



DOI NUMBER

<http://dx.doi.org/10.29228/ideas.67349>

How to Cite This Article

Afşar, A. & Gül, N. (2022). "Duygusal Zeka Algılamalarının Girişimcilik Özellikleri Üzerine Etkisi: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Örneği", *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, (e-ISSN:2587-2168), Vol:8, Issue:47; pp: 851-862



International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Duygusal Zeka Algılamalarının Girişimcilik Özellikleri Üzerine Etkisi: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Örneği

The Effect Of Emotional Intelligence Perception On Features Of Entrepreneurship: Kahramanmaraş Sutcu Imam University Business Students Example

Alican AFŞAR¹ Necmettin Gül²

¹ Dr., Bağımsız Araştırmacı, Kahramanmaraş, Türkiye

² Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, Sosyal Hizmet Anabilim Dalı, Kahramanmaraş/Türkiye

ÖZET

Bu araştırmanın amacı duygusal zeka algılarının, girişimcilik özellikleri algısı üzerinde etkisinin olup olmadığını araştırmaktır. Bu doğrultuda Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesinde İşletme eğitimi görmekte olan 351 lisans öğrencisi üzerinde anket uygulaması yapılmış olup, veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir.

Bulgulara göre duygusal zeka ve girişimcilik özellikleri alt boyutları arasında (en az $r=,126$, $p<0,05$ ile en fazla $r=,588$, $p<0,01$) pozitif yönlü anlamlı ilişkilerin olduğu tespit edilmiştir. Duygusal zekaya yönelik algıların, girişimcilik özellikleri üzerinde, %45 ($R^2: ,453$; F: 289,234, $p: ,000$) açıklayıcı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Zeka, Girişimcilik Özellikleri, Girişimcilik

ABSTRACT

The aim of this research is investigate whether emotional intelligence perception is effective in entrepreneurial features perception or not. With this aim the survey applied 351 Business Department students in Kahramanmaraş Sutcu Imam University, data analyzed with SPSS program.

According to results there are positive direction (least $r=,126$, $p<0,05$ and most $r=,588$, $p<0,01$) relations between emotional intelligence and entrepreneurial features. It is provide positive perceptions of emotional intelligence has %45 ($R^2: ,453$; F: 289,234, $p: ,000$) explanatory effect in positive perceptions of entrepreneurial features.

Key Words: Emotional Intelligence , Entrepreneurial Features, Entrepreneurship

1. GİRİŞ

Yaşamsal süreç içinde insanlar, diğer insanlardan farklılaşma veya aynılışma çabası içerisinde olmuşlardır (Fettahlioğlu ve Alkış Dedeoğlu, 2021:1224). Girişimcilik içinde bulunduğumuz çağda birçok insanın iş seçimi haline gelmiştir. Özellikle ülkelerin ekonomik ve sosyal dengelerinde üstlendiği olumlu rol, girişimciliğin işletme literatüründe sıkça gündeme gelen bir kavram olmasına neden olmaktadır. Girişimcilik ekonomik, sosyal ve psikolojik alanlarda ehemmiyet gösterilen eklettik biçimde incelenen bir kavram halini almıştır. Yoğun bilgi ve iletişim alışverişinin sağlandığı günümüzde iş gücünü oluşturan toplumun bireyleri girişimciliği alternatif gelir kaynağı olarak kabullenmektedir. Girişimci sayısı artan ülkelerde işsizlik oranlarının düşeceği düşünülmektedir. Ekonomik ve sosyal yapıyı muazzam derecede etkileyen girişimcilik kavramı Türkiye içinde oldukça önemlidir. Türkiye'nin 2006 yılında üyesi olduğu GEM'in raporları her ne kadar ülkemizdeki girişimcilik oranlarında artış olduğunu göstermekte olsa bile girişimci bireylerin artması ve ekonomideki düzenleyici işlevlerini yerine getirmesi için daha fazla çaba gösterilmesi gerekmektedir.

Her yıl fazlaca mezun veren üniversitelerimiz girişimci olma potansiyeline sahip etkileşime açık bireyleri iş hayatına kazandırmaktadır. Ancak bunun yanı sıra iş kurabilecek niteliklere sahip birçok üniversite mezunu ise bu niteliklerini farklı iş ortamlarına kanalize ederek girişimciliği meslek edinmekten kaçınmaktadır. Bireyleri

girişimci olmaya yönelten etkenin sahip oldukları birtakım özellikler olduğu düşünülmektedir. Girişimcilikle ilgili çalışmalar incelendiğinde girişimci, girişim, girişimci kültür, girişimci özellikleri, kişiyi girişimci olmaya yönelten özellikler gibi konulara yoğunlaşıldığı görülmektedir. Girişimci bireylerin karakteristik özellikleri uzun yıllar araştırma konusu olmuştur. Özellikle yazında girişimci tiplerinin fazlaca çeşitlendirildiği görülmektedir. Girişimci bireylerin çoğunlukla başarıma arzusuna sahip, kontrol odaklı, yenilikçi ve riski taşıyabilecek kişiler olduğu üzerinde durulmaktadır. Zakarevičius ve Župerka (2010:865) ise yaptıkları çalışmada bir kişinin duygularını yönetebilmesi ve değerlendirebilmesi ile girişimciliğin gelişimi arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu nedenle Bar-On, (1997:3)'ün "bireyin çevresindeki baskı ve isteklerle başarılı bir biçimde mücadele edebilmesinde bireye yardımcı olacak, kişisel, duygusal ve sosyal yeterlilik ve beceriler dizini" olarak tanımlandığı duygusal zekanın girişimci bireylerin gelişiminde rol oynadığı düşünülmektedir.

Girişimcilerin sahip olduğu ihtiyatlı davranma, belirsizlik durumlarında risk alabilme gibi özelliklerin duygusal zekalarını yansıttığı görülmektedir (Yelkikalan, 2007:48). Bilişsel zekanın tamamlayıcısı durumunda olan duygusal zeka girişimci bireylerin iş hayatında sahip oldukları itici güçlerden biri durumundadır. Günümüzde psiko-sosyal alan içerisinde incelenmekte olan duygusal zeka kavramı kolay vazgeçmeyen, başarı elde etmiş girişimcilerin sahip olduğu kritik bir unsur olarak düşünülmelidir. Dolayısıyla duygusal zekayı kişiyi yapan özelliklerden biri olarak görmek gerekmektedir. Duygusal zeka kavramının girişimci ve girişimci özellikleri gibi kavramlar ile ilgili olabileceği düşünülerek gerçekleştirilen çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalarda duygusal zekanın alt boyutlarıyla girişimci eğilimin özellikleri (Pachulia ve Henderson, 2009:44-45; Ghorbani, vd, 2012:688) ve girişimci kişilik tipleri (Cin ve Günay, 2013:25) arasında ilişkilerin olduğu vurgulanmaktadır.

2. GİRİŞİMCİLİK

Girişimci kavramı 19. yüzyılda ünlü iktisatçı Jean Baptiste Say tarafından üretimin dördüncü faktörü olarak ele alınmıştır. Say'ın eserlerinde "entrepreneur" olarak ifade ettiği kavramın İngilizce tam karşılığı literatürde bulunmadığından; kendisine ait veya başkalarından temin ettiği sermaye aracılığıyla büyük sorumluluk alan, riskleri üstlenen bu kişileri tanımlamak için bir süre "serüvenci" anlamına gelen "advanturer" sözcüğü kullanılmış ilerleyen zaman içerisinde "entrepreneur" sözcüğü literatürde yaygınlaşmıştır (Berber, 2013:43). Girişimciler emek, hammadde ve diğer varlıkları bu varlıkların toplamından daha büyük değer oluşturacak şekilde bir araya getiren kişilerdir (Hisrich ve Peters, 2001:9). Bu şekilde düşünüldüğünde girişimcilerin üretim faktörleri arasında sinerji ilişkisi oluşturan holistik anlayışla sahip bireyler oldukları da görülmektedir.

Günümüzde genel ifade şekliyle girişimci; "üretim faktörlerini, başkalarının ihtiyacını karşılayacak mal ve hizmetler üretmek üzere tedarik eden ve uygun şekilde birleştiren, genellikle kar etme ana amacı ile hareket eden, riske de katlanan kimse" olarak ifade edilmektedir. Ayrıca girişimcinin kendisi de bir üretim faktörüdür (Mucuk, 2008:4).

