olması, uyumluluk özellikleri, empati kurabilmeleri, duygularını idare edebilmeleri, özdenetim düzeylerinin yüksekliği, özsaygılarının ve kendilerine duydukları güvenin gelişmiş olması, öz farkındalık düzeyi süreci pozitif yönde hızlandırmaktadır (Çoban vd., 2017:284).

Duygusal zekâlı kişiyi şu terimlerle açıkladı: Yüksek EQ birey, diğerlerine göre, duyguları daha iyi algılayabilir, onları düşüncelerde kullanabilir, anlamlarını anlayabilir ve duyguları yönetebilir,. Duygusal problemleri çözmek muhtemelen bu birey için daha az bilişsel çaba gerektirir. Kişi aynı zamanda, duygusal zeka testlerinden daha yüksek puan aldıysa, sözel zeka, sosyal zeka ve diğer zekalarda da biraz daha önde olma eğilimi göstermektedir. Birey, diğerlerinden daha açık ve kabul edilebilir bir konumdadır. Yüksek EQ'lu kişiler, büro ve idari görevleri içeren

mesleklerden ziyade öğretim ve danışmanlık gibi sosyal etkileşimleri içeren mesleklere yönebilirler (Mayer ve Salovey, 2004:7; Snyder vd., 2011:151; Jane ve Gerald, 2018:15). Duygusal zekâ seviyelerinin düşük olduğu durumlarda ise bireylerde, daha çok içe kapanma, duyguları ifade edememe, hayattan memnun olmama, yalnızlık, iletişim sorunları, fiziksel ve psikolojik rahatsızlıklar gibi çeşitli sorunlar artış göstermektedir (Reisoğlu vd., 2013:153).

1.1.4 İş yaşamında Duygusal Zekanın Önemi

Duygusal zeka, insanın tüm duygusal dünyasını kapsamaktadır. İnsan yaşamı, duygular olmadığında bir hiçtir (Yelkikalan, 2006:42). Dolayısıyla duygular her insanda vardır. Ancak duygulara sahip olmak tek başına yeterli değildir. Önemli olan sahip olunan bu duyguların etkin bir şekilde kullanılabilmesidir. Bu noktada duygusal zeka; kendimizin ve başkalarının duygularını tanıma ve değerlendirmenin yansıra duygulara ilişkin bilgileri ve duyguların enerjisini günlük yaşamımıza ve işimize etkin bir biçimde yansıtarak onlara uygun tepkiler verilmesini sağlamaktadır (Yeşilyaprak, 2001:140).

Duygusal Zeka, empati, açık iletişim ve müşteri bilincinin çalışanlar arasında çoğaldığı ve bunun sonucunda çalışan bağlılığının arttığı organizasyonel hedeflerin artan verimlilik ve kar ile daha başarılı bir şekilde gerçekleştirilebileceği bir iç ortam oluşturan hizmetler için olumlu bir örgütsel iklime katkıda bulunmasında önemli bir rol oynamaktadır. Artan duygusal zeka; stres, düşük moral ve kötü zihinsel sağlık gibi olumlu bir hizmet ortamını engelleyebilecek olumsuz davranış örüntülerinin olasılığını azaltmaya yardımcı olur. Duygusal zekanın pozitif olarak güçlendirilmesinin, hem çalışan hem de müşteri memnuniyeti açısından hizmet odaklı bir iklimin gelişmesini sağlayacaktır (Singh, 2011:52).

Dünya çapında beş yüze yakın şirket, devlet kurumu ve kuruluşlarda yapılan incelemelerde varılan genel sonuca göre hemen hemen her işte mükemmelliği yakalamak için duygusal zekanın üstün bir rol oynadığı görülmüştür (Goleman, 2009; 12).

Buna göre duygusal zeka iş yaşamından da örneklendirilebileceği gibi sadece iyi davranmak anlamına gelmez. Örneğin, önemli sonuçlar doğuran bir gerçekle yüzleşmekten kaçınan birisinin doğrudan bu gerçekle yüzleştirilmesi gerekebilir. Aynı zamanda duygusal zeka hisleri başı boş bırakmak da demek değildir. Duygusal zeka; hisleri uygun ve etkili bir biçimde ifade edilecek şekilde yöneterek, insanların ortak amaçları doğrultusunda, uyum ve birlik içinde çalışmalarını sağlamaktır (Goleman, 2009: 13).

Duygusal zeka karizmatik ve etkin bir liderlik için temel yapı taşları arasında yer almaktadır. Duygusal zekası yüksek liderler takımını moral ve motivasyon açısından yüksek tutar ve gelişmelerinde yardımcı olacak en önemli unsurdur (Antonakis, 2003:356).

Yöneticiler açısından duyguları yönetme yeteneği, duygularımızın karar ve davranışlarımızla hem kendi hem de çevremizdekilerin yaşam kalitesini artıracak şekilde bütünleştirilmesi demektir. Duygularını yönetebilme yeteneğine sahip olan yöneticiler aşağıdaki özellikleri taşımaktadırlar (Caruso ve Salovey, 2007; 110-114):

- Duygular dikkati odaklar, karar vermeye yardımcı olur, intibak edebilen davranışları harekete geçirir.
- Kişiyi duygusal olarak hazırlar, sakinleştirir, ya da istenen ruh halinde tutar.
- Diğerlerini neşelendirir, sakinleştirir ya da hislerini uygun bir şekilde yönetir
- Kendi ve başkalarının hislerine açıktır.
- Zengin bir duygusal yaşamları vardır.
- Diğer insanlar için ilhan kaynağı olurlar.

Dünyadaki çeşitli ülkelerdeki iş örgütlerinde bugün, kişinin duygularını yönetme, çatışmaları önleme, takım çalışmasını geliştirme, liderliği etkileme, motivasyonu yükseltme, kişilerarası duyarlılık, müzakere becerileri ve empati, inisiyatif, uyum, güven, iyimserlik gibi kişisel veya içsel nitelikler gibi birçok konuda insan kaynakları bünyesinde sorunlar yaşanmaktadır. Bu özellikler akademik

yetkinlik, teknik uzmanlık ve mesleki eğitimden daha önemli hale gelmiştir (Singh, 2011: 52).

Yapılan işler hakkında yeterli bilgiye sahip olmadan başkalarını yönetmek çok zordur. Teknik ve profesyonel elemanları denetleyen amirlerin belli düzeyde uzmanlaşmış olmaları gerekir. Ama uzmanlık belirli bir standart teknikleri gerektirir. Ancak bu standartları sağlamış teknik denetçiler içerisinden olağandışı başarılı denetleyicileri belirleyen husus bu uzmanlık alan deneyimlerinden ziyade insanları sevk ve idare edebilme becerileri, onların duygu ve düşüncelerini etkileyebilme yetenekleridir (Goleman, 2009; 32).

Duyguların örgütsel üyeler tarafından ifade edilmesi, toplu olarak, örgütsel performans üzerinde olumlu veya olumsuz bir etkiye sahiptir. Örgüt içinde birbirinden etkilenen kazanımlar veya kayıplar olmaktadır. Duygular, ayrıca organizasyonel olarak sonuçlar üzerinde gözle görülebilir şekilde doğrudan bir etkiye sahiptir. Bu etkiler satış işlerinde bariz şekilde görülmektedir. Örneğin bir uygulamada satış elemanları, vücut dili ilkelerini profesyonel satış becerileriyle birleştirerek istedikleri sonuçları çok rahat elde ederek yüksek satış rakamlarına ulaşabilirler (Rafaeli ve Sutton, 1987:29)

İşverenler yeni işe başlayan personellerinin sosyal becerilerden yoksun olduklarından yakınmaktadırlar. Bir yönetici bu durumu şu şekilde açıklamaktadır: " *Pek çok genç insan eleştiriyi kaldıramıyor; yaptıkları iş hakkında geribildirim aldıklarında savunmaya geçiyorlar yada düşmanca tavır takınıyorlar. Performansları hakkındaki geribildirimleri kişisel saldırı olarak algılıyorlar ve tepki gösteriyorlar*". Bu sorun sadece işe yeni başlayanlar için değil bazı deneyimli yöneticiler içinde geçerlidir. İnsanlar iyi okullarda başarılı bir eğitim alarak iş hayatına atılıyorlar ancak bunların çoğu duygularını tam olarak yönetemediklerinden veya duygusal zeka düzeylerindeki eksikliklerden kaynaklı olarak ya işlerini bırakıyorlar, ya da daha düşük seviyelerde devam ediyorlar. Dünyada bu durumda olan sayısız örnek bulunabilir. Aynı durum yeni yetişen gençler için de bir sorun olarak görülmektedir. Duygusal zeka açısından gerileyen genç kuşak da vasıfsız birer

işgücü olarak hayatın bir parçası olmaya devam edeceklerdir (Goleman, 2009; 20-21).

Duygusal Zeka, çalışanlar arasında empati, açık iletişim ve müşteri bilincinin çoğalması ve bunun sonucunda çalışanların bağlılıklarının artacağı içsel bir ortam oluşturan hizmetler için olumlu bir organizasyonel iklimin meydana getirilmesinde önemli bir rol oynar ve bu da örgütsel hedeflerin artan verimlilik ve kar ile başarılı bir şekilde sonuçlanmasını sağlar (Singh, 2011: 52).

1.1.5 Duygusal Zeka (EQ) ve Bilişsel Zeka (IQ)

Duyguların zihinsel faaliyetleri engellediği ve buna bağlı olarak kontrol edilmeleri gerektiği uzun yıllar boyunca üzerinde düşünülmüş çalışma konusudur (Çakar ve Arbak, 2004: 24). Duygusal zeka kavramı ortaya çıkmadan önce mantık ve duygunun ayrı kutuplarda yer aldığı düşünülmüş ve duygu ve mantık ilişkisi bir çatışma olarak görülmüştür (İşmen,2004:56). Hatta duyguların, zihinsel faaliyetleri bir bütün olarak olumsuz yönde etkilediği, mantıksal hiçbir iz taşımadığı düşüncesi ile zekâ testlerinde yer almaması gerektiği düşünülmüştür (Salovey ve Mayer, 1990: 185; Doğan ve Şahin, 2007:232).

Bilişsel zeka (IQ), akıl yürütme becerisi olarak tanımlanan dil ve matematik becerilerini ifade etmektedir. IQ testlerinde başarılı olabilmek kişinin ancak bir öğrenci ya da bir öğretim üyesi olarak başarısını göstermektedir. Ancak hayat yolları akademik dünyadan ayrıldıkça bu tahmin yeteneğinin de zayıfladığı kabul edilmektedir. IQ ve Duygusal zeka birbirine karşıt değildir, ancak birbirlerinden ayrı yetilerdir. Herkeste akıl ve duygu dengesinde karmaşıklık olabilir. EQ ve IQ'su yüksek insanlar hayatta üstün performans gösterebilirler. IQ'su yüksek duygusal zekası düşük veya tam tersi durumda kişiler oldukça nadirdir (Goleman,2013:72-76).

IQ'nun kalıtımsal olarak yeni nesillere aktarıldığı bilinmekle birlikte duygusal zeka hakkında böyle bir bulgu yoktur. Yaş faktörü dikkate alındığında ise yaş ile duygusal zeka arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu

gözlemlenmiştir. IQ'da ise bunun tam tersi söz konusudur. Bir diğer ifadeyle, insanların yaşları ilerledikçe duygusal zekâları da artmaktadır. Dolayısıyla duygusal zekânın gelişimi yaşam boyu devam etmektedir (Delice ve Günbeyi, 2013:212).

Duygular düşüncelerle birlikte harekete geçmekte veya birbirinden çok farklı yapılar olarak düşünülmemektedir. Duygular ve düşünceler birbirinin tamamlayan süreç ve olgular olarak faaliyet göstermektedirler. Bireyler yaşamlarında karar alırken sadece mantığını kullanarak değil beraberinde duygularını da işin içine katarak daha etkili kararlar alabilirler. Böylece duygu ve mantık birlikte hareket edecek, bireyin hissettikleri ile nesnel yaşam birbiriyle çelişmediği için yaşam kalitesi artmış olacaktır (Çeçen, 2002:169).

1.1.6 Duygusal Zeka Modelleri

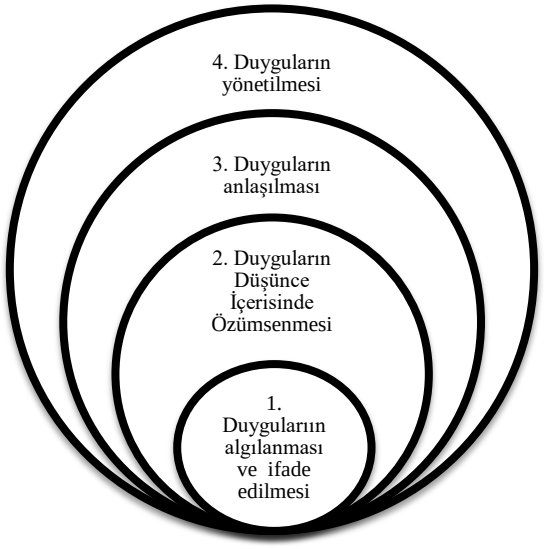
Duygusal zekâ kavramı ilk olarak 1960'larda akademik eleştirilerde ve psikiyatri alanında rastlantısal olarak kullanılmakla birlikte ilk tanım Salovey ve Mayer (1990: 185) tarafından yapılmıştır. Duygusal zeka modellerinde öne çıkan dört model görülmektedir. Bunlardan ilki Mayer ve Salovey tarafından kullanılan, "yetenek modeli" denilen duyguların ilişkiler açısından belirleyici olduğunu varsayan modeldir. Diğerleri ise sosyal beceriler, kişilik özellikleri ve davranışlar gibi yetenekleri bir arada bulunduran model olan "karma model"in öncüleri olan Goleman, Bar-On, Cooper ve Swaf duygusal zeka modelleridir (Aslan, 2009:51).

1.1.6.1 Mayer ve Salovey'in Duygusal Zeka Modeli

John Mayer ve Peter Salovey duygusal zeka (EQ) üzerinde ilk kapsamlı çalışma yapan araştırmacılar olarak bilinmektedir. Mayer ve Salovey'in 90'lı yıllarda yaptıkları akademik çalışmalar, gerek duygusal zekânın tanımlanması, gerekse modellendirilmesi açısından, ilgili literatüre büyük katkı sağlamıştır (Çakar ve Arbak, 2004:35).

Şekil 1'de de gösterildiği üzere Mayer ve Salovey'in duygusal zekâ modeli dört boyuttan oluşmaktadır. Bunlar aşağıdaki başlıklarda açıklanmıştır (Mayer, 2004:5; Mayer vd, 2004:199; Keskin vd., 2013:57).

Şekil 1: Mayer ve Salovey Duygusal Zeka Boyutları



Kaynak: (Mayer vd., 2000:269)

1. **Duyguların algılanması ve ifade edilmesi:** En temel duygu alanıdır. Sözel olmayan algı ve duygu ifadesi ile ilgidir. Kişinin kendisinin ve etrafındakilerin ne hissettiklerinin tam olarak algılanması ve ifade edilmesi yeteneğidir. Bu yetenek duyguların farkında olmaktan çok duygusal farkındalığın doğru olup olmadığına yani insanları doğru okumaya vurgu yapmaktadır. Kendi duygularının farkında olmayan insanlar yüz ifadelerine ve duygusal ifadelere pek fazla dikkat etmezler. Duyguların gerçek ifadesini sahtesinden ayırt etmeye yardımcı olan ince detayları kaçırırlar. Yanlış duygusal sinyal alan bir yönetici yanlış varsayımlarda bulunabilir ve bunun sonucunda yanlış kararlar verebilir.

2. **Duyguların düşünce içerisinde özümsenmesi:** Duyguların bilişsel sisteme girme ve rehberlik etme ve düşünmeyi teşvik etme kapasitesidir. Duyguların düşünceleri etkilemesine fırsat verilmesini ve katılımını ifade eden yetenektir. Duyguların kullanma yeteneği olarak da düşünülebilir. Bu yetenek dünyaya farklı açı ve pencerelerden bakabilmeyi ve başkalarının duygularını kendi içimizde

yaşayabilmeyi sağlamamıza yardımcı olur. Zengin bir bakış açısı sağlar. Sorun çözme yeteneği ve muhakeme gücüne katkıda bulunur.

3. **Duyguların anlaşılması:** Duygusal mesajları ve onlarla ilişkili eylemleri anlamak, bu beceri alanının önemli bir yönüdür. Duyguların kendine özgü bir yapısı işleyiş biçimi, kuralı vardır. Duyguları anlamaya yeteneği hissedilen duyguların nasıl oluştuğunu ve bir adım sonrasında ne olabileceğini tahmin etmeyi ifade etmektedir. İnsanların duyguları iyi anlaşılabilirse onların neler hissettikleri de daha iyi anlaşılmış olacaktır. Bu anlayış beraberinde nasıl davranılması gerektiği konusunda bireyin en önemli argümanı olacaktır. Hissedilen duyguların karşı tarafa açık ifadelerle aktarılabilmesi iletişimin kaliteli olmasını sağlayacaktır. Karşı tarafın tam olarak anlaşılması için bireyin kendi duygusal bilgi alt yapısının da gelişmiş olması gerekmektedir.

4. **Duyguların yönetilmesi:** Son olarak, duygular genellikle yönetilebilir. Bir kişinin duyguları anlaması gereken bilgileri iletmesi gerekir. Gönüllü kontrol altında olduğu sürece, kişi çok acı verici olmadıkça duygusal sinyallere açık kalmak isteyebilir ve ezici olanları engelleyebilir. Duyguları yönetme yeteneği duygularımızı kararlarımızla ve davranışlarımızla hem kendimizin hem de çevremizin yaşam kalitesini artıracak şekilde bütünleştirilmesi sürecidir. Duygularını iyi yönetemeyen kişiler çabuk öfkelenir ve kontrolsüz davranışlar sergileyebilirler. Ancak duyguları yönetmek olumsuz his ve düşüncelerin belirli oranda bastırılmasını gerektirir.

Mayer vd., 2000 yılında yapmış oldukları çalışmada dört bölümden oluşan bu hiyerarşik modele şu şekilde örneklemeler sunmuşlardır (Aslan, 2013:53):

- Birinci sırada duyguların algılanması ve değerlendirilmesi, örneğin çocukların duygusal yüz ifadelerini öğrenmeleri gibi.
- İkinci ise zihinde temel duygusal ifadelerin ayrıştırılması, örneğin, daha önceden yaşanmış duygusal durumların (ses, renk, tat) zihinde saklı tutulması ve benzer bir durumla tekrar karşılaşıldığında ona göre kıyaslama yapılması

- Üçüncü sırada ise duyguların anlaşılması ve duygulardan sonuç çıkarılması gelmektedir. Bütün duygular (mutluluk hüzün, kızgınlık, korku) kendisine özel durumlarda ortaya çıkarlar Örneğin, adaletsizlik karşısında kızgınlık duygusunun artış göstermesi gibi.
- Dördüncü ve en yüksek aşama ise duyguların ayarlanması ve yönetilmesini içermektedir. Örneğin, kişinin hem kendisinin hem de başkalarının kızgınlık veya kaygı durumunu yatıştırabilmesidir.

Ayrıca Şekil 1'de gösterilen dört geniş yetenek sınıfı, daha düşük, daha moleküler becerilere kadar düzenlenebilir (Mayer vd., 2000:269)

1.1.6.2 Cooper ve Sawaf Modeli

Duygusal zeka, hissetme, anlama ve duyguların sezisini, insan enerjisi, bilgi, iletişim ve bunların tesir ve izlenimlerini etkili bir şekilde uygulama yeteneğidir Duygusal zekâ modeli Dört Köşe Taşı ismi verilen boyutlardan oluşmaktadır. Bu köşe taşları, duygusal okuryazarlık, duygusal zindelik, duygusal derinlik ve duygusal simya boyutlarıdır (Cooper ve Sawaf, 1997:13-27).

Bu model de duygusal okuryazarlık, kişinin kendi duygularının farkına varması, anlaması ve diğerlerinin potansiyellerini etkin kullanmalarına yardımcı olmasını ifade etmektedir. Duygusal zindelik, duygusal olarak esnek olmayı, bireylerin hem kendisi hem de başkalarının hata paylarının olması gerektiğini, bununla beraber duygusal derinlik ise kişinin kendi potansiyelinin farkında olması ve buna göre sorumluluk göstermesi ve hareket etmesi gerektiğini ifade eder. Duygusal simya ise duyguların değişimin kaynağı olarak görülmesini ifade etmektedir (Aslan, 2009:63).

1.1.6.3 Daniel Goleman'ın Duygusal Zeka Modeli

Goleman duygusal zeka modeli, kişisel ve sosyal yeterlilikler olarak iki ana boyuttan ve beş alt boyuttan oluşan bir modeldir. Bununla birlikte Goleman yirmi

beş çeşit duygusal yeterlilik belirtmiştir. Kişinin bu yeterliliklerden en az altısında güçlü olması gerektiğini belirtmiştir. Goleman kişinin başarılı olmasında bilişsel yeteneklerinin sınırlı etkisine değinirken esas odak noktasını, sosyal ve duygusal yeteneklere yöneltmiştir. Örneğin müşteriye hizmette başarılı olmanın en önemli özelliklerinden bir tanesi empatiye dayalı duygusal yeterliliktir. Bu beş duygusal zeka boyutu şu şekilde tanımlanabilir (Goleman, 2009:38-39).

1. **Özbilinç:** bireyin kendisini tanıması duygusal zekanın temelidir. Bireyin kendi duygularının ve yeteneklerinin her an farkında olmasını ifade duygularını tanıyan kişiler hayatlarını daha iyi idare ederler, kişisel kararlarında daha emin, gerçekçi ve öz güvenlidirler.

2. **Kendine çekidüzen verme:** Bireyin yıkıcı duygu ve dürtüleri kontrol altında tutmasıdır. Doğruluk ve dürüstlük standartlarını korumak ve güvenilir ve vicdanlı olmasını ifade eder. Aynı zamanda değişim karşısında esnek olmalı ve yeni fikir ve yaklaşımlara açık olmasıdır.

3. **Motivasyon:** Bireyin hedeflerine ulaşmasını sağlayan veya kolaylaştıran eğilimleri ifade eder. Duyguların bir amaç doğrultusunda toparlanması fırsat doğduğunda harekete geçemeye hazır olması. Engellere ve yeniliklere rağmen hedefler doğrultusunda yol almakta ısrar etmesi.

4. **Empati:** Başkalarının ihtiyaçlarını, hislerini endişelerini anlamayı ifade eden yetidir. Başkalarının hislerini ve bakış açılarını sezmek konusunda belli belirsiz sosyal sinyallere karşı daha duyarlı olması gerektiğini ifade eder.

5. **Sosyal Beceriler:** Başkalarında istenen tepkileri uyandırmada ustalaşmış olmak. İlişki sanatı büyük ölçüde başkalarının duygularını idare edebilme becerisidir. Açık olarak dinleme yeteneği gelişmiş bireyler iyi iletişim kurarlar. inandırıcı mesajlar yollayarak başkalarını ikna edebilme ve onlara liderlik yapabilme konusunda grup sinerjisi oluşturabilirler.

