

DUYGUSAL ZEKÂ İLE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ARASINDAKİ İLİŞKİYİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR UYGULAMA



Makale Gönderim Tarihi: 28.07.2017 Yayına Kabul Tarihi: 02.10.2017

Kafkas Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi
KAÜİİBFD
Cilt, 8, Sayı 16, 2017
ISSN: 1309 – 4289
E – ISSN: 2149-9136

Alpaslan YÜCE
Doç. Dr.
Kafkas Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi
yucealp@gmail.com

Kamile MERİÇ
Arş. Gör.
Kafkas Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi
kguner26@gmail.com

ÖZ Bireyin kendini tanıması, duygularını akıllıca kullanması ve kişilerarası ilişkileri yönetebilmesi gibi yeteneklerini ifade eden duygusal zekâ girişimcilikte önemli bir etkidir. Bu çalışmada da duygusal zekâ ile girişimcilik arasındaki bu etkileşimin derecesi belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede geliştirilen anket formu Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim görmekte olan ve girişimcilik dersi almış ve almakta olan öğrencilere uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda duygusal zekânın alt boyutlarından olan kişisel farkındalık ile şartlara ve çevreye uyum boyutlarının girişimcilik eğilimi ile pozitif yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca duygusal zekânın alt boyutlarından olan kişilerarası ilişkiler boyutunun girişimcilik eğilimi ile ilişkisi olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Duygusal Zekâ, Girişimcilik Eğilimi, Duygusal Zekâ Alt Boyutları*

JEL Kodu: M10, M19, L26
Alanı: İşletme
Türü: Araştırma

DOI:10.9775/kauibfd.2017.020

Atıfta bulunmak için: Yüce, Al. & Meriç, K. (2017). Duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir uygulama, *KAÜİİBFD* 8(16), 433-446.

A CASE STUDY ON DETERMINING THE RELATIONSHIP BETWEEN EMOTIONAL INTELLIGENCE AND ENTREPRENEURSHIP TENDENCY



Kafkas University
Economics and Administrative
Sciences Faculty
KAUJEASF
Vol. 8, Issue 16, 2017
ISSN: 1309 – 4289
E – ISSN: 2149-9136

Article Submission Date: 28.07.2017 Accepted Date: 02.10.2017

Alpaslan YÜCE
Associate Professor
Kafkas University
Faculty of Economics
and
Administrative
Sciences
yucealp@gmail.com

Kamile MERİÇ
Research Assistant
Kafkas University
Faculty of Economics
and
Administrative
Sciences
kguner26@gmail.com

ABSTRACT | Emotional intelligence that expresses the ability of the individual to self-knowledge, to use his feelings wisely, and to manage relationships among people is an important influence on entrepreneurship. In this study, it tried to determine the degree of this interaction between emotional intelligence and entrepreneurship. In this framework, a questionnaire form developed for the students who have taken courses in entrepreneurship and who are studying at the Faculty of Economics and Administrative Sciences of Kafkas University has been implemented. According to the result of the analyses, personal awareness and adaptation to conditions and environment, which are from sub-dimensions of emotional intelligence, are positively correlated with entrepreneurship tendency. In addition, it was determined that the interpersonal relationships which is from sub-dimensions of emotional intelligence, is not related to entrepreneurship tendency.

Keywords: Emotional Intelligence, Entrepreneurship Tendency, Sub-dimensions of Emotional Intelligence.

Jel codes: M10, M19, L26

Scope: Business

Type: Research

Cite this Paper: Yüce, Al. & Meriç, K. (2017). A case study on determining the relationship between emotional intelligence and entrepreneurship tendency, *KAUJEASF* 8(16), 433-446.

1. Giriş

Bilim insanları duygusal zekânın IQ gibi ‘kader’ olmadığını aksine bireyin hayatı boyunca duygusal zekâsını geliştirilebileceğini belirtmektedirler. Bu durum da duygusal zekâyı önemli hale getirmektedir (Acar, 2002, s. 56). Duygusal zekânın üzerinde çok çalışılan ve çok araştırma yapılan bir kavram olduğunu belirten Doğan ve Şahin’e (2007) göre bu ilgede Daniel Goleman tarafından 1995’te yazılan ve en çok satan kitaplar listesinde ilk sıralarda bulunan ‘Duygusal Zekâ’ kitabının etkisi büyüktür.

Girişimcilik ise ekonomik kalkınmada, sosyal gelişmede ve istihdam yaratmada temel unsur olarak görülmekte ve girişimci kişiliğin oluşmasında kişinin doğuştan getirdiği özelliklerinin yanı sıra ailesi, eğitim düzeyi ve iş tecrübesi gibi çevreden kaynaklı faktörlerde etkili olmaktadır (Koçyiğit, 2013).