Girişimcilik kavram olarak bir süreci ifade ederken, girişimci o süreçte rol oynayan baş aktördür (Özkul ve Dulupçu, 2007: 69). Tutar (2013:441) girişimciliği "insanın düşünsel emeğinin fayda yaratacak ekonomik değere dönüşmesi işlemi, üretim faktörlerini bir araya getirerek mal ve hizmet üretme ve risk üstlenme etkinliği" olarak tanımlamaktadır. Literatürde oldukça çeşitli girişimcilik tanımları bulunmaktadır. Bu tanımlar bazen risk, bazen üretim faktörlerinin yönetilmesi, bazen ise yenilikçilik gibi birçok konu ve kavramı ön plana çıkarmaktadır (Havinal, 2009:106).

Girişimcilerin başarısının gelişmekte olan ülkelerin başarısına büyük ölçüde doğrudan etki edebilmektedir. Girişimcilerin gerçekleştirdikleri yenilik, yeni işletmelerin kurulması ve istihdam yaratma fonksiyonları ile oluşturdukları sinerjinin ekonomiyi pozitif yönde harekete geçirmesi girişimciliğin önemini göstermektedir (Demirel, 2003:33).

Endüstriyel ve teknolojik gelişmeler sonucu küreselleşen dünyada örgütler devamlılıklarını sağlamak adına değişime muhtaç hale gelmişlerdir (Fettahioğlu vd., 2018:141). Bu durum girişimcilerin önemini arttırmıştır. Bu bağlamda etkinlik süreçlerinin geneline bakıldığında girişimciler (1) yeni mal ve hizmet üretmek, (2) yeni yöntemler geliştirmek ve uygulamak, (3) endüstride yeni organizasyonlar yapmak, (4) yeni pazarlar bulmak, (5) ham madde ve benzerlerinin elde edileceği kaynakları bulmak gibi geleneksel fonksiyonları sağlamakla beraber (1) gelişim stratejisi belirlemek, (2) yönetim ve organizasyon stratejileri belirlemek, (3) çevresel fırsatları izleyip yararlanmak ve tehditleri bertaraf etmek, (4) güncel teknolojiyi takip ederek değişime ayak uydurmak gibi çağdaş fonksiyonları yerine getirmektedir (Şimşek ve Çelik, 2012:24-25). Bu durum günümüzde girişimcilerin ekonomik ve sosyal alanlarda belirleyici olduğu ve gerçekleştirdikleri faaliyetlerin toplumun refahının artmasında katalizör görevi üstlendiğini göstermektedir.

Yazında girişimcilik farklı okullar tarafından farklı yorumlanmaktadır. Büyük insan okulu, girişimci bireyi; sezgi, kuvvet, enerji, sebat ve öz saygı ile doğan insan olarak tanımlarken, klasik okul girişimciyi, yenilik, yaratıcılık ve icat etme özellikleriyle tanımlamaktadır (Dündar ve Ağca, 2007:125).

Günümüzde ise girişimciliğin sektör olarak giderek farklılaştığı, daha önceki yıllarda olduğu gibi belirli sektörlerle kısıtlı kalmadığı ve çeşitli girişimcilik alanlarının oluştuğu görülmektedir. Özellikle genç kuşak neslin teknolojiyi kullanarak attığı adımlar girişimciliğin mevcut yönünü önemli oranda değiştirmiştir (Kaya, 2001:543). Bu çeşitlilik içerisinde geleceğe ait ön görülerle karlı olabilecek alanlara yönelen “fırsat girişimciliği”, iç piyasayı hedefleyen “yerel girişimcilik”, bir ülkenin sadece belli bir bölgesinde uygulanan “bölgesel girişimcilik”, ülke ölçeğini kapsayan “ulusal girişimcilik”, tüm dünya ölçeğine yayılan “küresel girişimcilik”, özel şahıslar tarafından gerçekleştirilen “özel girişimcilik”, kamu kurumlarının iktisadi alanlarda faaliyette bulunmaları ile gelişen “kamu girişimciliği”, mülkiyeti ve sermayesi yabancılara ait olan “yabancı girişimcilik”, hammaddenin işlenmesi sonucu yen bir ürün elde etme sürecini kapsayan “sanayi girişimciliği”, üretilen ürünleri düşük piyasadan alıp yüksek piyasada satma ve kar etme amacıyla gerçekleştirilen “ticaret girişimciliği”, mal üretimi dışındaki faaliyetlerle yapılan “hizmet girişimciliği”, mevcut ürünleri fonksiyonlarının geliştirilmesi veya yeni bir buluşun pazara sürülmesi sürecini kapsayan “yaratıcı girişimcilik”, pazardaki değişimi izleyen “takipçi girişimcilik”, sanal ortamda gerçekleştirilen “sanal girişimcilik” ve sosyal etki, sosyal dönüşüm sağlayan “sosyal girişimcilik” gibi farklı girişimcilik türleri bulunmaktadır (Tutar, 2013:441-442). Ayrıca “bir örgütte yenilikçi fikirleri somut gerçeklere dönüştürme sürecinde bağımsız hareket etme niyetlerinin ve yeni alışkanlıklara yönelik davranışların amaçlandığı ve gerçekleştirildiği girişimcilik eğilimleri” olarak tanımlanan iç girişimcilik (Kızıloğlu, 2011:6) ve toplumun temel ve sürekli ihtiyaçları olan sosyal fayda fırsatlarından yararlanılmasını içeren sosyal girişimcilik (Certo ve Miller, 2008:267) son yıllarda oldukça popüler olan kavramlardır.

Girişimcilerin sahip olmaları gereken özelliklere yönelik çalışmalar ise genel olarak özellikler yaklaşımı altında yürütülmüştür (Yıldırım, 2008:28). Yaygın olarak yazında kabul görmüş girişimci özellikleri risk alma, liderlik, belirsizlik toleransı, iyimserlik, başarıma ihtiyacı, özgüven, yenilikçilik, bağımsız olma ve otokontrol şeklinde sıralanabilmektedir.

Risk alma davranışı girişimcilerin belirgin bir şekilde sergiledikleri kişilik özelliklerinden bir tanesidir. Girişimciler hesaplı veya orta düzeyde, aşırı olmayan risk üstlenicilerdir (Birçek, 2008: 66). Girişimciler, bir kazancın gerçekleştirilmesinde kontrol veya yetenek derecesine sahip olduklarını hissettikleri zaman makul oranda risk alma eğilimine yönelmektedir (Koh, 1996:15). Değer yaratma beklentisi içerisinde risk alma makul seviyelerde girişimcinin sonuçlarına katlanmayı göze aldığı bir davranıştır.

Girişimcilerin sürekli olarak risk ve belirsizlik ortamında çalışmaları nedeniyle, en kötü anlarda bile iyimser yapılarını koruyabilme özelliği, bu kişilerin mücadelecilik güçlerine katkı sağlamakta aksine kötümser olanların ise en küçük başarısızlıklarda dahi sistemden uzaklaşması, riskten uzak kalma çabalarının sonucu karar almalarını zorlaştırmaktadır (Yıldırım, 2008:35-36).

Başarma ihtiyacı bireyde ulaşılmak istenen hedef doğrultusunda hareket etme gücünü desteklemektedir. Bu durum çoğunlukla bireysel özellik göstermekte ve geleceğe yönelik olmaktadır. Bu şekilde düşünüldüğünde başarıma ihtiyacının içsel kontrol ile arasında ilişki olduğu görülmektedir. Çünkü başarıma ihtiyacı bireyin iç dünyasını aktif edecek içsel kontrol davranışını da etkilemektedir (Pandey ve Tewary, 1979:107). Başarma ihtiyacı girişimci yapıdaki bireylerin belirgin özelliklerindendir. Bu tip insanlar, rutin işlerden çok hoşlanmazlar, bunun yerine yeni fikirler oluşturmayı tercih ederler (Bozkurt, 2011:12). Girişimcilerin sahip olduğu kişilik özelliklerinden biride çoğunlukla kabul görmüş olan yenilikçiliklerdir. Yenilikçilik, literatürde “yeni fikirlerin işletme faaliyetlerine geçirilerek uygulanması” şeklinde tanımlanmaktadır (Arslan, 2001:25).