Tablo 1: Goleman'ın Duygusal Yeterlilik Çerçevesi

Özbilinç	Kendine Çekidüzen Verme	Motivasyon	Empati	Sosyal beceriler
-Duygusal bilinç -Doğru özdeğerlendirme - Özgüven	- Özdenetim -Güvenilirlik -Vicdanlılık -Uyumluluk -Yenilikçilik	-Başarma dürtüsü -Bağlılık -İnisiyatif -İyimserlik	-Başkalarını anlamak -Başkalarını geliştirmek -Hizmete yönelik olmak -Çeşitlilikten yararlanmak -Politik bilinç	-Etki -İletişim -Çatışma yönetimi -Liderlik -Değişim katalizörlüğü -Bağ kurmak -İmece ve İşbirliği -Ekip Yetileri

Kaynak: (Goleman, 2009:38-39)

1.1.6.4 Bar-On'un Duygusal Zeka Modeli

Bar-On yaşamadaki istek ve baskılarla etkin olarak baş edebilmeyi sağlayan duygusal, kişisel ve sosyal yetenekleri birbiriyle ilişkili bir düzen içerisinde ele almıştır. Duygusal zekayı (EQ), duygusal ve sosyal zeka modeli şeklinde tanımlamıştır. Bar-On'a göre duygusal ve sosyal zekaya sahip olma, halihazırdaki duruma objektif ve esnek bir uyum gösterebilme, problemi çözebilme ve karar verebilmedir. Bunu yapabilmenin yolu ise duyguların etkili yönetebilmesine dayalıdır (Aslan, 2009:55). Bar-On'un duygusal zeka modelinde belirttiği boyutlar aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 2: Bar-On Modeli Boyutları ve Alt Boyutları

Kişisel/İçsel	Özsaygı	Kişinin güçlü ve zayıf yanlarının bilincinde olması, kendini hatalarıyla kabul edebilmesi
	Dışavurum	Düşünce ve duyguları tam olarak ifade edebilme ve bu düşüncelerin arkasında durabilme
	Farkındalık	Duyguların farkında olma
	Kendini Gerçekleştirme	Kişinin potansiyel kapasitesinin farkına varması ve geliştirmesi yeteneği
	Bağımsızlık	Kendi kendine yetebilme ve kendini yönlendirebilme
Kişiler Arası	Empati	Karşıdaki başkalarının hislerinin farkında olması, onları anlaması ve değerlendirebilmesi yeteneği
	Kişiler arası ilişkiler	Kişiler arası ilişki kurabilme ve sürdürebilme başarısı
	Sosyal sorumluluk	Sosyal ortamda katılımcı ve paylaşımcı bir tutum sergilemek
Uyum Sağlama	Problem çözme	Kişinin problemleri tanıması ve problemlere etkin özümler bulması
	Gerçekçilik testi	Kişinin daha önceki deneyimleriyle objektif olarak şu an yaşananlar arasındaki benzerliğin değerlendirilebilmesi
	Esneklik	Duygu ve düşünceleri değişen durumlara uyumlara uyarlama
Stres Yönetimi	Stres toleransı	Kötü olaylara, stresli durumlara, güç duygularla başa çıkma yeteneği
	Dürtü kontrolü	Ani tepkileri kontrol edebilmek ve kendine zaman tanımak
Genel Ruh Hali	Mutluluk	Yaşamdan tatmin olma, kendini ve başkalarını olduğu gibi kabullenme, yaşam aktivitelerinin tadını çıkarma
	İyimserlik	Olumlu bir ruh hali içerisinde olmak ve bu durumu korumak, yaşama iyi tarafından bakabilme

Kaynak: (Aslan,2009:56-57; Keskin vd., 2013:62-63; Bar-On, 2000:365)

Beş boyut, bireylerin yeteneklerini değerlendirirken sahip olması gereken özellikleri tanımlar (Gayle,2013:22: Singh 2011:55).

1. **Kişisel/İçsel boyut:** Bir kişiyi anlama ve onu etkili bir şekilde yaşam koşullarına uygulama yetkinliğidir. Bu boyut; öz saygı, duygusal öz farkındalık, atılganlık-dışavurum, bağımsızlık ve kendini gerçekleştirmeyi

içerir. Bu yetenekler, bir bireyin duygularıyla bağlantılı olmasına, kendisiyle ilgili iyi hissetmesine ve hedeflerine ulaşabilmesini sağlar.

2. **Kişilerarası boyut:** Sosyal farkındalığı ve duygusal zekanın kişilerarası ilişki alanlarını anlama yetkinliğidir. Bu boyut empati, sosyal sorumluluk ve kişilerarası ilişkiyi içerir. Singh'e (2011) göre bu yetenekler, bakım duygularını veya kırılganlık duygularını ifade edebildikleri bireyler arasındaki bağlantıya izin verir.

3. **Stres yönetimi boyutu:** Olumsuz şartlarda özellikle kriz durumlarında stres seviyesini iyi ayarlama yeteneğini ifade eder. Zor durumlarda, baskı altında iyi ve tutarlı bir şekilde performans gösterme yeteneğidir. Olumsuz olmakla birlikte olumlu yönleri de vardır. Stres tamamen yok edilemez, ancak etkisi azaltılabilir (Alkış, 2018:269). Stres direnci yaş, cinsiyet ve stresli durumun sıklık derecesine göre farklılık göstermektedir.

4. **Uyumluluk boyutu:** Değişim yönetimi ile ilgili yetkinliktir. Bu boyutta kullanılan beceriler şunlardır: gerçeklik testi, esneklik ve problem çözme. Bu boyut, eylemlerinden sorumlu olan ve problemleri etkin bir şekilde çözebilen bireylerle ilgilidir.

5. **Genel ruh hali boyutu:** Öz motivasyon olarak tanımlanmaktadır. Değerlendirilen beceriler iyimserlik ve mutluluğu içerir. Bu boyut, yaşamın daha aydınlık tarafına bakma ve zorluk karşısında bile iyimser bir pozisyonda kalma kapasitesiyle ilgilidir.

1.2 GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

Büyük ölçekli sonuçlar oldukça mütevazi bir başlangıçla başlar; girişimci eylemler de kazançlı bir fırsat ve girişimci bir bireyle başlar. Girişimcilik, işletmelerin kurulmasında ve büyümesinde, bölgelerin ve ulusların refahında büyük bir rol oynamaktadır (Hisrich vd., 2017: 6). Bu bölümde girişim ve girişimcilik kavramları, girişimciliğin önemi, türleri, girişimcinin özellikleri ve girişimcilik eğilimi konuları açıklanmaya çalışılmıştır.

1.2.1 Girişimci

Girişim (Enterprise), günlük hayatta, bir işi yapmak için kalkışma, başlama, harekete geçme, durumlarını ifade etmektedir. Girişimci (entrepreneur) ise; böyle bir durum içinde yer alan girişken kişi anlamında kullanılmaktadır (Arslan ve Şener, 2012:140).

TDK'nın yaptığı tanımlamaya göre girişimci, üretim için bir işe girişen, kalkışan kimse, müteşebbis, olarak tanımlanmaktadır. Girişim, en kısa tanımıyla, doğal kaynaklar, para ve emeğin birleştirilmesiyle oluşan yapıdır. Girişimci ise, riski üstüne alması ile hem kendi hem de çevresindekilerin gereksinimlerini gidermek maksadıyla üretim faktörlerinin alımını yapan ve bu faktörlerin anlamlı bir şekilde birleştirilmesini sağlayan, çalışmaları sonucu ortaya çıkan kar ve zararı üstlenen kişi olarak tanımlanmaktadır (Kalfaoğlu, 2018:2831).

Girişimcilik alanında çok önemli katkılar sunan Hisrich vd., (2017:6) girişimci kavramını şu şekilde açıklamışlardır: "Emek, hammadde ve diğer varlıkları daha büyük değer/imkan oluşturacak şekilde bir araya getiren kişidir. Girişimci, aynı zamanda, değişiklik, yenilik ve yeni bir düzeni meydana getiren kişidir (Aytaç, 2006:141).

Girişimci, temelde kar ve zarar olasılığını yüklenerek üretim faktörlerini temin eden ve bunları başkalarının ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetler

üretmek üzere birleştiren kişi veya iş adamı olarak tanımlanabilir (Şimşek ve Çelik, 2008:16).

Girişimci, sahip olduğu kaynakları düşük verimlilik alanlarından, yüksek verimlilik alanlarına yönlendiren ve orada tutmayı başarabilen kişidir. Ayrıca girişimcilik bir disiplin, hem de oldukça katı bir disiplin olarak tanımlanabilir. Girişimci, kâr elde etmek amacıyla mal veya hizmet üretmek veya pazarlamak için üretim faktörlerini bir araya getiren, belli bir risk taşıyarak işletmeyi kuran ve bu işletmeyi ya yöneten ya da yönetim konusunda profesyonel bir uzmandan yardım alan kişidir (Topal ve Şahin, 2017:958).

Girişimcilikle ilgili yapılan ve girişimcinin farklı yönlerini ortaya koyan tanımlamalar girişimcilikle ilgili literatürü çeşitlendirmiştir. Buna göre girişimci (Börü:2006:9):

- Risk almada atak
- Gelişmenin harekete geçiricisi
- Ekonomik kaynakların kontrolündeki odak noktası
- Örgütlenmedeki formel otorite kaynağı, yenilikçi
- Kar için fırsatların nitelik ve boyutlarını sezebilecek özel bir yetenek, bugünden geleceği tahmin edebime ve yönetme özelliklerine sahip, enerjisini amaçlarına yönlendirmiş
- Üretici, işveren, endüstrinin kaptanı
- Sonucu oluşturan temel karar verici
- Önder, yeni fırsatları yakalayan, risk alıcı
- Başarı oryantasyonlu
- Başarı motivasyonu katsayısı yüksek
- Evrensellik, fonksiyonel uzmanlaşma özelliklerine sahip
- Maceracı, organizatör, ve ayrıntıları atlamayan kişi olarak tanımlanmaktadır.

1.2.2 Girişimcilik

Girişimcilik (entrepreneurship) girişimcilerin risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tümünü kapsayan bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Aytaç,2006:141; Arslan ve Şener, 2012:140). Girişimci terimi etimolojik olarak Fransızca'da "bir şey yapmak, bir şeye başlamak, üstlenmek" anlamına gelen 'entreprendre' kelimesinden türemiştir. Ortaçağ döneminde bu kelime aktif çalışan kişiyi tanımlamak için kullanılmıştır (Gündoğdu, 2012: 298).

Girişimcilik kavramı hakkında yapılan çalışmalar incelendiğinde girişimciliğin; "risk üstlenme, başlatma, yenilik, fırsatların peşinde koşma, strateji oluşturma, üretme," gibi farklı sözcüklerle tanımlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Bu sözcüklerden hareketle girişimciliğin devamlı olarak değişen bir değere sahip olduğu ve girişimcilik kavramı üzerine tek tip bir tanımın oluşturulmasının mümkün olamayacağı anlaşılmıştır (Akçakanat vd., 2014: 139; Bozkurt vd., 2018:45). Buna göre çeşitli yazarların girişimcilik için yapmış oldukları tanımlamalar aşağıdaki tabloda özet olarak verilmiştir (Özmen, 2016:7).

Tablo 3: Girişimcilik Tanımları

Yazar	**Girişimcilik Tanımı**
Miller (1983)	Bir firmanın ürün-pazar ilişkisi ve teknolojik yenilik ile ilişkili faaliyetleri
Kanter (1985)	Yeni Kombinasyonların üretilmesi
Gartner (1985-1989)	Yeni girişimlerin başlatılması süreci, yeni organizasyonların meydana getirilmesi süreci
Schuler (1986)	Mevcut işletmeler bünyesinde veya yeni iş şekillendirmede yeni ürün hizmet meydana getirme veya inovasyona yönelik uygulamalar
Stevenson ve Jarillo (1990)	Kontrol ettikleri mevcut kaynaklara bakılmaksızın bireylerin sahip oldukları organizasyonlarda fırsatları kollama süreci
Jones ve Butler (1992)	Firmaların fırsatları takip edip üretim faktörleri arasındaki süreçler yapıcı bir şekilde artı değer katarak harekete geçirmesidir.
Shane ve Venkataraman (2000)	Gelecekteki ürünleri meydana getirmek için fırsatları keşfetme ortaya çıkarma ve kullanmaktır

Kaynak: (Özmen, 2016:7)

Girişimcilik, farklı bilim insanları tarafından iki grupta ele alınmıştır: Birinci grupta, yenilik, büyüme ve benzersizlik gibi konulara odaklananlar; diğer grupta, değer oluşturma gibi girişimciliğin sonuçlarına odaklananlar vardır (Tuncer ve Doğan, 2018:98). Girişimcilik, sosyoloji, işletme, iktisat, psikoloji gibi çok sayıda disiplin tarafından ele alınan bir kavram olduğu için farklı tanımlamalar ortaya çıkmaktadır. Bu tartışmalar girişimciliğin bir meslek grubu olup olmadığından girişimciliğin sürekli bir eylem olup olmamasına kadar uzanmaktadır (Özden vd., 2008: 4).

Girişimcilik bireylerin belirli fırsatlardan yararlanmak için çeşitli kaynakların ve süreçlerin araştırıldığı, değerlendirildiği ve faydalanıldığı bir süreç olarak tanımlanabilir (Türkmen ve İşbilir, 2014:19). Girişimcilik bireysel ve kurumsal olarak bir davranış biçimi ve inovasyon sürecidir (Antoncic vd Hisrich, 2003:8).

Girişimcilik, bireyin yenilikçi düşünceyi kullanarak pazar fırsatlarını tanımladığı, kaynakları koruduğu ve girişim riskinin bir kısmını üstlenirken istenen sonuçları elde etmek için çevreye adapte olduğu bir süreçtir (Chelariu vd., 2008: 405).

1.2.3 Girişimciliğin Önemi

Girişimcilik, bireylerin ihtiyaçlarının tespiti sonucu ortaya çıkarılan ihtiyaçların fırsata dönüştürülerek yatırım yapma isteğinden ve bu istek sonucu bireylerin iş imkânı, gelir düzeyi, yatırım oranlarının artması, ayrıca ekonomik büyümeyi ve genişlemeyi beraberinde getirerek toplumun refahını artırmasını sağlamasından dolayı hem bireyler hem de toplum açısından büyük önem taşımaktadır (Bozkurt vd., 2018:45).

Girişimcilik fikrine atfedilen değer son birkaç yüzyıla bakıldığında her geçen gün artarak devam etmektedir (Ağca ve Yörük, 2006:156). Özellikle son elli yılda daha fazla hızlanmıştır. Dolayısıyla ülkelerin kalkınması ve gelişmesi için katma değeri yüksek ürün ve hizmetler üretebilecek ekonomik birimler oluşturulması, hızla

değişen koşullara uyum sağlayabilen büyümeye ivme kazandıracak bir dinamizme sahip girişimciler yetiştirilmesi son derece elzem bir durumdur (Öneren, 2012:7).

Girişimcilik, yeni fırsatları, fikirleri ortaya çıkarmış ve yeni üretim teknik ve yöntemleri geliştirmiştir. Üretimle birlikte ekonomik kalkınma, istihdam oluşturma ve sosyal gelişim gibi zenginlikler kazanılmış, toplumun refah düzeyinin artması sağlanmıştır. İnsanlık tarihinin var olduğu günden bu yana çok eski bir geçmişe sahip olan girişimcilik, dönem dönem farklı özellikler yüklenerek günümüze kadar gelmiştir. Günümüzde diğer bir ifadeyle bilgi çağı dediğimiz bu zamanda daha da farklı boyutlarla ön plana çıkmaktadır (Aşkın vd, 2011:55).

Örgütlenme faaliyetlerin temelinde özellikle insan sermayesinin önemi göz önündedir (Parker, 2011: 20). Buna göre insan sermayesinin en önemli aktörlerinden olan girişimci yeni düşünceler, fikirler ortaya atarak, faaliyetlerin yayılması ve uygulanmasını hızlandırır, ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açar, teknolojik gelişmelerle birlikte uyumlu hareket kabiliyeti ile verimliliği artırır ve hızla büyüyen sektörler oluşturarak ekonomik büyümeye hız verir (Topkaya, 2013:40).)

Girişimci, ekonomik kaynakların değerlendirilmesinde, başka bir ifade ile katma değerinin yükseltilmesinde baş aktördür. Girişimcilerin temel özellikleri zaten üretim kaynaklarını farklı şekillerde birleştirerek kullanılmayan üretim faktörlerinin etkin bir şekilde kullanılmasını sağlayarak, önceki durumdan daha verimli ve değeri yüksek ürünler meydana getirmektir (TÜSİAD, 2003:2). Katma değerli ürünler üreterek büyüyen ve rekabet gücü yükselen girişimcilerin bölgesel kalkınmaya katkısı daha fazla olacaktır (Sevinç ve Eren, 2016:6).

Başarılı girişimcilik faaliyetleri sayesinde yeni endüstrilerin ortaya çıkması sağlanmış olur. Bu nedenle toplumun değişim ve gelişim sürecinde oldukça önemli bir işlevi vardır (Bozkurt vd., 2012:229). Ekonomik yapı içerisinde yer alan küçük-orta-büyük boy işletmelerin hem kendi aralarında hem de uluslararası düzeyde rekabet etmelerinin temelinde yine girişimcilik ön plana çıkmaktadır (Uçkun ve Girginer, 2012:98). Girişimcilik, işsizlik sorununa önemli bir çözüm olanağı

sunduğu gibi ayrıca ekonomik büyümenin dinamosudur (TÜSİAD, 2003:2). Girişimcilik ve yeni girişimciler tüm dünyada ekonomilerin gelişmesi ve işsizliğin önüne geçilmesi konularında çıkış yolu olarak görülmektedir (Sönmez ve Toksoy, 2014:41).

Serbest piyasa düzeninin geçmişinin uzun yıllara dayalı olduğu gelişmiş ekonomilerde, girişimcilik faaliyetleri daha yaygın olarak yer almakta, bireyler açısından girişimcilik için gerekli risk alma, rekabetçi düşünce yapıları ve yenilikçilik daha çok görülmektedir. Ancak, Türkiye'de devletçiliğin oldukça yerleşmiş bir değer olduğu ve bunun da girişimcilik yapısını önemli ölçüde etkilediği söylenebilmektedir. Ekonomiler için çok yönlü olarak önem taşıdığı sık sık vurgulanmakta olan girişimcilik konusunda niyeti olan kişilerin sayıca ve nitelikçe geliştirilmesi, girişimcilik konusunda kişilerin niyetlerinin oluşturulması planlı bir çalışma haline gelmiş ve ülke politikaları içerisinde de yerini almıştır (Börü, 2006:27). Bu kadar önemli bir müessesenin geliştirilmesi için dünyada birçok ülke, girişimcilerini çeşitli yasalar, risk sermayesi ve ar-ge bütçeleri gibi birçok araçla desteklemekte (Ercan ve Gökdeniz, 2009:77) ve vatandaşlarının girişimcilik faaliyetinde bulunması için farklı teşvik yolları aramaktadır. Türkiye'de KOSGEB, TOBB, TUBİTAK, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, Tekno Girişim, Teknopark&Teknokent gibi kurum ve kuruluşlar çeşitli destekler noktasında etkin görev almaktadır (Türkmen ve İşbilir,2014:19). Girişimci bireylerin nitelik ve nicelik olarak artırılabilmesi için farklı eğitim kurumları tarafından girişimcilik eğitimine yönelik eğitim ve danışmanlık desteklemeleri yapılmaktadır (İpçioğlu ve Taşer, 2009:14).

Yalnızca teknolojik alanlarda değil aynı zamanda ekonomik ve sosyal alanlarda büyüme sağlanması girişimcilik kavramına gerekli önemin verilmesi ile mümkündür. (Aşkın vd, 2011:71) Son yıllarda girişimciliğin sosyolojik bir içerik kazandığı görülmektedir (Aytaç, 2006:140). Özellikle çevresel konularda girişimcilerin sürdürülebilir bir ekonomi ve ticari sisteme geçerken oynayabileceği role daha fazla dikkat edilmektedir (Schaper, 2002: 26). Bu durum yeni girişimcilik faaliyetleri diğer bir ifade ile yeşil girişimciliğin ön plana çıkartılarak, doğal kaynaklara bağlı olarak

sürdürülebilir, kazançlı girişimler oluşturularak daha sürdürülebilir ekonomik büyümenin teşvik edilmesini sağlamaktadır (Allen ve Malin, 2008: 829).

1.2.4 Girişimcilik Türleri

Girişimcilik araştırmacıları, girişimciliğin alternatif perspektiflerini tanımlamak için çok sayıda tipoloji geliştirmiştir. Bu sınıflandırma sistemleri, girişimciliğin nasıl ve neden gerçekleştiğini etkileyen bireysel, kurumsal veya çevresel faktörlerin çeşitli kombinasyonlarının bir sonucu olarak girişimcilikteki farklılıkları göstermektedir. Her ne kadar bu çabalar girişimcilik sürecinin çeşitli boyutlarına dikkat çekse de, girişimciliğin nasıl karakterize edileceğine dair yaygın bir fikir birliğine varılmadı. Bu eksiklik, araştırmacıların daha geniş bir girişimcilik teorisi oluşturma ve test etme yönünde ilerlemelerini engelledi ve girişimcilikle performans arasındaki ilişkiyi incelemelerini özellikle zorlaştırdı (Lumpkin, 1996: 135).

Girişimcilik her şeyden önce iki kategoriye ayrılabilir. Bunlar kamu girişimcileri ve piyasa ekonomisi içerisinde yer alan girişimciler Kamu girişimcileri genellikle katı bütçe kısıtlaması ile ve siyasi otoritenin kararlarına bağlı olarak çalışır. Piyasa ekonomisi içerisinde yer alan girişimciler ise dinamik (yeniyi arayan) girişimci ve olağan (olanla yetinen, dinamik girişimciyi takip eden) girişimci olmak üzere ikiye ayrılabilir (Çelik ve Akgemci, 2010:21). Zaman içinde ekonomide ve teknolojide meydana gelen değişmeler girişimcilik kavramında da bazı değişikliklere yol açmıştır (Doğan vd.,2010:11; Keleş, 2013:30). Bu değişikliklerle birlikte yeni tanımlanan girişimcilik türleri şu şekildedir (Yıldız, 2015:12).

- Orijinal girişimcilik: İlk defa sıfırdan başlayarak kurulan girişimlerdir. Hem girişimcisi hem de girişim orijinaldir. Girişimciler kendi işlerini kendileri keşfeder ve uygularlar (Top, 2006:8).

- İç/Dış girişimcilik: İç girişimcilik işletme içinde girişimciliğe ortam sağlayan yapıdır. Bunun dışında kalanlar ise dış girişimcilik olarak adlandırılır. İç

girişimci kurulmuş işletme içerisindeki fonksiyonlarda bir yenilik ve değişim meydana getirir. (Doğan vd., 2010:12).

- Kurumsal girişimcilik: Genel anlamda büyük işletmelerin veya küçük işletmelerin kendi aralarında küçük girişimcileri organize eden üst girişimciliktir. Kilit karar vericilerin firmalarının örgütsel amaçlarını yerine getirmek, vizyonunu sürdürmek ve rekabet avantajı oluşturmak için kullandıkları girişimci strateji oluşturma süreçleri olarak görülebilir (Rauch vd., 2009: 763). Uluslararası sorunlar ve zorluklar bu yapının daha da geliştirilmesini sağlamıştır (Guth ve Ginsberg, 1990:14).

- Profesyonel girişimcilik: Bin bir zahmetle kurulan işletmelerin esas sahip ve ortaklarının çeşitli nedenlerle (yaşlılık emeklilik gibi) iş bırakması sonucunda girişimin içerisinden veya dışarıdan ehil kişilere devredilmesi neticesinde oluşan girişimcilik.

- Teknik girişimcilik: Yenilik ve araştırma geliştirme faaliyetlerinin finanse edilmesini ve yönetilmesini de içine alan daha çok teknolojik alanda faaliyet gösteren ekip girişimciliğidir.

- Girişimci girişimcilik: Daha önce belirli alanlarda deneyimleri olan girişimcilerin, yeni çıkan girişimleri fırsat alanı görerek satın alması yoluyla oluşan girişimciliktir.

- Çevreci girişimcilik: Çevresel sorunlara çözüm bularak sorunların içindeki fırsatları ortaya çıkaran girişimciliktir (Top, 2006:8-17).

- Kadın girişimcilik: Toplumsal cinsiyet rolleri üzerine girişimcilik boyutu açısından yapılan çalışmalar daha çok erkek girişimciler üzerinedir. Ancak kadınların da ülke ekonomisine önemli katkıları olduğu önemli bir gerçektir. Sosyal ortamların teknolojik gelişmelerin de etkisiyle kadınların girişimcilik düzeyleri daha artmış bulunmaktadır.

- Fırsatçı girişimcilik: Pazardaki mevcut ve potansiyel fırsatları görerek buna göre konum alan girişimcilerdir.

- Yenilikçi girişimcilik: Piyasadaki değişimi izleyen yeni fikir, ürün ve pazar arayışında olan girişimciliktir.

- Takipçi girişimcilik, piyasadaki gelişmeleri izlemekle yetinen bu gelişmelere göre davranan girişimciliktir.

- Sosyal Girişimcilik: Toplumsal ihtiyaçları karşılamaya yönelik sosyal bir misyon, vizyon, strateji ve çalışma şekli olan, çözüm şekilleri yenilikçilik içeren, kar amacı gütmeyen fakat sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla gelir elde eden örgütler aracılığıyla sosyal değerler oluşturmaktır.

- Sanal Girişimcilik: Özellikle internet ve fintek uygulamalarındaki gelişmelerle sanal ortamda daha aktif olan girişimcilik türüdür (Yıldız, 2015:12-17).

- Sürdürülebilir girişimcilik: Girişimcilik kazanımın bireylere, ekonomiye ve topluma dahil olmak üzere geniş ölçüde oluşturulduğu kazanç (girişimcilik eylemi) için gelecek ürün, süreç ve hizmetleri getirmeye yönelik algılanan olanakların peşinde doğayı, yaşam desteği ve toplumu, sürdürülebilirliği korumaya odaklamaktır (Hisrich vd., 2017: 20).

