

KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

**DUYGUSAL ZEKÂ İLE GİRİŞİMCİLİK ARASINDAKİ İLİŞKİ: KARABÜK
ÜNİVERSİTESİ GİRİŞİMCİLİK BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan

Sertaç ERCAN

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Yahya FİDAN




KARABÜK

Ocak, 2017

TEZ KURULU ONAY SAYFASI

Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Sertaç ERCAN'a ait "Duygusal Zekâ İle Girişimcilik Arasındaki İlişki: Karabük Üniversitesi Girişimcilik Bölümü Öğrencileri Örneği" adlı bu tez çalışması Tez Kurulumuz tarafından İŞLETME ANA BİLİM DALI YÜKSEK LİSANS programı tezi olarak oybirliği / oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

	Akademik Unvanı, Adı ve Soyadı	İmzası
Tez Kurulu Başkanı (Danışman)	: Prof. Dr. Yahya FİDAN	
Üye	: Yrd. Doç. Dr. Mustafa ŞEHİRLİ	
Üye	: Yrd. Doç. Dr. Ozan BÜYÜKYILMAZ	

Tez Sınavı Tarihi: 10.01.2017

KARABÜK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum, bu çalışmayı, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yol ve yardıma başvurmaksızın yazdığımı, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserleri her kullanışımında alıntı yaparak yararlandığımı belirtir; bunu onurumla doğrularım.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara katlanacağımı bildiririm.

10.01.2017

Sertaç ERCAN

ÖNSÖZ

Çalışmamız, günümüzün popüler ve gün geçtikçe önem kazanan iki kavram olan duygusal zekâ ile girişimcilik alanındaki çalışmalara yol gösterici, girişimcilik bölümü öğrencilerine uygulanması nedeniyle özel bir önem sahiptir. Duygusal zekâ ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmamızın literatüre değerli katkılar sunacağını düşünmekteyiz.

Tez çalışmamın ilk gününden son gününe kadar benden maddi ve manevi yardımlarını esirgemeyen ve yol gösteren, akademik hayatın inceliklerini paylaşan ve insan yetiştirmenin anlamını öğrendiğim danışmanım, değerli hocam Prof. Dr. Yahya FİDAN'a teşekkürlerimi sunarım. Yine bu süreçte kıymetli görüşleri ile çalışmama katkı sağlayan Yrd. Doç. Dr. Ozan BÜYÜKYILMAZ ve Yrd. Doç. Dr. Ramazan UYGUN'a teşekkür ederim. Her ihtiyacım olduğunda ellerinden gelen yardımı yapan ve vakitlerini ayıran kıymetli çalışma arkadaşlarım Arş. Gör. Mehmet GÖKERİK, Arş. Gör. Baki Tuna YAZICI, Arş. Gör. Furkan GÖKTAŞ ve özellikle de Arş. Gör. Fatih GÜÇLÜ'ye şükranlarımı sunarım. Hayatımın her safhasında bana destek olan anne ve babama, bu süreçte maddi ve manevi desteğini bir an olsun esirgemeyen, her türlü sıkıntıma katlanan sevgili eşime ve enerjisi ile güç veren oğluma teşekkürü bir borç bilirim.

Sertaç ERCAN

10.01.2017

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
İÇİNDEKİLER	ii
KISALTMALAR	vi
TABLolar LİSTESİ	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM DUYGUSAL ZEKÂ

1.1. DUYGUSAL ZEKÂ KAVRAMI	4
1.2. DUYGUSAL ZEKÂ KAVRAMININ TARİHSEL GELİŞİMİ	6
1.3. DUYGUSAL ZEKÂNIN ÖNEMİ	8
1.4. DUYGUSAL ZEKÂ MODELLERİ	9
1.4.1. Mayer ve Salovey'in Modeli	9
1.4.1.1. Duyguların Algılanması, Değerlendirilmesi ve İfade Edilmesi	11
1.4.1.2. Duyguları Düşüncede Kaynaştırma	11
1.4.1.3. Duyguları Anlama	11
1.4.1.4. Duyguları Yönetme	12
1.4.2. Reuven Bar-On'un Modeli	12
1.4.3. Goleman Modeli	13
1.4.3.1. Özbilinç	13
1.4.3.2. Kendine Çeki Düzen Verme	14
1.4.3.3. Sosyal Bilinç	15
1.4.3.4. İlişki Yönetimi	16

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİ ve GİRİŞİMCİLİK

2.1. GİRİŞİMCİ KAVRAMI	18
2.2. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI	21
2.2.1. Fırsat	24
2.2.2. Kaynak	25
2.2.3. Organizasyon	25
2.3. GİRİŞİMCİLİK YAKLAŞIMLARI	25
2.3.1. Kişilik Özellikleri Yaklaşımı	26
2.3.1.1. Başarı İhtiyacı	27
2.3.1.2. Kontrol Odaklılık	27
2.3.1.3. Risk Alma Eğilimi	28
2.3.1.4. Diğer Özellikler	29
2.3.2. Bilişsel Yaklaşım	30
2.3.3. Girişimsel Niyet Yaklaşımı	30
2.3.4. Sosyal İlişki Ağları Yaklaşımı	30
2.4. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ	31
2.4.1. Sosyal Girişimcilik	31
2.4.2. İç Girişimcilik	32
2.4.3. Yeni Girişimcilik	33
2.5. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ	34

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DUYGUSAL ZEKÂ İLE GİRİŞİMCİLİK ARASINDAKİ İLİŞKİ: KARABÜK ÜNİVERSİTESİ GİRİŞİMCİLİK BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ

3.1. DUYGUSAL ZEKÂ VE GİRİŞİMCİLİK ARASINDAKİ İLİŞKİ	36
3.2. ARAŞTIRMANIN KONUSU	38
3.3. ARAŞTIRMANIN AMACI	39
3.4. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	39
3.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	40
3.6. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	40

3.7. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	41
3.7.1. Araştırmanın Modeli	41
3.7.2. Evren ve Örneklem	42
3.7.3. Veri Toplama Tekniği ve Araçları	43
3.8. VERİLERİN ANALİZİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ	43
3.8.1. Deneklerin Demografik Bilgileri	44
3.8.2. Ankette Yer Alan İfadelere Verilen Cevaplara İlişkin Frekans - Yüzde Dağılımları ve Ortalamalar	47
3.8.3. Faktör Analizi	54
3.8.4. Güvenilirlik Analizleri	55
3.8.5. Hipotez Testleri	57
3.8.5.1. Katılımcıların Çalışmak İstedikleri Sektör İle Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular	57
3.8.5.2. Deneklerin İş Deneyimi İle Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular	58
3.8.5.3. Deneklerin Eğitim Gördükleri Sınıfları İle Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular	59
3.8.5.4. Deneklerin Baba Meslekleri İle Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular	59
3.8.5.5. Duygusal Zekânın İyimserlik Boyutu İle Girişimcilik Arasındaki İlişki	60
3.8.5.6. Duygusal Zekânın Duyguların İfadesi Boyutu İle Girişimcilik Arasındaki İlişki	62
3.8.5.7. Duygusal Zekânın Duygulardan Faydalanma Boyutu İle Girişimcilik Arasındaki İlişki	63
3.8.5.8. Duygusal Zekâ İle Girişimcilik Arasındaki İlişki	65
SONUÇ	66
KAYNAKÇA	70
EKLER	81
ÖZET	83
ABSTRACT	85
ÖZGEÇMİŞ	87

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AB	: Avrupa Birliği
GMAC	: Graduate Management Admission Council
IQ	: Intelligence Quotient (Bilişsel Zekâ Seviyesi)



TABLolar LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1. Bar-On'un Duygusal ve Sosyal Zekâ Modeli	13
Tablo 2. Deneklerin Cinsiyet Dağılımı	44
Tablo 3. Deneklerin Yaş Dağılımı	44
Tablo 4. Deneklerin Sınıflarına Göre Dağılımı	45
Tablo 5. Deneklerin Mezun Olduktan Sonra Çalışma İstedığı Sektör	45
Tablo 6. Deneklerin İş Deneyimi	46
Tablo 7. Deneklerin Babalarının Meslekleri	46
Tablo 8. Girişimciliğe Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Frekans, Yüzde Dağılımları, Ortalama ve Standart Sapma Bulguları	47
Tablo 9. Duygusal Zekâ Ölçeğine İlişkin Frekans, Yüzde Dağılımları, Ortalama ve Standart Sapma Bulguları	49
Tablo 10. Duygusal Zekâ Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları	54
Tablo 11. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları	56
Tablo 12. Deneklerin Çalışmak İstedığı Sektör İle Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular	57
Tablo 13. Deneklerin İş Deneyimi İle Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular	58
Tablo 14. Deneklerin Sınıfları İle Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular	59
Tablo 15. Deneklerin Baba Meslekleri İle Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular	60