Girişimciliğin ilk adımı olarak, pazarda yer alan boşlukların belirlenmesi ve bu boşlukların ne şekilde kapatılabileceğinin tartışılması gerekmektedir (Odabaşı, 2005:8-9). Girişimci bireyler mevcut pazarda yer alan ihtiyaçlara odaklanıp bu ihtiyacı karşılayacak kişinin kendileri olduğuna inanır ve bu özgüven duygusuyla hareket ederler.

3. DUYGUSAL ZEKA

Psikoloji sözlüğü zekayı; “Soyut düşünebilme, kavrama, problem çözme, bildiklerini yeni durumlara uygulama, akıl yürütme, bellek, geçmiş deneyimlerden kazanılan bilgileri kullanma vb. de dâhil olmak üzere zihinsel yetilerin toplamı” olarak tanımlamaktadır (Budak, 2000:848). Zeka ile ilgili tanımlamaların geneli incelendiğinde, ortak paydada zekanın kişilerin çevresi ile etkili bir şekilde uyuma kavuşmasını sağlayan soyut ve genel bir zihinsel kazanç olduğu görülmektedir (Baymur, 2004:246). Duyguların harekete geçirici yöndeki

işleyişi büyük ölçüde insan vücudunun ana kontrol merkezlerine gelen etkilere bazı fizyolojik parçaları ile tepki göstermesi sonucu oluşmaktadır. Duygunun hislerde ve zihinsel formda fizyolojik değişkenler ve açıklayıcı davranışlarla beraber ortaya çıkan bir hareket olduğu vurgulanmaktadır (Barutçugil, 2002:73-74).

Kişinin kendi duygularını ve çevresindeki insanların duygularını iyi anlaması ile beraber elde ettiği bu veriler doğrultusunda davranışlarını etkin bir şekilde yönetmesini sağlayan duygusal zeka kavramı, insanın duygusal yönlerinin de iş hayatında önem kazandığı 1950 ve sonrası dönemlerde oluşmaya başlamış bir kavramdır. Sosyal bilimlerde meydana gelen gelişmeler sonucunda duyguların zihinsel faaliyetler üzerindeki etkisi de giderek önem kazanmıştır.

Thorndike'nın 1920 yılında üzerinde çalışmalar yaptığı sosyal zekâ ve Gardner'in 1983 yılında üzerine yoğunlaştığı içsel ve dışsal (kişiler arası) zekâ kavramlarının duygusal zeka kavramına kaynak oluşturduğu düşünülmektedir. Bu nedenle duygusal zeka kavramını anlayabilmek için öncelikle sosyal zeka kavramını tanımlamamız gerekmektedir (Aşan ve Özyer, 2003:152). Sosyal zekâ, sosyal durumlara kişinin kendisinin ve çevresindekilerin davranışlarıyla ilgili bilgileri başarılı bir şekilde kullanılmasını sağlamak için kişinin kendisinin ve çevresindekilerin davranışlarını algılamaya yönelik yeteneğini gösteren bir kavramdır (Doğan ve Şahin, 2007:234)

Mayer ve Salovey 1990 yılında yaptıkları çalışmada duygusal zekayı, “insanın kendi duygularını anlayabilme, çevresindeki insanların duygularını anlayabilme, duyguları birbirinden ayırt edebilme ve bütün bu bilgileri düşünce ve davranış geliştirirken en uygun şekilde kullanabilme yeteneği” olarak tanımlamışlardır (Turner ve Walker, 2008:513).

Duygusal zeka kavramına günümüzdeki popülerliğini kazandıran en önemli isim Daniel Goleman olmuştur. Goleman 1995 yılında yazdığı “Duygusal Zeka Neden IQ'dan Daha Önemlidir?” isimli kitabı ile duygusal zeka kavramına yönelik farkındalığı arttırmıştır. Goleman bu kitabında duygusal zekayı, azim, sebat, kendi kendini harekete geçirebilmeyi kapsayan, diğer insanların hislerini anlayabilmeye ve dürtülere hakim olabilmeye yarayan temel yaşam becerisi olarak tanımlamıştır (Goleman, 1995:10-11).

Law ve arkadaşları (2000:485) duygusal zeka kavramını tanımlarken, duyguları doğru bir şekilde ifade edebilme, duyguları bilişsel süreçlere adapte edebilme, duyguları anlayabilme ve duyguların çeşitli durumlar üzerindeki etkilerini anlayabilme gibi yetenekleri kapsadığını belirtmişlerdir. Cooper ve Sawaf duygusal zekayı tanımlarken kendimizin ve başkalarının duygularını anlamanın yanı sıra, duygusal zekanın, duygulara ilişkin bilgileri ve duyguların oluşturduğu enerjinin günlük yaşamımızda etkin biçimde yansıtılarak etkin tepkiler geliştirmemizi sağlayan bir kavram olduğu üzerinde durmuşlardır (Cooper ve Swaf, 2010:12).

Duygusal zeka modelleri kendi içerisinde iki gruptan oluşmaktadır. Bunlardan birincisi duygusal zekanın sadece bilişsel değil aynı zamanda kişisel özelliklerinin de olduğuna odaklanan “*karma model*”, ikincisi ise Mayer ve Salovey'in geliştirdiği zekanın duygulara yön vermesi için kullanıldığını belirten “*yetenek modelidir*”. Mayer ve Salovey' in geliştirdiği modelde duygusal zeka (1) duyguları algılamak; yüz ve beden ifadelerinden yararlanarak duyguları tanıma yeteneği, (2) düşünceyi desteklemek; duygu ve düşünce arasındaki bağlantıyı bilmek, kişinin kararlarını yönlendirmesinde kullanılabilir, (3) duyguyu anlamak; duyguların zaman boyunca analiz edilerek, eğilimlerinin farkına varma ve sonuçlarını anlayabilme, (4) duyguyu yönetmek; bireyin amaçları, kendini tanıması ve bilmesi ve sosyal farkındalığı bağlamında yönetilmesi şeklinde dört ana yetenekten oluşmaktadır (Mayer vd., 2004:199).

Yetenek modeli duygular hakkında bilgi edinip onlara yön vermemizi sağlarken (Caruso ve Salovey, 2010:62), karma modeller duygu ve zeka dışında daha geniş bir boyutta kişisel ve sosyal fonksiyonları da dahil etmektedir (Yaylacı, 2006:50). Karma model olarak adlandırdığımız grupta ise Bar On (1997), Goleman (1995), Cooper ve Sawaf (1997)'in geliştirdikleri duygusal zeka modelleri gelmektedir (Doğan ve Şahin, 2007:237).

Duygusal olarak gelişmiş sosyal beceriye sahip bireylerin kendilerini daha rahat ifade ettikleri düşünüldüğünde, bu kişilerin iş hayatı içerisinde daha üretken olabilecekleri düşünülmektedir. Duygularını kontrol etmekte zorlanan kişiler ise, net düşünebilme ve mevcut işlerine yoğunlaşmada yeteneklerini engelleyecek içsel bir mücadeleye girmektedir (Çetinkaya ve Alparslan, 2001:366).

4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

4.1. Amaç ve Yöntem

Araştırmanın genel amacı, işletme bölümü öğrencilerinin duygusal zeka algılamalarının girişimci özellikleri üzerinde etkili olup olmadığını tespit etmeye yöneliktir. Çalışmanın, alan yazınına dayalı olarak literatür kısmı

oluşturulmuş ve anket çalışması ile elde edilen veriler SPSS istatistik programı ile analize tabi tutulmuştur. Çalışma analiz sonucu elde edilen verilerin yorumlanması ile çalışma nihai sonucuna ulaşılması beklenmektedir.

4.2. Ana Külte ve Örneklem

Çalışmanın ana kültesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesinde öğrenim görmekte olan İşletme Bölümü öğrencilerinden oluşmaktadır. Ana kültelyi temsilen 375 adet anket formu dağıtılmış bu anketlerin 360 adeti (%96) geri dönmüştür. Eksik şekilde doldurulan 9 adet anket ise analizlere dahil edilmemiştir. 351 anket formu ile analiz gerçekleştirilmiştir. Örneklem ait demografik özellikler tablo 1’de gösterildiği gibi gibidir.