1.2.5 Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Girişimcilik süreci karmaşık, çok boyutlu ve dinamik bir dizi faktör ve koşulun etkileşimidir. Bunlar, genetik yapının bir sonucu olarak girişimci ruhuyla doğmuş kişilerin bireysel özellikleri ve tutumları ile beraber yaşadığı toplumun kültüründeki sosyal gelişimden kaynaklanmaktadır (Morrison, 2006: 194). Bu süreç; bir fırsatın farkına varılması ile başlar sonrasında bu fırsatı hayata geçirmek için

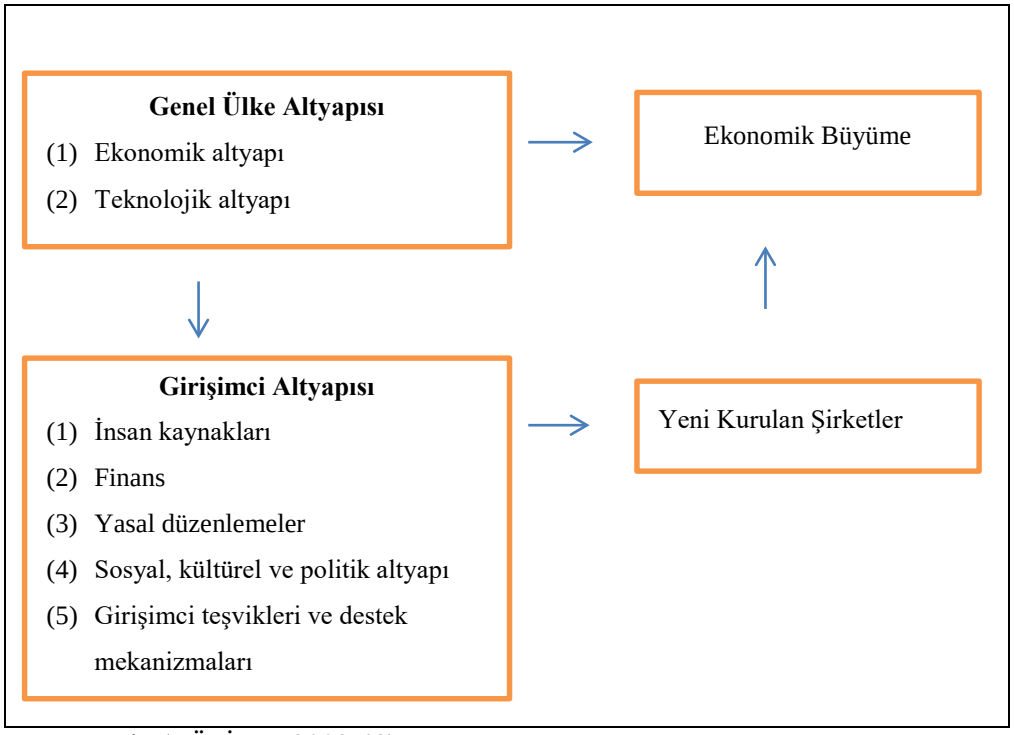
gerekli organizasyonun oluşturulmasına yönelik gerekli olan her türlü fonksiyonları ve aktiviteleri içerir (Öneren, 2012:10).

Aslında bakıldığında, girişimcilik sadece tek bir "şey" değildir. Genellikle birçok faktörün birleşimidir ve geleceğe yönelik düşünceler barındırır. Her zaman tamamen öngörülemeyen şekilde hareket etme özgürlüğüne sahip olan ve eylemleri birbirine bağlanan ve bir bireyin eylemlerinin diğer bireylerin davranışlarını değiştireceği bir sistem içerisinde yaşamaktayız. Dolayısıyla girişimcilik hakkında ne kadar şey bilirsek bilelim öngöremediğimiz nice yeni kavramlar ve etkenler beraberinde gelecektir (Anderson vd., 2012: 962).

Girişimcilik literatürünün incelenmesi, mevcut araştırmanın kapsamını ve meşruiyetini büyük ölçüde etkileyen birçok "baskın" teorik bakış açısını ortaya koymaktadır. Girişimciliği etkileyen üç ana etken olduğu kabul edilmektedir. İlk olarak, ekonomik çevre, ikincisi, kişilik, üçüncüsü de davranışsal bakış açısıdır (Cope, 2005: 373). Bazı kaynaklarda bu etkenler ekonomik sosyolojik ve psikolojik etkenler olarak tanımlanmaktadır. Ekonomik çevre, ekonomik şartlar doğrultusunda bir faktör oluştururken, sosyolojik çevre ise aile yapısı, eğitim, yaş, vb. faktörler oluşturur, psikolojik faktörler ise iş disiplini, sevgisi (Ballı ve Ballı, 2014:103), başarı ihtiyacı, kendine güven gibi faktörlerden oluşmaktadır (Korkmaz,2012:212).

Girişimciliği etkileyen faktörlere bakıldığında Şekil 3'te iki temel gruba ayrıldığı görülmektedir. Bunlar ülke altyapısı ve girişimci altyapısıdır. Ülke altyapısı içerisinde ise ekonomik ve teknolojik altyapı bulunmaktadır. Bu çerçevede ekonominin dışa açıklığı, finans sektörü, devletin rolü, teknolojik fiziksel altyapı, yasal kurumlar, yönetim becerileri, gibi alt faktörler de yer almaktadır (Bozkurt vd., 2012:234). Girişimci altyapısını oluşturan faktörler şu şekilde sıralanabilir: İnsan Kaynakları, Finans, Yasal Düzenlemeler, Sosyal, Kültürel ve Politik Altyapı, Girişimci Teşvik ve Destek Mekanizmaları (TÜSİAD, 2002:48).

Şekil 2: Girişimciliği Etkileyen Faktörler



Kaynak: (TÜSİAD, 2002:48)

Bazı kaynaklarda bu etkenler ekonomik sosyolojik ve psikolojik etkenler olarak sınıflandırılmaktadır. Ekonomik çevre, ekonomik şartlar doğrultusunda bir faktör oluştururken, sosyolojik çevre ise aile yapısı, eğitim, yaş, vb. faktörler oluşturur, psikolojik faktörler ise iş disiplini, sevgisi (Ballı ve Ballı, 2014:103), başarı ihtiyacı, kendine güven gibi faktörlerden oluşmaktadır (Korkmaz,2012:212).

Girişimciler yaşları açısından iki farklı alanda değerlendirilmelidir. Birincisi kariyer yaşı yani elde etmiş olduğu tecrübeye göre bulunduğu yaş diğeri ise normal yıllar itibariyle kronolojik yaşıdır. Girişimcilik deneyim yaşı açısından bakıldığında aynı iş kolu üzerinde girişimcilik faaliyetlerine devam edenler daha başarılı olmaktadır. Bunun yanında kronolojik yaş açısından bakıldığında girişimcilerin çoğu, girişimcilik kariyerlerini 22 ile 45 yaş arasında başlatmaktadır. Girişimcileri kariyer yollarında etkileyen en önemli faktörlerden biri, rol modeli seçimidir. Rol modelleri ebeveynler, erkek kardeşler veya kız kardeşler, diğer akrabalar, diğer girişimciler olabilir. Başarılı girişimciler potansiyel girişimciler açısından tetikleyici unsur görevi görmektedir. Rol modelleri girişimciliğin kendileri için uygun olduğuna

dair önemli sinyaller verebilir. Rol modeller ayrıca yeni bir girişimin başlatılması sırasında ve sonrasında destekleyici bir faktördür. Bir girişimcinin, yeni girişimin her aşamasında güçlü bir destek ve danışmanlık sistemine ihtiyacı vardır. Bu rol modeli destek sistemi, başlangıç aşamasında, kuruluş yapısı, gerekli finansal kaynakları alma ve pazarlama gibi konularda bilgi, tavsiye ve rehberlik sağladığı için de çok önemlidir (Hisrich vd., 2017: 18).

Girişimcilik konusunda diğer nokta eğitim ve tecrübedir. Finans, ürün geliştirme, pazar planı geliştirme gibi alanlarda girişimcinin iş tecrübesi taşıması oldukça önemlidir (Özden vd., 2008:232). Girişimcilik ve büyüme süreci esasen doğrusal değildir ve süreksizdir. Önemli ve eleştirel öğrenme olaylarıyla karakterize edilen bir süreçtir. Girişimcilerin bu öğrenme olaylarını deneyimlemesinin bir sonucu olarak bilgiyi en üst düzeye çıkarma kabiliyetleri girişimlerinin ne kadar başarılı olacağını belirleyecektir (Cope, 2005: 382).

1.2.6 Girişimcinin Özellikleri

Girişimcilik farklı koşullar göz önünde bulundurulduğunda farklı özellikler gerektirmektedir. Sosyal, mekansal ya da kurumsal ve toplumsal bağlamlar düşünüldüğünde girişimci davranışın daha iyi anlaşılabileceği görülmektedir. Buna göre girişimcilik özelliklerinin bir zaman ve bir yerden diğerine değiştiği söylenebilir (Welter, 2011:165).

Bazı toplumların diğerlerine göre daha fazla girişimci bireyler ortaya çıkardığı görülmektedir. Bunun sebeplerinden bir tanesinin bu toplumlardaki sosyalleşme sürecine bağlı olduğu ifade edilebilir (Dündar ve ağca, 2007:125). Örneğin girişimci terimi Fransız dilinin bir parçası olmasına karşın, Avrupa ekonomisinin uzun süre feodal sistemde kilitli kalması girişimciliğin ve inovasyonun gelişmesini engellemiştir (Landström, 2005: 27).

Girişimcilik konusu ekonomik ve sosyal sonuçları itibariyle literatürde sıklıkla ele alınan konuların başında gelmektedir. Girişimci kişilerin girişimci olmayanlardan

bazı özellikler itibariyle farklılaştığı ifade edilmektedir. Girişimcilik, girişimciliğe dair içsel özellikler ile dışsal özelliklerin etkileşimi sonucu oluşan bir süreci işaret etmektedir. Bu yaklaşıma göre içsel özellikler kişisel özellikler ve firma kaynakları ile ilgiliyken, dışsal özellikler ise işletmenin faaliyet gösterdiği endüstrinin durumu, teknolojik koşullar gibi değişkenlerden oluşmaktadır. Bu bakış açısına göre tek bir girişimcilik tipolojisi bulunmamaktadır. Çünkü tek bir girişimcilik tipolojisi bazı girişimcilerin aynı durumlarda niçin farklı davrandığı sorusuna yanıt sunmamaktadır. İçsel ve dışsal değişkenlerin yanı sıra sosyal, ekonomik ve eğitimle ilgili değişkenlerin de girişimcilik davranışını etkilediği belirtilmektedir (Aksay ve İplik, 2014:199).

Girişimci ruhuna sahip kişiler rutin işlerde çalışmaktan hoşlanmazlar, yeni fikirler ortaya çıkarma eğilimindedirler. En göze çarpan özellikleri, başarı arzularının yüksek olmasıdır. Uzun süreli çalışma saatlerine sahiptirler ve zorunlu şartlar haricinde emekli olmayı tercih etmezler; devamlı çalışma ve bir şeyler üretme arzusu içindedirler (Çelik ve Akgemci,1998:7; Balaban ve Özdemir, 2008:136).

Girişimcilerin özelliklerinden bir tanesi de strese karşı dayanıklı olmalarıdır. Girişimciler, stresle baş edebilme sürecinde etkin bir strese, yönetilmesi gereken bir durum olarak bakarlar (Demirel ve Tikici, 2004:53). Strese tahammül edebilen girişimciler aile ve iş arasındaki sorumluluklarını dengeleyebilirler ve böylece başarı şansları artarken stresle başa çıkamayan girişimciler çeşitli hastalıklarla mücadele etmek zorunda kalabilmektedir (Karabulut, 2009:334).

Girişimciliğin bir takım kişisel özelliklerin bileşimi olduğu bilinmektedir. Fakat girişimciler bu özelliklerinden bazılarını daha fazla önemserken bazılarını da daha az önemseyebilmekte ya da hiç önemsemeyebilmektedirler. Girişimciler için atfedilen özelliklerin hepsinin bir girişimcinin kişiliğinde baskın olması beklenmemelidir. Diğer bir ifade ile her özellik girişimci kişiliğin oluşmasına eşit etkiye sahip olmayabilir (Demirel ve Tikici, 2004:53).

Girişimcilik özelliklerimin bağımsız olarak değişebileceğini öne süren Lumpkin ve Dess (1996)'in görüşleri çerçevesinde, girişim süreci aslında girişimcinin karakterine de bağlıdır (Littunen, 2000:297). Dolayısıyla girişimciliğin tek ve basit bir yolunun olmayabileceğinin unutulmaması gerekmektedir (Rule ve Irwin, 1988:44). Bireyin duyuş, düşünüş, davranış biçimlerini ortaya koyan, devamlı olarak içten ve dıştan gelen uyarıcıların etkisi altında olan kişilik, kişinin biyolojik ve psikolojik, kalıtsal ve edinilmiş bütün duygularını, güdülerini, alışkanlıklarını, yeteneklerini, isteklerini ve bütün davranışlarını içine alır. (Yelboğa, 2006:198). Kişilik ile ilgili özelliklerin çok çeşitli olması, davranışların sebep ve sonuçlarının bireyler arasında önemli farklılıklar göstermesi başarılı girişimcilerin özelliklerini belirlemeye dönük sınıflamalara gitmeyi güçleştirmektedir (Demir, 2015:32). Buna göre bu özellikler aşağıdaki başlıklarda açıklanmaya çalışılmıştır.

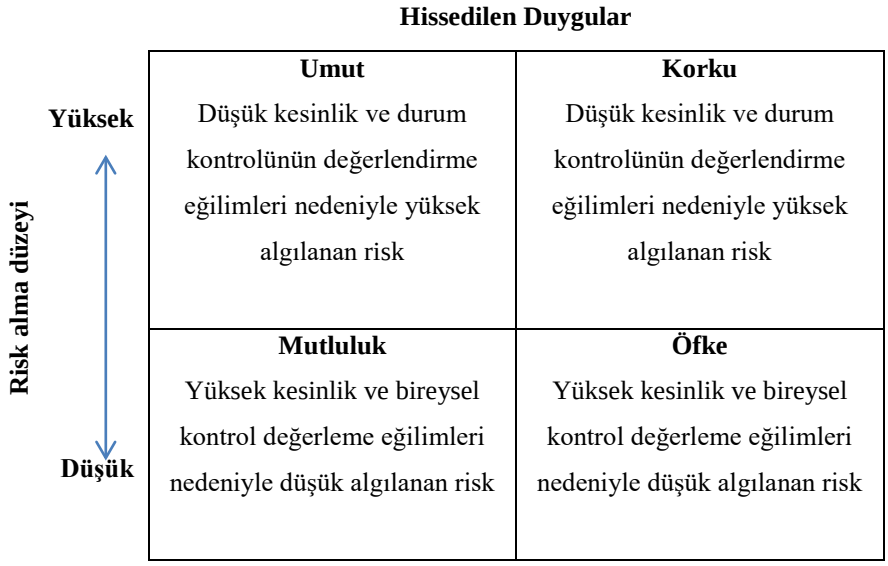
1.2.6.1 Bireysel Risk Alma Davranışı

Risk aslında kaybetme olasılığı anlamına gelmektedir. Kişilerin organizasyonların yenilikçi davranışlar sergilemesi ve yeni girişimler başlatma eğilimleri, risk alan girişimci eylemlerin ayrılmaz bir parçasıdır. Yeni fırsatların takip edilmesi ve çok sık yeni ürün veya hizmet denemelerinin yapılması aslında büyük cesaret gerektiren eylemlerdir. Girişimciler ve girişimci firmalar çok sık aralıklarla çeşitli yeni ürün ve hizmet opsiyonları geliştirerek farklı pazar alanları ve boşluklarını hedefleyen düşük riskli pazar denemeleri yaparak, riskleri daha iyi yönetmeye çalışmaktadırlar (Ağca ve Kurt 2007:94).

Risk alma davranışı, girişimci olanlarla olmayanların zihinsel süreçlerinde farklılıklar ortaya çıkarmaktadır. Söz konusu farklılık ise bilişsel psikolojiye göre bireylerin çevredeki karmaşık dünyayı anlama şekillerinden kaynaklanmaktadır. Örneğin çevresel belirsizlik durumu girişimciler için fırsat olarak değerlendirilirken, girişimcilik özelliği zayıf olanlar için tehdit olarak algılanmaktadır. Bu bakış açısı psikoloji ve davranış bilimleri alanında yapılan çalışmalarla neden-sonuç ilişkisi kurma, karar süreçleri gibi alanlarda yeni bilgilerin edinilmesine imkân vermiştir (Aksay ve İplik, 2014:201).

Risk alma kavramı, girişimciliğin esasıdır. Girişimsel yapı içinde risk alma, tedbirsizce değil, hesaplı ve kontrollüdür (Bayraktar ve Karadeniz, 2017:493). Risk almayanlar, bir işe kalkışmayan kişilerdir. Bireylerin bir işe karar vermesi ve başlaması, o iş için hissettiği duyguların bir ifadesidir. Duygular insanda risk algılarını ve tercihlerini etkileyen önemli bir faktördür. Baron'un (2008) gözlemlediği gibi, karmaşıklık ve belirsizlik koşulları girişimcilerin faaliyet gösterdiği ortamı karakterize eder. Etki hem ruh hallerini hem de duyguları içeren genel terimdir. Ruh halleri genel olarak pozitiflik veya olumsuzluk duygularıdır. Buna karşılık, duygular öfke, mutluluk, korku ve umudu içerebilen belirli etki türleridir. Bir duygu bir değerlik bileşenine sahiptir (olumlu veya olumsuz). Duygular ayrıca, ortamın kontrol edilebilirliğinin kapsamı ve sonucun tahmin edilebilir olup olmadığı da dahil olmak üzere, durumun değerlendirmesini sağlar (Foo, 2011: 376-377). Buna göre duyguların risk alma düzeylerine etkisi Şekil 2'de özetlenmiştir.

Şekil 3: Duyguların risk alma düzeylerine etkisi



Kaynak: (Foo, 2011:377)

1.2.6.2 Proaktiflik

Proaktiflik dinamik bir anlam ve yapıyı ifade etmektedir (Bulut vd., 2008:508). Proaktif (proactive) terimi, "olaylar meydana geldikten sonra reaksiyon (tepki) gösterme yerine, geleceğe yönelik bir davranışa sahip olma, sorunları önceden görme ve onlarla mücadeleye dönük olumlu adımlar atma" olarak tanımlanmaktadır (Ağca ve Kurt 2007:95).

Proaktivite, rakiplere göre agresif duruşla ilgilidir. Proaktif bir firmanın, deneyerek risk almaya eğilimi vardır. İnisiyatif alır ve fırsatları takip etmek için cesur ve saldırgandır. Proaktivite kavramı rakipleri takip etmek yerine, yeni ürün veya hizmetlerin, işletme teknolojilerinin ve idari tekniklerin tanıtılması gibi kilit iş alanlarındaki kuruluşların ne kadar yol göstermeye çalıştığını ifade eder (Antoncic ve Hisrich, 2001: 498).

Bukens (2014: 580) çalışmasında bu konuyla ilgili Mahatma Gandhi'nin şu sözlerine yer vermiştir. "Önce seni görmezden gelirler, sonra sana gülerler, sonra savaşırlar, sonra sen kazanırsın". Böylece inovasyon ve girişimciliğe daha fazla odaklanılması gerektiğini farklı bir anlatımla dile getirmiştir.

1.2.6.3 Yenilik (İnovasyon):

Girişimci davranış şekli, çok önemli temel değerler ve yeniliklerin geliştirilmesinde oldukça önemli bir kavramdır. İnovasyonda neler yapılabileceği yönündeki proaktif hareket tarzıdır (Johnson, 2001:140).

Genel tanımlamalara bakıldığında yenilik süreci, "bir fikri pazarlanabilir bir ekonomik değere (ürüne), yeni ya da geliştirilmiş bir üretim ya da dağıtım sistemine veya yeni bir sosyal hizmet biçimine dönüştürmeyi" ifade etmektedir. Farklı bir tanımlamada ise yenilik yapmayı hangi alanda olursa olsun firmanın daha önce alışık olmadığı, eşsiz veya farklı şeyler oluşturması olarak ele almaktadırlar (Ağca ve Kurt 2007:93).

Yeniliğin icattan farklı ve daha kapsamlı bir kavram olduğu belirtilmektedir. Yeni ürün geliştirmede odak nokta genellikle "olmayanı ortaya çıkarma" iken inovasyonda işlevsellik ve ticarileşme yönleri öne çıkmaktadır (Akkuş vd.,2018:172).

Yenilikçi düşünme becerisi, insanların doğuştan getirdiği ve insanlarda farklı düzeylerde ortaya çıkabilen bir özelliktir. Her koşulda doğrusal olmayan bir dizi etkileşime bağlı ortaya çıkmaktadır. Söz konusu etmenler doğuştan gelen özellikler üzerinde, "Kartopu etkisi yaparak" gelişmesini sağladığı gibi tam tersine sönmesine de yol açabilmektedir (Şahin ve Danışman, 2017:748).

Girişimcilik kabiliyeti, şirketlerdeki yenilikçi düşünceye ve yeniliğe eşittir (Kural ve Irwin 1988: 44). Girişimcilik, yeni ürün geliştirme, ürün iyileştirmeleri ve yeni üretim yöntem ve prosedürlerini içerir. Dolayısıyla yenilikçilik boyutu, teknolojideki gelişme ve yeniliğe vurgu yaparak ürün ve hizmet inovasyonunu ifade eder (Antoncic ve Hisrich, 2001: 498).

Son zamanlarda yenilik ve inovasyon, işletme yönetimi alanında önemli bir başlık olarak ortaya çıkmıştır. Yeni inovasyon sürecini tarif etmek gerekirse şu sihirli kelimeler yeterli olabilecektir: Hayal edin, keşfedin, icat edin, öncülük edin ve canlandırın. Zamanla inovasyonun kendisi bile değişime uğrayacaktır (Gündoğdu, 2012: 299).

1.2.6.4 Belirsizliğe Tolerans:

Belirsizlik önceden tahmin edilememe durumu olarak tanımlanabilir. Bu anlamda belirsizlik, çevre çeşitli koşul ve dinamiklerin devreye girdiği bir ortamda ortaya çıkan karmaşık durum olarak görülebilir (Ağca ve Kurt 2007:103).

Yeni işletme kurma, girişimciliğin en önemli özelliği olsa bile, girişimcilik, sahip olduğu geniş anlam itibariyle işletme oluşturmaktan daha fazla bir şeydir. Girişimcilik, kaos ve çelişki ortamında fırsat oluşturma yetisi, başkalarının sahip

olduğu kaynakları elde etme, bir araya getirme ve kontrol etme yoluyla kullanma becerisidir (Yıldız ve Alp, 2012:33).

1.2.6.5 Liderlik:

Girişimcilik ve liderlik konusu iç içe geçmiş kavramlar gibidir. Hatta liderlik çeşitleri arasında girişimci liderlik vardır. Girişimci liderlik, iş çevresinde fırsat ve avantajlar elde edebilmek için işletme kaynaklarını etkin bir şekilde kullanma yoluyla başkalarını etkileme yeteneğidir. Liderler yöneticilerden farklı olarak insan üzerine odaklı, geliştirici, dürüst, uzun vadeli görüşleri, olan grubunu etkileyebilen kişilerdir. Güç ve otoriteyle değil inandırmak suretiyle insanları etkili biçimde yöneten kişilerdir (Marangoz, 2012:10).

Girişimci insanlar oldukça motive olmuş, enerjik ve çalışkandırlar. Motivasyonlarının ve başarı gereksinimlerinin yüksek olması ile lider olma istekleri yüksektir (Keleş, 2013:25).

1.2.6.6 Kararlılık ve Azim:

İnsanlar ve örgütler yaşam süreleri boyunca birçok engelle karşı karşıya kalırlar ve çoğu zaman bu engelleri aşmanın bir yolunu bulmaya çalışırlar. Engel ve eksiklikleri aşmanın yolu ise bağlılık kararlılık ve azimden geçer. Girişimcinin bağlılığı yaşam sitilinin ve servetinin önemli bir kısmını bu yönde sarf etmesiyle ölçülebilir. Bağlılığı ve kararlılığı yüksek olan girişimci sorunları çözmek için daha çok çaba sarf eder. Kolay pes etmez. Burada azim devreye girmektedir. Girişimci bilgili, zeki, eğitimli olabilir ancak bu özellikler başarılı olmak için yeterli değildir. Zira dünyada bir çok bilgili, zeki veya eğitimli insan var ama hangisi ne kadar başarılı bir girişimci? Azimli ve kararlı insanlar baskı ve risk altında bile problemleri çözme yetisine sahiptir (Marangoz, 2012:7).