En basit ifade ediliş biçimi ile duyguların akıllıca kullanılması olan duygusal zekâ iş hayatında başarılı olmanın en temel unsurlarından biri olarak kabul edilmektedir. Yapılan araştırmalar başarılı girişimcilerin duygusal zekâlarını doğru yönde kullandıklarını göstermiştir. Çünkü bir girişimcinin en belirgin özelliği risk alabilmesidir ve belirsizlik içinde risk alabilen girişimciler duygusal zekâlarını kullanarak başarılı olabilmektedirler (Yelkikalan, 2006, s. 48).

Literatürde; duygusal zekânın girişimciliğe olan etkisinin ortaya çıkarılması amacı ile yapılmış değişik çalışmalar mevcuttur (Uluköy, Ülker, Kılıç, Yumuşak, & Azaklı, 2016; Rangaranjan, Jayamala, & Lakshmi, 2014; Cin & Günay, 2013; Khatoon, 2013; Javadi, Mehrabi, Jamkhaneh, & Samangoeei, 2012; Neqabi & Bahadori, 2012; Ahmetoğlu, Leutner, & Chamorro-Premuzic, 2011; Zampetakis, Beldekos, & Moustakis, 2009; Zampetakis, Kafetsios, Bouranta, Dewett, & Moustakis, 2009; Yelkikalan, 2006; Cross & Travaglione, 2003). Literatür taraması şeklinde ya da girişimciler üzerine araştırma yapılmış çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada bir devlet üniversitesi olan Kafkas Üniversitesi’nin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’nde öğrenim görmekte olan girişimcilik dersi almış ve almakta olan öğrenciler üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Gelecekte birer girişimci adayı olan ve girişimcilik üzerine ders almış bu öğrencilerin duygusal zekâları ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır.

İki bölümden oluşan bu çalışmada duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. İlk bölümde duygusal zekâ ve girişimcilik eğilimi ile ilgili teorik bilgilerden bahsedilmiştir. İkinci bölümde ise yapılan anket sonucunda elde edilen verilere ve analize yer verilmiştir.

2. TEORİK ÇERÇEVE

2.1. Duygusal Zekâ

Duygusal zekâ kavramı, İngilizce’de “Emotional Intelligence - EI” veya “Emotional Quotient - EQ” olarak adlandırılmaktadır (Doğan & Şahin, 2007, s. 233). Duygusal zekâ en basit tanımı ile duyguların akıllıca kullanılmasıdır (Özdemir & Özdemir, 2007, s. 393). Duygusal zekâ kavramını 1990’da ilk kez Yale Üniversitesi’nden psikolog Peter Salovey ve New Hampshire Üniversitesi’nden psikolog John Mayer ortaya çıkarmıştır (Pehlivan, 2015, s. 28).

Salovey ve Mayer (1990, s. 189) duygusal zekâyı sosyal zekânın bir parçası olarak tanımlamaktadır. Onlara göre duygusal zekâ; bireyin kendisinin ve başkalarının hislerini ve duygularını izleme, fark etme ve elde ettiği bu bilgiyi kişinin düşüncesini yönlendirmek için kullanma yeteneğini kapsar.

Goleman (2016, s. 119) duygusal zekânın temel bir yetenek olduğunu ve diğer yetenekleri derinden etkileyen bir güç olduğunu belirtmektedir. Duygusal zekânın bireylerin bütün davranışlarına yön veren ihtiyaç, dürtü ve gerçek değerleri kapsadığını belirten Güllüce ve İşcan’a (2010, s. 10) göre duygusal zekâ kişilerarası ilişkilerin ve iş hayatındaki başarının belirleyicisi olmaktadır.

Duygusal zekâ kavramının kişisel farkındalık, kişilerarası ilişkiler, şartlara ve çevreye uyum, stres yönetimi ve genel ruh hali boyutları olmak üzere beş alt boyutu vardır. Kişisel farkındalık boyutunun alt boyutları ise duygusal benlik bilinci, kendine güven, kendine saygı, kendini gerçekleştirme ve bağımsızlıktır. Kişilerarası ilişkilerde kişinin başarısını gösteren empati, insan ilişkileri ve sosyal sorumluluk kişilerarası boyutun alt boyutlarıdır. Şartlara ve çevreye uyum boyutu; problem çözme, gerçeklik ve esneklik alt boyutlarından meydana gelmektedir. Stres yönetimi boyutunun alt boyutları stres toleransı ve dürtü kontrolü iken genel ruh hali; mutluluk ve iyimserlik alt boyutlarından oluşmaktadır (Acar, 2002).