Tablo 1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Cinsiyet	Sayı (n:351)	%	Yaş	Sayı (n:351)	%	
Bay	182	51,9	18-20	139	39,6	
Bayan	169	48,1	21-23	170	48,4	
Sınıfı	Sayı (n:351)	%	24 ve üzeri	42	12	
1.Sınıf	105	29,9	Not Ortalaması	Sayı (n:351)	%	
2.Sınıf	78	22,2	1,00 – 1,89	56	16,5	
3.Sınıf	79	22,5	1,90 – 2,79	159	46,1	
4.Sınıf	89	25,4	2,80 – 3,69	31	9	
Ailedeki Sıralaması	Sayı (n:351)	%	Mevcut değil	105	28,4	
Birinci çocuk	127	36,2	Girişimcilik Dersi	Sayı (n:351)	%	
İkinci çocuk	103	29,3	Aldım	201	57,3	
Üçüncü çocuk	62	17,7	Almadım	150	42,7	
Dördüncü çocuk	33	9,4	Ruh Hali	Sayı (n:351)	%	
Beşinci ve Üzeri	26	7,4	Gergin	85	24,2	
Mutluluk Hissi	Sayı (n:351)	%	Huzurlu	97	27,6	
Çok	83	23,6	Hırslı	72	20,5	
Kısmen	178	50,7	Kaderci	58	16,5	
Pek Değil	67	19,1	Hayalperest	39	11,1	
Hiç Değil	23	6,6	Nitelendirme	Sayı (n:351)	%	
Gelecek Kaygısı	Sayı (n:351)	%	Zeki	24	6,8	
Çok	133	37,9	Çalışkan	32	9,1	
Kısmen	192	54,7	Dürüst	185	52,7	
Hiç	26	7,4	Lider	45	12,8	
İş Fikri	Sayı (n:351)	%	Cesur	23	6,6	
Var	147	41,9	Bencil	12	3,4	
Yok	124	35,3	Cömert	30	8,5	
Olsun isterdim	80	22,8				
Anne ve/veya baba çalışma durumu						
	Kendi işinin sahibi		Kamu Görevlisi		Emekli	
	Sayı (n:351)	%	Sayı (n:351)	%	Sayı (n:351)	%
Sadece anne	4	1,1	7	2	20	5,7
Sadece baba	147	41,9	63	17,9	102	29,1
Her ikisi de	30	8,5	12	3,4	12	3,4
Hiçbiri	170	48,4	269	76,6	217	61,8

Örneklemi oluşturan öğrencilerin %51,9’u (182 kişi) bay ve %48,1’i (169 kişi) bayanlardan oluşmaktadır. Katılımcıların yaşları 18-25 yaş aralığında yığılma göstermektedir. Örneklem incelendiğinde 18-20 yaş aralığında %39,6 (139 kişi), 21-23 yaş aralığında %48,4 (170 kişi), 24 ve üzeri yaş aralığında %12 (42 kişi) oranında katılımcı olduğu görülmektedir. Örneklem %29,9’u (105 kişi) birinci sınıf, %22,2’si (78 kişi) ikinci sınıf, %22,5’i (79 kişi) üçüncü sınıf, %25,4’ü (89 kişi) ise dördüncü sınıf lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. Öğrencilerin not ortalamalarına ilişkin değerler incelendiğinde değerlerin dörtlülük not sistemi üzerinde 1,00 – 3,69 aralığında toplandığı görülmektedir. Öğrencilerin %16,5’i (56 kişi) 1,00 – 1,89 aralığında, %46,1’i (159 kişi) 1,90 – 2,79 aralığında ve %9’u (31 kişi) 2,80 – 3,69 aralığında not ortalamasına sahiptir. Örneklem %29,9’unu oluşturan birinci sınıf öğrencilerin henüz ortalamaları bulunmadığından “mevcut değil” olarak kaydedilmiştir.

Katılımcıların ailedeki kaçınıcı çocuk olduklarını sorgulamaya yönelik yöneltilen soruya %36,2’sinin (127 kişi) “birinci”, %29,3’ünün (103 kişi) “ikinci”, %17,7’sinin (62 kişi) “üçüncü”, %9,4’ünün (33 kişi) “dördüncü”, %7,4’ünün (26 kişi) “beşinci ve üzerinde” şeklinde cevap verdiği görülmektedir. Örneklem yöneltilen “Kendinizi mutlu hissediyor musunuz?” sorusuna %23,6 (83 kişi) oranında “çok”, %50,7 (178 kişi) oranında “kısmen”, %19,1 oranında (67 kişi) “pek değil” ve %6,6 (23 kişi) oranında “hiç, değil” yanıtı alındığı görülmektedir.

Katılımcıların %57,3'ü (201 kişi) daha önce girişimcilik ile ilgili bir ders aldığını belirtirken, %42,7'si (150 kişi) daha önce girişimcilikle ilgili herhangi bir ders almadığını söylemektedir.

Örnekleme oluşturan öğrencilerin %37,9'u (133 kişi) geleceğe ilişkin kaygısının “çok” olduğunu belirtirken, %54,7'si (192 kişi) “kısmen” kaygılı olduğunu ve %7,4'ü (26 kişi) “hiç” kaygılı olmadığını belirtmektedir. Bu katılımcıların %41,9'u kendilerine ait bir iş fikrine sahipken, %35,3'ünün (124 kişi) herhangi bir iş fikri bulunmamaktadır. Ayrıca %22,8'i (80 kişi) kendilerine ait bir iş fikri olsun istemektedir.

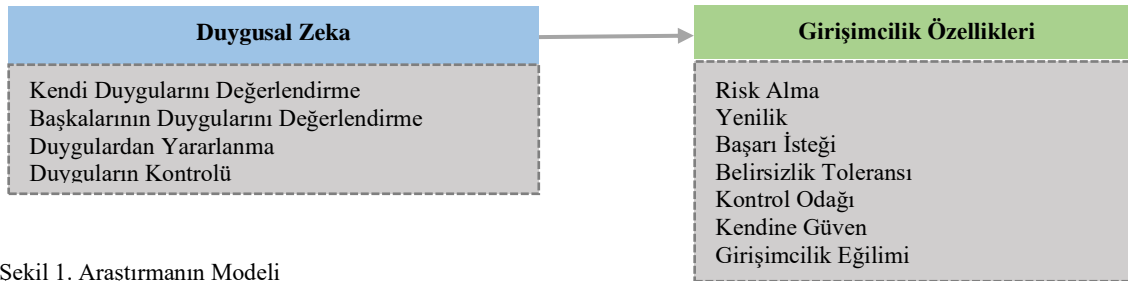
Katılımcıların %24,2'i (85 kişi) “gergin”, %27,6'sı (97 kişi) “huzurlu”, %20,5'i (72 kişi) “hırslı” %16,5'i (58 kişi) “kaderci” ve %11,1'i (39 kişi) “hayalperest” ruh haline sahip olduğunu belirtmektedir. Ayrıca katılımcıların %6,8'i (24 kişi) “zeki”, %9,1'i (32 kişi) “çalışkan”, %52,7'si (185 kişi) “dürüst”, %12,8'i (45 kişi) “lider”, %6,6'sı (23 kişi) “cesur”, %3,4'ü (12 kişi) “bencil” ve %8,5'i (30 kişi) “cömert” olarak kendisini nitelendirmektedir.

Katılımcıların %41,9'unun (147 kişi) sadece babası kendi işinin sahibi iken %48,5'inin ise (170 kişi) ne annesi ne de babası kendi işinin sahibi değildir. Katılımcılardan sadece %1,1'inin (4 kişi) sadece annesi kendi işinin sahibi iken hem annesinin hem de babasının kendi işinin sahibi olduğunu belirtenlerin oranının %8,5 (30 kişi) olduğu görülmektedir.

Katılımcıların %2'sinin (7 kişi) sadece annesi, %17,9'unun (63 kişi) sadece babası, %3,4'ünün hem annesi hem babası kamu görevlisi iken %76,6'sı (269 kişi) kadar büyük kısmının hem annesi hem de babası kamuda görev almamaktadır. Ayrıca katılımcıların %5,7'sinin (20 kişi) sadece annesi, 29,1'inin (102 kişi) sadece babası, %3,4'ünün (12 kişi) hem anne hem de babası emeklidir. Örneklemin %61,8'i (217 kişi) kadar büyük kısmının ise anne ve babasının emekliliği bulunmamaktadır.