Tablo 16. Duygusal Zekânın İyimserlik Boyutu İle Girişimcilik Arasındaki Korelasyon Tablosu	61
Tablo 17. Duygusal Zekânın İyimserlik Boyutunun Girişimciliğe Etkisi	61
Tablo 18. Duygusal Zekânın Duyguların İfadesi İle Girişimcilik Arasındaki Korelasyon Tablosu	62
Tablo 19. Duygusal Zekânın Duyguların İfadesi Boyutunun Girişimciliğe Etkisi ...	63
Tablo 20. Duygusal Zekânın Duygulardan Faydalanma İle Girişimcilik Arasındaki Korelasyon Tablosu	64
Tablo 21. Duygusal Zekânın Duygulardan Faydalanma Boyutunun Girişimciliğe Etkisi	64
Tablo 22. Duygusal Zekâ İle Girişimcilik Arasındaki Korelasyon Tablosu	65
Tablo 23. Duygusal Zekânın Girişimciliğe Etkisi	65

ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1. Salovey ve Mayer'in (1990) Geliştirdiği İlk Duygusal Zekâ Modeli	10
Şekil 2. İşverenler mülakat sırasında neleri ölçüyor?	37
Şekil 3. Araştırma Modeli - 1	41
Şekil 4. Araştırma Modeli - 2	42

GİRİŞ

Sanayi devrimi ile birlikte ekonomik hayatın tüm yapısı değişmiş, yeni bir dönem başlamıştır. Bu süreçte bir seri teknolojik yeniliğin, üretim alanında kullanılması ile birlikte ekonomik, sosyal, politik ve kültürel alanlarda birçok değişiklik yaşanmıştır. Sanayi devriminin en önemli sonucu emeğin değerini arttırması olmuştur. Her ne kadar emeğe olan niceliksel ihtiyaç azalmış olsa da nitelikli emeğin değeri yükselmiştir.¹ Bu durum sanayi devriminden sonra gelen bilgi çağında da kendisini göstermiş, bilgi ve uzmanlık önem kazanmıştır. Nihayet günümüze gelindiğinde bilişim teknolojileri ile sanayinin birleşimi ile 4. Sanayi Devrimi adı verilen Endüstri 4.0 devri başlamıştır. Endüstri 4.0 ile emeğe olan ihtiyaç önceki dönemlere nazaran daha da azalmaktadır.² Bununla beraber insana ihtiyaç duyulan alanlarda bireysel yetenekler büyük önem arz etmektedir. Özellikle yüksek teknoloji üreten üst düzey işlerde kişilik özellikleri hiç olmadığı kadar ön plana çıkmaktadır. İşte bu aşamada Dünya Ekonomik Forumu'nda rapor olarak sunulan bireysel becerilerden biri olan duygusal zekâ, bu çalışmanın konusunu teşkil eden ilk kavramdır.³

Duygusal zekâ, bireyin kendisinin ve başkalarının duygularını gözlemlemek ve fark etmek ve doğru bir şekilde ifade edebilmek, duygusal farkındalığı kendisinin ya da başkalarının düşünce ve hareketlerine yön vermek için kullanmak şeklinde ifade edilmektedir.⁴ Bilgiye ulaşımın kolaylaştığı ve bireysel özelliklerin önem kazandığı günümüz iş hayatında sosyal zekânın bir türü olan duygusal zekâ iş hayatında aranan özelliklerden biri olmaktadır.

¹ Ömer Dinçer ve Yahya Fidan, *İşletme Yönetimi*, Alfa Yayınlar, İstanbul, 2015, s. 40-42

² Selim Coşkun, Eray Gençay ve Yaşanur Kayıkcı, "Adapting Engineering Education To Industrie 4.0 Vision", 2016.

³ Alex Gray, *Davos: Future of Jobs Report*, World Economic Forum, Davos, 2016

⁴ Peter Salovey ve John D. Mayer, "Emotional Intelligence", *Imagination, Cognition and Personality* 9, 1990, s. 186

Çalışmada kullanılan diğer kavram ise girişimcilik kavramıdır. Çalışma kapsamında duygusal zekâ ile olan ilişkisi ortaya konmaya çalışılan girişimcilik; piyasadaki fırsatları değerlendirme, emek, sermaye ve doğal kaynakları bir araya getirme, üretim ve sonraki süreçleri tasarlama, örgütleme, yürütme ve bu süreçte ortaya çıkan riskleri üstlenip yönetme kabiliyeti olarak tanımlanmaktadır.

Çalışma teorik ve uygulama olmak üzere iki kısımdan meydana gelmektedir. Teorik kısım üç bölümden oluşmakta olup, "duygusal zekâ" ve "girişimci ve girişimcilik" başlıklarını içermektedir. Uygulama bölümünde ise duygusal zekâ ile girişimcilik arasındaki ilişkinin ortaya konması hedeflenmiştir.

Duygusal zekâ bölümünde duygusal zekâ kavramına, kavramın tarihsel sürecine, önemine ve duygusal zekâ modellerine değinilmiştir. Girişimci ve girişimcilik bölümünde ise öncelikle girişimci ve girişimcilik kavramları açıklanmıştır. Daha sonra girişimcilik yaklaşımları ve türleri incelenmiş ve son olarak da girişimcilik eğilimi kavramı hakkında bilgi verilmiştir. Teorik kısmın son bölümünde ise duygusal zekâ ile girişimcilik kavramının arasındaki bilimsel alt yapı açıklanmıştır.

Çalışmanın ikinci kısmı olan uygulama bölümünde, araştırmanın konusu, amacı, önemi ve hipotezleri sıralanmış sonrasında da araştırma yöntemleri açıklanarak verilerin analizlerine ve değerlendirmelere yer verilmiştir. Çalışmanın amaçları doğrultusunda demografik bilgileri, duygusal zekâ ve girişimcilik ölçeklerini içeren üç bölümden oluşan bir anket hazırlanmıştır. Anketin ikinci bölümü öğrencilerin girişimciliğe bakış açılarını ölçmeye yönelik 14 ifade yer alan, Girginer ve Uçkun⁵ tarafından geliştirilen girişimcilik ölçeğinden oluşmaktadır. Anketin üçüncü bölümü ise, Schutte ve diğerleri⁶ tarafından geliştirilen, Austin ve diğerleri⁷ tarafından modifiye edilen ve Göçet⁸ tarafından Türkçe'ye uyarlanan duygusal zekâ ölçeğinden

⁵ Nuray Girginer ve Nurullah Uçkun. "İşletmecilik Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Girişimciliğe Bakış Açıları: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİ BF İşletme Bölümü Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama, 3", *Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, 2004

⁶ Nicola S. Schutte, John M. Malouff, Lena E. Hall, Donald J. Haggerty, Joan T. Cooper, Charles J. Golden, Liane Dornheim, "Development And Validation Of A Measure Of Emotional Intelligence", *Personality and Individual Differences* 25, 1998

⁷ Elizabeth J. Austin, vd. "Measurement of trait emotional intelligence: Testing and cross-validating a modified version of Schutte et al.'s (1998) measure", *Personality And Individual Differences*, Cilt: 36, Sayı: 3, 2004

⁸ Emine Göçet. "Üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ile stresle başa çıkma tutumları arasındaki ilişki", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, 2006

oluşmaktadır. Çalışmada kullanılan bu ölçek, 41 ifade ve iyimserlik, duygulardan faydalanma ve duyguların ifadesi olmak üzere üç alt boyuttan meydana gelmektedir. Uygulama kapsamında Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi Girişimcilik Bölümü'nde eğitim gören 215 öğrenciye birinci elden anket ulaştırılmıştır. Uygun Őartları taşımadığı için analiz dışında bırakılan anketler sonrası 174 anket değerlendirmeye alınmıştır. Uygulama bölümünün son aşamasında ise analiz sonuçlarından elde edilen bulgular incelenmiş ve yorumlanmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

DUYGUSAL ZEKÂ

1.1. DUYGUSAL ZEKÂ KAVRAMI

Duygu (emotion) sözcüğünün Latince kökü hareket etmek anlamına gelen motere'dir. Hareket ve duygu kelimelerindeki bu anlam ilişkisi duygu ile hareketin birlikte gerçekleştiğini ya da duygunun hareketi yönlendirdiğini göstermektedir.⁹ Sözcük Türkçe'de ise işitme, malumat, his ve hissiyat anlamlarına gelmektedir.¹⁰

Terimsel olarak ise duygu; fizyolojik, bilişsel, güdüsel ve deneysel sistemler gibi psikolojik alt sistemlerin sınırlarının belirsizleştiği, düzenlenmiş tepkiler olarak tanımlanmaktadır.¹¹ Bu anlamda duygular bir enformasyon olarak görülmektedir.¹²

Zekâyı kısaca tanımlamak gerekirse çoklu zekâ kuramcısı Howard Gardner'ın şu tanımı önem arz etmektedir. Gardner zekâyı, işleme kapasitesi olarak tanımlamaktadır.¹³ Bu tanımlardan hareketle duygusal zekânın en basit ve genel ifadeyle duyguları işleme kapasitesi olduğu söylenebilir.