Literatürde duygusal zekânın çeşitli kavramlarla ilişkisini ortaya çıkarmaya yönelik değişik çalışmalar mevcuttur. Örneğin duygusal zekâ ile satış performansı arasındaki ilişki (Varinli, Yaraş, & Başalp, 2009; Cruz, D’Urso, & Ellison, 2014), duygusal zekâ ve hizmet kalitesi (Basharat & Raja, 2013; Naeem, Saif, & Khalil, 2008), duygusal zekâ ve liderlik (Delice & Günbeyi, 2013; Kerr, Garvin, Heaton, & Boyle, 2006; Acar, 2001; George, 2000) ele alınan konular arasındadır.

2.2. Girişimcilik Eğilimi

Kişilerin girişimcilikleri giderek önem kazanmaktadır. Girişimcilik; üretim faktörleri olan emek, teknoloji, sermaye ve doğal kaynakları biraraya

getirerek mal veya hizmet üretme faaliyetlerinden oluşurken girişimci; amacı mal ve hizmet üretmek olan, bu amaç doğrultusunda pazardaki fırsatları değerlendirerek üretim faktörleri olan sermaye, doğal kaynaklar ve emeği bir araya getirerek risk alan kişidir (Yılmaz & Sünbül, 2009, s. 195).

Girişimcilik ile ilgili değişik tanımlar yapılsa da; risk alma, fırsatları yakalama, yeni bir iş kurma, yeni ürün üretme gibi kavramlar açısından ortak bir görüş mevcuttur (Bozkurt & Alparslan, 2013, s. 9).

Kılıç, Keklik ve Çalış (2012) üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine yaptıkları araştırmada üniversite öğrencilerinin cinsiyetleri ve yenilik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olduğunu ve erkeklerin kızlara göre daha yenilikçi olduklarını ortaya çıkarmışlardır. Öğrencilerin aylık gelirleri ile arasında anlamlı bir ilişki olan kavramların yenilik, kendine güven, risk alma, dışa açıklık, başarıya inanma iken fırsatçılık ile anlamlı bir ilişki olmadığı bulunan diğer bir sonuçtur.

Yıldız ve Kapu (2012) tarafından hangi bireysel değerlere sahip olan kişilerin girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğunu belirlemeye yönelik yapılan çalışmada Kafkas Üniversitesi İİBF'deki 620 öğrenciye uygulanan anket katılımcıların yüksek derecede girişimcilik eğilimi gösterdiklerini ortaya çıkarmış ve girişimcilik eğilimi ile pozitif yönde en çok ilişkide olan bireysel değer "güç ve başarı" olurken "geleneksellik" değerinin ise negatif yönde ilişkide olduğu belirtilmiştir.

Bilge ve Bal (2012) ise çalışmalarında lisans ve ön lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini karşılaştırmış ve genel olarak öğrencilerin girişimcilik ilgilerinin düşük seviyede olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Daha önce belirtildiği gibi en temel haliyle duygusal zekâ duyguların akıllıca kullanılmasıdır. Girişimcilik eğitimi almış ve almakta olan öğrencilerin duygusal zekâ düzeyleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır.

3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Örneklem

Araştırmanın kapsamını Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim görmekte olan girişimcilik dersi almış ve almakta olan öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma grubundan duygusal zekâ ve girişimcilik eğilimine yönelik soruları cevaplandırmaları istenmiş ve duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır.

Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrenci İşleri'nden alınan bilgiye göre halen öğrenim görmekte olan öğrencilerden

242'si girişimcilik dersi almış ya da girişimcilik dersi almaktadır.

Ancak bu öğrencilerden kaydı olduğu halde okula devam etmeyenler ya da sadece sınav zamanları okula gelenler olduğu gibi ankete katılmak istemeyen öğrenciler bulunmaktadır. Bu nedenle yapılan tam sayım sonucu, öğrencilere verilen anket formlarından 185 tanesi geri dönmüş, bu anketlerden eksik ve hatalı olanların elenmesi sonucunda 173 kişiden oluşan bir örnek büyüklüğü elde edilmiştir.

Çalışma ile ilgili verilerin toplanmasına yönelik anket formunun uygun ve anlaşılır olduğunu belirleyebilmek için 25 kişiye ön anket uygulaması yapılmıştır. Bunun sonucunda anket formu son halini almıştır.