4.3. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırmanın modeli şekil 1'deki gibidir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Araştırma modeline göre aşağıdaki hipotezler test edilmek istenmiştir:

Hipotez₁: “Duygusal zeka algısı ile girişimcilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır”

Hipotez₂: “Duygusal zeka algısının girişimcilik özellikleri üzerinde etkisi vardır”

Hipotez_{2a}: “Duygusal zeka algısının girişimcilik özellikleri alt boyutu olan risk alma üzerinde etkisi vardır”

Hipotez_{2b}: “Duygusal zeka algısının girişimcilik özellikleri alt boyutu olan yenilik üzerinde etkisi vardır”

Hipotez_{2c}: “Duygusal zeka algısının girişimcilik özellikleri alt boyutu olan başarı isteği üzerinde etkisi vardır”

Hipotez_{2d}: “Duygusal zeka algısının girişimcilik özellikleri alt boyutu olan belirsizlik toleransı üzerinde etkisi vardır”

Hipotez_{2e}: “Duygusal zeka algısının girişimcilik özellikleri alt boyutu olan kontrol odağı üzerinde etkisi vardır”

Hipotez_{2f}: “Duygusal zeka algısının girişimcilik özellikleri alt boyutu olan kendine güven üzerinde etkisi vardır”

Hipotez_{2g}: “Duygusal zeka algısının girişimcilik özellikleri alt boyutu olan girişimcilik eğilimi etkisi vardır”

4.4. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında veri toplamak için kullanılan anket formunda, öncelikle öğrencilerin cinsiyet, yaş, sınıf, ortalama ve bazı bireysel bilgilerine ulaşmak için tanımlayıcı sorulara yer verilmiştir. Devamında ise duygusal zeka algıları ve girişimcilik özellikleri ölçebilmek adına 5’li likert sistemine göre düzenlenmiş iki farklı ölçeğe yer verilmiştir. Duygusal zeka algılarını ölçmek için Wong ve Law (2002)’ın geliştirdikleri 16 maddelik “WLEIS Duygusal Zeka Ölçeği” kullanılmıştır. Duygusal zeka ölçeği kendi duygularını değerlendirme (4 madde), başkalarının duygularını değerlendirme (4 madde), duygulardan yararlanma (4 madde), duyguların kontrolü (4 madde) alt boyutlarından oluşmaktadır. Öğrencilerin girişimcilik özelliklerini ölçmek için ise Damar (2015)’in Ali vd. (2009), Yusof vd. (2007) ve Cansız (2007)’in çalışmalarından faydalanan 46 maddelik ölçek kullanılmıştır. Girişimcilik özellikleri ölçeği risk alma (6 madde), yenilik (6 madde), başarıma

isteği (6 madde), (belirsizlik toleransı (5 madde), kontrol odağı (6 madde), kendine güven (7 madde), girişimcilik eğilimi (10 madde) olmak üzere 7 alt boyuttan oluşmaktadır.

5. ARAŞTIRMA BULGULARI

5.1. Güvenirlilik ve Doğrulamalı Faktör Bulguları

Duygusal zeka ve girişimcilik özellikleri ölçeklerine ait elde edilen güvenirlilik analizi sonuçları tablo 2’de yer aldığı gibidir.

Tablo 2: Güvenirlilik ve KMO Değerleri

Ölçek	Alt Boyutlar	Güvenirlilik	Genel güvenirlilik	KMO Değeri
Duygusal Zeka	Kendi Duygularını Değerlendirme	0,880	0,867	0,638
	Başkalarının Duygularını Değerlendirme	0,807		
	Duygulardan Yararlanma	0,775		
	Duyguların Kontrolü	0,876		
Girişimcilik Özellikleri	Risk Alma	0,809	0,937	0,866
	Yenilik	0,845		
	Başarı İsteği	0,841		
	Belirsizlik Toleransı	0,635		
	Kontrol Odağı	0,639		
	Kendine Güven	0,835		
	Girişimcilik Eğilimi	0,933		

Duygusal zeka ölçeğinde yer alan 16 madde, alan yazınındaki şekli ile “kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme, duygulardan yararlanma, duyguların kontrolü” olmak üzere dört boyutta toplanmıştır. Ölçeğe ilişkin güvenirlilik katsayıları incelendiğinde en düşük değerin ,775 ve en yüksek değerin ,880 olduğu görülmektedir.

Girişimcilik özellikleri ölçeğinde ise 46 madde yer almaktadır. Damar (2015)’in çalışmasındaki boyutlandırmaya sadık kalınarak “risk alma, yenilik, başarı isteği, belirsizlik toleransı, kontrol odağı, kendine güven, girişimcilik eğilimi” olmak üzere yedi alt boyutta toplanmıştır. Girişimcilik özellikleri ölçeğinin alt boyutlarının güvenirlilik katsayıları en düşük ,635 ve en yüksek ,933 değerleri arasında değişmektedir

5.2. Tanımlayıcı Bulgular

Öğrencilerin duygusal zeka ve girişimcilik özellikleri alt boyutları algılarına yönelik tanımlayıcı bulgular tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 3: Alt Boyutlara Ait Tanımlayıcı Bulgular

Ölçek	Alt Boyutlar	Min.	Mak.	X	S
Duygusal Zeka	Kendi Duygularını Değerlendirme	1,00	5,00	3,8989	,90559
	Başkalarının Duygularını Değerlendirme	1,00	5,00	3,9473	,80494
	Duygulardan Yararlanma	1,00	5,00	3,5976	,85414
	Duyguların Kontrolü	1,00	5,00	3,2877	1,05246
Girişimci Özellikleri	Risk Alma	1,00	5,00	3,9117	,72547
	Yenilik	1,00	5,00	3,7802	,77132
	Başarı İsteği	1,00	5,00	4,0969	,78556
	Belirsizlik Toleransı	1,00	5,00	3,3459	,79737
	Kontrol Odağı	1,00	5,00	3,6695	,63044
	Kendine Güven	1,00	5,00	3,7554	,75198
	Girişimcilik Eğilimi	1,00	5,00	3,8057	,92426

Duygusal zeka alt boyutlarına yönelik tanımlayıcı bulgulara göre, “kendi duygularını değerlendirme” boyutunun (X=3,89, S=,905); “başkalarının duygularını değerlendirme” alt boyutunun (X=3,94, S=,804); “duygulardan yararlanma” alt boyutunun (X=3,59, S=,854), “duyguların kontrolü” alt boyutunun (X=3,28, S=,1,05) ortalamalarına sahip olduğu görülmektedir.

Girişimcilik özellikleri alt boyutlarına yönelik tanımlayıcı bulgulara göre “risk alma” boyutunun (X=3,91, S=,725), “yenilik” alt boyutunun (X=3,78, S=,771), “başarı isteği” alt boyutunun (X=4,09, S=,785), “belirsizlik toleransı” alt boyutunun (X=3,34, S=,797), “kontrol odağı” alt boyutunun (X=3,66, S=,630), “kendine güven” alt boyutunun (X=3,75, S=,751) ve “girişimcilik eğilimi” alt boyutunun (X=3,80, S=,924) ortalamalarına sahip olduğu söylenebilmektedir. Elde edilen bu verilere göre, en düşük ortalamanın “duyguların kontrolü” alt boyutunda, en yüksek ortalamanın ise girişimci özelliklerinden biri olan “başarı isteği” alt boyutuna ait olduğunu söylemek mümkündür.

5.3. Korelasyon Bulguları

Değişkenler ve alt boyutları arasındaki korelasyon ilişkilerine ait elde edilen bulgular tablo 4'te görülebilmektedir.