1.2.6.7 Başarma İhtiyacı

Kişisel ihtiyaçlarını tatmin etmek için daha iyisini yapma isteği olarak tanımlanabilir. Bu istek özellikle mükemmelliğe ulaşmak adına kişiyi mücadeleci yapan güçtür (Bayraktar ve Karadeniz, 2017:493). Yüksek başarı ihtiyacına sahip bireyler sorun çözme, zorlukları aşma ve risk alma eğilimi yüksek kişilerdir (Özdemir, Özgüner ve Alkış, 2018:433).

1.2.6.8 Kontrol Odağı

Kontrol odağı kişilerin hayatlarındaki ödülleri ve cezaları nasıl algıladıklarını ifade eder (Özdemir, Özgüner ve Alkış, 2018:433). İçsel ve dışsal kontrol olarak iki temel başlıkta ele alınan kontrol odağı teorisi ilk olarak 1954'te Rotter tarafından ortaya konmuştur. Dışsal kontrol odağına sahip olan kişiler olayların sonuçlarını kendilerinin değil, şans ve talih gibi dışsal olayların belirleyebileceğini ileri sürerken, içsel kontrol odağına sahip olan kişiler olayların sonuçlarını etkileyebilecek davranışları kendi yetenek, çaba ve yetileriyle ilişkilendirmektedirler. Dolayısıyla yapılan bazı çalışmalar girişimcilik faaliyetlerinde içsel kontrol odağının etkili olduğu sonucuna varmıştır (Korkmaz,2012:212).

1.2.6.9 Kendine Güvenmek

Hedefler doğrultusunda başarıya ulaşabilmek için öncelikle girişimcinin başaracağına inanması gerekmektedir. Bu inancın sağlanabilmesi için girişimcinin kendine ve donanımına olan güveninin tam olması gerekmektedir (İpçioğlu ve Taşer, 2009:16).

1.2.6.10 Bağımsızlık İhtiyacı

Bağımsızlık, kişilerin önemli kararları vermede ve fırsatların peşine düşmede kimsenin baskısı ve etkisi altında kalmaksızın kendi başına hareket edebilme serbestliğidir. Bağımsız olan bir kişi bir düşünceyi ya da vizyonu ortaya koymada ve

uygulamada kendi kararları doğrultusunda hareket edebilir (Bayraktar ve Karadeniz, 2017:494).

1.2.6.11 Duygusal Zekâ

Girişimcilerin zeka boyutları incelendiğinde genellikle zeki kişiler olduklarına yönelik bulgular elde edilmiştir. Ancak bu zeka türü bilişsel yani matematiksel zeka dediğimiz IQ üzerinden hesaplanmaktadır. Bununla birlikte duygusal zeka ile ilgili çalışmalar ise yeni yeni ivme kazanmıştır (Top,2006:101). . Duygusal zekâ aile, iş ve sosyal hayattaki başarılarda yeri geldiğinde IQ'yu da geride bırakarak temel belirleyici durumuna gelmiştir (Cansız, 2007:67). Bu tez çalışmasında duygusal zekanın girişimcilik eğilimine olan etkisi ele alınmış ve bulgular bölümünde ayrıntılı bilgilere yer verilmiştir.

1.2.7 Girişimcilikte Başarısızlık Nedenleri

Girişimci, iş hayatında bazen önemli sorunlarla veya engellerle karşılaşabilir. İster gerçek bir durumda, ister kişinin kendi kendini sınırlandırarak potansiyelinden yeterince yararlanamaması şeklindeki gerçek olmayan sınırlılıklar nedeniyle kişi bazı sorunlarla karşılaşabilir. Yapılan araştırmalar, küçük işletmelerin başarısızlık oranlarının büyük işletmelere oranla daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. KOBİ'lerin %57'sinin kuruluştan itibaren ilk beş yılda başarısız olduğunu ortaya koymuştur (Marangoz,2012:15).

Dış çevrede ortaya çıkan olumsuz gelişmeler girişimcilik açısından son derece önemlidir (Naktiyok ve Gök, 2006:83). Ancak dış çevrenin etkisinin yanında girişimcilerin almış oldukları kararlar ve kişilik özellikleri de başarılı olmanın önündeki engellemelere neden olmaktadır (Küçük, 2007:47; Demir,2015:39).

- Kuruluş yerinin iyi seçilememiş olması
- Rekabet faktörlerinin dikkate alınmaması
- Sermaye yetersizliği

- Fizibilite çalışmalarının yetersizliği ve
- Kişisel unsurlar
    - Kendini Tanımamak
    - Maymun İştahlılık
    - Mazeret Üretimi
    - Ticaret Bilgisi Yetersizliği
    - Aşil Sendromu: (Başarılıymış gibi görünmek)
    - Entelektüel Kibir
    - Ertelemek
    - Hazır olmadan işe başlamak
    - Yetersiz Zaman

Bütünsel bir görüşün eksikliği ayrıca bir başka sorundur. Başarılı bir inovasyon okuduğunuzda, bunun temelinde tutkulu şampiyonlar ve kuruluş içindeki girişimcilik işlevini üstlenen ve görevleri kendi sorumluluklarının ötesine geçen küçük ekipler mevcuttur (Buekens, 2014:584).

Başarılı veya başarısız girişimciler ya da girişimci olmayanlar açısından mantıksal bakış açısıyla uzun süreçte girişimciliğin temeli olan üç temel soruyu cevaplamaya çalışılacaktır (Baron, 2004: 223-232).

1. Neden bazı insanlar girişimci olmayı seçerken diğerleri seçmiyorlar? Burada motivasyon faktörü devreye girmektedir. Girişimci olma kararı bu süreçte ilk ve çok önemli bir adımdır. Girişimci olma kararında rol oynayan motivasyonun bir yönü, öz-yeterliliktir. Yani gerekli bilgi ve donanımın kendisinde olduğuna güvenmesi gerekmektedir.
2. Neden bazı insanlar, karlı bir şekilde yararlanılabilecek yeni ürün veya hizmetler için fırsatları göremiyor? Aslında, girişimcilerin yeni girişimler bulma kararları, çoğunlukla kimsenin henüz tanımadığı bir fırsatı tespit ettikleri inancından kaynaklanmaktadır ve bu nedenle, pazara ilk giren olmanın avantajlarından yararlanabilirler. Bununla birlikte, ilginç bir şekilde, artan kanıtlar, erken

takipçisi olmanın, pazara giriş sırası bakımından ilk olmaktan daha avantajlı olabileceğini göstermektedir

3. Neden bazı girişimciler diğerlerinden daha başarılı? Yeni girişimlerin büyük bir kısmının başarısız olduğu açıktır; gerçekten, kuruldukları birkaç yıl içinde yarıdan fazlası ortadan kalkmaktadır. Açıkçası, bu sorunun cevabı karmaşıktır ve çok sayıda değişken içermektedir. Bu değişkenlere mantıksal (bilişsel) açıdan bakıldığında bazı ip uçları yakalanabilir.

Bilişsel açıklamaların haricinde bir taraftan girişimciliğin yüce yaratıcının bir lütfu olduğuna inanılmaktadır. Bunu istediği kişilere bahşettiğini ve bunun için girişimci doğulacağını ileri sürmektedir (Top, 2006:101). Buna karşın bazıları da girişimciliğin sonradan kazanılan bir özellik olduğunu öne sürmektedir. Ancak girişimcilik aslında ne doğuştan gelen özelliklerin ne de sonradan kazanılan niteliklerin tek başına oluşturduğu bir olgudur (Uluyol, 2013:352).

1.2.8 Girişimcilik Eğilimi

Bireyler, kendilerini ifade edebilmek, yeni fırsatlar oluşturmak, ekonomiye katkı sağlamak ve yeni işler kurmak isterler. Bir ülkenin kalkınmasının itici gücü olan girişimci; amacına ulaşmak için kendi işini kurmak, iş sahibi veya sermaye sahibi olmak gibi atılımlarla pek çok risk alıp kendi işini kurma ve sürekliliğini sağlama eğiliminde bulunur (Bozkurt vd., 2018:45). Türk Dil Kurumu'nun tanımına göre eğilim bir şeyi sevmeye, istemeye veya yapmaya içten yönelme, meyil, temayül anlamına gelmektedir. Girişimcilik eğilimi, bireylerin sahip oldukları girişimcilik özelliklerini ortaya çıkararak girişimci olma yönündeki arzu, istek ve niyetleriyle, yani girişimcilik potansiyelinin harekete geçirilmesi ile ilgilidir (Kalfaoğlu, 2018:2831)

Girişimcilik eğilimi bir projeyi başlatma ve sürdürme eğilimi olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda girişimcilerin yüksek düzeyde başarı odaklı olduğu, sorumluluk aldığı, planları gerçekleştirebilmek için fırsatları ve kaynakları etkin değerlendirdiği, başarılı olmak için gerekli özellikleri taşıdıkları veya bunları

elde etmek için çaba sarf ettikleri, yenilikçi ve risk alabilen kişiler olduğu ileri sürülmektedir. Yapılan çalışmalar girişimcilik eğiliminin kendi işine sahip olan girişimciler ile hemşireler, öğretmenler gibi diğer meslek gruplarında çalışanlar arasında farklılık gösterdiğini iddia etmektedir (Aksay ve İplik, 2014:201). Bu durum girişimciliğin anlaşılması, modellenmesi veya teorisinin basit denklemden oluşmadığının en önemli göstergelerindendir (Anderson vd., 2012: 959).

Kimilerine göre girişimcilik doğuştan gelen bir yetenek olmasına rağmen, küçük yaştan başlayarak yetişkinlik dönemini de içine alan psikolojik, sosyal ve ekonomi bazı etkenler girişimci olma ya da olmama kararlarını belirlemede oldukça önemlidir. Bu etkenler; aile desteği, finansman olanakları, devlet destekleri, yetiştirme, eğitim (Özdemir, 2013:43) vb. olarak sıralanabilir.

Bireyleri etkileyen motivasyonel faktörler girişimciliği teşvik etmektedir. Bireyin girişimcilik sürecini başarılı bir şekilde uygulayabileceği inancı kişinin kendi kendine girişimcilik eğilimini etkilemektedir (Hisrich vd., 2017: 16). Psikolojik olarak, bireylerin değerleri, tutumları, yaşadıkları deneyimleri, davranışların bilinçaltından etkilenmesi gibi etkenler girişimcilik eğilimini belirlemede önemli rol oynamaktadır (Kalkan, 2011:192).

İnsanları kendi işini kurmaya yönelten sebeplerin başında para kazanma arzusu gelmektedir (Gözek, 2006:6). Ancak iyi bir girişimci paranın öneminin ve gerekliliğinin farkında olmasının yanında işini sürdürmede temel motivasyonu para değil projesinin başarısı oluşturmaktadır (Uluhan, 2011:14).

Girişimcilik niyeti, kişinin girişimci olmaya dair inancını ölçmektedir. Kişinin geleceğe dair vizyonu, fırsatları tanımlayıp değerlendirebileceğine dair inancı girişimcilik niyetinde önemli bir rol oynamaktadır (Akkuş vd., 2018:172). Girişimcilerin birbiriyle etkileşim içerisinde olması girişimciliğin gelişmesi yeni girişimciliğe eğilim açısından oldukça önemlidir. Birçok girişimci kendi gibi diğer girişimcilerin fikirlerinden ve davranışlarından etkilenmektedir (İZKA, 2013:22).

Diğer taraftan olumlu girişimcilik imajı oluşturulması ve başarılı girişimcilerin rol modeli olarak sunulmasında medyanın önemi büyüktür (GİSEP, 2015-2018:49).

Kişilik özellikleri açısından bakıldığında, kendini tanıma, dışa dönük olma, kaygı durumunu kontrol edebilme, uzlaşı, deneyime açık olabilme gibi çeşitli özellikler girişimcilik eğilimini etkilemektedir (Derindağ, 2018:3)

Teknolojinin gelişmesi ve buna bağlı olarak yeni iş modellerinin ortaya çıkmasıyla girişimciliğin önemi hızla artmaktadır. Özellikle genç bireylerde teknolojik girişimcilik eğiliminin arttığı açıkça görülmektedir. Ancak girişimciliğin geliştirilmesi ve girişimcilik ekosisteminin oluşturulması için oluşturulan ulusal politikalar oldukça genel bir çerçevede hazırlanmaktadır. Girişimcilik politikalarının girişimcilik türüne uygun olarak hazırlanabilmesi için öncelikle hedeflenen girişimcilerin kişilik profillerinin ortaya konması gerekmektedir (Akkuş vd., 2018:171).

Girişimcilik eğiliminin artmasında etkili olan önemli hususlardan birisinin eğitim olduğu düşünülmektedir (Tuncer ve Doğan, 2018:98). Eğitim girişimciliğin ortaya çıkmasındaki ve gelişmesindeki en büyük yardımcı faktörlerden biridir. Üniversitelerdeki girişimcilik eğitimleri, öğrencilerin sadece girişimcilik niyetlerini dinamik hale getirmekle kalmamakta, aynı zamanda iyi bir girişimci olmaları için gerekli olan davranış normları hakkında da bilgi sahibi olmalarına yardım etmektedir. Girişimcilik eğitiminin bireyde gerçekleştirdiği kendini tanıma duygusunu, girişimci tanımlarında sıklıkla kullanılan cesaret, kararlılık ve zorluklardan yılmama gibi davranış özelliklerinin ortaya çıkmasını da etkilediği söylenebilir. Ayrıca eğitim yoluyla, kararlılık, başarma arzusu, hedeflere ve fırsatlara odaklanma, problem çözmede ısrarcılık, iç kontrol odaklılık gibi girişimcilere özgü bazı özellikler de girişimci adaylarına öğretilebilmektedir (Çetinkaya ve Alparslan, 2013:12).

Öte yandan girişimcilik potansiyelini arttırmada eğitimin, özellikle de girişimcilik eğitiminin önemli rol oynadığı son yıllarda da öğrencileri girişimciliğe

yönlendirebilmek adına üniversitelerde girişimcilikle ilgili ders sayılarının arttırıldığı görülmektedir. Girişimcilik eğitimine yönelik akademik çalışmalar da artış göstermektedir (Ekici ve Turan, 2017:202).

Girişimciliğin büyük ivme kazandığı günümüz dünyasında üniversite öğrencilerinin girişimcilik düzeyi ve üniversitenin yol-göstericilik rolü önem taşımaktadır. Üniversite eğitiminden sonra Türkiye'deki öğrencilerin girişimci davranışı göstermemeleri ve özel sektör ya da kendi işini kurma yerine devlet kurumunda çalışmayı tercih etmeleri önemli bir sorun olarak görülmektedir (Karıman ve Eliöz, 2018:195).

Girişimcilik eğitiminin girişimciliği belirleyen faktörler açısından önemli olduğu ilgili alan uzmanlarınca giderek daha sık vurgulanmakta, girişimcilik üzerine alınan eğitimin gelecekte başarılı bir girişimci olma şansını artırdığı, girişimciliğe yönelik anlayış ve farkındalığı geliştirerek bilgi düzeyini yükselttiği, olumlu tutum ve eğilimi teşvik ettiği ifade edilmekte ve girişimci doğulmadığı, girişimci olunduğu anlayışı öne çıkarılmaktadır (Uygun ve Güner, 2016:38).

İKİCİ BÖLÜM
YÖNTEM

2.1 ARAŞTIRMANIN AMACI

Duyguların girişimciler tarafından ifade ediliş biçimi, örgütsel performans üzerinde olumlu veya olumsuz bir etkiye sahip olmaktadır. Bu noktada girişimcilik eğilimi gösteren kişilerin duyguların farkında olması ve bunları iyi yönetebilmesi beklenmektedir. Dolayısıyla bu araştırmanın amacı öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini tespit etmek, mezun olduktan sonra hangi alanlara yöneldikleri konusunda bilgi edinmek, duygusal zeka düzeyleri ve girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi saptamaktır.

2.2 ARAŞTIRMANIN KONUSU

Adıyaman Üniversitesi'nde girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin duygusal zeka düzeylerinin beş alt boyut (İçsel değerlendirme, kişiler arası değerlendirme, stres yönetimi, uyum sağlama ve genel ruh hali) açısından değerlendirilerek girişimciliğe olan eğilimleriyle olan ilişkisinin tespit edilmesidir.

2.3 ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırma, 2017-2018 eğitim öğretim yılında Adıyaman Üniversitesi'nde girişimcilik eğitimi alan öğrencilerle sınırlıdır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Dolayısıyla anket yönteminin kendi içerisinde okumak istememe, rastgele cevap verme, gibi sınırlılıkları mevcuttur.

2.4 ARAŞTIRMA SORULARI VE HİPOTEZLERİ

Araştırmanın temel amacı duygusal zekanın alt boyutları ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir. Bununla birlikte demografik özellikler ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiler ayrıca incelenmiştir.

Araştırma soruları şu şekildedir.

- Katılımcıların demografik özellikleri ile duygusal zeka skorları arasında fark var mıdır?
- Katılımcıların demografik özellikleri ile girişimcilik eğilimleri arasında fark var mıdır?
- Katılımcıların duygusal zeka skorları ile girişimcilik eğilimleri arasında ilişki var mıdır?
- Katılımcıların duygusal zekanın alt boyutlarına ilişkin verileri ile girişimcilik eğilimleri arasında ilişki var mıdır?

Araştırmanın hipotezlerine bakıldığında temel hipotez; duygusal zekanın, girişimcilik eğilimini etkilemekte olduğudur. Buna göre oluşturulan hipotezler ise şu şekildedir;

- H1: Duygusal zekanın Kişisel/İçsel boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki vardır.
- H2: Duygusal zekanın kişiler arası boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki vardır.
- H3: Duygusal zekanın stres yönetimi boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki vardır.
- H4: Duygusal zekanın uyum sağlama boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki vardır.
- H5: Duygusal zekanın genel ruh hali boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki vardır.
- H6: Toplam duygusal zeka skoru ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki vardır

2.5 ARAŞTIRMA MODELİ

Araştırmanının temel amacı duygusal zeka alt boyutlarının girişimcilik eğilimi ile ilişkisinin ölçülmesidir. Bununla birlikte katılımcıların demografik özelliklerinin girişimcilik eğilimi ile ilişkisi analiz edilmeye çalışılmıştır. Buna göre

araştırmada kullanılan Bar-On modeli (2000:365) aşağıdaki şekil yardımıyla gösterilmiştir.

Şekil 4: Bar-On modeli



Kaynak: (Bar-on, 2000:365)

2.6 EVREN VE ÖRNEKLEM

Adıyaman üniversitesinde 2017-2018 yılı toplam öğrenci sayısı 20.682, güz ve bahar dönemlerinde girişimcilik dersi alan öğrencilerin toplam sayısı 1.452 dir. Bu öğrencilerden 850 tanesine anket uygulanmıştır. Yapılan incelemelerde hatalı kodlamalar ve eksik veriler nedeniyle bazı anketler geçersiz sayılmıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda 508 anket geçerli kabul edilmiş ve değerlemeye alınmıştır. Bu sayı kabul edilebilir bir örnek büyüklüğünü temsil etmektedir. Altunışık vd., (2007) eserinde 30.000 evren büyüklüğü için gerekli olan örneklem sayısını 379 olarak bulmuştur. Dolayısı ile anket sayımız yeterli örneklem düzeyindedir.

2.7 VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Araştırmada duygusal zeka, girişimcilik eğilimi ve demografik özelliklerini tespit etmek üzere kullanılan anket 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik

bilgilere ilişkin sorular, ikinci bölümde duygusal zeka düzeylerine ilişkin sorular ve üçüncü bölümde girişimcilik eğilimine ilişkin sorular yer almaktadır.

Araştırmanın duygusal zeka boyutlarının belirlenmesinde Bar-On'un kullanmış olduğu duygusal zeka ölçeği esas alınmıştır. Bar-On'un duygusal zeka envanteri 133 maddeden oluşmakta ve bu modelde insanların duygusal zekaları kendi kendilerini değerlendirme şeklinde ölçülmektedir. Duygusal zeka düzeylerini belirlemek amacıyla Bar-On tarafından oluşturulan, 15 maddeye düşürülerek kısaltılan ölçek, Gayle (2013) tarafından doktora tezinde uygulanmıştır. Gayle tarafından kullanılan bu ölçek Türkçeye çevrilerek kullanılmıştır. Çeviriler yapılırken İngilizce uzmanlardan yardım alınarak madde madde Türkçe 'ye çevrilmiş sonrasında ise başka uzmanlar tarafından tekrar İngilizceye çevrilerek tutarlılığı sağlanmıştır. Sonrasında Türkçe versiyonunun son halini oluşturmak için beş denekli bir grup ile sorular değerlendirilmiş, sorulardaki ifade eksiklikleri ve oluşabilecek yanlış anlaşılmalar düzeltilerek ölçeğin Türkçe son hali oluşturulmuştur.

Bu ölçek duygusal zekanın beş ana boyutunu (İçsel değerlendirme, kişiler arası değerlendirme, stres yönetimi, uyum sağlama ve genel ruh hali) esas alan 15 duygusal ifadeyi içermektedir. Katılımcıların bu ifadelere 5'li likert ölçeği (*1 - Kesinlikle Katılmıyorum, 2 - Katılmıyorum, 3 - Kararsızım, 4 – Katılıyorum, 5 - Kesinlikle Katılıyorum*) ile cevap vermeleri istenmiştir.

2.8 ARAŞTIRMANIN ANALİZ YÖNTEMİ

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde SPSS paket programı kullanılmıştır. Araştırmanın hipotezlerinin test edilmesinden önce güvenilirlik ve normallik testleri yapılmıştır.

Araştırma bölümü esasında üç bölümden oluşmaktadır. Öncelikle katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgileri yer aldığı bölümdür. Bu bölümde demografik özelliklere ilişkin bilgiler, sayılar ve yüzdeler yöntemleri ile belirtilmiştir.

İkinci bölümde ise demografik özelliklere ilişkin verilerle katılımcıların duygusal zeka skorları ve girişimcilik eğilimlerinin karşılaştırılması için iki gruba yönelik özelliklerde bağımsız iki örnek t-testi (Independent-Samples t-Test) ve ikiden fazla gruba yönelik testlerde ise tek yönlü Anova (One-Way ANOVA) analizi kullanılmıştır.

Üçüncü bölümde ise bağımsız değişken olan duygusal zeka ve alt boyutları ile katılımcıların girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek için korelasyon analizi yapılmıştır.

Bu analizler yapılırken likert ölçeğinden elde edilen skorlar üzerinden Standart Toplam Puan (STP) hesaplanmış ve analizler bu puan üzerinden yapılmıştır.

$$STP = \frac{Toplam\ Puan - Soru\ Sayısı}{Maximum\ Puan - Minumum\ Puan} * 100$$

Katılımcıların likert ölçek tipinde verecekleri puanlamalar 1-5 arasındadır. Fakat standart toplam puan sayesinde elde edilen veriler 0-100 arasında bir sayıya dönüştürülerek hesaplamalar 100'lük puanlama sistemi üzerinden yapılmıştır.

2.9 DEMOGRAFİK BİLGİLER

Bu bölümde katılımcıların genel demografik özelliklerine ilişkin bilgilere ulaşılmak istenmektedir. Anketin bu bölümle ilgili soruları toplam 15 adettir. Burada cinsiyet, yaş, bölüm, genel not ortalaması, ailenin ikamet yeri, kardeş sayısı, sırası, ailenin gelir durumu, anne ve baba çalışma durumu, yakın akrabalarda girişimci olup olmadığı, almış olduğu girişimcilik eğitimi, mesleki ideali, iş tecrübesi, bu tecrübeye ilişkin iş kurma düşüncesi gibi çeşitli özelliklere yönelik sayı ve yüzde dağılımlarına ilişkin bilgiler toplanmıştır. Bu bilgilere ilişkin veriler aşağıdaki tablolarda sunulmuştur.

Tablo 4: Katılımcıların Cinsiyetlerine İlişkin Bilgiler

Cinsiyet	Sayı	Oran (%)
Bay	241	47,4
Bayan	267	52,6
Toplam	**508**	**100,0**

Ankete katılan öğrencilerin çoğunluğunu bayanlar oluşturmaktadır. Buna göre bayanların sayısı 267 ve oranı %52,6 iken Bayların sayısı 241, oranı ise %47,4 düzeyindedir.