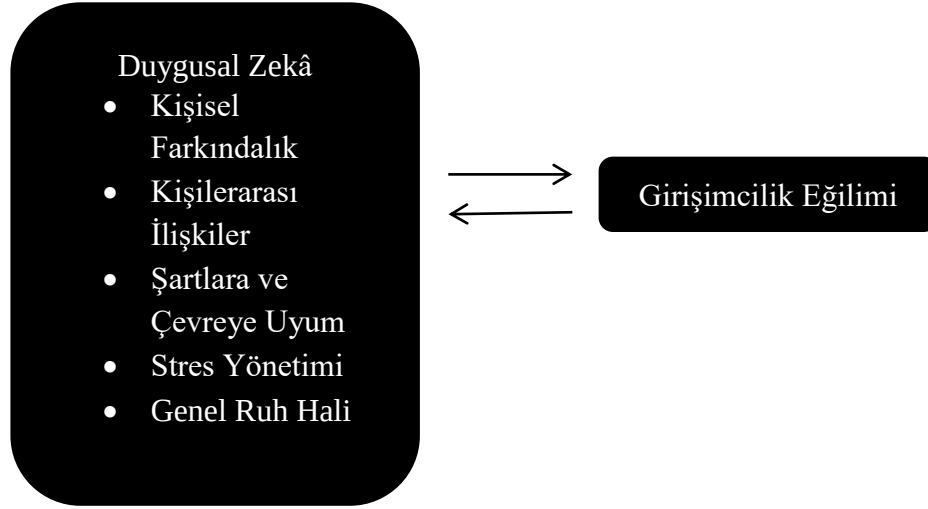
3.3. Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde katılımcıların duygusal zekâ düzeylerini belirlemeye yönelik 88 soru yöneltilmiştir. Duygusal zekâ ölçeği 1996'da Reuven Bar-On tarafından geliştirilmiş ve güvenilirlik - geçerlilik çalışmaları yapılmıştır. Duygusal zekâ ile ilgili yapılan araştırmalarda en çok kullanılan ölçek bu ölçektir (Delice & Günbeyi, 2013).

Bu çalışmada Acar'ın (2001) Türkçe'ye çevirip sadeleştirdiği Bar-On Duygusal Zekâ ölçeği kullanılmıştır. Ölçek ayrıca Daştan (2013), Nazlı (2013), Delice ve Günbeyi (2013), Cin ve Günay (2013) tarafından yapılan çalışmalarda da kullanılmıştır. Anketin üçüncü bölümü ise katılımcıların girişimcilik eğilimini belirlemeye yönelik 36 sorudan oluşmaktadır.

Girişimcilik eğilimi ölçeği Yılmaz ve Sünbül (2009, ss. 202-203) tarafından yapılmış çalışmadan alınmıştır. Ölçek değişik çalışmalarda kullanılmıştır (Tiftik & Zincirkıran, 2014; Yıldız & Kapu, 2012; Kılıç vd., 2012; Bilge & Bal, 2012). İkinci ve üçüncü bölümde yer alan sorular 5'li likert ölçeği kullanılarak sorulmuştur. İstatistiki değerlendirme SPSS 15 Paket Programı ile yapılmıştır.

3.4. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri: Araştırma modeli Şekil 1' de gösterilmiştir. Model duygusal zekânın alt boyutlarını ve girişimcilik eğilimi boyutunu kapsamaktadır.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

H₁: Duygusal zekânın kişisel farkındalık boyutu ile toplam girişimcilik eğilimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Duygusal zekânın kişilerarası ilişkiler boyutu ile toplam girişimcilik eğilimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Duygusal zekânın şartlara ve çevreye uyum boyutu ile toplam girişimcilik eğilimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Duygusal zekânın stres yönetimi boyutu ile toplam girişimcilik eğilimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: Duygusal zekânın genel ruh hali boyutu ile toplam girişimcilik eğilimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

3.5. Verilerin Analizi ve Bulgular

Yapılan çalışmada duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimi ölçeklerine ilişkin güvenirlik katsayıları Tablo 1’de yer almaktadır.

TABLO 1: Ölçeklere İlişkin Güvenirlik Katsayısı Cronbach Alpha Değer Tablosu

Ölçekler	Cronbach Alpha (α)
Duygusal Zekâ Ölçeği	,704
Girişimcilik Eğilimi Ölçeği	,970

Tablo 1’de çalışmada yararlanılan ölçeklerin güvenirliğini ortaya koymak amacıyla yapılan Cronbach Alpha (α) güvenirlik katsayıları yer almaktadır. Duygusal zekâ ölçeğinin güvenirlik katsayısına ilişkin alfa değeri 0,704 ve girişimcilik eğilimi ölçeğine ilişkin alfa değeri ise 0,970 olarak bulunmuştur. Alfa değeri 0 ile 1 arasında değer alır ve en az 0,7 olan bir değer kabul edilebilirdir (Coşkun, Altunışık, Bayraktaroğlu, & Yıldırım, 2015, s.

126). Buna göre ölçeklerin güvenilir olduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılan bireylere ait demografik ve ekonomik özellikler Tablo 2’de yer almaktadır.