Duygusal zekâyı kavramsal olarak ilk kez ortaya atan Salovey ve Mayer bu kavramı şöyle tanımlamaktadır: Duygusal zekâ, bireyin kendisinin ve başkalarının duygularını ve hislerini gözlemlemek ve fark etmek, bu farkındalığı kendi düşünce ve hareketlerine yön vermek için kullanmak.¹⁴ Salovey ve Mayer'in ortaya attığı duygusal

⁹ Daniel Goleman, *Duygusal Zekâ Neden IQ'dan Daha Önemlidir?*, Varlık Yayınları, İstanbul, 2014, s. 32

¹⁰ Raif Necdet Kestelli, *Resimli Türkçe Kamus*, Türk Dil Kurumu Yayınları, 2004

¹¹ P. Salovey ve J. D. Mayer, 1990, s. 186

¹² Mark Davis, *Duygusal Zekânızı Ölçün*, Alfa Yayınları, İstanbul, 2008, s. 16

¹³ Howard Gardner, *Çoklu Zekâ Yeni Ufuklar*, Optimist Yayınları, 2013, s. 46

¹⁴ P. Salovey ve J. D. Mayer, 1990, s. 189

zekâ kavramı çok kısa sürede ciddi bir ilgi görmüş ve birçok araştırmacı tarafından bu kavram üzerinde çalışılmaya başlanmıştır.

Yine duygusal zekâ konusunda ayrıntılı çalışmalar yapan araştırmacı Reuven Bar-On duygusal zekâyı tarif ederken, doğanın istek ve zorlukları ile mücadele etmeye yarayan kabiliyet, yetenek ve özelliklerin bileşimidir, demektir.¹⁵

Duygusal zekâyı kavram olarak farklı tanımlar yapılsa da bireysel farklılıkları gösterdiğine dair hemen hemen genel bir kabul bulunmaktadır. Bu farklılıklar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:¹⁶

- Duyguları algılama, değerlendirme ve ifade becerisi,
- Düşüncenin yararına olacak şekilde duygulara erişim ve/veya yönetme becerisi,
- Duyguyu ve duygusal bilgiyi anlama becerisi,
- Duygusal ve entelektüel büyümeyi sağlayacak şekilde duyguları düzenleme becerisi.

Duygusal zekâ konusunda önemli çalışmalara imza atan ve duygusal zekânın dünya çapında tanınmasına öncülük eden psikolog Daniel Goleman, duygusal zekânın temeli, güçlü duyguların kökeninde yer alan harekete geçirici dürtülerin yönetimidir, demektir.¹⁷ Duygular; düşünmek, planlamak, bir hedef için sebat etmek, problem çözmek gibi yeteneklerimizi olumlu ya da olumsuz bir şekilde etkilemektedir. Bu etki olumlu olduğu takdirde yapılan işlerde başarıya ulaşma imkanı artmaktadır. Duygusal zekâ, bu etkinin dolayısı ile başarının ya da başarısızlığın göstergesi olarak temel bir yetenek olarak karşımıza çıkmaktadır.¹⁸

Üstün performans gösteren kişiler, duygusal zekâ ve bilişsel zekâ becerilerinin her ikisine de sahip olan ve bu becerilerden bir sinerji meydana getirebilen kişilerdir.¹⁹

¹⁵ Elizabeth Maria Freeland, *A Comparison Of Emotional Intelligence And Personality Factors: Two Concepts or One?*, University Of Oklahoma, Oklahoma, 2007, s. 3

¹⁶ R. J. Sternberg, J. C. Kaufman, "Human Abilities", *Annual Review of Psychology*, 1998. Aktaran: Tomas Chamorro-Premuzic, *Kişilik ve Bireysel Farklılıklar*, İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2014, s. 243-244

¹⁷ D. Goleman, 2014, s. 195

¹⁸ D. Goleman, 2014, s. 119

¹⁹ Daniel Goleman, *İşbaşında Duygusal Zekâ*, Varlık Yayınları, İstanbul, 2015, s. 33

Bununla birlikte Goleman'a göre üstün performans için duygusal yeterlilikler salt bilişsel yeterliliklerin iki katı kadar önem taşımaktadır.²⁰

Bilişsel zekâ kültürler arasında farklılık gösterse de duygusal zekânın her kültür için geçerli olduğu yapılan farklı araştırmalarda ortaya çıkmıştır. ABD'de yapılan duygusal zekâ ile ilgili araştırma ve testlerde başarılı olan insanlarla; Nijerya, Hindistan, Arjantin ve Fransa'da aynı testlerde başarılı olan insanların aynı özellikleri taşıdığı gözlemlenmiştir.²¹

Tarhan (2015)'a göre, Batı medeniyeti doğruya sadece akılla gidilmeyeceğini, akılla birlikte gönül (manevi) gücün de önemli olduğunu duygusal zekâ kavramı ile fark etmiştir.²²

Duygusal zekânın geliştirilebilir bir zekâ türü olması, onu önemli kılan bir diğer unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Duygusal yeterlilikler doğru uygulamalarla geliştirilebilmektedir. Salovey ve Mayer'in de yaptığı çalışmalar neticesinde duygusal zekânın çocukluk döneminden yetişkinlik dönemine kadar yaş ve tecrübe ile birlikte geliştiği düşünülmektedir.²³ Fidan'a göre duygusal zekâ, eğer kişi akli melekelerini kaybetmemişse, hayatın her döneminde geliştirilebilir.²⁴

1.2. DUYGUSAL ZEKÂ KAVRAMININ TARİHSEL GELİŞİMİ

1983 yılında Howard Gardner tarafından ortaya atılan çoklu zekâ modeli, entelektüel ve duygusal beceriler arasındaki ayrıma işaret eden ilk araştırmalardan biri olmuştur. Gardner'in kuramı, yedi ayrı zekâ türüne dikkat çekmekte, bu zekâ türlerinden "kişinin iç dünyası" ve "sosyal beceriler" olmak üzere iki zekâ türü olarak klasik bilişsel zekâ türlerinden ayrılmaktadır.²⁵ Gardner, daha sonra çoklu zekâ kuramını geliştirmiş ve iki zekâ türü daha ekleyecek bu zekâ türlerini dokuza

²⁰ D. Goleman, 2014, s. 46

²¹ Zuhâl Baltâş, *İnsanın Dünyasını Aydınlatan ve İşine Yansıyan Işık Duygusal Zekâ*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2013, s. 7-8

²² Nevzat Tarhan, *Kendinizle Barışık Olmak*, Timaş, İstanbul, 2015, s. 29

²³ D. Goleman, 2015, s. 296-297

²⁴ Yahya Fidan, *Yayınlanmamış İşletme Yönetimi Ders Notları*, Karabük, 2015

²⁵ D. Goleman, 2015, s. 389

çıkartmıştır.²⁶ Gardner bu çalışmalarında duygusal zekâ kavramından bahsetmemiş fakat geliştirdiği çoklu zekâ kavramı ve "içsel zekâ" gibi terimlerle farklı zekâ türlerinin önünü açmıştır. Böylece IQ olarak bilinen bilişsel zekânın tek zekâ türü olmadığı, tüm başarı ya da başarısızlıkların bu zekâ türünden kaynaklanmadığı ve farklı zekâ türlerinin de var olduğu kabul görmüştür. Bu kabul yeni çalışmalara hız kazandırmış ve bu çalışmanın da temel konusu olan duygusal zekânın doğmasına yol açmıştır.