Tablo 4. Korelasyon Analizi Sonuçları

	Alt Boyutlar		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Duygusal Zeka	1 Kendi Duygularını Değerlendirme	Pear. Corr.	1										
		Sig.											
	2 Başkalarının Duygularını Değerlendirme	Pear. Corr.	,599**	1									
		Sig.	,000										
Duygusal Zeka	3 Duygulardan Yararlanma	Pear. Corr.	,360**	,318**	1								
		Sig.	,000	,000									
	4 Duyguların Kontrolü	Pear. Corr.	,190**	,200**	,360**	1							
		Sig.	,000	,000	,000								
Girişimcilik Özellikleri	5 Risk Alma	Pear. Corr.	,539**	,588**	,356**	,284**	1						
		Sig.	,000	,000	,000	,000							
	6 Yenilik	Pear. Corr.	,488**	,505**	,416**	,252**	,643**	1					
		Sig.	,000	,000	,000	,000	,000						
	7 Başarı İsteği	Pear. Corr.	,492**	,487**	,508**	,147**	,576**	,578**	1				
		Sig.	,000	,000	,000	,006	,000	,000					
	8 Belirsizlik Toleransı	Pear. Corr.	,126*	,181**	,072	,057	,148**	,091	,188**	1			
		Sig.	,019	,001	,179	,289	,005	,088	,000				
	9 Kontrol Odağı	Pear. Corr.	,336**	,476**	,266**	,053	,528**	,475**	,447**	,278**	1		
		Sig.	,000	,000	,000	,326	,000	,000	,000	,000			
	10 Kendine Güven	Pear. Corr.	,431**	,501**	,538**	,313**	,591**	,602**	,561**	,057	,549**	1	
		Sig.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,285	,000		
	11 Girişimcilik Eğilimi	Pear. Corr.	,367**	,401**	,301**	,192**	,429**	,534**	,492**	,062	,300**	,490**	1
		Sig.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,250	,000	,000	

*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed), (p<0,05)

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed), (p<0,01)

Duygusal zekanın alt boyutlarının kendi aralarındaki korelasyon değerleri incelendiğinde, $r=,190$, $p<0,01$ ile $r=,599$, $p<0,01$ değerleri aralığında değişen, pozitif yönlü anlamlı ilişkilerin olduğu görülmektedir.

Girişimcilik özellikleri ölçeğinin alt boyutlarının korelasyon değerlerine bakıldığında alt boyutlarının kendi aralarındaki korelasyon değerlerine bakıldığında ise $r=,148$, $p<0,01$ ile $r=,643$, $p<0,01$ değerleri arasında değişen anlamlı pozitif ilişkilerin bulunduğunu söylemek mümkündür.

Duygusal zekanın alt boyutu olan “kendi duygularını değerlendirme” boyutu girişimcilik özellikleri ölçeğinin alt boyutları olan “risk alma” ($r=,539$, $p<0,01$) ve “başarma isteği” ($r=,492$, $p<0,01$) ile yüksek düzeyde pozitif yönlü, “yenilik” ($r=,488$, $p<0,01$), “kontrol odağı” ($r=,336$, $p<0,01$), “kendine güven” ($r=,431$, $p<0,01$) ve “girişimcilik eğilimi” ($r=,367$, $p<0,01$) ile orta düzeyde pozitif yönlü, “belirsizlik toleransı” ($r=,126$, $p<0,05$) ile düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişkilere sahiptir.

Bir diğer duygusal zeka alt boyutu olan “başkalarının duygularını değerlendirme” boyutu girişimcilik özellikleri ölçeğinin alt boyutları olan “risk alma” ($r=,588$, $p<0,01$), “yenilik” ($r=,505$, $p<0,01$) ve “kendine güven” ($r=,501$, $p<0,01$) ile yüksek düzeyde pozitif yönlü, “başarma isteği” ($r=,487$, $p<0,01$), “kontrol odağı” ($r=,476$, $p<0,01$) ve “girişimcilik eğilimi” ($r=,401$, $p<0,01$) ile orta düzeyde pozitif yönlü, “belirsizlik toleransı” ($r=,181$, $p<0,01$) ile düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişkilere sahiptir.

“Duyguların yararlanma” alt boyutu ile “başarma isteği” ($r=,508$, $p<0,01$) ve “kendine güven” ($r=,538$, $p<0,01$) boyutları arasında yüksek düzeyde pozitif yönlü, “risk alma” ($r=,356$, $p<0,01$), “yenilik” ($r=,416$, $p<0,01$) ve “girişimcilik eğilimi” ($r=,301$, $p<0,01$) ile orta düzeyde pozitif yönlü, “kontrol odağı” ($r=,266$, $p<0,01$) ile düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişkiler bulunmaktadır.

Duygusal zekanın diğer bir alt boyutu olan “duyguların kontrolü” ile girişimcilik özellikleri ölçeğinin alt boyutlarından “kendine güven” ($r=,313$, $p<0,01$) arasında orta düzeyde pozitif, “risk alma” ($r=,284$, $p<0,01$), “yenilik” ($r=,252$, $p<0,01$), “başarma isteği” ($r=,147$, $p<0,01$), “girişimcilik eğilimi” ($r=,192$, $p<0,01$) boyutları ile ise düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmaktadır.

Korelasyon analizi bulgularına göre duygusal zeka ve girişimcilik özellikleri algıları arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmış ve “duygusal zeka algısı ile girişimcilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki Hipotez₁ kabul edilmiştir.

5.4. Regresyon Bulguları

Korelasyon değerleri incelendiğinde alt boyutları arasında anlamlı, pozitif yönde ilişki tespit edilen duygusal zeka ve girişimcilik özellikleri algılarına yönelik olarak, duygusal zeka algısının, girişimcilik özellikleri algısı üzerinde etkili olup olmayacağına belirlemeye yönelik regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon analizi sonuçlarına göre, “duygusal zekaya” yönelik algılamaların, “girişimcilik özellikleri” algılamaları üzerinde, %45 (R^2 :.453; F :289,234, p :.000) oranında açıklayıcı olduğu ve pozitif yönde etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular ise tablo 5’te yer almaktadır.

Tablo 5. Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Katsayı				Anlamlılık
	B	S. Hata	Beta (β)	t	
Girişimcilik Özellikleri $R = .673^a$ $R^2 = .453$ $F = 289,234$ $p = .000$.589	.035	.673	17,007	.000
a. Prediktörler: (sabit), Duygusal Zeka	Anova ^a : Sig.: .000 ^b			Katsayı ^a : Sig.: .000 ^b	

$$\text{Girişimcilik Özellikleri} = 1,611 + 0,589 * \text{Duygusal Zeka}$$

Öğrencilerin duygusal zeka algılamalarında meydana gelebilecek olumlu atışların, girişimcilik özellikleri üzerindeki algılamaları pozitif yönlü [$(\beta = 0,673)$, ($p < 0,01$)] etkileyebileceği, yani duygusal zekaya yönelik meydana gelebilecek olumlu yükselişlerin, girişimcilik özellikleri algılarında da pozitif yönlü bir artış ortaya çıkarabileceğini söylemek mümkündür. Bu sonuç doğrultusunda, “duygusal zeka algısının girişimcilik özellikleri üzerinde etkisi vardır” şeklindeki Hipotez₂ kabul edilmiştir. Ayrıca Hipotez₂’nin alt hipotezlerinin test edilmesi içinde regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Duygusal zeka algısının girişimcilik özelliklerinin “risk alma”, “yenilik”, “başarı isteği”, “belirsizlik toleransı”, “kontrol odağı”, “kendine güven”, “girişimci eğilimi” alt boyutları üzerindeki etkisi tablo 6’da gösterildiği gibidir.