TABLO 2: Katılımcıların Demografik ve Ekonomik Özellikleri (n=173)

YAŞ	Ort	Ss
	22,15	$\pm 1,85$
	(f)	%
20	21	12,1
21	35	20,2
22	56	32,4
23	34	19,7
24	15	8,7
Diğer	12	7,0
CİNSİYET	(f)	%
Kadın	95	54,9
Erkek	78	45,1
GELİR	(f)	%
0-1.500 TL	71	41
1.501-2.500 TL	56	32,4
2.501-3.500 TL	23	13,3
3.501-4.500 TL	13	7,5
4.501 TL ve üzeri	10	5,8
KARİYER	(f)	%
HEDEFİ		
Kamu sektörü	80	46,2
Özel sektör	32	18,5
Aile yanında	3	1,7
Kendi işini kurmak	41	23,7
Diğer	17	9,8
GİRİŞİMCİLİK	(f)	%
SERTİFİKASI		
Evet	54	31,2
Hayır	119	68,8

Tablo 2’de görüldüğü üzere araştırmaya katılan kişilerin yaş ortalaması $22,15 \pm 1,85$ ’tir. Katılımcıların % 54,9’u kadınlardan ve % 45,1’i erkeklerden oluşmaktadır. Ayrıca katılımcıların % 41’inin aile geliri 1.500 TL’den daha azdır. Katılımcıların % 46,2’si kamu sektöründe kariyer hedeflemektedirken % 23,7’si kendi işini kurmak istemektedir. Son olarak katılımcıların % 31,2’si girişimcilik eğitimini başarı ile tamamlayarak girişimcilik sertifikasına sahip olan kişilerdir.

Duygusal zekâ ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki belirlenmeye çalışırken elde edilen veriler korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizi ile değerlendirilmiştir. Duygusal zekâ kavramının kişisel farkındalık, kişilerarası ilişkiler, şartlara ve çevreye uyum, stres yönetimi ve genel ruh hali boyutları olmak üzere beş alt boyutu vardır.

Korelasyon katsayısı bir orandır ve -1 ile +1 arasında bir değer alır. Korelasyon katsayısı pozitif ise değişkenlerin biri artıyorken diğeri de artıyordur ancak negatif ise değişkenlerin biri artıyorken diğeri azalıyordur (Nakip & Yaraş, 2016, s. 387). Mutlak değer olarak korelasyon katsayısı; 0.00-0.30 arasında ise düşük; 0.30-0.70 arasında ise orta; 0.70-1.00 arasında ise yüksek düzeyde ilişki söz konusudur (Büyüköztürk, 2016, s. 32).

TABLO 3: Duygusal Zekânın Alt Boyutları ve Toplam Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Korelasyon Analizi

	Toplam Girişimcilik Eğilimi	Kişisel Farkındalık	Kişilerarası İlişkiler	Şartlara ve Çevreye Uyum	Stres Yönetimi	Genel Ruh Hali
Toplam Girişimcilik Eğilimi	1.000					
Kişisel Farkındalık	,304**	1.000				
Kişilerarası İlişkiler	-,122	-,204**	1.000			
Şartlara ve Çevreye Uyum	,176*	,309**	,028	1.000		
Stres Yönetimi	-,203**	-,357**	,393**	-,068	1.000	
Genel Ruh Hali	-,192*	-,199**	,437**	,079	,482**	1.000

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Yapılan korelasyon analizi sonucunda duygusal zekânın alt boyutları ile toplam girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Tablo 3'te görüldüğü üzere duygusal zekânın kişisel farkındalık boyutu ile toplam girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. ($r=,304$ ve $P<0.01$) Buradan duygusal zekânlarının kişisel farkındalık boyutu yüksek olan kişilerin girişimcilik eğilimlerinin de yüksek olduğu sonucuna ulaşmak mümkündür. Acar'ın (2002, s. 62) belirttiği gibi duygusal zekânın kişisel farkındalık boyutu duygusal benlik bilinci, kendine güven, kendine saygı, kendini gerçekleştirme ve bağımsızlık alt boyutlarından meydana gelir ve insanların kendilerini iyi tanımaları, duygularını dile getirebilmeleri, hayatlarına dair yapmak istedikleri hakkında iyimser olmaları gibi özelliklerini yansıtır. Duygusal zekânın kişilerarası ilişkiler boyutu ile toplam girişimcilik eğilimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Empati, insan ilişkileri ve sosyal sorumluluk duygusal zekânın kişilerarası ilişkiler boyutunun alt boyutlarıdır. Bu kişiler karşılarındaki kişileri anlar ve onlarla iyi ilişkiler kurarlar (Acar, 2002, s. 62). Duygusal zekânın şartlara ve çevreye uyum boyutu ile toplam girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. ($r=,176$ ve $P<0.05$) Yani bireylerin şartlara ve çevreye uyumları artarken girişimcilik eğilimleri de artış göstermektedir. Alt boyutları; problem çözme, gerçeklik ölçüsü ve esneklik olan şartlara ve çevreye uyum gösteren kişiler karşılaştıkları zorluklara en uygun çözüm yolunu bulabilirler