Duygusal zekâ kavramı ilk kez 1990 yılında Peter Salovey ve John Mayer tarafından kullanılmış ve kavram literatüre kazandırılmıştır. Salovey ve Mayer, duygusal zekâyı dört temel unsurla açıklamaktadır. Bu unsurlar: Duyguları tanıma, duyguları anlama, duyguları düzenleme ve duyguları kullanma.²⁷

Bir diğer duygusal zekâ kuramcısı ise psikolog Reuven Bar-On'dur. Bar-On doktora tezi olarak hazırladığı duygusal zekâ ile ilgili kuram daha sonra geliştirilerek bir model haline getirilmiştir.²⁸ Bar-On, özellikle geliştirdiği duygusal zekâ ölçeği ile literatürde ön plana çıkmaktadır.

Duygusal zekâ konusunda en ayrıntılı çalışmaları yapan, kavramı uluslararası düzeyde tanıtan Daniel Goleman, ilk kez 1995 yılında yayınladığı "Duygusal Zekâ Neden IQ'dan Daha Önemlidir" kitabı ile adını duyurmuştur. Daha sonraki yıllarda da ayrıntılı çalışmalara imza atan Goleman, duygusal zekâyı; özbilinç, kendine çeki düzen verme, sosyal bilinç ve ilişki yönetimi olarak dört başlık altında incelemektedir. Fidan'a göre duygusal zekâ Türkçeye çevrildiğinde sosyal zekâ olarak isimlendirilmesi gerekmektedir. İnsanı insan yapan değerler, birlikte yaşama kültürü, ait olduğu topluma saygı, katkı ve sosyal nezaket bunun alt başlıklarından bazılarıdır.²⁹

²⁶ H. Gardner, 2013, s. 30

²⁷ M. Davis, 2008, s. 7

²⁸ D. Goleman, 2015, s. 389

²⁹ Yahya Fidan, *Yayınlanmamış Ders Notları I*, Karabük, 2014

1.3. DUYGUSAL ZEKÂNIN ÖNEMİ

Duygusal zekâsı yüksek olan bireyler duygularını daha iyi kontrol edebilmekte ve iş yaşamlarında daha doğru kararlar alabilmektedirler. Bu bireyler stresle daha kolay baş edebilirken her zaman motive, umutlu ve iyimser olabilmektedirler. Hisleri güçlü olan duygusal zekâsı yüksek bireyler, çevresindeki insanlarla empati kurabilmekte ve onların duygularını anlayabilmektedirler. Tüm bu özellikler onların, yaşamda daha başarılı bireyler olmasına katkı sağlamaktadır.³⁰

Duygusal zekânın iş ve sosyal yaşamdaki önemine değinen en önemli ve kapsamlı eserlerin başında gelen, Daniel Goleman tarafından kaleme alınan "İşbaşında Duygusal Zekâ" ismiyle Türkçe'ye çevrilmiş olan eserde, günümüzde sadece ne kadar akıllı olduğumuza ya da uzmanlığımıza değil, kendimizi ve çevremizi yönetme konusunda da ne kadar yetenekli olduğumuza bakılmaktadır diyerek, Duygusal Zekâ'nın önemini anlatmaktadır.³¹

Duygusal zekâ kavramına en büyük katkıyı yapan akademisyenlerden olan Salovey ve Mayer'e göre bireyler görevlerinde Duygusal zekâlarını kullanmaya çalıştıkça ve duygusal zekâyı bir davranış biçimi haline getirdikçe, yaşadıkları problemlerin üstesinden gelmeleri kolaylaşmaktadır. Örneğin bu bireyler kariyerleri boyunca ne kadar çok para kazandıklarına bakmaksızın, mutlu bir yaşam sürdürebilmektedirler. Çünkü duygusal zekâsı yüksek olan ve duygusal zekânın getirdiği özellikleri yaşamlarında kullanan bireyler, yaşamlarındaki problemlere farklı bir bakış açısı ile yaklaşmakta, bu problemlere karşı farklı alternatifler geliştirmekte ve esnek bir tavır sergilemektedirler.³²

Bilgi işçisi terimini ortaya atan ünlü yönetim bilimci Peter Drucker, bilgi işinde bireyden ziyade ekibin üzerinde durmaktadır. Bu durum da uyumlu çalışmanın gerekliliğini ve duygusal zekânın önemini bir kez daha göstermektedir.³³

³⁰ Güliz Büyüközer, *The Relationship Between Emotional Intelligence And Personality Factors*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul, 2008, s. 6

³¹ D. Goleman, 2015, s. 9

³² P. Salovey ve J. D. Mayer, 1990, s. 200

³³ Peter Drucker, "The Age of Social Transformation", *The Atlantic Monthly*, 1994. Aktaran: D. Goleman, 2014, s. 215

Dünya Ekonomik Forumu'nun 2016 yılında yayınlanan "Future of Jobs" isimli raporunda, duygusal zekâ, 2020 yılında karşımıza çıkacak en önemli 10 beceriden biri olarak tanımlanmıştır.³⁴ Bu rapor iş dünyası içinde giderek artan önemine dikkat çekmektedir. Örneğin Citibank'ın üst düzey bir yöneticisi olan Linda Keagan, "tüm yönetici eğitim programlarının asıl amacı duygusal zekâdır" demektedir. Bu durum duygusal zekânın işletmeler tarafından da fark edilmeye başlandığının bir göstergesidir.³⁵ GMAC tarafından hazırlanan Corporate Recruiters Survey Report'a göre işletmelerin işe alımlarda önem verdiği ilk 10 yetenek ve beceri arasında liderlik potansiyeli, etki oluşturma, uyumluluk ve merak gibi duygusal zekânın unsurları da yer almaktadır.³⁶ Bu açıdan bakıldığında duygusal zekâ, önümüzdeki yıllarda iş dünyasının önem verdiği yeteneklerin başında geleceği söylenebilir.

1.4. DUYGUSAL ZEKÂ MODELLERİ

Goleman, duygusal zekâ konusunda üç ayrı model olduğunu belirtmektedir. Farklı bakış açılarını temsil eden bu modellerden biri duygusal zekâ kavramını literatürde ilk kez kullanan Salovey ile Mayer'e, bir diğeri Houston Texas Üniversitesi'nde tıp alanında çalışmalar yapan Reuven Bar-On'a ve sonuncusu ise duygusal zekânın dünya çapında duyulmasını sağlayan Daniel Goleman'a aittir.³⁷ Bu çalışmada da, literatürde yaygın olarak kullanılan bu üç model hakkında bilgi verilecektir.

1.4.1. Mayer ve Salovey'in Modeli

Mayer ve Salovey'in modeli duygusal zekâ konusunda en çok kabul görmüş ve çok az olumsuz geri bildirim yapılmış modellerden biri olarak görülmektedir.³⁸

³⁴ Davos, 2016

³⁵ D. Goleman, 2015, s. 14

³⁶ Graduate Management Admission Council, Corporate Recruiters Survey Report, ABD, 2016, s. 29