Tablo 5: Katılımcıların Yaşlarına İlişkin Bilgiler

Yaş	Sayı	Oran (%)
16-20 Arası	92	18,1
21-25 Arası	387	76,2
26-30 Arası	17	3,3
30 ve Üstü	12	2,4
Toplam	**508**	**100,0**

Ankete katılan öğrencilerin yaş dağılımları incelendiğinde; 16-20 yaş aralığında olanlar 92 kişi %18,1 oranında, 21-25 yaş aralığında olanlar ise 387 kişi %76,2 oranında, 26-30 yaş aralığında olanlar ise 17 kişi %3,3 seviyesinde, 30 ve üzeri yaşta olan öğrenciler ise 12 kişi ve oransal olarak %2,4 seviyesindedir.

Tablo 6'da ankete katılan öğrenciler, eğitim gördükleri bölümler açısından incelendiğinde, Bankacılık ve sigortacılık bölümü 52 öğrenci ile %10,2 seviyesinde en çok katılım gösteren bölüm olmuştur. Sonrasında ise İşletme yönetimi ve Kamu yönetimi bölümü öğrencileri 50'şer sayı ile %9,8 ile en çok katılım gösteren öğrenciler olarak sıralanmıştır. En az katılım gösteren bölümler ise Optisyenlik 3 kişi

%0,6, Turizm seyahat ve eğlence hizmetleri 6 kişi %1,2 ve mekatronik bölümü 9 %1,8'dir.

Tablo 6: Katılımcıların Alan ve Bölümlerine İlişkin Bilgiler

Alan	Bölüm	Sayı	Oran (%)
Sosyal Bilimler	İşletme yönetimi	50	9,8
	Muhasebe ve vergi uygulamaları	33	6,5
	Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı	46	9,1
	Bankacılık ve sigortacılık	52	10,2
	Turizm seyahat ve eğlence hizmetleri	6	1,2
	İşletme	44	8,7
	İktisat	41	8,1
	Kamu Yönetimi	50	9,8
	Kooperatifçilik	12	2,4
	Dış ticaret	16	3,1
	Sosyal hizmet	26	5,1
Fen/Teknik Bilimler	Optisyenlik	3	0,6
	Gıda mühendisliği	11	2,2
	Bitkisel ve hayvansal üretim	32	6,3
	İnşaat mühendisliği	39	7,7
	Bilgisayar programcılığı	20	3,9
	Mekatronik	9	1,8
	Sondaj	5	1,0
	Mobilya ve Dekorasyon	13	2,6
Toplam		**508**	**100,0**

Tablo 7: Katılımcıların Genel not ortalamalarına İlişkin Bilgiler

Genel not ortalaması	Sayı	Oran (%)
1 den az	10	2
1-2 arası	87	17
2-3 arası	294	58
3-4 arası	117	23
Toplam	**508**	**100**

Ankete katılan öğrencilerin genel not ortalamaları incelendiğinde, genel not ortalaması 1'den az olan öğrenciler 10 kişi %2, 1-2 arasında olanlar 87 kişi %17, 2-3 arasında olanlar 294 kişi %58, 3-4 arasında olanlar ise 117 kişi %23 oranındadır.

Tablo 8: Katılımcıların Aile İkamet Yerilerine İlişkin Bilgiler

İkamet yeri	**Sayı**	**Oran (%)**
İl	240	47
İlçe	142	28
Kasaba	10	2
Köy	116	23
Toplam	**508**	**100**

Ankete katılan öğrencilerin ailelerinin yaşamış oldukları yerler açısından durumları incelendiğinde, öğrencilerden iller de yaşayanlar 240 kişi %47, ilçelerde yaşayanlar ise 142 kişi %28, kasabada yaşayanlar ise 10 kişi %2 köylerde yaşayanlar ise 116 kişi %23 oranındadır.

Tablo 9: Katılımcıların Aile Aylık Gelirlerine İlişkin Bilgiler

Gelir	**Sayı**	**Oran (%)**
2000 TL'den az	239	47
2000-3000TL arası	164	32
3000-5000 TL arası	72	14
5000 TL'den fazla	33	6
Toplam	**508**	**100**

Ankete katılan öğrencilerin ailelerinin aylık gelirlerine ilişkin bilgiler incelendiğinde, büyük çoğunluğunun 3000 TL ve altında aylık gelire sahip oldukları görülmektedir. Buna göre ailesi, 2000 TL'den az gelire sahip olan öğrenciler 239 kişi %47, 2000-3000 TL arası gelire sahip olan öğrenciler 164 kişi %32, 3000-5000 TL

arası gelire sahip olan öğrenciler 72 kişi %14, 5000 TL'den fazla gelire sahip olan öğrenciler 33 kişi %6 oranındadır.

Tablo 10: Katılımcıların Kardeş Sayılarına İlişkin Bilgiler

Kardeş sayısı	Sayı	Oran (%)
1	11	2,2
2	19	3,7
3	89	17,5
4	117	23,0
5	88	17,3
6	53	10,4
7	46	9,1
8	37	7,3
9	23	4,5
10	16	3,1
11	6	1,2
12	3	0,6
Toplam	**508**	**100**

Ankete katılan öğrencilerin kardeş sayılarına ilişkin bilgiler incelendiğinde, bölgenin genel profiline uygun bir durum ortaya çıkmaktadır. Buna göre kardeş sayıları 1 ile 12 arasında değişmektedir. En fazla yoğunlukta olan kardeş sayısı ise 4 kardeş olanlar 117 kişi %23 oranındadır. Bunları sırasıyla 3 kardeş 89 kişi %17,5 ve 5 kardeş olanlar 88 kişi %17,3 oranında takip etmektedir. En az kardeş sayısı ise 12 kardeş 3 kişi %0,6, 11 kardeş olanlar 6 kişi %1,2 oranında sonrasında ise tek kardeş olanlar 11 kişi % 2,2 oranıyla gelmektedir.

Tablo 11: Katılımcıların Kardeş Sıralamalarına İlişkin Bilgiler

Kardeş sırası	Sayı	Oran (%)
İlk sıra	127	25
Ara sıralar	281	55
Son sıra	100	20
Toplam	**508**	**100**

Ankete katılan öğrencilerin kardeş sıralamalarına ilişkin bilgiler incelendiğinde, kardeşleri arasında ilk sırada olanlar 127 kişi %25, ara sıralarda olanlar 281 kişi %55, son sırada olanlar ise 100 kişi %20 oranındadır.

Tablo 12: Katılımcıların Annelerinin Çalışma Durumlarına İlişkin Bilgiler

Anne çalışma durumu	Sayı	Oran (%)
Ev hanımı	**417**	**82**
Kamu sektörü	**28**	**6**
Özel sektör	**18**	**4**
Kendi işyeri	**23**	**5**
Diğer	**22**	**4**
Toplam	**508**	**100,0**

Ankete katılan öğrencilerin annelerinin çalışma durumlarına ilişkin bilgiler incelendiğinde, en yüksek oranda 417 kişi %82 anneleri ev hanımı olanlar gelmektedir.

Tablo 13: Katılımcıların Babalarının Çalışma Durumlarına İlişkin Bilgiler

Baba çalışma durumu	Sayı	Oran (%)
Çalışmıyor	**100**	**20**
Kamu sektörü	**89**	**18**
Özel sektör	**92**	**18**
Kendi işyeri	**78**	**15**
Diğer	**149**	**29**
Toplam	**508**	**100,0**

Ankete katılan öğrencilerin babalarının çalışma durumlarına ilişkin bilgiler incelendiğinde, babalarını çalışma durumu için diğer seçeneğini işaretleyen öğrenciler genelde çiftçi, emekli ve vefat etmiştir cevaplarını vermişlerdir. Buna göre diğer seçeneğini belirten öğrenciler 149 kişi %29, çalışmıyor diyenler 100 kişi %20, özel sektör 92 kişi %18, kendi işyeri diyenler ise 78 kişi %15 oranındadır.

Tablo 14: Katılımcıların Ailesinde, Yakın Akrabalarında veya Yakın Arkadaş Çevresinde Girişimci Kişilerin Olup Olmadığına İlişkin Bilgiler

Ailenizde, 1. ve 2. Derece akrabalarınızda veya yakın arkadaş çevrenizde girişimci kişiler var mı?	**Sayı**	**Oran (%)**
Evet	**257**	**51**
Hayır	**251**	**49**
Toplam	**508**	**100,0**

Ankete katılan öğrencilerin yakın akrabalarında ve çevresinde girişimci kişilerin varlığına ilişkin bilgiler incelendiğinde, ailesinde yakın çevresinde girişimci kişiler olan öğrencilerin oranı 257 kişi ile %51'dir. Bununla birlikte yakın çevresinde girişimci kişiler olan öğrencilerin oranı 251 kişi ile %49'dur.

Tablo 15: Katılımcıların Almış Olduğu Girişimcilik Eğitiminin Girişimci Olmaya Yönlendirdiğini Düşünmelerine İlişkin Bilgiler

Almış olduğunuz girişimcilik eğitiminin sizi girişimci olmaya yönlendirdiğini düşünüyor musunuz?	**Sayı**	**Oran (%)**
Evet	**393**	**77**
Hayır	**115**	**23**
Toplam	**508**	**100,0**

Ankete katılan öğrencilerin almış oldukları girişimcilik eğitimlerinin kendilerini girişimci olmaya yönlendirdiklerine ilişkin ifadeleri incelendiğinde, öğrencilerin, %77'si evet cevabı verirken %23 ise hayır cevabı vermiştir.

Tablo 16: Katılımcıların Mesleki İdeallerine İlişkin Bilgiler

Mesleki İdeal	**Sayı**	**Oran (%)**
Kamuda çalışmak	**210**	**41,3**
Özel sektörde çalışmak	**115**	**22,6**
Kendi işini yapmak	**168**	**33,1**
Diğer	**15**	**3,0**
Toplam	**508**	**100,0**

Ankete katılan öğrencilerin mesleki ideallerine yönelik sorulan sorularda, ideal meslek olarak kendi işini yapmayı düşünen katılımcılar 168 kişi ile %33,1 oranındadır. İdeal meslek olarak en çok düşünülen meslek grubu ise 210 kişi %41,3 oranıyla kamuda çalışmak olmuştur. Özel sektörde çalışmayı düşünenler ise 115 kişi %22,6 oranındadır. Diğer seçeneğini işaretleyen öğrenciler ideal olarak farklı bir cevap vermek istememişlerdir.

Ankete katılan öğrencilerin daha öncesinde herhangi bir iş deneyimlerinin olup olmadığına ilişkin bilgiler incelendiğinde, Tablo 17'de katılımcıların büyük çoğunluğunun (%62) daha öncesinde herhangi bir şekilde bir iş tecrübesi olduğu görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların 193 kişi %38'inin bir tecrübesi bulunmamaktadır.

Tablo 17: Katılımcıların İş Tecrübelerine İlişkin Bilgiler

İş Tecrübesi	**Sayı**	**Oran (%)**
Var	**315**	**62**
Yok	**193**	**38**
Toplam	**508**	**100,0**

İş tecrübesi olan öğrencilerin bu tecrübeleri doğrultusunda aynı iş kolunda iş kurma düşüncelerinin varlığı önemli bir soru olarak durmaktadır. Bu duruma ilişkin bilgiler Tablo 18'de verilmiştir.

Tablo 18: İş Tecrübesi olan katılımcıların bu alanda iş kurma düşünceleri İlişkin Bilgiler

İş Tecrübesi olan katılımcıların bu alanda iş kurma düşünceleri	**Sayı**	**Oran (%)**
Evet	**197**	**63**
Hayır	**118**	**37**
Toplam	**315**	**100,0**

Ankete katılan ve daha öncesinde iş tecrübesi olan öğrencilerin bu tecrübeleri doğrultusunda iş kurma düşüncesi taşıyanlar 197 kişi %63 oranındadır. Diğer taraftan bu alanda iş kurmayı düşünmeyen öğrenciler 118 kişi ile %37 oranındadır.

2.10 GÜVENİLİRLİK ANALİZİ VE TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER

Güvenilirlik, bir ölçeğin ölçülmek istenen şeyi tutarlı ve istikrarlı bir şekilde ölçme derecesidir. Güvenilir bir ölçek için kullanılan en yaygın yöntem Cronbach's Alpha olarak bilinen alpha katsayıdır. Alpha değeri 0 ile 1 arasında değerler alır. Bu değerin en az 0,7 olması arzu edilir. Ancak inceleme türü araştırmalarda bu katsayın 0,5'e kadar kabul edilmektedir (Altunışık vd., 2007:114). Ankette kullanılan önermelerin gruplandırıldığı ölçeklerin güvenilirlik değerleri Tablo 19'da verilmiştir.

Tablo 19: Cronbach's Alpha Değerleri

Ölçek	Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
Kişisel/İçsel boyut	0,631	5
Kişiler arası boyut	0,761	3
Stres yönetimi boyutu	0,724	2
Uyum sağlama boyutu	0,607	3
Genel ruh hali boyutu	0,644	2
Toplam duygusal zeka skoru	0,833	15
Girişimcilik eğilimi	0,883	4

Güvenilirlik analizi sonucunda duygusal zekanın alt boyutlarına ilişkin ölçeklerde alpha değeri 0,6 nın üzerinde çıkmıştır. Bu kabul edilebilir bir katsayıdır. Toplam duygusal zeka skorları ile girişimcilik eğilimi için ise 0,8 in üzerinde çıkmıştır. Bu katsayı ise oldukça güçlü bir güvenilirlik düzeyinin olduğunu göstermektedir.

Yapılan normallik testleri sonucunda Kolmogorov-Smirnow ve Shapiro-Wilk testler ,000 değerinde çıkmıştır. Bu testler sonucu her ne kadar normal dağılım göstermese de bir verinin normal dağılıp dağılmadığının anlaşılmasının çeşitli yolları

bulunmaktadır (Altunışık vd., 2007:155). Dolayısıyla normallik için Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerleri kullanılmıştır.

Tablo 20: Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçek	Ortalama	Standart sapma	Skewness		Kurtosis	
			Değer	St. Hata	Değer	St. Hata
Kişisel/İçsel boyut	71,545	15,331	-0,409	0,108	-0,169	0,216
Kişilerarası boyut	79,036	18,604	-0,937	0,108	0,481	0,216
Stres yönetimi boyutu	60,359	25,074	-0,394	0,108	-0,365	0,216
Uyum sağlama boyutu	71,768	17,542	-0,640	0,108	0,756	0,216
Genel ruh hali boyutu	72,121	20,155	-0,696	0,108	0,600	0,216
Toplam duygusal zeka skoru	71,673	13,246	-0,554	0,108	0,371	0,216
Girişimcilik eğilimi	66,745	24,519	-0,645	0,108	0,009	0,216

Tablo 20'te görüldüğü gibi ankete katılan öğrencilerin ölçekler açısından yüz puan üzerinden oluşturulan standart toplam puanlarına bakıldığında ortalamaları, Kişisel/İçsel boyut için 71,5 kişilerarası boyut için 79,0 stres yönetimi boyutu için 60,4 uyum sağlama boyutu için 71,8 genel ruh hali boyutu için 72,1 toplam duygusal zeka skoru için 71,7 girişimcilik eğilimi için 66,7 çıkmıştır. Ortalama puanın 50 olduğu varsayıldığında öğrenciler bütün ölçeklerde ortalamanın üzerinde puan almışlardır. Buna göre öğrencilerin en yüksek puan aldıkları ölçek duygusal zekanın kişilerarası boyutudur. En düşük aldığı ölçek ise stres yönetimi boyutudur. Bu durumda öğrenciler kişilerle çok iyi derecede ilişkiler kurabiliyorken stresle baş etme de ise bir adım geriden geldikleri söylenebilir.

Tablo 20'de araştırma modeline yönelik verilerin aritmetik ortalamaları, standart sapmaları, çarpıklık ve basıklık değerleri yer almaktadır. Tabloda yer alan Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerleri değişkenlerin normal dağılama uygunluğu hakkında bilgi vermektedir. Değişkenlerin Skewness ve Kurtosis değerleri – 1 ile +1 arasında olduğundan normal dağılıma uygun oldukları

söylenebilir (Savaş ve Can, 2011:329; Altunışık vd., 2007:156). Bu nedenle bu değişkenlere parametrik istatistiksel yöntemlerin uygulanmasına karar verilmiştir.

Tablo 21: Önermelere İlişkin Veriler

		Önermelerin Ortalama, STP ve Standart Sapmaları				
		Önermeler	**Sayı**	**Ortalama**	**STP**	**St. Sapma**
1	**Kişisel/İçsel boyut**	Kendimle ilgili hem iyi hem kötü noktalarıma bakıyorum ve kendimle ilgili iyi/pozitif düşünüyorum.	508	3,95	73,8	0,962
2		Duygularımın farkındayım	508	4,09	77,3	0,902
3		İnsanlara ne düşündüğümü kolayca söyleyebilirim.	508	3,82	70,5	1,020
4		Başkalarına tutunma (destek alma) eğilimindeyim.*	508	3,12	53,0	1,029
5		Hedeflerimi gerçekleştiririm	508	3,91	72,8	0,906
6	**Kişilerarası boyut**	Herkesin kendine özgü ve bireysel ihtiyaçlarına değer veririm.	508	4,14	78,5	0,907
7		Topluma karşı sorumlu davranmaya ve sosyal bilince sahip olmaya dikkat ederim.	508	4,18	79,5	0,857
8		Başkalarıyla iyi ilişkilerim var.	508	4,07	76,8	0,948
9	**Stres yönetimi boyutu**	Çok fazla sinirlenmeden stresle başa çıkabilirim.	508	3,33	58,3	1,145
10		Zor durumlarda nasıl sakin kalınabileceğini biliyorum.	508	3,54	63,5	1,121
11	**Uyum sağlama boyutu**	Bir şeyleri gerçekte olduğu gibi görüp objektif kalma kapasitesine sahibim.	508	3,79	69,8	0,941
12		Genellikle kolay uyum sağlarım.	508	4,00	75,0	0,947
13		Duyguların söz konusu olduğu yerde sorunlara çözüm bulabilirim.	508	3,85	71,3	0,925
14	**Genel ruh hali boyutu**	Zaman zaman yaşanan aksiliklere rağmen sağlam (esnek, dirençli, çabuk toparlayan) ve umutlu kalırım.	508	3,90	72,5	0,928
15		Hayatımın içeriğinden ve pek çok yönünden memnunum ve zevk alırım	508	3,81	70,3	0,949

16	**Girişimcilik eğilimi**	Bir gün kendi işimi kurmaya gerçekten niyetliyim.	508	3,82	70,5	1,158
17		Bir işletme kurmayı ciddi şekilde düşünüyorum.	508	3,70	67,5	1,169
18		Temel kariyer hedefim girişimci olmaktır	508	3,41	60,3	1,148
19		Kendi işimi kurmak ve işletmek için elimden gelen her şeyi yaparım	508	3,74	68,5	1,083
*Bağımsızlık duygusu için ters önerme (puanlaması tersten yapılmıştır)						

Tablo 21'de görüldüğü gibi 5'li likert ölçeğine göre yapılan önermelerin hepsinde ortalamanın üzerinde bir puan hesaplanmıştır. En yüksek ortalama yedi numaralı önerme olan "Topluma karşı sorumlu davranmaya ve sosyal bilince sahip olmaya dikkat ederim" önermesidir. Buna göre öğrencilerin toplumsal duyarlılığı yüksek olduğu söylenebilir. Bununla birlikte en düşük ortalamaya sahip olunan önerme ise dört numaralı önerme olan "Başkalarına tutunma (destek alma) eğilimindeyim" önermesidir. Buna göre öğrencilerin bağımsızlık anlayışı, tek başına iş yapabilme kabiliyeti ortalamanın üzerinde olmakla birlikte diğer önermelerden elde edilen puanlara göre biraz düşük kalmaktadır denilebilir.

2.11 DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER AÇISINDAN DUYGUSAL ZEKA VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN ARAŞTIRILMASI

Tablo 22: Cinsiyet Açısından Bulgular (t-Test)

	Cinsiyet	**Sayı**	**Ortalama STP**	**Sig.**
Toplam duygusal zeka skoru	Bay	241	71,55	0,841
	Bayan	267	71,79	
Girişimcilik eğilimi	Bay	241	70,59	0,001
	Bayan	267	63,27	

Tablo 22'de yapılan t-Test sonucunda cinsiyet açısından Duygusal zeka skorları arasındaki farklılık için elde edilen veriler 0,05'ten büyük çıkmıştır. Buna

göre cinsiyet değişkenleri açısından toplam duygusal zeka skorlarının ortalamaları birbirinden istatistiksel olarak farklı değildir. Cinsiyet değişkenleri arasında fark yoktur. Ancak girişimcilik eğilimi açıcından ortalamalar birbirinden istatistiksel olarak farklılık göstermektedir (0,001<0,05). Erkeklerin ortalamaları bayanların ortalamalarından daha yüksektir. Dolayısıyla erkekler bayanlara göre daha fazla girişimcilik eğilimi göstermektedirler.

Yaş grupları açısından yapılan ANOVA test sonuçlarına göre katılımcıların yaş değişkenleri arasında hem duygusal zeka hem de girişimcilik eğilimi açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır.

Tablo 23: Bölümler Açısından Anova Test Sonuçları

		df	**Ortalama Kare**	**Sig.**
Toplam duygusal zeka skoru	Gruplar arası varyans	18	219,95	0,205
	Grup içi varyans	489	173,81	
	Toplam	507		
Girişimcilik eğilimi	Gruplar arası varyans	18	2032,23	0,000
	Grup içi varyans	489	548,49	
	Toplam	507		

Tablo 23'te bölümler arasında ortalamalara bakıldığında duygusal zeka açısından bölümlerin birbirinden farkları yoktur. Girişimcilik eğilimi açısından incelediğimizde ise bölümler birbirinden farklılık göstermektedir.

Tablo 24: Bölümlerin Girişimcilik Eğilimine İlişkin Post Hoc Test Sonuçları (Tukey HSD)

Post Hoc Test (Tukey HSD) Girişimcilik eğilimi	**Ortalama**	**Sosyal hizmet**		**Kamu Yönetimi**	
		Ortalama farkı	**Sig.**	**Ortalama farkı**	**Sig.**
İşletme yönetimi	75,00	-31,25*	0,000	-19,38*	0,006
Muhasebe ve vergi uygulamaları	68,75	-25,00*	0,008	-13,13	0,560
Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı	67,39	-23,64*	0,006	-11,77	0,590

Bankacılık ve sigortacılık	64,78	-21,03*	0,026	-9,16	0,897
Bilgisayar programcılığı	76,25	-32,50*	0,001	-20,63	0,094
Mekatronik	70,83	-27,08	0,225	-15,21	0,955
Turizm seyahat ve eğlence hizmetleri	83,33	-39,58*	0,026	-27,71	0,380
Bitkisel ve hayvansal üretim	69,92	-26,17*	0,004	-14,3	0,410
Sondaj	67,50	-23,75	0,849	-11,88	1,000
Mobilya ve Dekorasyon	62,02	-18,27	0,712	-6,39	1,000
İşletme	69,89	-26,14*	0,001	-14,26	0,249
İktisat	62,80	-19,05	0,118	-7,18	0,995
Kamu Yönetimi	55,63	-11,88	0,838	-	
Kooperatifçilik	80,73	-36,98*	0,001	-25,1	0,092
Dış ticaret	76,56	-32,81*	0,002	-20,94	0,168
Sosyal hizmet	43,75	-	-	11,88	0,838
Optisyenlik	85,42	-41,67	0,265	-29,79	0,814
Gıda mühendisliği	53,41	-9,66	1,000	2,22	1,000
İnşaat mühendisliği	70,99	-27,24*	0,001	-15,37	0,186

Tablo 24'te görüldüğü üzere 0,05 ten küçük değerler bölümlerin farklı olduklarını göstermektedir. Buna göre sosyal hizmetler bölümü, diğer bölümlerin 11 inden (İşletme yönetimi, Muhasebe ve vergi uygulamaları, Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı, Bankacılık ve sigortacılık, Bilgisayar programcılığı, Turizm seyahat ve eğlence hizmetleri, Bitkisel ve hayvansal üretim, İşletme, Kooperatifçilik, Dış ticaret, İnşaat mühendisliği) farklılık göstermektedir. Bununla birlikte kamu yönetimi bölümü ise sadece işletme yönetimi bölümünden istatistiksel açıdan farklılık göstermektedir.