Tablo 6. Duygusal Zeka ve Girişimcilik Özelliklerinin Alt Boyutları Regresyon Sonuçları

Model	Coefficient				Anlamlılık
	B	S. Hata	Beta (β)	t	
Risk Alma $R = .613^a$ $R^2 = .375$ $F = 209,635$ $p = .000$.696	.048	.613	14,479	.000
Yenilik $R = .575^a$ $R^2 = .330$ $F = 172,264$ $p = .000$.694	.053	.575	13,125	.000
Başarı İsteği $R = .559^a$ $R^2 = .312$ $F = 158,344$ $p = .000$.687	.055	.559	12,583	.000
Belirsizlik Toleransı $R = .149^a$ $R^2 = .022$ $F = 7,916$ $p = .000$.186	.066	.149	2,813	.000
Kontrol Odağı $R = .380^a$ $R^2 = .144$ $F = 58,898$ $p = .000$.375	.049	.380	7,675	.000
Kendine Güven $R = .620^a$ $R^2 = .384$ $F = 212,756$ $p = .000$.730	0,49	.620	14,757	.000
Girişimcilik Eğilimi $R = .436^a$ $R^2 = .190$ $F = 81,938$ $p = .000$.631	0,070	.436	9,052	.000
a. Predictors (Contant), Duygusal Zeka	Anova ^a : Sig.: .000 ^b Coefficient ^a : Sig.: .000 ^b				

Regresyon analizi ile elde edilen veriler duygusal zeka algısının risk alma boyutunu %37, yenilik boyutunu %33, başarı isteği alt boyutunu %31, belirsizlik toleransı boyutunu %2, kontrol odağı boyutunu %14, kendine güven boyutunu %38, girişimcilik eğilimi boyutunu %19 oranlarında açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, .149 ile .620 arasında değişen beta değerleri etkinin pozitif yönlü olduğunun göstermektedir. Regresyon analizi sonucunun da hipotez₂’yi ve alt hipotezlerini destekler nitelikte olduğu görülmüş ve bu hipotezler kabul edilmiştir.

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Girişimciler içerisinde bulundukları ekonomide belirleyici konumda yer almaktadır. Sermayenin optimum seviyede verimli kaynaklara harcanması başarılı girişimcilik faaliyetleri sonucunda gerçekleşebilmektedir. Geleceğin iş kurma potansiyeline sahip girişimcilerini yetiştiren üniversitelerin iktisadi ve idari bilimler bölümü öğrencileri aldıkları eğitimle belirli bir seviyeye kadar desteklenebilmektedir. Ancak bilimsel bilginin iş kurma sanatına dönüştürülmesi aşamasında birçok yeni girişimci başarıyı tadamadan girişimci olma düşüncesinden vazgeçmek zorunda kalmaktadır. Kişiyi girişimci yapan birçok özellik hızla gelişen rekabet pazarında nitelikli iş fikirlerinin hayatta kalmasının nedenleri arasında görülmektedir. Bireysel ve çevresel faktörler etrafında şekillenen girişimci özellikler bu kişileri girişimci olmayan bireylerden ayıran ve bireyi başarıya ulaştıran etmenlerdir.

Bilişsel gelişimle bireyin karakterine entegre olduğunu varsaydığımız risk alma, yenilikçi olma, belirsizliklere karşı toleranslı olma, kendine güven, kontrol odaklılık, başarmaya olan ihtiyaç ve girişimci olmaya olan eğilim gibi özelliklerin zamanla şekillendiğini düşündüğümüzde kişinin duygusal zeka faktörünü de bu sürece dahil etmemiz oldukça yerinde olacaktır.

1950’li yıllardan sonra popüler hale gelmiş olan duygusal zeka kavramı duyguların kontrolü, duygulardan yararlanma ve duyguları değerlendirme gibi aslında başarıya ulaşmış girişimcilerin hiç de yabancı olmadığı faktörleri içermektedir. Özellikle belirsizlik toleransı ve risk alma gibi girişimcilik özelliklerinin girişimcilerin duygularını optimum düzeyde kontrol ettiği alanlar olarak görebiliriz. Aldığı kararları kontrol odaklı gerçekleştiren girişimcilerin duygularını üst düzeyde kontrol edebilen azim ve sebat sahibi kişiler olduğu söylenebilir.

Bu varsayımlarla yola çıktığımız araştırmamızda işletme bölümü öğrencileri üzerinde inceleme gerçekleştirmenin doğru olacağını düşünmekteyiz. Gerçekleştirdiğimiz çalışmada örneklemini oluşturan öğrencilerin %51,9’u baylardan oluşmakta ve %48,4’ü kadar büyük bir kısmının 21-23 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Örneklemin sınıf yapısı incelendiğinde %29,9’u birinci sınıf, %22,2’si ikinci sınıf, %22,5’i üçüncü sınıf, %25,4’ü ise dördüncü sınıf olmak üzere neredeyse eşit dağılım gösterdiği görülmektedir. Katılımcıların %65,5 gibi büyük bir çoğunluğu ailede birinci veya ikinci çocuk olarak dünyaya gelmiştir. Katılımcıların %50,7’si “Kendinizi mutlu hissediyor musunuz?” sorusuna kısmen cevabı verirken %23,6’sı “çok” cevabını vermiştir. Ankete katılan öğrencilerin %57,3’ü daha önce girişimcilik ile ilgili bir ders aldığını belirtirken, %42,7’si daha önce girişimcilikle ilgili herhangi bir ders almadığını söylemektedir. Bu öğrencilerin %87,4’ü gelecekleri ile ilgili kaygı hissetmektedirler. Katılımcıların sadece %41,9’u kendilerine ait bir iş fikrine sahiptir. Katılımcıların %24,2’i “gergin”, %27,6’sı “huzurlu”, %20,5’i “hırslı”, %16,5’i “kaderci” ve %11,1’i “hayalperest” ruh haline sahip olduklarını düşünmektedir. Ayrıca katılımcıların %52,7’si kendisini “dürüst”, olarak nitelendirmektedir. Katılımcıların %41,9’unun sadece babası kendi işinin sahibi ve %1,1’inin sadece annesi kendi işinin sahibidir. Katılımcıların, %76,6’sı kadar büyük kısmının hem annesi hem de babası kamuda görev almamakta ve örneklemin %61,8’i kadar büyük kısmının ise anne ve babasının emekliliği bulunmamaktadır.

Duygusal zekanın alt boyutu olan “kendi duygularını değerlendirme” boyutu girişimcilik özellikleri ölçeğinin alt boyutları olan “risk alma ve “başarma isteği” ile yüksek düzeyde pozitif yönlü, “yenilik”, “kontrol odağı”, “kendine güven” ve “girişimcilik eğilimi” ile orta düzeyde pozitif yönlü, “belirsizlik toleransı” ile düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişkilere sahiptir. Duygusal zekanın diğer bir alt boyutu olan “başkalarının duygularını değerlendirme” boyutu girişimcilik özellikleri ölçeğinin alt boyutları olan “risk alma”, “yenilik” ve “kendine güven” ile yüksek düzeyde pozitif yönlü, “başarma isteği”, “kontrol odağı” ve “girişimcilik eğilimi” ile orta düzeyde pozitif yönlü, “belirsizlik toleransı” ile düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişkilere sahiptir. Duygusal zekanın “duyguların yararlanma” alt boyutu ile “başarma isteği” ve “kendine güven” boyutları arasında yüksek düzeyde pozitif yönlü, “risk alma”, “yenilik” ve “girişimcilik eğilimi” ile arasında orta düzeyde pozitif yönlü, “kontrol odağı” boyutu ile arasında düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Duygusal zekanın diğer bir alt boyutu olan “duyguların kontrolü” ile girişimcilik özellikleri ölçeğinin alt boyutlarından “kendine güven” arasında orta düzeyde pozitif, “risk alma”, “yenilik”, “başarma isteği”, “girişimcilik eğilimi” boyutları ile ise düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmaktadır. Genel olarak bakıldığında duygusal zeka alt boyutlarının girişimci özellikleri ile arasında pozitif yönlü ilişkilerin olduğu saptanmıştır.

Öğrencilerin sahip olduğu duygusal zeka algılamaların, girişimcilik özelliklerine yönelik algılamaları şekillendirebilmesi söz konusu olmaktadır. Üniversitede işletme bölümü lisans öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen bu çalışma “duygusal zeka” ve “girişimcilik özelliklerinin” birbirleriyle pozitif yönlü anlamlı ilişkilere sahip olduğunu göstermektedir. Regresyon analizi bulguları duygusal zekanın girişimcilik özellikleri ve alt boyutları üzerinde açıklayıcı olduğunu göstermektedir. Özellikle girişimci bireylerin sahip olması gereken kendine güven boyutunda %38 oranında açıklayıcı olması duygusal zekanın girişimci özellikleri etkileyen oldukça önemli bir kavram olduğunun göstergesidir. Regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgular “duygusal zekaya” yönelik algılamaların “girişimcilik özelliklerine” yönelik algılamalarda %45 seviyesinde açıklayıcı olduğunu göstermektedir. Tespit edilen yüksek orandaki etki duygusal zekanın, girişimcilik özellikleri ile birlikte değerlendirilmesinin gerekliliğini göstermektedir. Yüksek miktarda girişimci yetiştirme potansiyeline sahip olan işletme bölümünde gerçekleştirdiğimiz bu araştırmanın diğer fakültelerde dahil edilerek incelenmesi elde ettiğimiz sonuçların pekiştirilmesi adına yararlı olacaktır.