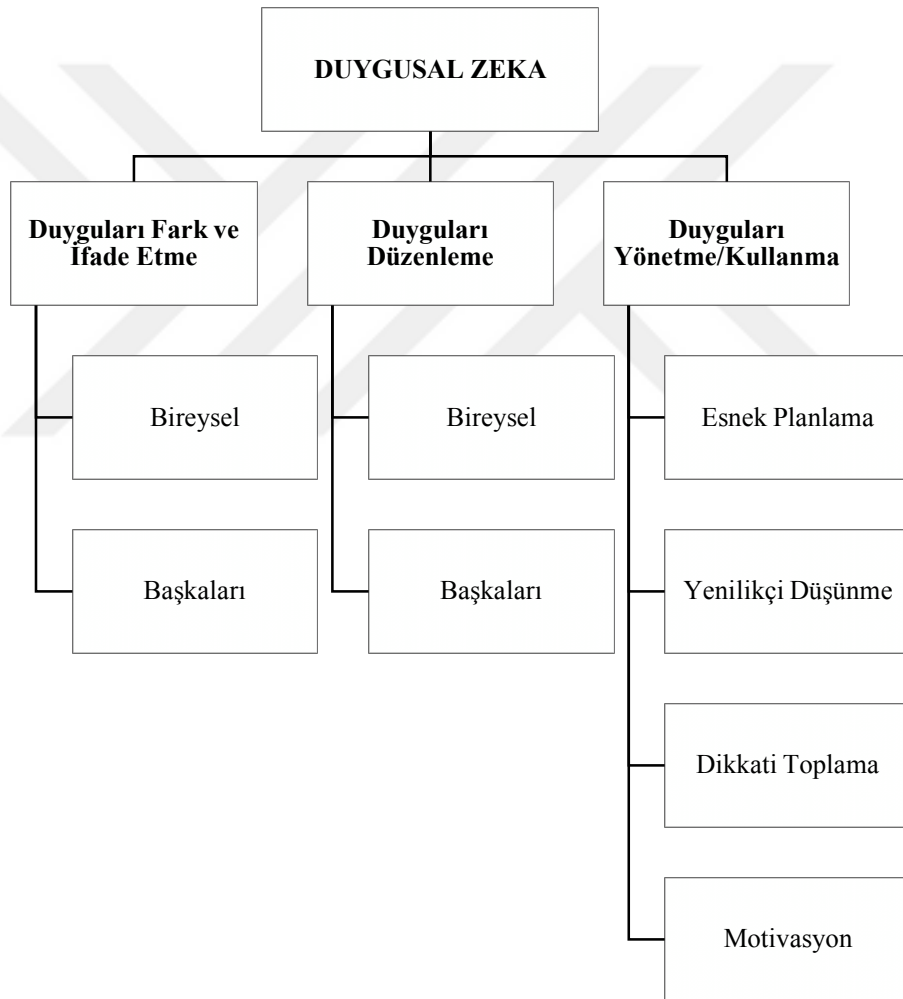
³⁷ D. Goleman, 2014, s. 12

³⁸ E. M. Freeland, 2006, s. 17

Bu çalışmada da kullanılan duygusal zekâ ölçeğinin, ilk geliştiricisi olan Schutte'ye (1998) göre Mayer ve Salovey'in oluşturmuş oldukları duygusal zekâ modeli en uyumlu ve en kapsamlı modeldir.³⁹

Salovey ve Mayer (1990) tarafından önerilen bu teori duygusal zekânın tecrübe ve öğrenme ile geliştirilebileceğine odaklanmaktadır. Bu modelde üç ana kabiliyetten bahsetmektedir; duyguları fark etme, kullanma, anlama ve yönetme.⁴⁰

Şekil 1. Salovey ve Mayer'in (1990) Geliştirdiği İlk Duygusal Zekâ Modeli



³⁹ Nicola S. Schutte, vd., 1998, s. 168

⁴⁰ Paulo N. Lopes, Peter Salovey, Rebecca Straus, "Emotional intelligence, personality, and the perceived quality of social relationships", *Personality and Individual Differences* 35, 2003, s. 642

Salovey ve Mayer'in 1990 yılında geliştirdikleri duygusal zekâ modelini 1997 yılında revize etmişlerdir. Yeni modelde duygusal zekânın bilişsel bileşenlerine daha fazla vurgu yapılmış ve konunun kavramsallaştırılmasına yoğunlaşmıştır.⁴¹ Revize model dört alt başlıkta incelenmektedir.⁴²

1.4.1.1. Duyguların Algılanması, Değerlendirilmesi ve İfade Edilmesi

Duyguların algılanması ve ifadelendirilmesi, bireyin karşısındakinin fiziksel ve psikolojik durumuna bakarak duyguları tanımlaması, duyguları doğru bir şekilde açığa vurması ve gereklerini yerine getirmesi, doğru/dürüst ile yanlış/aldatıcı hisler arasında ayırım yapabilmesi gibi özellikleri barındırmaktadır.⁴³

1.4.1.2. Duyguları Düşüncede Kaynaştırma

Düşünceleri, duyguları temel alarak yönlendirmek ve düşüncelerin önceliklerini belirlemek, duyguları karar verirken, problemleri çözerken ve yenilikçi düşünceler üretirken kullanmak ve değişken moral durumlarından faydalanarak olayları farklı açılardan kavramak, bu alt başlık altında incelenen duygusal zekâ özellikleri olarak tanımlanmaktadır.⁴⁴

1.4.1.3. Duyguları Anlama

Duyguları anlama başlığı altında; farklı duygular arasındaki ilişkileri anlamak, duyguların sebep ve sonuçlarını kavramak, karmaşık hisleri ve çelişkili durumların farkında olmak ve duygular arasındaki geçişleri anlayabilmek gibi özellikler incelenmektedir.⁴⁵

⁴¹ N. S. Schutte, vd., 1998, s. 168

⁴² Peter Salovey ve John D. Mayer, What Is Emotional Intelligence? In P. Salovey ve D. Sluyter (Eds.), Emotional Development And Emotional Intelligence: Educational Implications, Basic Books, New York, 1997

⁴³ a.g.e.

⁴⁴ a.g.e.

⁴⁵ a.g.e.

1.4.1.4. Duyguların Yönetimi

Duyguların yönetimi ise Mayer ve Salovey tarafından; iyi ve kötü her türlü duyguya açık olmak, duyguları derinlemesine düşünmek, duygusal bir durumu başlatmak, devam ettirmek ya da sonlandırmak ve hem bireysel hem de başkalarının duygularını yönetmek olarak tanımlanmaktadır.⁴⁶

Bu kabiliyetlerden duyguları anlama en temel kabiliyetken, duyguların yönetimi en kompleks süreç olarak belirtilmektedir. Her alt başlık, yani her süreç birbiri ile ilişkili ve birbirini takip eder niteliktedir.⁴⁷

1.4.2. Reuven Bar-On'un Modeli

Bar-On'un (1997) duygusal zekâ modeli, bilişsel zekâ ile ilgili olmayan ama duygusal ve sosyal birikime bağlı olan bir takım yetkinlik, özellik ve kabiliyetleri kapsamaktadır. Bu özellik ve kabiliyetler bireylerin çevreden gelen baskı ve günlük zorunluluklarla daha rahat mücadele etmelerini sağlamaktadır. Bar-On, Salovey ve Mayer'ın modeline göre kişilik özelliklerine daha fazla eğilmekte ve kendi modelinde kişilik teorisini temel almakta, ruhsal olarak iyi ve uyumlu olmaya odaklanmaktadır. Araştırmacıya göre duygusal zekâ beş farklı bölüme ayrılmaktadır; kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, uyumluluk, stres yönetimi ve genel ruhsal durum. Bu beş özellik ve alt başlıkları aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.⁴⁸

⁴⁶ a.g.e.

⁴⁷ N. S. Schutte, vd., 1998, s. 168

⁴⁸ E. M. Freeland, 2006, s. 17-18

Tablo 1. Bar-On'un Duygusal ve Sosyal Zekâ Modeli

Kişisel Beceriler	Kişilerarası Beceriler	Uyumluluk	Stres Yönetimi	Genel Ruhsal Durum
- Duygusal Özbilinç - Girişkenlik - Benlik Saygısı - Kendini Gerçekleştirme - Bağımsızlık	- Empati - Sosyal Sorumluluk - Kişilerarası İlişkiler	- Gerçeklik Testi - Esneklik - Problem Çözme	- Stres Toleransı - Dürtü Kontrolü	- İyimserlik - Mutluluk

Bar-On genel olarak duygusal zekâsı yüksek olan bireylerin yaşamlarında daha başarılı olacağını, duygusal zekâdaki eksikliklerin de aynı şekilde başarısızlık ve duygusal sorunlar şeklinde açığa çıkacağını belirtmektedir.⁴⁹

1.4.3. Goleman Modeli

Goleman yapmış olduğu ilk çalışmalarda duygusal zekâyı beş ana unsur ve yirmi beş yeterlikle açıklamış, sonraki çalışmalarında ise bu modeli yalınlaştırarak dört ana unsur ve on sekiz yeterliğe indirmiştir. Dört ana unsur şu şekildedir: Özbilinç, kendine çeki düzen verme, sosyal bilinç ve ilişki yönetimi.⁵⁰

1.4.3.1. Özbilinç

Özbilinç; kişinin duygularının farkında olması, neler hissettiğini bilmesi ve bu hislerini doğru kararlar alacak şekilde kontrol edebilmesi anlamlarına gelmektedir. Tüm bunları yapabilmek için de kişinin kendisini doğru değerlendirmesi gerekmektedir. Özbilinç için Goleman, hayati önem taşıyan üç duygusal yeterlilik

⁴⁹ Yvonne Stys, Shelley L. Brown, *A Review of the Emotional Intelligence Literature and Implications for Corrections*, Research Branch Correctional Service of Canada, Kanada, 2004, s. 11

⁵⁰ Daniel Goleman, Richard Boyatzis, Annie McKee, *Yeni Liderler*, Varlık Yayınları, İstanbul, 2005, s. 48-49

olduğunu belirtmektedir. Bu yeterlilikler; duygusal bilinç, doğru özdeğerlendirme ve özgüvendir.⁵¹

Duygusal bilinç yetisi kişilerin hangi duygu durumu içinde olduklarının ve bunların nedenlerini bilme, hisleri ile yaptıkları arasındaki bağlantıları fark edebilme, hislerinin verimlilik ve etkinliklerini nasıl ve ne kadar etkilediğinin farkında olma becerisidir.⁵²