Girişimcilik eğilimleri açısından bakıldığında bölümler içerisinde en yüksek ortalama 85,42 puanla optisyenlik bölümünün olmuştur. Bunu sırasıyla Turizm seyahat ve eğlence hizmetleri bölümüyle, Kooperatifçilik bölümleri takip etmektedir. En düşük girişimcilik eğilimi gösteren bölüm ise 43,75 puanla sosyal hizmet bölümüdür. Sonrasında ise gıda mühendisliği ve kamu yönetimi bölümleri gelmektedir.

Bölümler sosyal ve fen bilimleri olarak gruplandırıldığında, yapılan t-Test sonucunda bölüm alanları (Sosyal/Fen) açısından duygusal zeka skorları ve

girişimcilik eğilimi arasındaki farklılık için elde edilen veriler 0,05'ten büyük çıkmıştır. Buna göre sosyal bilgiler öğrencileri ile fen bilimleri alanlarında eğtim gören öğrencilerin duygusal zeka skorlarının ve girişimcilik eğilimlerinin ortalamaları birbirinden istatistiksel olarak farklı değildir

Tablo 25: Genel Not Ortalaması Açısından Anova Test Sonuçları

		df	**Ortalama Kare**	**Sig.**
Toplam duygusal zeka skoru	Gruplar arası varyans	3	1332,66	0,000
	Grup içi varyans	504	168,56	
	Toplam	507		
Girişimcilik eğilimi	Gruplar arası varyans	3	711,45	0,315
	Grup içi varyans	504	600,51	
	Toplam	507		

Genel not ortalaması açısından değerlendirmede, duygusal zeka açısından anlamlı bir fark bulunurken girişimcilik eğilimi açısından anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Tablo 26: Genel Not Ortalaması Açısından Duygusal Zeka Skorlarının Farklılığına İlişkin Post Hoc Test (Tukey HSD)

Post Hoc Test (Tukey HSD) Toplam duygusal zeka skoru	**Ortalama**	**3-4 arası**	
		Ortalama farkı	**Sig.**
1 den az	62,83	12,77*	0,016
1-2 arası	67,64	7,95*	0,000
2-3 arası	71,6	3,99*	0,026
3-4 arası	75,6	-	-

Tablo 26'ya göre genel not ortalaması 3-4 arasında olan öğrencilerin duygusal zeka skor ortalamaları diğer genel not ortalamalarına sahip öğrencilerin ortalamalarından farklıdır (yüksektir). Dolayısıyla akademik başarısı yüksek olan

öğrencilerin duygusal zeka puanları da daha yüksek çıkmıştır. Bununla birlikte diğer not ortalamalarına sahip öğrenciler arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

Daha önceki çalışmalarda (Cooper ve Sawaf, 1997; Goleman, 2013; Yeşilyaprak, 2001:142) değinildiği gibi akademik başarılarda IQ denilen bilişsel zekanın payı sınırlı seviyededir. Fakat duygusal zeka, akıl yoluyla kullanılabilecek yetiler için çok farklı bir öneme sahiptir. Duygular anlaşılıp, olumlu bir şekilde yönetilebilirse beraberinde zihinsel performans ve akademik başarılarda artacaktır.

Ailenin ikamet yeri açısından, öğrencilerin ikamet yerleri il merkezi, ilçeler, kasaba ve köy olarak gruplandırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda ikamet yerleri arasında hem duygusal zeka hem de girişimcilik eğilimi açısından anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır.

Öğrencilerin ailelerinin aylık gelir durumlarına ilişkin değişkenler ile hem duygusal zeka hem de girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır.

Kardeş sayıları iki grup olarak ele alınmıştır. Bunlar 1-4 arası kardeş olan öğrenciler ve 5 ve daha fazla kardeş olan öğrenciler olarak gruplandırılmıştır. Öğrencilerin kardeş sayılarına ilişkin değişkenler ile hem duygusal zeka hem de girişimcilik eğilimi açısından anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır.

Ankete katılan öğrencilerin kardeşleri arasındaki sıralamaları ile hem duygusal zeka hem de girişimcilik eğilimi açısından anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır.

Ankete katılan öğrencilerin anne çalışma durumu açısından bakıldığında katılımcıların duygusal zeka girişimcilik eğilimi açısından farklılıkları bulunmamıştır.

Tablo 27: Baba Çalışma Durumu Açısından Anova Test Sonuçları

		df	**Ortalama Kare**	**Sig.**
Toplam duygusal zeka skoru	Gruplar arası varyans	4	493,26	0,023
	Grup içi varyans	503	172,92	
	Toplam	507		
Girişimcilik eğilimi	Gruplar arası varyans	4	833,56	0,236
	Grup içi varyans	503	599,32	
	Toplam	507		

Tablo 27'de görüldüğü gibi babanın çalışma durumunun girişimcilik eğilimi açısından herhangi bir farklılık oluşturmamaktadır. Fakat toplam duygusal zeka skorları açısından farklılık vardır.

Tablo 28: Baba Çalışma Durumu Açısından Duygusal Zeka Skorlarının Farklılığına İlişkin Post Hoc Test (Tukey HSD)

Post Hoc Test (Tukey HSD) Toplam duygusal zeka skoru	**Ortalama**	**Çalışmıyor**	
		Ortalama farkı	**Sig.**
Çalışmıyor	69,75	-	-
Kamu	70,71	-0,961	0,987
Özel	75,20	-5,449*	0,035
Kendi isyeri	73,23	-3,477	0,404
Diğer	70,55	-0,798	0,990

Tablo 28'de görüldüğü gibi toplam duygusal zeka skoru açısından babası çalışmayan öğrencilerle babası özel sektörde çalışan öğrenciler arasında duygusal zeka puanları açısından farklılık vardır.

Tablo 29: Girişimci Yakın Çevre Açısından Bulgular (t-Test)

	Cinsiyet	**Sayı**	**Ortalama STP**	**Sig.**
Toplam duygusal zeka skoru	Evet	257	73,90	0,000
	Hayır	251	69,39	
Girişimcilik eğilimi	Evet	257	70,43	0,001
	Hayır	251	62,97	

Tablo 29'da belirtilen t-Test sonuçlarına göre girişimci yakın çevre açısından anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Yakın çevresinde girişimci kişiler olan öğrencilerin hem duygusal zeka puanları hem de girişimcilik eğilimi puanları, diğerlerinden daha yüksektir. Dolayısıyla girişimci bir yakın tanıdığı olan öğrencinin hem duygusal zeka anlamında girişimcilik eğilimi anlamında daha etkin olduğu söylenebilir.

Tablo 30: Girişimcilik Dersinin Girişimcilik Eğilimine Katkısına İlişkin Bulgular (t-Test)

	Olumlu katkı?	**Sayı**	**Ortalama STP**	**Sig.**
Toplam duygusal zeka skoru	Evet	393	73,03	0,000
	Hayır	115	67,03	
Girişimcilik eğilimi	Evet	393	70,36	0,000
	Hayır	115	54,40	

Tablo 30'de girişimcilik dersinin girişimcilik eğilimine katkısının araştırıldığı bu durumda olumlu katkı sağladığını düşünen öğrenciler ile olumlu katkısı olmadığını düşünen öğrenciler arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar vardır. Girişimcilik dersinin öğrencileri girişimci olmaya yönlendirdiğinin araştırıldığı bu soruda öğrencilerin yaklaşık % 77,4 ü evet cevabını vermiştir. Bu hem verilen eğitim hem de kişilik gelişimi açısından belki azımsanabilir ama yine de çok önemli bir orandır. Evet cevabı veren öğrencilerin hem duygusal zeka skor ortalamaları hem de girişimcilik eğilimi puan ortalamaları diğer öğrencilerden daha yüksektir.

Tablo 31: Mesleki İdeal Açısından Anova Test Sonuçları

		df	**Ortalama Kare**	**Sig.**
Toplam duygusal zeka skoru	Gruplar arası varyans	3	590,58	0,017
	Grup içi varyans	504	172,98	
	Toplam	507		
Girişimcilik eğilimi	Gruplar arası varyans	3	13601,62	0,000
	Grup içi varyans	504	523,79	
	Toplam	507		

Tablo 31'de görüldüğü üzere mesleki ideal açısından yapılan karşılaştırmalarda hem duygusal zeka hem de girişimcilik eğilimi açısından farklılıklar bulunmuştur.

Tablo 32: Mesleki İdeal Açısından Duygusal Zeka Skorlarının Farklılığına İlişkin Post Hoc Test (Tukey HSD)

Post Hoc Test (Tukey HSD) Duygusal Zeka Mesleki İdeal	Ortalama	Kendi işyeri	
		Ortalama farkı	Sig.
Kamu	70,83	3,40	0,061
Özel	69,56	4,67*	0,018
Kendi işyeri	74,24	-	-
Diğer	70,89	3,35	0,781

Tablo 32'e göre kendi işini kurmak isteyen öğrenciler duygusal zeka skoru açısından özel sektörde çalışmak isteyen öğrencilerden daha farklı (yüksek) bir ortalamaya sahiptir.

Tablo 33'e göre kendi işini kurma düşüncesinde olan öğrencilerin kamu ve özel sektörde çalışmak isteyen öğrencilerden girişimcilik eğilimleri ortalamaları istatistiksel olarak farklı çıkmıştır. Buna göre kendi işini kurma düşüncesinde olan öğrencilerin girişimcilik eğilimi ortalama puanı daha yüksektir.

Tablo 33: Mesleki İdealler Açısından Girişimcilik Eğilimine Post Hoc Test Sonuçları (Tukey HSD)

Post Hoc Test (Tukey HSD) Girişimcilik Eğilimi Mesleki İdeal	Ortalama	Kendi işyeri	
		Ortalama farkı	Sig.
Kamu	58,24	20,66*	0,000
Özel	64,24	14,67*	0,000
Kendi işyeri	78,91	-	-
Diğer	68,75	10,16	0,353

Tablo 34: İş Tecrübesi Açısından Karşılaştırma (t-Test)

	İş tecrübesi	**Sayı**	**Ortalama STP**	**Sig.**
Toplam duygusal zeka skoru	Evet	315	73,12	0,002
	Hayır	193	69,32	
Girişimcilik eğilimi	Evet	315	70,87	0,000
	Hayır	193	60,01	

Tablo 34'de görüldüğü gibi iş tecrübesi açısından karşılaştırma yapıldığında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre iş tecrübesi olan öğrencilerin hem duygusal zeka hem de girişimcilik eğilimi açısından daha yüksek ortalamalarının olduğu görülmektedir.

Tablo 35: İş Tecrübesi Olan Öğrencilerin Bu Alanda İş Kurma Düşünceleri (t-Test)

	İş kurma düşüncesi	**Sayı**	**Ortalama STP**	**Sig.**
Toplam duygusal zeka skoru	Evet	197	73,35	0,679
	Hayır	118	72,73	
Girişimcilik eğilimi	Evet	197	76,08	0,000
	Hayır	118	62,18	

Tablo 35'te görüldüğü gibi iş tecrübesi olan öğrencilerin bu alanda iş kurma düşünceleri incelendiğinde, evet veya hayır diyen öğrencilerin duygusal zeka puanları açısından anlamlı bir farkı bulunmamaktadır. Fakat girişimcilik eğilimi

açısından bakıldığında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre iş tecrübesi olup bu alanda iş kurmak isteyen öğrencilerin girişimcilik eğilimi daha yüksek çıkmıştır.

2.12 DUYGUSAL ZEKA VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ARASINDAKİ İLİŞKİYE YÖNELİK BULGULAR

Bu kısımda bağımsız değişken olan duygusal zeka ve alt boyutları ile katılımcıların girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek için korelasyon analizi yapılmıştır.

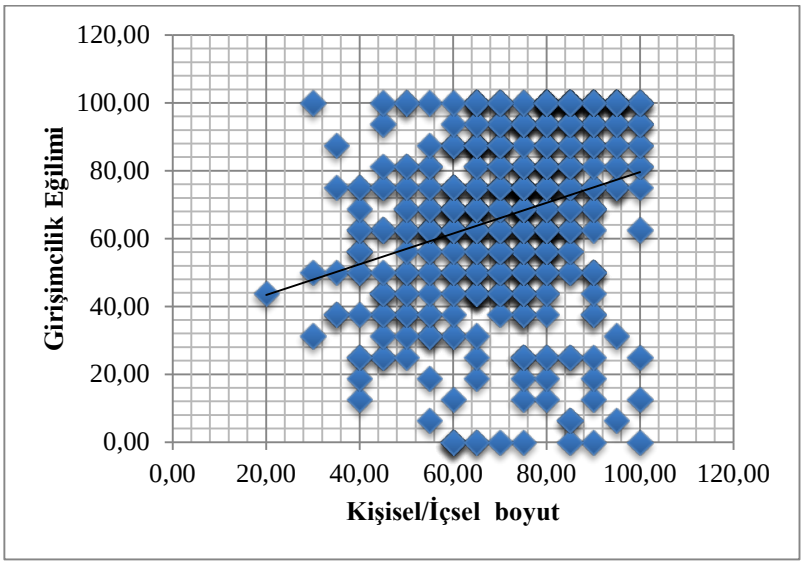
Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki ilişkinin veya bağımlılığın şiddetini belirlemeye yönelik bir analiz yöntemidir. Korelasyon analizi neticesinde hesaplanan ilişki korelasyon katsayısı "r" ile gösterilir ve -1 ile +1 arasında bir değer alır. Katsayının +1 olması mükemmel bir doğrusal ilişkinin olduğunu; -1 olması ise ters yönlü mükemmel bir ilişkinin olduğunu gösterir. Katsayının sıfır olması ise değişkenler arasında herhangi bir ilişkinin olmadığı anlamına gelmektedir (Altunışık vd.,2007:200

Bu doğrultuda araştırma hipotezlerine ilişkin veriler açıklanmaya çalışılmıştır.

- H1: Duygusal zekanın Kişisel/İçsel boyut ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki vardır.

Kişisel/İçsel boyuta ilişkin beş adet önerme verilmiştir. Bu önermelere verilen cevapların Standart Toplam Puanları (STP) ile girişimcilik eğilimine ilişkin verilerin Standart Toplam Puanları üzerinden korelasyon hesaplanmıştır.

Grafik 1: Kişisel/İçsel Boyut İle Girişimcilik Eğilimi STP'lerinin Dağılımı



Grafik 1'de gösterilen çizgi, duygusal zekanın kişisel/içsel boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum kişisel/içsel boyutun STP'sinin arttıkça, girişimcilik eğiliminin de artacağı anlamına gelmektedir.

Tablo 36: Kişisel/İçsel Boyut İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi

Pearson Korelasyon		**Girişimcilik eğilimi**	**Kişisel/İçsel boyut**
Girişimcilik eğilimi	Katsayı "r"	1	**0,284****
	Sig. (2-tailed)		0,000
	Sayı	508	508
Kişisel/İçsel boyut	Katsayı	**0,284****	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	Sayı	508	508

Tablo 36'da Sig. (2-tailed) değeri 0,05'ten küçük çıkmıştır. Bu değer katılımcıların kişisel/içsel değerlendirme boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki olduğunu göstermektedir. Böylece H1 hipotezi kabul edilmiştir. Bununla

birlikte Pearson korelasyon katsayısı “0,284” olarak tespit edilmiştir. Buna göre bu ilişki pozitif yönlüdür fakat zayıf bir ilişkidir.

Diğer bir ifade ile kişisel/içsel boyut olarak, kendine güvenen, pozitif düşünebilen, duygularının farkında olan, hedeflerini gerçekleştiren, girişken ve bağımsız hareket edebilen kişilerin, girişimcilik eğilimlerinin de aynı doğrultuda olduğu görülmektedir. Bu durum duygusal zekanın kişisel/içsel boyutunun girişimcilik eğilimi için çok önemli unsurlardan biri olduğunu göstermektedir. Girişimcilerin liderlik özellikleri göz önüne alındığında daha önceki çalışmalarda (Acar,2002; Aslan, 2009) görüleceği gibi bağımsız hareket edebilme önemli bir konudur. Bu doğrultuda girişimcilerin liderlik özelliklerini kazanabilmeleri için duygusal zekalarının geliştirilmesinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Tablo 37: Demografik Özellikler Açısından Kişisel/İçsel Boyut İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi

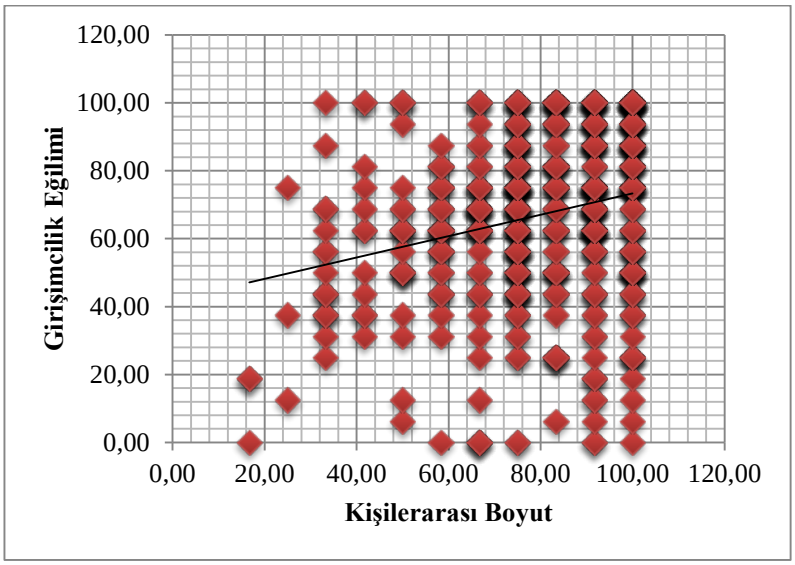
Demografik bilgiler		**Sayı**	**Girişimcilik Eğilimi Kişisel/İçsel Boyut Korelasyonu**	
			Sig.	**r**
Cinsiyet	Bay	241	0,000	0,350
	Bayan	267	0,000	0,224
Bölüm	Sosyal bilimler	376	0,000	0,233
	Fen Bilimleri	132	0,000	0,451
Kardeş sayısı	1-4 arası	236	0,000	0,265
	5 ve sonrası	272	0,000	0,300
Mesleki ideal	Kendi işyeri	168	0,000	0,440
	Diğer işler	340	0,001	0,173
Tecrübe	Var	315	0,000	0,316
	Yok	193	0,006	0,197

Tablo 37’ye göre demografik özellikler açısından korelasyon analizine bakıldığında cinsiyet açısından erkeklerin bayanlara göre, bölüm açısından fen bilimlerinin sosyal bilimlere göre, kardeş sayıları açısından 5 ve daha fazla kardeş

olanların, 1-4 arası kardeş olanlara göre, mesleki ideal olarak kendi işyerinde çalışmak isteyenlerin diğer iş türlerinde çalışmak isteyenlere göre, tecrübe açısından tecrübesi olanların olmayanlara göre kişisel/içsel boyut ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü daha güçlü bir ilişki vardır. Özellikle mesleki ideale bakıldığında farkın daha büyük olduğu görülmektedir. Kendi iş yerlerinde çalışmak isteyen öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin yüksek olduğu zaten bilinmektedir. Elde ettiğimiz analiz sonuçları bu eğilimin duygusal zekanın kişisel/içsel alt boyutu ile de ilişkili olduğunu desteklemektedir.

- H2: Duygusal zekanın kişiler arası boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki vardır.

Grafik 2: Kişilerarası Boyut İle Girişimcilik Eğilimi STP'lerinin Dağılımı



Grafik 2'de gösterilen çizgi, duygusal zekanın kişilerarası boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum kişilerarası boyutun STP'sinin arttıkça, girişimcilik eğiliminin de artacağı anlamını taşımaktadır.

Tablo 38: Kişilerarası Boyut İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi

Pearson Korelasyon		**Girişimcilik eğilimi**	**Kişilerarası boyut**
Girişimcilik eğilimi	Katsayı	1	**0,238****
	Sig. (2-tailed)		0,000
	Sayı	508	508
Kişilerarası değerlendirme boyutu	Katsayı	**0,238****	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	Sayı	508	508

Tablo 38'de Sig. (2-tailed) değeri 0,05'ten küçük çıkmıştır. Bu değer katılımcıların kişilerarası boyut ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki olduğunu göstermektedir. Böylece H2 hipotezi kabul edilmiştir. Bununla birlikte Pearson korelasyon katsayısı "0,238" olarak tespit edilmiştir. Buna göre bu ilişki pozitif yönlü zayıf bir ilişkidir.

Tablo 39: Demografik Özellikler Açısından Kişilerarası Boyut İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi

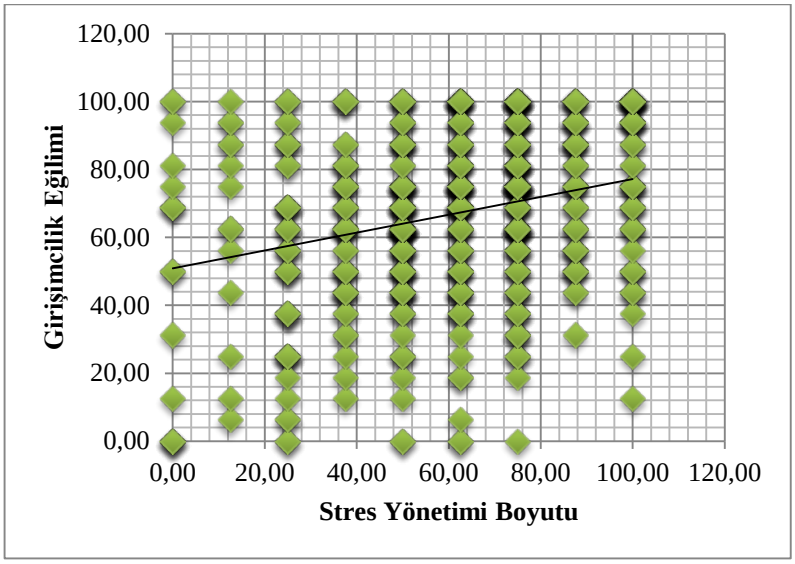
Demografik bilgiler ve korelasyon		**Sayı**	**Girişimcilik Eğilimi /Kişilerarası boyut Korelasyonu**	
			Sig.	**r**
Cinsiyet	Bay	241	0,000	0,356
	Bayan	267	0,008	0,162
Bölüm	Sosyal bilimler	376	0,000	0,181
	Fen Bilimleri	132	0,000	0,435
Kardeş sayısı	1-4 arası	236	0,001	0,207
	5 ve sonrası	272	0,000	0,265
Mesleki ideal	Kendi işyeri	168	0,000	0,387
	Diğer işler	340	0,003	0,160
Tecrübe	Var	315	0,000	0,239
	Yok	193	0,002	0,221

Diğer bir ifade ile kişilerarası boyut olarak, empati yapabilen, başkalarının ihtiyaçlarına değer veren, iyi ilişkiler kurabilen topluma karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirebilen kişilerin girişimcilik eğilimlerinin de aynı doğrultuda olduğu görülmektedir. Bu özelliklerin girişimci kişiliklerin dikkat etmesi gereken hususlar arasında olduğu düşünüldüğünde duygusal zekanın kişilerarası boyutunun girişimcilik eğilimi için çok önemli olduğu açıkça görülmektedir. Ayrıca Acar (2002) yapmış olduğu çalışmada kişilerarası boyut ile liderlik arasında ilişkinin de pozitif yönlü olduğunu belirterek hem girişimcilik hem liderlik açısından kişiler arası boyutun ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 39'a göre demografik özellikler açısından korelasyon analizine bakıldığında cinsiyet açısından erkeklerin bayanlara göre, bölüm açısından fen bilimlerinin sosyal bilimlere göre, kardeş sayıları açısından 5 ve daha fazla kardeş olanların, 1-4 arası kardeş olanlara göre, mesleki ideal olarak kendi işyerinde çalışmak isteyenlerin diğer iş türlerinde çalışmak isteyenlere göre, tecrübe açısından tecrübesi olanların olmayanlara göre kişilerarası boyut ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü daha güçlü bir ilişki tespit edilmiştir.

- H3: Duygusal zekanın stres yönetimi boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki vardır.

Grafik 3: Stres Yönetimi Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi STP'lerinin Dağılımı



Grafik 3'de gösterilen çizgi, duygusal zekanın stres yönetimi boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum stres yönetimi boyutunun STP'sinin arttıkça, girişimcilik eğiliminin de artacağı anlamındadır.