(Acar, 2002, s. 64). Duygusal zekânın stres yönetimi boyutu ile toplam girişimcilik eğilimi arasında negatif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. ($r = -.203$ ve $P < 0.01$) Stres toleransı ve dürtü kontrolü olmak üzere iki alt boyutu olan stres yönetimi boyutu yüksek olan kişiler stresle baş etme konusunda gayet iyidirler (Acar, 2002, s. 64). Duygusal zekânın genel ruh hali boyutu ile toplam girişimcilik eğilimi arasında negatif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. ($r = -.192$ ve $P < 0.05$) Mutluluk ve iyimserlik alt boyutları olan genel ruh hali boyutu hayata dair duyguları kapsar (Acar, 2002, s. 64). Buna göre araştırma sonuçlarından yaşamdan zevk alan ve iyimser olan kişilerin daha az girişimcilik eğilimi gösterdikleri ortaya çıkmıştır.

TABLO 4: Duygusal Zekânın Alt Boyutlarının Toplam Girişimcilik Eğilimine Etkisini Belirlemeye Yönelik Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Değişken	Standart Hata	β	T	P	Düzeltilmiş R^2	F
Sabit	,766		3,379	,001	,098	4,737
Kişisel Farkındalık	,138	,224	2,739	,007		
Kişilerarası İlişkiler	,226	-,002	-,029	,977		
Şartlara ve Çevreye Uyum	,124	,114	1,478	,141		
Stres Yönetimi	,157	-,052	-,586	,559		
Genel Ruh Hali	,210	-,130	-1,488	,139		

Çoklu doğrusal regresyon analizinde hataların bağımsız olması koşulunu araştırmak amacıyla Durbin Watson değeri incelenmiştir. Bu değerin 1 ile 3 arasında yer alması beklenir (Seçer, 2015, s. 150). Durbin Watson değeri 1,932 olarak bulunmuştur ve dolayısıyla bir sorun olmadığı tespit edilmiştir.

Duygusal zekânın alt boyutlarının birlikte girişimcilik eğilimi üzerinde yaklaşık %9,8 değerinde etkiye sahip olduğu görülmektedir. ($R^2 = ,098$, $p < ,01$). Duygusal zekânın alt boyutlarının girişimcilik eğilimine etkisi incelendiğinde ise sadece duygusal zekânın kişisel farkındalık boyutunun girişimcilik eğilimini pozitif yönde ($,224$) ve anlamlı ($p = ,007$) düzeyde etkilediği görülmüştür. Bir diğer ifadeyle bireylerin kişisel farkındalıklarının artmasıyla girişimcilik eğilimlerinin de artacağı belirlenmiştir. Duygusal zekânın kişilerarası ilişkiler, şartlara ve çevreye uyum, stres yönetimi ve genel ruh hali boyutları $p > 0,05$ olduğundan girişimcilik eğilimini anlamlı düzeyde etkilememiştir.

Benzer çalışmalara bakıldığında; Uluköy ve diğerleri (2016) duygusal zekânın alt boyutlarından empatik duyarlılık dışındaki boyutların girişimcilik özellikleri ile pozitif yönlü ilişkisini saptamışlardır. Ancak empatik duyarlılığın girişimcilik üzerinde her hangi bir etkisinin olmadığı bulunmuştur. Ghorbani, Johari ve Moghadam'ın (2012) yaptıkları araştırma sonucunda duygusal zekânın; kişisel farkındalık, kişilerarası ilişkiler ve genel ruh hali alt boyutları ile girişimcilik arasında anlamlı ve zayıf bir ilişki ortaya çıkarken; şartlara ve çevreye uyum ile stres yönetimi boyutları ile girişimcilik arasında bir ilişki tespit edilememiştir. Polat ve Aktop'un (2010, s. 14) çalışmasında duygusal

zekâ ile girişimcilik arasında pozitif orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır.