Doğru özdeğerlendirme yetisi kişilerin güçlü ve zayıf yönlerinin farkında olup sürekli öğrenme ve kendini geliştirmeye açık olması, kendini gözlemleyip davranış ve tecrübelerinden ders alması gibi becerileri tanımlamaktadır.⁵³

Özgüven yetisi şu şekilde tanımlanmaktadır: Bu yetiye sahip olan kişiler kendilerinden emindirler ve bunu ilişkilerinde hissettirirler. Beğenmedikleri fikirleri rahatlıkla belirtip kendi fikirlerini savunabilirler. Stresli, belirsizliklerin ve baskıların olduğu anlarda sağlıklı kararlar alabilirler.⁵⁴

1.4.3.2. Kendine Çeki Düzen Verme

Kendine çeki düzen verme, kişinin hedeflerine ulaşması için duygularını doğru şekilde kontrol ve idare edebilmesi olarak tanımlanmaktadır. Kendine çeki düzen verme ile ilgili beş duygusal yeterlilik olduğu belirtilmektedir. Bunlar; duygusal özdenetim, güvenilirlik, vicdanlılık, uyum sağlayabilme ve yenilikçiliktir.⁵⁵

Duygusal özdenetim yetisine sahip olanlar, kendilerine sıkıntı veren duygularını kontrol edebilen, zor anlarda soğukkanlı ve olumlu davranışlar sergileyebilen ve baskı altında bile olsalar dikkat dağınıklığı yaşamayan kişiler olarak tanımlanmaktadır.⁵⁶

Saydamlık yetisine sahip olan bireyler şu özellikleri ile ön plana çıkmaktadırlar: Bu bireyler evrensel ahlak kurallarına uygun davrananlardır. Dürüstlüğü ilke olarak benimserler ve her yönden güvenilirlerdir. Kendi hatalarının

⁵¹ D. Goleman, 2015, s. 71

⁵² a.g.e., s. 71

⁵³ a.g.e., s. 80

⁵⁴ a.g.e., s. 88

⁵⁵ a.g.e., s. 105

⁵⁶ a.g.e., s. 105

kabul etmekle birlikte başkalarının hatalarını da fark ederler. Kararlı ve ilkeli tavırları ile doğru olduklarına inandıkları davranışları sergilerler.⁵⁷

Uyumluluk yetisine sahip bireyler, değişikliklere hızla ayak uydurabilmekte, olaylara geniş açıdan bakabilmekte, çeşitli talep ve değişen önceliklere zamanında ve yerinde cevaplar verebilmektedirler.⁵⁸

Başarma dürtüsü yetisine sahip bireylerin en temel özellikleri şöyle sıralanabilmektedir: Pragmatik ve sonuç odaklıdır. Kendileri için ölçülebilir büyük hedefler belirler ve sonuçlarını hesaplayarak bu hedefleri başarmak için risk alırlar, performanslarını geliştirmek, işlerini daha kolay ve verimli yapmak için yeni yollar ararlar.⁵⁹

İnisiyatif yetisi bireylerde proaktif özellikler (dış olaylar tarafından zorlamadan önce hareket geçmek) olarak ön plana çıkmaktadır. Bu bireyler fırsatları görüp yakalar, işlerin yapılabilmesi için gerekirse bürokratik engelleri aşmanın yollarını bulur, kuralları esnetir ve bu gayretine başkalarını da dahil eder.⁶⁰

İyimserlik yetisine sahip bireyler başarısızlık, yenilgi, engel ve kişisel hatalar gibi olumsuzluklara takılmayan tüm bu problemleri üstesinden gelinebilecek koşullar olarak görmektedirler.⁶¹

1.4.3.3. Sosyal Bilinç

Empati başkalarının ne hissettiğini sezmek, duygularının farkında olmak, onların hissettiği açıdan olaylara bakabilmek ve karşılık vermek olarak tanımlanmaktadır.⁶² İş yaşamında gerekli olan sosyal yeterliliklerin temeli olarak tanımlanan empati, beş farklı kategoride değerlendirilmektedir: Başkalarını anlamak, başkalarını geliştirmek, hizmete yönelik olmak, çeşitlilikten yararlanmak ve politik bilinç.⁶³

⁵⁷ a.g.e., s. 114

⁵⁸ a.g.e., s. 121

⁵⁹ a.g.e., s. 143

⁶⁰ a.g.e., s. 154

⁶¹ a.g.e., s. 154

⁶² a.g.e., s. 169

⁶³ a.g.e., s. 172-173

Örgütsel bilince sahip bireyler, sosyal ve politik akımları doğru algılar, sosyal ilişkileri ve güç ilişkilerini doğru analiz eder, her kesimin görüşünü kavrayarak kendilerini doğru bir şekilde konumlandırabilmektedirler.⁶⁴ Bu yetiye sahip bireylerin aynı zamanda, örgüt içerisindeki sözsüz kuralları ve grupları da anlayabilme özelliğine sahip oldukları belirtilmektedir.⁶⁵

Hizmete yönelik olmak, müşterilerin, tedarikçilerin ve takipçilerin ihtiyaçlarını tahmin etmek, fark etmek ve karşılamak, müşteri sadakatini arttırmak için çaba göstermek bu yetinin temel özellikleri olarak belirtilmektedir.⁶⁶

1.4.3.4. İlişki Yönetimi

İlişki yönetimi kişilerarası ilişkilerde başkalarının duygularını iyi yönetebilmek ve sosyal ilişkileri doğru anlamak, böylece diğer bireylerle doğru etkileşim içinde olmak, gerektiğinde diğerlerini ikna etmek, onlara liderlik etmek, anlaşmazlık durumlarında çözüm üretmek, ekip çalışmasını ve işbirliğini etkin bir şekilde kullanabilmek gibi özellikleri içermektedir.⁶⁷ Bu yeterlilik de altı alt başlıkta incelenmektedir: Esinleyici liderlik, etkileme, başkalarını geliştirmek, değişim katalizörlüğü, çatışma yönetimi ve ekip çalışması.⁶⁸

Esinleyici liderlik yetisini taşıyan bireyler, örgütte pozitif bir iklim oluşturmakta, ekibini ortak bir misyon için hareket geçirmekte ve yaptıkları işlere heyecan katmaktadırlar.⁶⁹

İlişki yönetiminin bir diğer yetisi olan etkileme yetisine sahip olanlar, fikir birliği ve destek oluşturmak, insanları ikna etmek için etkili stratejiler geliştiren bireyler olarak tanımlanmaktadır.⁷⁰

Başkalarını anlamayı da kapsayan yeti, başkalarının gelişime dair ihtiyaçlarını anlamak ve bu ihtiyaçlar için çözüm üretmek, insanların güçlü yönlerini, becerilerini

⁶⁴ a.g.e., s. 200

⁶⁵ D. Goleman, 2005, s. 264

⁶⁶ D. Goleman, 2015, s. 189

⁶⁷ a.g.e., s. 390

⁶⁸ D. Goleman, 2005, s. 49

⁶⁹ a.g.e., s. 264

⁷⁰ D. Goleman, 2015, s. 211

ve başarılarını ödüllendirmek, gerektiğinde başkalarına mentörlük yapmak ve eğitimler vermek şeklinde belirtilmektedir.⁷¹ Bu bireyler zamanında ve yapıcı bildirimleri ile doğal birer akıl hocası olarak görülmektedir.⁷²

Değişim katalizörlüğü, değişim ihtiyacını fark etmek, değişimin önündeki engelleri kaldırmak, değişimi savunmak ve yönetmek şeklinde tanımlanmaktadır.⁷³

Çatışma yetisine sahip bireyler, çatışma olasılıklarını ve anlaşmazlıkları fark ederler, gerginlikleri idare etmek ve azaltmak için diplomatik yöntemleri ustalıkla kullanırlar ve herkesin memnun olacağı çözümler oluştururlar.⁷⁴

Ekip çalışması yetisini etkin kullanabilen bireylerin, ortak hedefler için başkaları ile bilgi ve kaynakları paylaşmak, onlarla dostça ilişkiler geliştirip işbirliği ortamı oluşturmak, işbirliği fırsatlarını kollayıp bunları gerçekleştirmek gibi özellikleri bulunmaktadır.⁷⁵

Duygusal zekâ ile ilgili yukarıda da bahsedildiği üzere farklı modeller olmakla beraber bu çalışmada kullanılan "Duygusal Zekâ Ölçeği", Mayer ve Salovey'in geliştirdiği model referans alınarak Schutte tarafından geliştirilmiş, Austin ve arkadaşları tarafından da revize edilmiştir.