Tablo 40'ta Sig. (2-tailed) değeri 0,05'ten küçük çıkmıştır. Bu değer katılımcıların stres yönetimi boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki olduğunu göstermektedir. Böylece H3 hipotezi kabul edilmiştir. Bununla birlikte Pearson korelasyon katsayısı "0,268" olarak tespit edilmiştir. Buna göre bu ilişki pozitif yönlü zayıf bir ilişkidir.

Tablo 40: Stres Yönetimi Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi

Pearson Korelasyon		**Girişimcilik eğilimi**	**Stres yönetimi boyutu**
Girişimcilik eğilimi	Katsayı	1	**0,268****
	Sig. (2-tailed)		0,000
	Sayı	508	508
Stres yönetimi boyutu	Katsayı	**0,268****	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	Sayı	508	508

Diğer bir ifade ile stres yönetimi boyutu olarak, çok fazla sinirlenmeyen, stresle başa çıkabilen, sor durumlarda nasıl sakin kalabileceğini bilen kişilerin girişimcilik eğilimlerinin de aynı doğrultuda olduğunu göstermektedir. Yoğun çalışma hayatında aşırı stres altında olan girişimcilerin en çok ihtiyaç duyacağı konulardan bir tanesi de stres yönetimidir. Buna göre duygusal zekanın stres yönetimi boyutunun girişimcilik eğilimi ile yakından ilişkili olduğu açıkça görülmektedir.

Tablo 41'e göre demografik özellikler açısından korelasyon analizine bakıldığında cinsiyet açısından erkeklerin bayanlara göre, bölüm açısından fen bilimlerinin sosyal bilimlere göre, kardeş sayıları açısından 5 ve daha fazla kardeş olanların, 1-4 arası kardeş olanlara göre, mesleki ideal olarak kendi işyerinde çalışmak isteyenlerin diğer iş türlerinde çalışmak isteyenlere göre, tecrübe açısından tecrübesi olanların olmayanlara göre stres yönetimi boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü daha güçlü bir ilişki vardır.

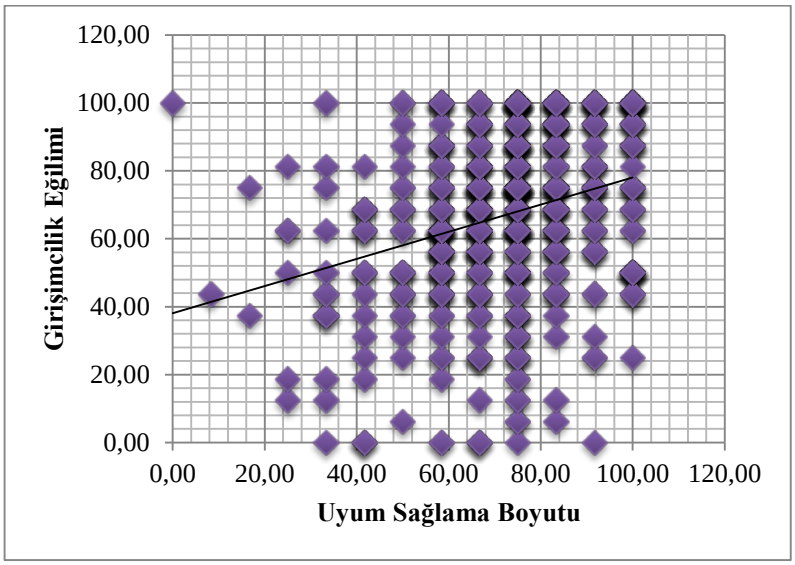
Tablo 41: Demografik Özellikler Açısından Stres Yönetimi Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi

Demografik bilgiler ve korelasyon		**Sayı**	**Girişimcilik Eğilimi /Stres yönetimi Korelasyonu**	
			Sig.	**r**
Cinsiyet	Bay	241	0,000	0,369
	Bayan	267	0,006	0,169
Bölüm	Sosyal bilimler	376	0,000	0,234
	Fen Bilimleri	132	0,000	0,375
Kardeş sayısı	1-4 arası	236	0,001	0,211
	5 ve sonrası	272	0,000	0,315
Mesleki ideal	Kendi işyeri	168	0,000	0,302
	Diğer işler	340	0,000	0,242
Tecrübe	Var	315	0,000	0,272
	Yok	193	0,002	0,221

- H4: Duygusal zekanın uyum sağlama boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki vardır.

Grafik 4'te gösterilen çizgi, duygusal zekanın uyum sağlama boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum uyum sağlama boyutunun STP'sinin arttıkça, girişimcilik eğiliminin de artacağı anlamına gelmektedir.

Grafik 4: Uyum Sağlama Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi STP'lerinin Dağılımı



Tablo 42: Uyum Sağlama Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi

Pearson Korelasyon		**Girişimcilik eğilimi**	**Uyum sağlama boyutu**
Girişimcilik eğilimi	Katsayı	1	**0,286****
	Sig. (2-tailed)		0,000
	Sayı	508	508
Uyum sağlama boyutu	Katsayı	**0,286****	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	Sayı	508	508

Tablo 42'de Sig. (2-tailed) değeri 0,05'ten küçük çıkmıştır. Bu değer katılımcıların uyum sağlama boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki olduğunu göstermektedir. Böylece H4 hipotezi kabul edilmiştir. Bununla birlikte Pearson korelasyon katsayısı "0,286" olarak tespit edilmiştir. Buna göre bu ilişki pozitif yönlü fakat zayıf bir ilişkidir.

Diğer bir ifade ile uyum sağlama boyutu olarak, kişi ve olaylara karşı gerektiğinde objektif kalabilen, kolay uyum sağlayabilen ve sorunlara çözüm

üretebilen kişilerin girişimcilik eğilimlerinin de aynı doğrultuda olduğunu göstermektedir. Çalışma hayatında artık en çok istenen ve aranan özelliklerden biri olan uyumluluk ve sorun çözme kabiliyeti girişimcilerin olmazsa olmazlarındandır. Buna göre duygusal zekanın uyum sağlama boyutunun girişimcilik eğilimi ile yakından ilişkili olduğu açıkça görülmektedir.

Tablo 43: Demografik Özellikler Açısından Uyum Sağlama Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi

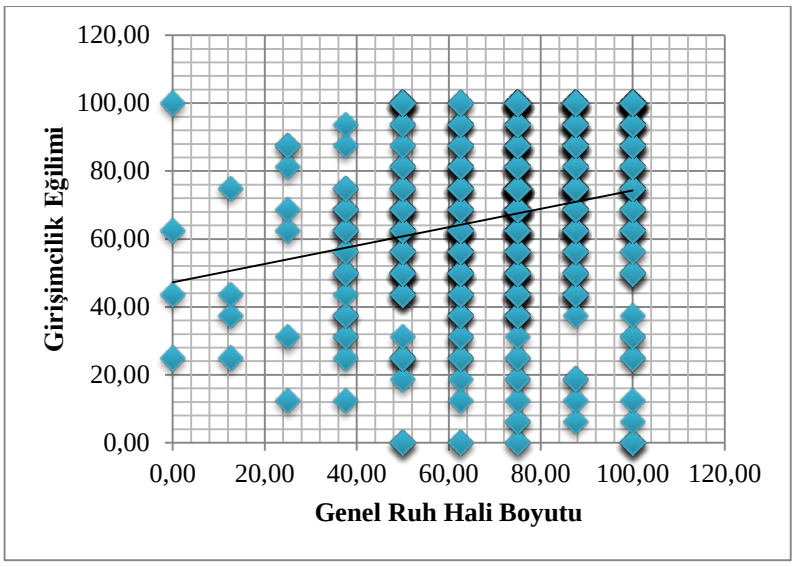
Demografik bilgiler ve korelasyon		**Sayı**	**Girişimcilik Eğilimi /Uyum sağlama Korelasyonu**	
			Sig.	**r**
Cinsiyet	Bay	241	0,000	0,361
	Bayan	267	0,000	0,234
Bölüm	Sosyal bilimler	376	0,000	0,212
	Fen Bilimleri	132	0,000	0,518
Kardeş sayısı	1-4 arası	236	0,000	0,246
	5 ve sonrası	272	0,000	0,321
Mesleki ideal	Kendi işyeri	168	0,000	0,356
	Diğer işler	340	0,000	0,232
Tecrübe	Var	315	0,000	0,327
	Yok	193	0,008	0,192

Tablo 43'e göre demografik özellikler açısından korelasyon analizine bakıldığında cinsiyet açısından erkeklerin bayanlara göre, bölüm açısından fen bilimlerinin sosyal bilimlere göre, kardeş sayıları açısından 5 ve daha fazla kardeş olanların, 1-4 arası kardeş olanlara göre, mesleki ideal olarak kendi işyerinde çalışmak isteyenlerin diğer iş türlerinde çalışmak isteyenlere göre, tecrübe açısından tecrübesi olanların olmayanlara göre uyum sağlama boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü daha güçlü bir ilişki vardır.

- H5: Duygusal zekanın genel ruh hali boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki vardır.

Grafik 5'te gösterilen çizgi, duygusal zekanın genel ruh hali boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum genel ruh hali boyutunun STP'sinin arttıkça, girişimcilik eğiliminin de artacağı anlamına gelmektedir.

Grafik 5: Genel Ruh Hali Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi STP'lerinin Dağılımı



Tablo 44: Genel Ruh Hali Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi

Pearson Korelasyon		**Girişimcilik eğilimi**	**Genel ruh hali boyutu**
Girişimcilik eğilimi	Katsayı	1	**0,222****
	Sig. (2-tailed)		0,000
	Sayı	508	508
Genel ruh hali boyutu	Katsayı	**0,222****	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	Sayı	508	508

Tablo 44'te Sig. (2-tailed) değeri 0,05'ten küçük çıkmıştır. Bu değer katılımcıların genel ruh hali boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki olduğunu göstermektedir. Böylece H5 hipotezi kabul edilmiştir. Bununla birlikte Pearson korelasyon katsayısı "0,222" olarak tespit edilmiştir. Buna göre bu ilişki pozitif yönlü zayıf bir ilişkidir.

Diğer bir ifade ile genel ruh hali boyutu olarak, iyimser kişiliğe sahip hayata olumlu bakabilen, her şeye rağmen ümidini yitirmeyen, mutlu, umutlu ve huzurlu kişilerin girişimcilik eğilimlerinin de aynı doğrultuda olduğunu göstermektedir. Girişimcilerin risk alma isteğini düşündüğümüzde aslında ne kadarda iyimser ve ümitli bir ruh hali içerisinde oldukları çok net bir şekilde görülebilir. Buna göre duygusal zekanın genel ruh hali boyutunun girişimcilik eğilimi ile yakından ilişkili olduğu çok net bir şekilde görülmektedir.

Tablo 45: Demografik Özellikler Açısından Genel Ruh Hali Boyutu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi

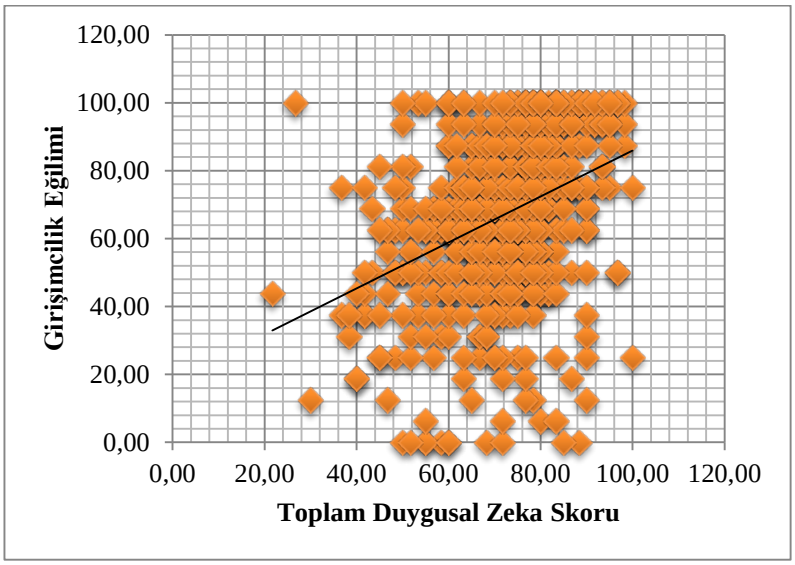
Demografik bilgiler ve korelasyon		**Sayı**	**Girişimcilik Eğilimi /Genel ruh hali Korelasyonu**	
			Sig.	**r**
Cinsiyet	Bay	241	0,000	0,242
	Bayan	267	0,001	0,206
Bölüm	Sosyal bilimler	376	0,000	0,188
	Fen Bilimleri	132	0,000	0,351
Kardeş sayısı	1-4 arası	236	0,006	0,180
	5 ve sonrası	272	0,000	0,260
Mesleki ideal	Kendi işyeri	168	0,000	0,340
	Diğer işler	340	0,001	0,184
Tecrübe	Var	315	0,000	0,223
	Yok	193	0,017	0,172

Tablo 45'e göre demografik özellikler açısından korelasyon analizine bakıldığında cinsiyet açısından erkeklerin bayanlara göre, bölüm açısından fen bilimlerinin sosyal bilimlere göre, kardeş sayıları açısından 5 ve daha fazla kardeş

olanların, 1-4 arası kardeş olanlara göre, mesleki ideal olarak kendi işyerinde çalışmak isteyenlerin diğer iş türlerinde çalışmak isteyenlere göre, tecrübe açısından tecrübesi olanların olmayanlara göre genel ruh hali boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü daha güçlü bir ilişki vardır.

- H6: Toplam Duygusal zeka skoru ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki vardır.

Grafik 6: Duygusal Zeka İle Girişimcilik Eğilimi STP'lerinin Dağılımı



Grafik 6'da gösterilen çizgi, duygusal zeka ile girişimcilik eğilimi arasında doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum toplam duygusal zeka skorunun arttıkça, girişimcilik eğiliminin de artacağı anlamına gelmektedir.

Tablo 46'da Sig. (2-tailed) değeri 0,05'ten küçük çıkmıştır. Bu değer katılımcıların toplam duygusal zeka skorları ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki olduğunu göstermektedir. Böylece H6 hipotezi kabul edilmiştir. Bununla birlikte Pearson korelasyon katsayısı "0,365" olarak tespit edilmiştir. Buna göre bu ilişki pozitif yönlü ve alt boyutlarına göre daha güçlü bir ilişkidir.

Tablo 46: Toplam Duygusal Zeka Skoru İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi

Pearson Korelasyon		**Girişimcilik eğilimi**	**Toplam duygusal zeka skoru**
Girişimcilik eğilimi	Katsayı	1	**0,365****
	Sig. (2-tailed)		0,000
	Sayı	508	508
Toplam duygusal zeka skoru	Katsayı	**0,365****	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	Sayı	508	508

Tablo 47: Demografik Özellikler Açısından Toplam Duygusal Zeka Skoru İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyon Analizi

Demografik bilgiler ve korelasyon		**Sayı**	**Girişimcilik Eğilimi /Toplam duygusal zeka skoru Korelasyonu**	
			Sig.	**r**
Cinsiyet	Bay	241	0,000	0,447
	Bayan	267	0,000	0,295
Bölüm	Sosyal bilimler	376	0,000	0,297
	Fen Bilimleri	132	0,000	0,581
Kardeş sayısı	1-4 arası	236	0,000	0,316
	5 ve sonrası	272	0,000	0,405
Mesleki ideal	Kendi işyeri	168	0,000	0,511
	Diğer işler	340	0,000	0,274
Tecrübe	Var	315	0,000	0,391
	Yok	193	0,000	0,281

Tablo 47'e göre demografik özellikler açısından korelasyon analizine bakıldığında cinsiyet açısından erkeklerin bayanlara göre, bölüm açısından fen bilimlerinin sosyal bilimlere göre, kardeş sayıları açısından 5 ve daha fazla kardeş olanların, 1-4 arası kardeş olanlara göre, mesleki ideal olarak kendi işyerinde

çalışmak isteyenlerin diğer iş türlerinde çalışmak isteyenlere göre, tecrübe açısından tecrübesi olanların olmayanlara göre toplam duygusal zeka skoru boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü daha güçlü bir ilişki vardır.

Diğer bir ifade ile toplam duygusal zeka skoru kendisini oluşturan beş alt boyutun birleşimi olarak ele alındığında duygularının farkında olan, kendine güvenen, kendini gerçekleştiren, bağımsız çalışabilen, iyi ilişkiler kuran, empati yapabilen, sosyal sorumluluk sahibi, stresi yönetimini başarabilen, sorunlara kolay çözüm bulan, kolay uyum sağlayabilen, objektif kalabilen, iyimser, mutlu ve umutlu kişilerin girişimcilik eğilimlerinin de aynı doğrultuda olduğunu göstermektedir. İfade edilen bu kadar özelliğin aslında girişimcilerin kişisel özellikleri arasında olduğu bilinmektedir. Buna göre duygusal zeka, girişimcilik eğilimi ile pozitif yönlü ve alt boyutlarına göre daha güçlü bir ilişki içermektedir. Buna göre girişimcilik eğiliminde olan bireylerde duygusal zekanın farkında olunması ve geliştirilmesi gerekmektedir.

SONUÇ

Girişimciler yoğun çalışma tempoları içerisinde bir taraftan ekonomik gereksinimleri, bir taraftan sosyal sorumlulukları diğer taraftan kişisel istek ve ihtiyaçlarını en üst düzeyde karşılamak durumunda olan çok yönlü kişiliklerden oluşmaktadır. Bu kadar yoğun ve çok yönlü ilişkinin yönetilebilmesi ancak sağlam bir duygusal ve ruhsal yapı ile başarılabilir. Kendisinin ve başkalarının duygularının farkında olan ve bunları yönetebilen girişimciler toplumsal, örgütsel ve gerekse kişisel anlamda daha başarılı olmaktadırlar.

Bu çalışmada kaliteli yaşamın vazgeçilmezlerinden olan duygusal zeka kavramının ve ekonomiler için olmazsa olmaz aktör olan girişimcilik ve girişimci olma eğilimi üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda özelikle duygusal zeka ve girişimcilik kavramları açıklanmıştır. Sonrasında ise Adıyaman Üniversitesinde girişimcilik dersi alan öğrencilerin katılımıyla anket çalışması yapılmıştır. Yapılan çeşitli analiz teknikleri sonucunda elde edilen bulgular üzerinde yorum ve değerlendirmeler yapılmıştır.

Çalışmada esas amaç doğrultusunda duygusal zeka ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkinin belirlenmesine çalışılmıştır. Fakat bunun öncesinde, katılımcıların demografik özellikleri açısından duygusal zeka ve girişimcilik eğilimleri arasında farklılık olup olmadığına yönelik bulgular araştırılmıştır. Buna göre ankete katılan öğrencilerin ölçekler açısından yüz puan üzerinden oluşturulan standart toplam puanlarına (STP) bakıldığında ortalamaları, kişisel/İçsel boyut için 71,5 kişilerarası boyut için 79,0 stres yönetimi boyutu için 60,4 uyum sağlama boyutu için 71,8 genel ruh hali boyutu için 72,1 toplam duygusal zeka skoru için 71,7 girişimcilik eğilimi için 66,7 çıkmıştır. Ortalama puanın 50 olduğu varsayıldığında öğrenciler bütün ölçeklerde ortalamanın üzerinde puan almışlardır. Buna göre öğrencilerin en yüksek puan aldıkları ölçek duygusal zekanın kişilerarası boyutudur. En düşük aldığı ölçek ise stres yönetimi boyutudur. Bu durumda öğrencilerin başka kişilerle daha iyi ilişkiler kurabildikleri anlaşılmaktadır. Bunun yanında stresle baş

etme de ortalamanın üzerinde bir sonuç elde edilmekle birlikte diğer boyutlara göre daha düşük bir ortalama elde edilmiştir.

Yapılan anket çalışması sonucunda 5'li likert ölçeğine göre yapılan önermelerin hepsinde ortalamanın (3 puanın) üzerinde bir puan elde edilmiştir. En yüksek ortalama yedi numaralı önerme olan "Topluma karşı sorumlu davranmaya ve sosyal bilince sahip olmaya dikkat ederim" önermesidir. Buna göre öğrencilerin toplumsal duyarlılığı yüksek olduğu söylenebilir. Bununla birlikte en düşük ortalamaya sahip olunan önerme ise dört numaralı önerme olan "Başkalarına tutunma (destek alma) eğilimindeyim" önermesidir. Buna göre öğrencilerin bağımsızlık anlayışı, tek başına iş yapabilme kabiliyeti biraz da düşük kalmaktadır denilebilir.

Girişimcilik eğilimine yönelik olarak, cinsiyet açısından bakıldığında erkekler bayanlardan daha yüksek bir ortalamaya sahiptirler. Bölümler açısından ise sosyal hizmet bölümü diğer bölümlerin onbir tanesinden farklılık göstermektedir. Bununla birlikte kamu yönetimi bölümü ise sadece işletme yönetimi bölümünden istatistiksel açıdan farklılık göstermektedir. Girişimci yakın çevre açısından, yakın çevresinde girişimci tanıdığı olan öğrencilerin girişimcilik eğilimleri daha yüksektir. Girişimcilik dersi alan öğrencilerin bu dersten önemli katkı sağladığını düşünenlerin girişimcilik eğilimleri daha yüksektir. Mesleki ideal olarak kendi işyerinde çalışmak isteyenlerin ortalamaları diğerlerinden farklı olarak daha yüksek çıkmaktadır. İş tecrübesi olanların ortalamaları daha yüksektir. Bununla birlikte aynı iş tecrübesi üzerine iş kurmayı düşünenlerin ortalamaları diğerlerine göre daha yüksek çıkmıştır.

Bunların haricinde, yaş grupları, genel not ortalaması, ailelerin ikamet yerleri, gelir durumu, kardeş sayısı, kardeşler arasındaki sıralama, anne ve baba çalışma durumları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Duygusal zeka skorlarına yönelik olarak, genel not ortalaması açısından bakıldığında, en yüksek not aralığında (3-4 arası) olan öğrenciler diğer öğrencilerden farklı olarak daha yüksek bir ortalamaya sahiptir. Baba çalışma durumu açısından babası özel sektörde çalışan öğrencilerin ortalaması, babası çalışmayan öğrencilerden

farklı olarak daha yüksek çıkmıştır. Girişimci yakın çevre açısından, yakın çevresinde girişimci tanıdığı olan öğrencilerin duygusal zeka skorları daha yüksektir. Girişimcilik dersi alan öğrencilerin bu dersten önemli katkı sağladığını düşünenlerin duygusal zeka skorları daha yüksektir. Mesleki ideal olarak kendi işyerinde çalışmak isteyenlerin ortalamaları özel sektörde çalışmak isteyenlerden farklı olarak daha yüksek çıkmaktadır. İş tecrübesi olanların duygusal zeka skoru ortalamaları daha yüksektir.

Bunların haricinde duygusal zeka skorlarına yönelik olarak, cinsiyet, yaş grupları, bölümler, ailelerin ikamet yerleri, gelir durumu, kardeş sayısı, kardeşler arasındaki sıralama, anne çalışma durumu, iş tecrübesi üzerine iş kurmayı düşünenlerin ortalamaları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Duygusal zeka ve alt boyutları ile katılımcıların girişimcilik eğilimlileri arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek için yapılan korelasyon analizi sonuçlarında, duygusal zekanın alt boyutları ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişkinin var olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte toplam duygusal zeka skoru ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü ve alt boyutlarına göre daha güçlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Demografik özellikler açısından bu ilişkiler incelendiğinde ise bütün analizlerde fen bilimleri alanlarındaki bölümlerde okuyan 5 ve daha fazla kardeş olan kendi işyerinde çalışmak isteyen ve tecrübesi olan erkek öğrencilerin duygusal zeka skoru ve alt boyutları ile girişimcilik eğilimleri arasında daha güçlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Sonuç olarak elde edilen bulgular, toplam duygusal zeka skoru kendisini oluşturan beş alt boyutun birleşimi olarak ele alındığında duygularının farkında olan, kendine güvenen, kendini gerçekleştiren, bağımsız çalışabilen, iyi ilişkiler kuran, empati yapabilen, sosyal sorumluluk sahibi, stres yönetimini başarabilen, sorunlara kolay çözüm bulan, kolay uyum sağlayabilen, objektif kalabilen, iyimser, mutlu ve

umutlu kişilerin girişimcilik eğilimlerinin de aynı doğrultuda olduğunu göstermektedir. İfade edilen bu kadar özelliğin aslında girişimcilerin kişisel özellikleri arasında olduğu bilinmektedir. Buna göre duygusal zeka, girişimcilik eğilimi ile pozitif yönlü ve alt boyutlarına göre daha güçlü bir ilişki içermektedir. Buna göre girişimcilik eğiliminde olan bireylerde duygusal zekanın farkında olunması ve geliştirmesi gerekmektedir.