4. SONUÇ

Bu çalışmada duygusal zekâ ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amacıyla oluşturulan model test edilmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda sırasıyla korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan korelasyon analizi sonucunda duygusal zekânın kişisel farkındalık ve şartlara ve çevreye uyum boyutları ile toplam girişimcilik eğilimi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yani kişilerin kişisel farkındalıkları ile şartlar ve çevreye uyumları arttıkça girişimcilik eğilimleri de artmaktadır. Duygusal zekânın kişilerarası ilişkiler boyutu ile toplam girişimcilik eğilimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki çıkmazken duygusal zekânın stres yönetimi ve genel ruh hali boyutları ile toplam girişimcilik eğilimi arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır. Yani bireyler stres yönetiminde başarılı iseler ya da genel ruh halleri iyi ise girişimcilik eğilimleri azalmaktadır. Diğer yandan stres yönetimi veya genel ruh hali bakımından iyi durumda olmayan kişilerin girişimcilik eğilimleri artmaktadır. Korelasyon analizi ile değişkenler arasındaki ilişki tespit edildikten sonra araştırmanın amacına uygun olarak çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Bu doğrultuda toplam girişimcilik eğilimi bağımlı değişken ve duygusal zekânın her bir boyutu ise bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Analizde duygusal zekânın tüm boyutlarının bulunduğu bir modelde sadece kişisel farkındalık boyutu toplam girişimcilik eğilimini pozitif yönde ve anlamlı düzeyde etkilemiştir. Dolayısıyla kişilerin kendilerini iyi tanımaları, duygularını ifade edebilmeleri ve yaşamları ile ilgili yapmak istediklerine dair iyimser olmaları gibi özelliklerinin girişimcilik eğilimlerini etkilediği ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan kişilerin yaş ortalaması 22,15'tir. Kadın katılımcı oranının erkek katılımcı oranına göre görece yüksek olduğu çalışmada katılımcıların yarıya yakını kamu sektöründe kariyer hedeflemektedir ve katılımcıların yaklaşık üçte biri girişimcilik sertifikasına sahiptir.

Araştırmanın diğer devlet üniversitelerinde ve vakıf üniversitelerinde girişimcilik dersi alan öğrencilere uygulanması konu hakkında daha fazla bilgi sağlayacaktır. Özellikle girişimcilik dersinin zorunlu ders değil de seçmeli ders olduğu üniversitelerin öğrencilerinin tercih edilmesi de konu hakkında farklı bir bakış açısı sunabilecektir. Araştırma sadece öğrencileri kapsadığından girişimcilik eğitimi almakta olan ya da bu eğitimi alarak kendi işinin sahibi olmuş kişileri de kapsayacak şekilde de yapılabilir. Bu noktada KOSGEB gibi girişimcilere eğitim ve maddi destek veren kuruluşların yardımlarından yararlanmış ya da yararlanmak isteyen kişiler araştırmaya dâhil edilebilir.

5. KAYNAKÇA

- Acar, F. T. (2001). *Duygusal zekâ yeteneklerinin göreve yönelik ve insana yönelik liderlik davranışları ile ilişkisi: Banka şube müdürleri üzerine bir alan araştırması*. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Acar, F. (2002). Duygusal zekâ ve liderlik. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 53-68.
- Ahmetoğlu, G., Leutner, F., & Chamorro-Premuzic, T. (2011). EQ-nomics: Understanding the relationship between individual differences in trait emotional intelligence and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 51, 1028-1033. doi: 10.1016/j.paid.2011.08.016.
- Basharat, M. R., & Raja, N. S. (2013). Emotional intelligence and service quality: An empirical study of Pakistani telecommunication sector. *IOSR Journal of Business and Management*, 7(6), 92-95.
- Bilge, H., & Bal, V. (2012). Girişimcilik eğitimi: Celal Bayar Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 131-148.
- Bozkurt, Ö. Ç., & Alparslan, A. M. (2013). Girişimcilerde bulunması gereken özellikler ile girişimcilik eğitimi: Girişimci ve öğrenci görüşleri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 7-28.
- Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cin, H., & Günay, G. Y. (2013). Girişimcilerin girişimcilik tipleri ile duygusal zekâları arasındaki ilişki: Edirne örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 7-32.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Cross, B., & Travaglione, A. (2003). The untold story: Is the entrepreneur of the 21st century defined by emotional intelligence? *The International Journal of Organizational Analysis*, 11(3), 221-228.
- Cruz, H., D'Urso, P. A., Ellison, A. (2014). The relationship between emotional intelligence and successful sales performance in the Puerto Rico market. *Journal of Psychological Issues in Organizational Culture*, 5(3), 6-39.
- Daştan, Z. (2013). *Çalışanların duygusal zekâ düzeyleri ile iş etiğine bakış açıları arasındaki ilişki ve bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Delice, M., & Günbeyi, M. (2013). Duygusal zekâ ve liderlik ilişkisinin incelenmesi: Polis teşkilatı örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(1), 209-239.
- Doğan, S., & Şahin, F. (2007). Duygusal zekâ: Tarihsel gelişimi ve örgütler için önemine kavramsal bir bakış. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 231-252.
- George, J. M. (2000). Emotions and leadership: The role of emotional intelligence. *Human Relations*, 53(8), 1027-1055.
- Ghorbani, M., Johari, S., & Moghadam, A. A. (2012). Analysis of the relationship between emotional intelligence and entrepreneurship. *Middle-East Journal Of Scientific Research*, 11(5), 679-689.
- Goleman, D. (2106). *Duygusal zekâ neden IQ'dan daha önemlidir?* İstanbul: Varlık

Yayınları.