⁷¹ a.g.e., s. 183

⁷² D. Goleman, 2005, s. 265

⁷³ D. Goleman, 2015, s. 241

⁷⁴ a.g.e., s. 222

⁷⁵ a.g.e., s. 263

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK

2.1. GİRİŞİMCİ KAVRAMI

Girişimci, insanlık var olduğundan bu güne çeşitli şekillerde karşımıza çıksa da kelime olarak bilinen en eski kullanımı Ortaçağ Fransızcasına dayandırılmaktadır. Bu dönemde girişimci; faal olan ve gerekli işlerin yapılmasını sağlayan kişi olarak tanımlanmaktadır.⁷⁶ Yani girişimci, girişimde bulunan, girişimcilik eylemini yapan kişidir.⁷⁷ Bugünkü anlamıyla girişimci (entrepreneur) kelimesi "entreprendre" fiili ile on ikinci yüzyılın ilk dönemlerinde kullanılmaya başlanmıştır.⁷⁸

On beşinci yüzyılda ise bu kelime bazı faaliyetlerin yapılmasını üstlenen ve sağlayan kişi olarak anlam kazanmıştır.⁷⁹ Bu tarihlerden sonraki dönemlerde ise girişimci ya da girişimcilik kelimesi; üstlenmek, üzerine almak, yüklenmek, denemek, teşebbüs etmek, cesaret etmek, tehlikeye atılmak, göze almak ve şansa bırakmak gibi anlamlarda kullanılmaya başlanmıştır.⁸⁰

Girişimcilik kavramını teorik olarak ortaya ilk atan araştırmacı, bir iktisatçı olan Richard Cantillon'dur. Cantillon bu tanımlamayı 1730'lu yıllarda yapmıştır.⁸¹ Araştırmacı, toplumu gelirleri belli olan ve gelirleri belli olmayan şeklinde iki sınıfa

⁷⁶ Bert F. Hoselitz, "The Early History of Entrepreneurial Theory", *Explorations in Entrepreneurial History*, Cilt: 3, Sayı: 4, 1951, s. 194

⁷⁷ Yılmaz Ürper, B. Tuğberk Tosunoğlu, C. Hakan Kağnıcıoğlu, Mehmet Başar, A. Emre Demirci, Necdet Sağlam, *Girişimcilik ve İş Kurma*, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 2012, s. 5

⁷⁸ Wayne Long, "The Meaning of Entrepreneurship", *American Journal of Small Business*, Cilt: 8, Sayı: 2, 1983, s. 47

⁷⁹ B. F. Hoselitz, vd., 1951, s. 194

⁸⁰ W. Long, 1983, s. 47

⁸¹ W. Long, 1983, s. 47. Pramodita Sharma ve James J. Chrisman, "Toward A Reconciliation Of The Definitional Issues In The Field Of Corporate Entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 23, Sayı: 3, s. 12

ayırmakta, gelirleri belirsiz olan sınıfa girişimciler demektir. Bu tanımla beraber girişimcilikte risk alma eğilimi yaklaşımı başlamıştır.⁸² Cantillon böylece girişimciliği serbest çalışma olarak tanımlamaktadır.⁸³

Cantillon'un yaptığı tanımında ardından girişimci kavramına değinen bir diğer araştırmacı Fransız iktisatçı J. B. Say'dir.⁸⁴ Say'e göre sermaye ile değer meydana getiren kilit unsur girişimcidir.⁸⁵ Say, girişimcinin üretim için gerekli kaynakları tahmin edebilme, yöneticilik vasfına ve hesap ustalığına sahip olma, işçileri bir araya getirme, müşteri bulma ve tasarrufa dikkat etme gibi bir çok farklı özelliğinin bulunması gerektiğini belirtmektedir.⁸⁶

Say'den sonraki dönemde girişimci üzerine çalışmalar yapan yine bir iktisatçı olan Marshall, girişimciyi yönetici gibi değerlendirmektedir.⁸⁷ Bununla beraber Marshall, işletmenin sorumluluğunu üzerine alma ve bir işletmede yöneticilik ve denetimin farklı olduğunu da belirtmektedir.⁸⁸

Yukarıdaki üç farklı tanımla birlikte girişimci, gelirindeki belirsizlik, risk alma davranışı ve yönetici özellikleri ile ön plana çıkmıştır. Bu aşamada Schumpeter ortaya çıkmış ve girişimci için yepyeni bir tanım ortaya koymuştur. Bir önceki başlıkta da aktarıldığı gibi modern girişimcilik kavramının öncülerinden Schumpeter'e göre girişimci; yeni bileşenleri meydana getiren, yenilikler ile ekonomide farklılıklar oluşturan ve ekonomik kalkınmanın önemli bir ögesi olarak tanımlamaktadır. Böylece işletme sahibi olan yönetici tanımı içine sıkışmış olan girişimci kavramı, yeni bir boyut kazanmış ve yeni bileşenleri bir araya getirebilen yönetici, işletme sahibi ya da çalışan tüm bireyleri kapsayıcı bir hale gelmiştir.⁸⁹ Schumpeter'in girişimci tanımında dört

⁸² Fritz Redlich, "The Origins of The Concepts of Entrepreneur and Creative Entrepreneur", *Explorations in Entrepreneurial History*, Cilt: 1, Sayı: 2, 1949, s. 2

⁸³ Richard Cantillon, *Essay on the Nature of Trade*, MacMillan, London, 1931, s. 53-55

⁸⁴ F. Redlich, 1949, s. 2

⁸⁵ Martin S. Staum, "French Lectures In Political Economy, 1815-1848: Variables Of Liberalism", *History Of Political Economy*, Cilt: 30, Sayı: 1, 1998, s. 105

⁸⁶ Jean Baptiste, *A Treatise on Political Economy; or the Production, Distribution, and Consumption of Wealth*, Batoche Books, Kanada, 2001, 176-177

⁸⁷ Joseph A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development*, Oxford University Press, New York, 1998, s. 77

⁸⁸ Alfred Marshall, *Principles of Economics: An Introductory Volume*, Macmillan, London, 1964, s. 248

⁸⁹ J. A. Schumpeter, 1998, s. 74

boyut bulunmaktadır; buluş, yenilik, yeni bir firma oluşturmak ve işletmeyi başarılı bir şekilde büyütme.⁹⁰

Yukarıdaki tanımlara ek olarak girişimci kavramı birçok araştırmacı tarafından farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Knight (1921)'a göre girişimci, belirsizlikle başa çıkma kabiliyeti olan ve risk alabilen bireydir. Liebenstein (1968) girişimciyi, iktisadi faaliyetleri yöneten iş adamı şeklinde nitelendirmektedir. Kirzner ise girişimci için genel ekonomik dengeyi sağlayan ve pazar aksaklıklarını azaltan birey demektedir.⁹¹ Bir başka tanımda ise girişimciler, alıcıların fazla ödeme yaptığı, satıcıların ise çok az kazandığı pazarları keşfederek, bu pazarlardaki boşluğu doldurmaktadırlar.⁹² Yine farklı bir tanımda girişimci, fırsatları gören ve bu fırsatlardan yararlanmak için gerekli organizasyonu oluşturan birey olarak tanımlanmaktadır.⁹³

Fidan'a göre ise girişimci; ele avuca sığmayan, en basit durumları bile fırsatlara çevirme kabiliyetine olan, vizyon sahibi ve iş yapma aşkına sahip olan bireyler olarak tanımlanmaktadır.⁹⁴ Bu açıdan bakıldığında girişimciler, girişimci olmayan bireylerden farklı düşünürler. Görev ve olaylara bakış açıları farklıdır. Girişimciler, belirsiz çevre koşulları, yüksek risk içeren durumlar ve zaman baskısı olduğu zamanlarda önsezileri ile doğru kararlar verebilmektedirler (Hisrich vd., 2013:6).⁹⁵

Schumpeter'in ortaya attığı görüşler ile girişimciler sadece işletme sahibi olan işadami tanımından kurtulmuş ve böylece mülkiyet kavramında farklı görüşlerin ortaya çıkmasında öncü olmuştur. Schumpeter'den önceki dönemlerde girişimci bireyin işletme sahibi olması gerektiği düşünülürken sonraki dönemde bunun bir gereklilik olmadığı, girişimcilerin işletmelerde çalışarak da girişimci olabilecekleri

⁹⁰ Bruce A. Kirchoff, " Entrepreneurship's Contribution To Economics", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 16, Sayı: 2, 1991, s. 104