KAYNAKLAR

Acar, F. (2002). Duygusal Zeka ve Liderlik. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12, ss.53-68.

Ağca, V. ve Kurt, M. (2007). İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve, Kayseri: Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (29), ss.83-112.

Ağca, V. ve Yörük, D. (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve, Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 8 (2), ss.155-173.

Akçakanat, T., Çarıkçı, İ. H., ve Mücevher, M. H. (2014). "Sözel, Sayısal ve Eşit Ağırlık Bölümlerinde Okuyan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Bazi Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi": SDÜ Örneği, AKÜ İİBF Dergisi- 16(2), ss.137-153.

Akkuş, Y., Akdoğan, Ç. Ve Akyol, A. (2018) Kişilik Özellikleri Ve Girişimci Kişilik Boyutlarının Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkileri: Trakya Örneği, Electronic Journal of Vocational Colleges-November/Kasım ss. 171-174.

Aksay, B. ve İplik, E., (2014) Girişimcilik Eğilimi Ölçeğinin (Get 2) Türkiye Bağlamında Değerlendirilmesi, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 23, Sayı 2, 2014, ss. 199-210

Allen, J. C. ve Malin, S. (2008). Green Entrepreneurship: A Method for Managing Natural Resources, Society and Natural Resources, 21 (9), 828-844

Alkış, H. (2018). Stres ve Stres Yönetimi (Modern Çağın Hastalığı), Ed. Nart, S. ve Yıldırım, YT., Current Debates In Management & Organization, London, Volume 29. ss.267-278.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E., (2007). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı, Sakarya Yayıncılık, 5. Baskı, Sakarya.

Anderson, A.R., Dodd., S.D., ve Jack, S.L., (2012) Entrepreneurship as connecting; some implications for theorising and practice, Management Decision, Vol. 50 Iss: 5, ss.958 - 971

Antonakis, J. (2003). Why “Emotional Intelligence” does not Predict Leadership Effectiveness: A Comment on Prati, Dougles, Ferris Ammeter and Buckley. The International Journal of Organizational Analysis, 11(4), 355-361.

Antoncic, B. ve Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation, Journal of Business Venturing, 16 (5), 495–502.

Antoncic, B. ve Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the Intrapreneurship Concept, Journal of Small Business and Enterprise Development, 10 (1), 9–24.

Arslan, H., ve Şener, D.K. (2012). Hemşirelikte Yeni ve Önemli Bir Kavram: Girişimcilik İ.Ü.F.N. Hem. Derg (2012) Cilt 20 - Sayı 2: 140-145

Aslan, Ş., (2009). Duygusal Zeka ve Dönüşümcü Etkileşimci Liderlik, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

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

Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, sayı 15. Ağustos ss.139-160

Balaban, Ö., ve Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 3(2),133-147.

Ballı, E., ve Koca Ballı, A. I. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri ve Girişimcilik Eğilimleri, Çukurova Üniversitesi IIBF Dergisi, 18(1), 101-121.

Bar-On, R. (2000). Emotional and Social Intelligence: Insight from the Emontiona Quotient Inventory, (Ed) Bar-On, R. ve Parker J.D.A The Handbook of Emotional Intelligence, Jossey-Bass Awiley Company, San Fracisco, ss:363-388

Baron, R. A. (2004). "The Cognitive Perspective: A Valuable Tool For Answering Entrepreneurship’s Basic Why Question", Journal of Business Venturing, ss. 221-239.

Bozkurt, Ö.Ç., Kalkan, A., Koyuncu, O. ve Alparslan A.M. (2012). Türkiye’de girişimciliğin gelişimi: girişimciler üzerinde nitel bir araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(15), 229-247.

Bozkurt, Ö., Ercan, A., Yurt İ, (2018). Bireysel Değerler İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Düzce Üniversitesi Örneği, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi Yaz 2018, Cilt:13 Sayı:1, 43-55

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

Buekens, W. (2014). Fostering Intrapreneurship: The challenge for a New Game Leadership, Procedia Economics and Finance 16 (2014) 580 – 586

Bulut, Ç., Fiş, A., Aktan, B. ve Yılmaz, S. (2008). Kurumsal Girişimcilik: Kavramsal Yapı Üzerine Bir Tartışma, Journal of Yaşar University, 10 (3), 13–19.

Cansız, E. (2007). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencileri üzerine bir çalışma. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Caruso, D. R. and Salovey, P.(2007). Duygusal Zeka Yöneticisi, çev. Hale Kayra, Crea Yayıncılık İstanbul.

Chelariu, C., Brashear, T.G. ve Osmanbekov T. (2008). Entrepreneurial propensity in a transition economy: exploring micro-level and meso-level cultural antecedents Journal of Business & Industrial Marketing 23/6 (2008) 405–415

Cooper R.K. ve Sawaf, A., (1997). Executive, EQ, Emotional Intellengence in Leadership and Organizations, A Perigee Book, New York.

Cope, J. (2005). Toward a Dynamic Learning Perspective of Entrepreneurship, Entrepreneurship Theory And Practice, July 2005 ss. 373-397

Çakar, U. ve Arbak, Y.(2004). Modern Yaklaşımlar Işığında Değişen Duygu-Zeka İlişkisi ve Duygusal Zeka. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6 (3), 23-48.

Çeçen, R. (2002). Duygular İnsan Yaşamında Neden Vazgeçilmez ve Önemlidir. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(9), 164-170.

Çelik A., ve Akgemci T. (2010) Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Çetinkaya, Ö. ve Alparslan, A. M. (2011). Duygusal Zekanın İletişim Becerileri Üzerine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. Süleyman

Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16 (1), 363-377.

Çetinkaya Bozkurt Ö. ve Alparslan, A.M. (2013). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler İle Girişimcilik Eğitimi: Girişimci Ve Öğrenci Görüşleri, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (8:1) 2013 ss.7-28.

Çoban F., Odacıoğlu, M.C., Saygılı, M., (2017). Mütercim Tercümanlık/Çeviribilim Öğrencilerinin Yabancı Dillerine Göre Duygusal Zekâ, Kültürel Zekâ ve Kişilik Özellikleri Açısından İncelenmesi, 2nn Eurasian Conference on Language and Social Sciences, Antalya ss.281-297

Delice M. ve Günbeyi, M. (2013) Duygusal Zekâ Ve Liderlik İlişkisinin İncelenmesi: Polis Teşkilatı Örneği, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 27, Sayı: 1,ss.209-239

Demir S. (2015). "Girişimcilikte Başarı Faktörleri ve Başarısızlık Nedenleri". İ. Bakan (Ed.). Girişimcilik KOBİ'ler ve Strateji, ss.33-45, Ankara: Gazi Kitabevi.

Demirel, E.T. ve Tikici, M. (2004). Kültürün Girişimciliğe Etkileri, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları ss.49-58

Derindağ, Ö.F. (2018). Girişimcilik başarısını etkileyen unsurlar: kişilik özellikleri bağlamında bir analiz, Journal of International Management, Educational and Economics Perspectives 6 (3)(2018) 1-12

Doğan S., Altın, H. ve Başar E., 2010, Meslek Yüksek okulları İçin Girişimcilik, Nobel Yayın, Ankara.

Dündar ve Ağca, (2007) Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesine İlişkin Ampirik Bir Çalışma, H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 25, Sayı 1, 2007, s. 121-142

Ekici, E. ve Turan, M. (2017) Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimi: Planlanmış Davranışlar Teorisi Ve Girişimcilik Eğitiminin Rolü, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 26, Sayı 1, 2017, Sayfa 201-215

Ercan, S., (2017). Duygusal Zekâ İle Girişimcilik Arasındaki İlişki: Karabük Üniversitesi Girişimcilik Bölümü Öğrencileri Örneği, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi.

Ercan, S. ve Gökdeniz İ. (2009). Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan, Bilig, (49), 59-82.

Foo M-D., (2011). Emotions and Entrepreneurial Opportunity Evaluation, Entrepreneurship Theory And Practice, March, ss.375-393

Gayle, J.R. (2013). Quantitative Study Of The Relationship Between Emotional Intelligence And Virtue Ethics In Accounting Professionals, Capella University PhD Theses.

GİSEP, Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (2015-2018) (http://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/Gisep_2015-2018_TR.pdf) (Erişim Tarihi: 11.10.2018).

Goleman, D. (2009). İşbaşında Duygusal Zeka. çev:Handan Balkara, Varlık Yayınları, İstanbul.

Goleman, D. (2013). Duygusal Zeka; Neden IQ'dan daha önemlidir, çev:Banu Seçkin Yüksel, Varlık Yayınları, 36.Baskı, İstanbul.

Guth, W. D. ve Ginsberg A. (1990). Guest Editors' Introduction: Corporate Entrepreneurship, Strategic Management Journal, 11 (5), 5-15.

Gündoğdu, M.Ç. (2012). Re-Thinking Entrepreneurship, Intrapreneurship, and Innovation: A Multi-Concept Perspective, Procedia - Social and Behavioral Sciences 41 (2012) 296 – 303

Hisrich R. D., Peters, M.P. ve D.A. Shepherd, (2017). Entrepreneurship, Mc Graw - Hill 13. Baskı , New York, USA

İpçioğlu, İ. ve Taşer, A. (2009). İşletme Bölümlerinde Verilen Eğitimin Girişimci Adayı Öğrenciler Üzerindeki Etkileri, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl: 2009/2, Sayı: 10

İşmen, A. E.(2004). Duygusal Zeka ve Aile İşlevleri Arasındaki İlişki. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,7(11), 55-75.

İZKA (2013). İzmir Girişimcilik Ekosisteminin Geliştirilmesi Stratejisi, İzmir Kalkınma Ajansı yayınları.

Jane C.A. ve Gerald, W.A. (2018). Impact of Emotional Intelligence on Performance of Employees with Reference to Femina Hotel in Trichy International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies Volume 6, Issue 2, February 2018 pg. 14-19

Johnson, D. (2001). What is Innovation and Entrepreneurship? Lessons for Larger Organizations, Industrial Commercial Training, 33 (4), 135-140.

Kalfaoğlu, S. (2018). Duygusal Zekâ İle Girişimcilik Eğilimi İlişkisi: Dega Katılımcıları Üzerine Bir Araştırma, Journal of Social And Humanities Sciences Research, 5(27) ss.2827-2845.

Kalkan, A. (2011). Kişisel tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolünün girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi: üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(14), 189-206.

Karabulut, A.T. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, XXVI(1). Ss.331-356)

Karakaş S., http://www.psikolojisozlugu.com (E.T. 02.11.2018)

Karıman, E. ve Eliöz, M. (2018). Girişimci Eğilimi Göstermeyen Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Potansiyelinin Araştırılması, OMÜ Eğitim Fakültesi Dergisi 2018, 37(2), 195-209

Kaya, A., (2007). Girişimcilik ve KOBİ yönetimi, Eğitim Kitabevi, Konya.

Keleş, H.N. (2013). Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Ekim 2013 / Yıl: 13 / Sayı: 26 ss.23-43.

Keskin, H., Akgün, A.E., Yılmaz, S. (2013). Örgütlerde Duygusal Zeka ve Duygusal Yetenekler, Der Yayınları, İstanbul.

Korkmaz, O. (2012). "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği". Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi, 14(2), 209-226.

Küçük Orhan. Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2007.

Landström, H. (2005). The Roots of Entrepreneurship And Small Business Research, Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research, Springer.

Littunen, H. (2000). Entrepreneurship And The Characteristics Of The Entrepreneurial Personality, International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 6 (6), 295-312.

Lumpkin, G. T. ve Dess, G. G. (1996). Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linking It To Performance, Academy of Management Review, 21 (1), 135–172.

Marangoz, M., (2012). Girişimcilik, Beta Yayınları,İstanbul.

Mayer, J. D; Caruso, D. R. and Salovey, P. (2000). Emotional Intelligence Meets Traditional Standarts for an Intelligence. Elsevier Science Inc. Intelligence, 27(4), 267-298.

Mayer, J. D., (2004). "What is Emotional Intelligence?" (2004). UNH Personality Lab. 8. https://scholars.unh.edu/personality_lab/8

Mayer, J.D. and Salovey, P. (1995). Emotional Intelligence and the Construction and Regulation of Feelings. Applied&Preventive Psychology, 4, 197-208.

Mayer J.D., Salovey, P., Caruso, D.R. (2004). Emotional Intelligence: Theory, Findings and Implications, Psychological Inquiry, 2004, Vol. 15, No:3 ss:197-215

Morrison, A. (2006). A Contextualisation of Entrepreneurship, International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research, 12 (4), 197.

Naktiyok ve Gök, (2006). Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF. Dergisi (C.VIII, S.2, 2006) ss.77-96

Öneren, M. (2012). İç Anadolu Bölgesindeki Genç Nüfusun Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (7:2) ss.7-28

Özdemir, A., Özgüner, M. ve Alkış, H. (2018). Üniversitelerde Verilen Girişimcilik Eğitimi Girişimci Kişilik Özelliklerini Nasıl Etkiler? Deneysel Bir Araştırma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Cilt 21, Sayı 2, Kasım 2018 SS. 430-447

Özden, K., Temurlenk, M.S. ve Başar S., (2008). Girişimcilik Eğilimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Ve Atatürk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, 2. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Bişkek, ss. 229-240.

Özmen, H.İ. (2016). “Girişimcilik Kavramı ve Girişimciliğin Gelişimi”, Çatı, K. (Ed.), Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi, Nobel Yayın, Ankara.

Öztürk, İ. (2008). İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği 2008 Girişimcilik Raporu, İstanbul: İGİAD Yayınları.

Parker, S.C. (2011). Intrapreneurship or entrepreneurship? Journal of Business Venturing 26 (2011) 19–34

Rafaeli, A. ve Sutton R., (1987). Expression of Emotion as Part of the Work Role, ? Academy of Management Review, 1987, Vol. 12, No. 1, 23-37.

Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G.T. ve Frese M. (2009). Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future, Entrepreneurship Theory And Practice, May. ss.761-787

Reisoğlu, İ.; Gedik, N. ve Göktaş, Y. (2013). Öğretmen Adaylarının Özsaygı ve Duygusal Zekâ Düzeylerinin Problemli İnternet Kullanımıyla İlişkisi, Eğitim ve Bilim, 38(170).

Rule, E. G. ve Irwin, D. W. (1988). Fostering Intrapreneurship: The New Competitive Edge, The Journal of Business Strategy, 9 (3), 44- 47.

Salovey, P. ve Mayer, J. D. (1990). Emotional Intelligence, Baywood Publishing Co., Inc., 185-205.

Savaş, İ. ve Can, İ., 2011, Euro-Dolar Paritesi ve Reel Döviz Kuru'nun İMKB 100 Endeksi'ne Etkisi Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Nisan 2011, 6(1), 323-339.

Schaper, M. (2002). The Essence of Ecopreneurship, Greener Management International, (38), 26-30

Sevinç, A. ve Eren, T. (2016). Bölgesel Kalkınma ve Girişimcilik: Ahiler Kalkınma Ajansı Örneği, JEBPIR, 2 (1), 2016, 1-22

Sönmez, A. ve Toksoy, A. (2014). Türkiye'de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz, Manisa: Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 21 (2).

Şahin, F. ve Danışman, Ş. (2017). Yaratıcı Kişilik Özellikleri Ölçeği: Güvenilirlik ve Geçerlik Çalışması, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(2) ss.747-760

Şimşek, Ş. ve Çelik, A., (2008), Genel İşletme, Eğitim Akademi, Konya.

Singh, K., (2011). Enhancing Ethics at workplace through Emotional Intelligence: An Exploratory Study on Business Organizations in India International Journal of Business and Management Science, 4(1): 51-73, 2011

Stenberg, R.T., (1997). The Concept of Intelligence and Its Role in Lifelong Learning and Success, American Psychologis, October, ss:1030-1037.

TDK Türk Dil Kurumu http://www.tdk.gov.tr (14.01.2019)

Tetik, S., Ökmen, M., ve Bal, V., (2014) Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Duygusal Zekâ Düzeyleri İle Öfke Düzeyleri Ve Öfke İfade Tarzları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi (EJOİR) Cilt:2 Sayı:1 Mayıs 2014

Top, S. (2006). Girişimcilik Keşif Süreci, İstanbul: Beta Yayınları ,İstanbul.

Topal, B. ve Şahin, H. (2017). Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Dumlupınar Üniversitesi Örneği, 8. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, ss.957-975

Topkaya, Ö. (2013). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Teorisi: Girişimciliğin Ekonomik Büyüme ve İstihdam Boyutu, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (8:1) ss.29-53

Tuncer, M. ve Doğan, S.(2018) Girişimcilik Eğiliminde Eğitimin Etkisi: Turizm İşletmeciliği Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma, Turizm Akademik Dergisi, 02 (2018) 97-108

Türkmen, M. ve İşbilir, U. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyo- Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi, CBÜ Bed Eğt Spor Bil Dergisi 9(2) ss.18-28

TÜSİAD, (2002). Türkiye'de Girişimcilik, Yayın No: TÜSİAD–T/2002/12/340, İstanbul 2002

Uçkun, N. ve Girginer, N. (2012). Girişimciliği Etkileyen Faktörler: Eskişehir Organize Sanayi Bölgesindeki Metal Sektörü Girişimcilerine Yönelik Bir Uygulama, Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi, 1(1) ss.97-113.

Ulucan S.,(2015).Girişimcilik Eğiliminin Ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Ortaöğrenimde Lise 3. ve 4. Sınıf Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Uluhan, R., (2011). Girişimcilik Kılavuzu, Aile ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Yayını.

Uluyol, O. (2013). Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Gölbaşı Meslek Yüksekokulu Örneği, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 6, Sayı: 15, Aralık 2013, ss. 350-372.

Uygun, M. ve Güner, E. (2016). Girişimcilik Eğiliminin Gelişiminde Girişimcilik Eğitiminin Rolü, MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 5(5) ss.37-57.

Welter, F. (2011). Contextualizing Entrepreneurship—Conceptual Challenges and Ways Forward, Entrepreneurship Theory And Practice, January, ss.165-184.

Yelboğa, A. (2006). Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 8(2), 196-211.

Yelkikalan, N., (2006). 21.Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği : Duygusal Zeka, ÇOMÜ Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, cilt 1 Sayı 2 ss:39-51

Yeşilyaprak, B. (2001). Duygusal Zeka ve Eğitim Açısından Doğurguları. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 25, 139-146.

Yıldız, A., (2015). Girişimcilik Üzerine Temel Kavramlar, İ. Bakan (Ed.). Girişimcilik KOBİ'ler ve Strateji. (ss:3-22) Ankara: Gazi Kitabevi.

Yıldız, S. ve Alp, S. (2012). Girişimcilik Teorisi Çerçevesinde Kobilerin Ekonomiye Etkileri ve Rekabet Koşullarını Etkileyen Faktörler, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (7:2) ss.29-49.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı	Feyza AKPINAR
Uyruğu	Türkiye Cumhuriyeti
Doğum Yeri ve Tarihi	Ankara, 1984
E-Posta	akpinarfeyza@hotmail.com

Eğitim Durumu	**Okul/Program**	**Mezuniyet Yılı**
Lise	Tokat Anadolu Lisesi	2005
Üniversite	Abant İzzet Baysal Üniversitesi Matematik (İngilizce)	2011
	Anadolu Üniversitesi İşletme	-

İş Deneyimi, Yıl	**Çalıştığı Yer**	**Görev**
2010-2011	Çiğdem Tepe Anadolu Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi	Öğretmen

Yabancı Dil	İngilizce

EK: ANKET

Değerli Arkadaşlar,

Bu anket çalışması, **"Duygusal Zeka ve Girişimcilik Eğilimi: Adıyaman Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırması"** başlıklı çalışmada kullanmak amacıyla yapılmaktadır. Çalışmalarda elde edilen veriler tamamen bilimsel amaçlarla kullanılacaktır.

Araştırmaya ayıracağınız değerli zaman ve katkılarınız için teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılar dileriz.

Bölüm 1: Demografik Özellikleriniz

1. Cinsiyetiniz: [ ] Bay [ ] Bayan
2. Yaşınız: [ ] 16-20 [ ] 21-25 [ ] 26-30 [ ] 30 ve üstü
3. Bölümünüz : ……..
4. Genel not ortalamanız nedir? [ ] 1 den az [ ] 1-2 arası [ ] 2-3 arası [ ] 3-4 arası
5. Ailenizin ikamet ettiği yer: [ ] İl [ ] İlçe [ ] Kasaba [ ] Köy
6. Ailenizin aylık geliri nedir? [ ] 2000 TL'den az [ ] 2000-3000 TL [ ] 3000-5000 [ ] 5000 TL den fazla
7. Kaç kardeşsiniz? [ ] …..
8. Kaçıncı sıradasınız? [ ]…..
9. Ailenizde, 1. ve 2. Derece akrabalarınızda veya yakın arkadaş çevrenizde girişimci kişiler var mı?
[ ] Evet [ ] Hayır
10. Annenizin çalıştığı alan nedir?
[ ] Ev hanımı [ ]Kamu sektörü [ ]Özel sektör [ ] Kendi İşyeri [ ] Diğer…..
11. Babanızın çalıştığı alan nedir?
[ ] Çalışmıyor [ ]Kamu sektörü [ ]Özel sektör [ ] Kendi İşyeri [ ] Diğer…..

12. Almış olduğunuz girişimcilik eğitimin sizi girişimci olmaya yönlendirdiğini düşünüyor musunuz?
[ ] Evet [ ] Hayır
13. Eğitiminizi tamamladıktan sonra mesleki idealiniz nedir?
[ ]Kamuda çalışmak [ ]Özel Sektörde çalışmak [ ] Kendi işimi yapmak [ ] Diğer….
14. Herhangi bir işyerinde çalıştınız mı? veya iş tecrübeniz var mı? [ ] Evet [ ] Hayır
15. **Eğer cevabınız evet ise** çalıştığınız bu alanda iş kurmak ister misiniz? [ ] Evet [ ] Hayır

Bölüm 2: Aşağıda **"Duygusal Zeka Boyutları"** ile ilgili bir dizi ifade bulunmaktadır. Lütfen alttaki cetvele göre size en uygun seçeneği işaretleyiniz.
1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

1	Kendimle ilgili hem iyi hem kötü noktalarıma bakıyorum ve kendimle ilgili iyi/pozitif düşünüyorum.	1	2	3	4	5
2	Duygularımın farkındayım	1	2	3	4	5
3	İnsanlara ne düşündüğümü kolayca söyleyebilirim.	1	2	3	4	5
4	Başkalarına tutunma (destek alma) eğilimindeyim.	1	2	3	4	5
5	Hedeflerimi gerçekleştiririm	1	2	3	4	5
6	Herkesin kendine özgü ve bireysel ihtiyaçlarına değer veririm.	1	2	3	4	5
7	Topluma karşı sorumlu davranmaya ve sosyal bilince sahip olmaya dikkat ederim.	1	2	3	4	5
8	Başkalarıyla iyi ilişkilerim var.	1	2	3	4	5
9	Çok fazla sinirlenmeden stresle başa çıkabilirim.	1	2	3	4	5
10	Zor durumlarda nasıl sakin kalınabileceğini biliyorum.	1	2	3	4	5

11	Bir şeyleri gerçekte olduğu gibi görüp objektif kalma kapasitesine sahibim.	1	2	3	4	5
12	Genellikle kolay uyum sağlarım.	1	2	3	4	5
13	Duyguların söz konusu olduğu yerde sorunlara çözüm bulabilirim.	1	2	3	4	5
14	Zaman zaman yaşanan aksiliklere rağmen sağlam (esnek, dirençli, çabuk toparlayan) ve umutlu kalırım.	1	2	3	4	5
15	Hayatımın içeriğinden ve pek çok yönünden memnunum ve zevk alırım	1	2	3	4	5

Bölüm 3: Aşağıda "Girişimcilik Eğilimi" ile ilgili bir dizi ifade bulunmaktadır. Lütfen alttaki cetvele göre size en uygun seçeneği işaretleyiniz. 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum						
1	Bir gün kendi işimi kurmaya gerçekten niyetliyim.	1	2	3	4	5
2	Bir işletme kurmayı ciddi şekilde düşünüyorum.	1	2	3	4	5
3	Temel kariyer hedefim girişimci olmaktır	1	2	3	4	5
4	Kendi işimi kurmak ve işletmek için elimden gelen herşeyi yaparım	1	2	3	4	5

Ankete eklemek istediğiniz varsa lütfen belirtiniz

……

ANKETİMİZ SONA ERMİŞTİR KATILDIĞINIZ İÇİN TEŞEKKÜR EDERİZ