KAYNAKLAR

1. Ali, A., Topping, K. J. ve Tariq, R. H., (2009). Entrepreneurial Inclinations Of Prospective Teachers. New Horizons in Education, 56(2), ss. 1-16.
2. Arslan, M. (2001). Yönetim ve Organizasyonun Bazı Temel Kavramları: Yönetim ve Organizasyon, Ed. Salih Güney, Nobel Yay, 25-44, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
3. Aşan, Ö. ve Özyer, K., (2003). “Duygusal Zekaya Etki Eden Demografik Faktörlerin Saptanmasına Yönelik Ampirik Bir Çalışma”, Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21(1), ss. 151-167.
4. Bar-On, R., (1997). BarOn Emotional Quotient Inventory User’s Manual, MHS Inc, Toronto.
5. Barutçugil, İ., (2002). İş Hayatında Kadın Yönetici, Kariyer Yayıncılık, İstanbul.
6. Baymur, B.F., (2004). Genel Psikoloji, İnkılap Kitabevi, İstanbul.
7. Berber, A. (2013). Klasik yönetim düşüncesi : Geleneksel ve klasik Paradigmalarla Klasik ve Neo Klasik Örgüt teorileri, Alfa Yayıncılık, İstanbul.
8. Birçek, A. (2008). “Girişimci Kişilik Özelliklerinin Liderlik Bağlamında İncelenmesi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
9. Bozkurt, Ö. Ç. (2011). Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler, Detay Yayıncılık, Ankara.
10. Budak, S., (2000). Psikoloji Sözlüğü, 1.Baskı, Bilim ve Sanat Yayınları. Ankara.
11. Cansız, E. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Isparta.
12. Caruso, D.R. ve Salovey, P., (2010). Yönetimde Duygusal Zeka, 2.Baskı, (Çev.:Kaymak), S., Crea Yayıncılık, Ankara.
13. Certo, S. T. ve Miller, T. (2008). Social Entrepreneurship: Key Issues and Concepts, Business Horizons, 51, ss. 261-267.
14. Cin, H. ve Günay, G. Y. (2013). Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri İle Duygusal Zekâları Arasındaki İlişki: Edirne Örneği, Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi, 8(2), ss. 7-32.
15. Cooper, R.K.ve Sawaf, A., (2010). Liderlikte Duygusal Zeka, (Çev.: Bedriye Ayman ve Banu Sancar), Sistem Yayıncılık, İstanbul.
16. Çetinkaya, Ö. ve Alparlan, A. M., (2001). “Duygusal Zekanın İletişim Becerileri Üzerine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma” İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16(1), ss. 363-377
17. Damar, A., (2015) Girişimci Kişilik Özelliklerinin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi: Sannio Üniversitesi Ve Selçuk Üniversitesi’nde Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
18. Demirel, E.T., (2003) Girişimcilik Kültürü, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Malatya.
19. Doğan, S. ve Şahin, F., (2007). “Duygusal Zeka: Tarihsel Gelişimi ve Örgütler İçin Öneme Kavramsal Bir Bakış”, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(1), ss. 231-252.
20. Dündar, S. ve Ağca, V., (2007). Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesine İlişkin Ampirik Bir Çalışma, Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, 25(1), ss. 121-142.
21. Fettahlıoğlu, Ö.O. & Alkış Dedeoğlu, A. (2021), Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 14(77):1224-1235
22. Fettahlıoğlu, Ö.O., Alkış, A., & Özay, E. (2018), İnovatif İş Davranışlarının Örgütsel İklim Algısı Üzerine Etkisi Var mıdır?. Journal of Institute of Economic Development and Social Researches, 4(8), 140-152.

23. Ghorbani, M., Johari, S., ve Moghadam, A. A. (2012). Analysis of the relationship between emotional intelligence and entrepreneurship. *Middle-East Journal Of Scientific Research*, 11(5), ss. 679-689.
24. Goleman, D., (1995). *Duygusal Zeka Neden IQ'dan Daha Önemlidir?* (Çev.:B.S. Yüksel), Varlık Yayınları, 21. Baskı İstanbul.
25. Havinal, E., (2009). *Managment and Entrepreneuership*, New Age International Limited, New Delhi.
26. Hisrich R. D., ve Peters M. P. (2001), "Entrepreneurship", McGraw- Hill Higher, USA.
27. Kaya, N., (2001). İşletmelerde Girişimcilik Özelliği Yüksek Çalışanların Güdülenmesi. 9. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri, 24-26 Mayıs, 541-551, İstanbul.
28. Kızıloğlu, M., (2011). İç Girişimcilik Olgusunun Yenilik Yapabilme Becerisine Etkisi: Gaziantep'te Faaliyet Gösteren Yenilikçi Örgütlerde Bir Uygulama, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.
29. Koh, H.C, (1996). Testing Hypoheses of Entrepreneurial Characteristics: A Study of Hong Kong MBA Students, *Journal of Management Psychology*, 11(3), ss. 12-25.
30. Law, K., Wong, S.C. ve Song, L., (2000). "The Construct and Criterion Validity of Emotional Intelligence and its Potential Utility for Management Studies", *Journal of Applied Psychology*, 89(3), ss. 483– 496.
31. Mayer, J. D., Salovey, P. ve Caruso, D. R., (2004). "Emotional Intelligence: Theory, Findings, And Implications", *Psychological Inquiry*, 15(3), ss. 97-215.
32. Mucuk, İ., (2008). *Temel İşletme Bilgileri*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
33. Odabaşı, Y., 2005. Girişimcilik, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını, No: 1567, Açıköğretim Fakültesi Yayın No: 824, 2. Baskı, Eskişehir.
34. Özkul, G. ve Dulupçu, M. A. (2007). Kişisel Gelişimin Girişimci Tipleri Üzerine Etkisi: Antalya – Isparta İllerinde Bir İnceleme, *ÇÖMÜ Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(2), ss. 67-92.
35. Pachulia, G., & Henderson, L. (2009). The Relationship Between Emotional İntelligence And Entrepreneurial Orientation; Observed within Ownermanagers Who Lead Small, Hightech Firms in Sweden. Yüksek Lisans Tezi, İşletme Bölümü, Jönköping: International Business School Jönköping University, Jönköping.
36. Pandey, J. ve Tewary, N.B. (1979), "Locus of Control and Achievement Values of Entrepreneurs", *Journal of Occupational Psychology*, Universty of Allahabad, 52(2), ss. 107–111.
37. Şimşek, M. Ş. ve Çelik, A. (2012). *İşletme Bilimine Giriş, Eğitim Kitabevi Yayınları*, Konya.
38. Turner, R. ve Walker B.L., (2008). "Emotional Intelligence Capabilities Training: Can it Develop EI Project Teams?", *Internetal Journal of Managing Projects in Business*, 1(4), ss. 512-534.
39. Tutar, H. (2013). *İşletme & Yönetim Terimleri Ansiklopedik Sözlük*, Detay Yayıncılık, Ankara.
40. Yaylacı, G.Ö., (2006). *Kariyer Yaşamında Duygusal Zeka ve iletişim Tekniği*, Hayat Yayıncılık, İstanbul.
41. Yelkikalan N., (2007). "21. Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zeka", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), ss. 39-51.
42. Yıldırım, H., (2008). *Girişimcilik Ateşi ve İş Melekleri*, Değişim Yayınları, İstanbul.
43. Yusof, M., Sandhu, M. S., ve Jain, K. K. (2007). Relationship between psychological characteristics and entrepreneurial inclination: A case study of students at University Tun Abdul Razak (Unitar). *Journal of Asia Entrepreneurship and sustainability*, 3(2), ss. 1-18.
44. Zakarevičius, P. ve Župerka, A., (2010). "Expression of Emotional Intelligence in Development of Students' Entrepreneurship", *Economics and Management*, 15, ss. 865-873