- Güllüce, A. Ç., & İşcan, Ö. F. (2010). Mesleki tükenmişlik ve duygusal zekâ arasındaki ilişki. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2), 7-29.
- Javadi, M. H. M., Mehrabi, J., Jamkhaneh, H. B., & Samangooei, B. (2012). Studying the impact of emotional intelligence and spiritual intelligence on organizational entrepreneurship. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 6(9), 378-384.
- Kerr, R., Garvin, J., Heaton, N., & Boyle, E. (2006). Emotional intelligence and leadership effectiveness. *Leadership & Organization Development Journal*, 27(4), 265-279.
- Khatoun, N. (2013). The impact of emotional intelligence on the growth of entrepreneurship. *International Journal of Business Management & Research*, 3(3), 1-8.
- Kılıç, R., Keklik, B., & Çalış, N. (2012). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine bir araştırma: Bandırma İİBF işletme bölümü örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 423-435.
- Koçyiğit, E. (2013). *Üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.
- Naeem, H., Saif, M. I., & Khalil, W. (2008). Emotional intelligence and its impact on service quality – Empirical evidence from the Pakistani banking sector. *International Business & Economics Research Journal*, 7(12), 55-62.
- Nakip, M., & Yaraş, E. (2016). *SPSS uygulamalı pazarlama araştırmalarına giriş*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Nazlı, S. (2013). *Hemşirelerde duygusal zekâ ve problem çözme becerileri arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Konya ili örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Neqabi, S., & Bahadori, M. (2012). Relationship between emotional intelligence and entrepreneurial behavior. *Iranian Journal of Military Medicine*, 14(2), 123-128.
- Özdemir, A. Y. & Özdemir, A. (2007). Duygusal zekâ ve çatışma yönetimi stratejileri arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Üniversitede çalışan akademik ve idari personel üzerine uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 393-410.
- Pehlivan, Ş. (2015). *Duygusal zekânın (EI) satış elemanlarının algıladıkları satış performansına etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Polat, S., & Aktop, E. (2010). Öğretmenlerin duygusal zekâ ve örgütsel destek algılarının girişimcilik davranışlarına etkisi. *Akademik Bakış Dergisi*, 22, 1-19.
- Rangarajan, R., Jayamala, C., & Lakshmi, R. (2014). Influence of emotional intelligence on business sustainability of entrepreneurs: A study with special reference to select entrepreneurs in Chennai. *Management Insight*, 10(2).
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185-211.
- Seçer, İ. (2015). *SPSS ve LISREL ile pratik veri analizi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Tiftik, H., & Zincirkıran, M. (2014). A survey of entrepreneurial tendencies candidate

- young entrepreneurs: Foundation university sample. *Journal of Management Research*, 6(2), 177-200.
- Uluköy, M., Ülker, Y., Kılıç, R., Yumuşak, S., & Azaklı, S. (2016). Duygusal zekânın girişimcilik üzerine etkisi: Küçük ve orta ölçekli işletmeler üzerine bir analiz. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(5), 119-136.
- Varinli, İ., Yaraş, E., & Başalp, A. (2009). Duygusal zekânın müşteri odaklılık ve satış performansı üzerine etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 9(1), 113-130.
- Yelkikalan, N. (2006). 21. yüzyılda girişimcinin yeni özelliği: Duygusal zekâ. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 39-51.
- Yıldız, S., & Kapu, H. (2012). Üniversite öğrencilerinin bireysel değerleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki: Kafkas Üniversitesi'nde bir araştırma. *Kafkas Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(3), 39-66.
- Yılmaz, E., & Sünbül, A. M. (2009). Üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 195-203.
- Zampetakis, L. A., Beldekos, P., & Moustakis, V. S. (2009). "Day-to-day" entrepreneurship within organisations: The role of trait emotional intelligence and perceived organisational support. *European Management Journal*, 27, 165-175.
- Zampetakis, L. A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T., & Moustakis, V. S. (2009). On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15(6), 595-618. DOI 10.1108/13552550910995452.