⁹¹ W. Long, 1983, s. 51,53

⁹² Andrew Spicer, Gerald A. Mcderrott, Bruce Kogut, " Entrepreneurship And Privatization In Central Europe: The Tenuous Balance Between Destruction And Creation", *Academy Of Management Review*, Cilt: 25 , Sayı: 2 , s. 634

⁹³ William D. Bygrave ve Charles W. Hofer, " Theorizing About Entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 16, Sayı: 2, 1991, s. 14

⁹⁴ Yahya Fidan, *Girişimcilik ve Girişimci Özellikleri (Sivas Örneği)*, Beta Yayın, İstanbul, 2002, s. 2

⁹⁵ Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, Dean A. Shepherd, *Entrepreneurship*, McGraw-Hill Companies Inc., New York, 2013, s. 6

fikri kabul görmeye başlamıştır. Bu yeni kabul, iç girişimcilik kavramını gündeme getirmiştir.⁹⁶

Bu çalışmada dikkate alınacak girişimci tanımı ise şu şekildedir: *"Bir mal veya hizmet üretmek, pazarlamak için kendine ait ya da başka kişi ve kurumlardan sağladığı sermaye ile üretim faktörlerini bir araya getiren, bu faaliyeti yaparken ortaya çıkabilecek kâr veya zarar etme riskini göze alan, ait olduğu topluma ve insanlığa katkıda bulunma coşkusuyla dolu kişi."*⁹⁷

Girişimci ve aşağıda ayrıntılı olarak anlatılacak olan girişimcilik kavramı birçok açıdan gerek literatüre gerekse piyasaya ciddi katkılar yapmaktadır. Örneğin girişimci, yenilikler ile değer meydana getirirken (daha önce kullanılmamış olan yeni bir ürünü, yöntemi ya da teknolojiyi uygulayarak) mevcut piyasa yapısını bozmakta ve yeniden düzenlenmesine (re-organizasyon) neden olmaktadır.⁹⁸ Yine girişimci kavramı, üretim faktörleri iş gücü (emek), sermaye ve doğal kaynaklarla birlikte dördüncü faktör olarak literatüre geçmiştir.⁹⁹

Girişimciler, savaşların cephelerden iş dünyasına kaydığı günümüz dünyasında, uluslararası rekabetin ve zenginliğin en önemli kaynağı olarak ortaya görülmektedir.¹⁰⁰

2.2. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Girişimcilik, Türk Dili Kurumu'nun İktisat Terimler Sözlüğüne (2004) göre, *"girişimci olma durumu, emek sermaye ve doğayı bir araya getirerek üretim sürecinin bir üretim faktörü olarak tasarlanması, örgütlenmesi ve onun tüm risklerinin*

⁹⁶ Robert H. Brockhaus, Pamela S. Horwitz, *The Art and The Science of Entrepreneurship*, Ballinger Publishing Company, Massachusetts, 1986, s. 26

⁹⁷ Ömer Dinçer ve Yahya Fidan, *İşletme Yönetimine Giriş*, Alfa Yayınları, İstanbul, 2015, s. 32

⁹⁸ B. A. Kirchoff, 1991, s. 104; Karl H. Vesper, " Entrepreneurship, A Fast Emerging Area In Management Studies", *Journal Of Small Business Management*, Cilt: 12, Sayı: 4, 1974, s. 8

⁹⁹ H. Westlund ve M. Gawell, " Building Social Capital For Social Entrepreneurship", *Annals Of Public & Cooperative Economics*, Cilt: 83, Sayı: 1, 2012, s. 103-108

¹⁰⁰ Yahya Fidan, Süha Çiftçi, " Farklı Fakültelerdeki İşletme Öğrencilerinin Girişimciliğe Bakışları", *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 4, 2010, s. 72

üstlenilmesidir". Sözcük olarak ise girişimcilik, "müteşebbislik (girişimci: müteşebbis)" olarak belirtilmektedir. Fakat günümüzde girişimcilik sözcüğü daha yaygın olarak kullanılmaktadır.¹⁰¹

Girişimcilik neredeyse insanlık tarihi kadar eski bir kavramdır. İnsanların topluluk olarak yaşamaya başladığı zamandan bu yana girişimcilik çeşitli şekillerde var olagelmıştır. İlk dönemde tacirler uzun mesafeli ticaretlerinde risk alan kişiler olarak ilk girişimciler olmuşlardır. Sonraki dönemlerde, tarım toplumunda toprağa, sanayi toplumunda sermayeye bağlı olarak yapılan girişimcilik, bilgi toplumunda ise bilgi üretimine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Türk ve Anadolu tarihinde ise kökü Selçuklulara kadar dayandırılan "Ahilik" teşkilatları ve kültürü, günümüzde girişimcilik kültürü açısından önemli bilgi ve yöntemler içermektedir.¹⁰²

Liberalizmde ve ekonomik bir sistem olan kapitalizmde, düşünce ve inanç özgürlüğünden sonra üçüncü bir özgürlük çeşidi girişimcilik özgürlüğü olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde ekonomik anlamda tekel sistem olarak karşımıza çıkan kapitalizmin girişimciliğe bakış açısı, bu kavramı daha da önemli hale getirmektedir.¹⁰³

Girişimciliğin kavramsal olarak kapsayıcı özelliği, çeşitliliği ve girişimcide bulunan farklı özellikleri sebebi ile günümüzde genel kabul görmüş, evrensel ve tam olarak neye karşılık geldiği noktasında bir tanımı bulunmamaktadır.¹⁰⁴ Bu sebeple bazı araştırmacılar girişimcilik kavramının problemliliğini belirtmektedir.¹⁰⁵ Gartner'a göre bu problemin asıl kaynağı girişimciliğin sadece iş yeri açma olarak tanımlanması ve bu şekilde değerlendirilmesidir.¹⁰⁶

¹⁰¹ Y. Ürper, vd., 2012, s. 4

¹⁰² Y. Fidan, 2002, s. 1, 17

¹⁰³ Y. Ürper, vd., 2012, s. 4

¹⁰⁴ W. D. Bygrave ve C. W. Hofer, 1991, s. 13; W. B. Gartner, "Who is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1989, s. 31; Robert W. Hornaday, "Thinking About Entrepreneurship: A Fuzzy Set Approach", *Journal of Small Business Management*, Cilt: 30, Sayı: 4, 1992, s. 12

¹⁰⁵ L. W. Busenitz, G. P. West, D. Shepherd, T. Nelson, G.N. Chandler, A. Zacharakis, "Entrepreneurship Research in Emergence: Past Trends and Future Directions", *Journal of Management*, Cilt: 29, Sayı: 3, 2003, s. 286

¹⁰⁶ W. B. Gartner, 1989, s. 57

Modern girişimcilik kavramının kurucusu olarak tanımlanan Schumpeter (1978), girişimciliğin ekonomik kalkınmanın temeli olduğunu belirtmekte ve girişimciliği yeni bileşenleri bir araya getirme olarak tanımlamaktadır.¹⁰⁷

Bir başka tanımda ise girişimcilik, pazardaki fırsatları risklerini de göz önüne alarak fark etmek ve bu fırsatları ticari bir amaçla (kâr odaklı) başlatmak ve devam ettirmek olarak belirtilmektedir.¹⁰⁸ Benzer bir tanıma göre ise girişimcilik, pazardaki niş noktaları fark etmek, bu noktadaki fırsatları görmek ve uygun projelerle değerlendirmektir.¹⁰⁹ Daha genel ve kapsayıcı bir tanıma göre de girişimcilik, sorun/ihtiyaç ve fırsatları görmek, fırsatlardan faydalanmak ya da sorun ve ihtiyaçlara çözüm üretmek amacıyla ürün/hizmet ya da toplumsal fayda üretmek, bu üretim sırasında da gerekli riskleri üstlenmek, yenilik yapmak ve üretim faktörlerini bir araya getirmektir.¹¹⁰

Tanımlamalar farklı olsa da girişimcilik kavramını açıklarken tüm disiplin ve kültürlerde ortak bir nokta olan ve değinilmesi gereken bir başka kavram da "girişimcilik coşkusu" kavramıdır. Çeşitli literatürlerde mit, kültür, ruh gibi sözcüklerle ifade edilen; bireydeki bir şeyler yapma, başarma, üretimde bulunma, topluma ve dünyaya hizmet sunma isteği/duygusu bireyin coşkusundan kaynaklanmaktadır. Bu duygu ve isteğin ekonomik hayata yansımaları "girişimcilik coşkusu" olarak ifade edilmektedir.¹¹¹

Girişimcilik hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde teşvik edilmekte, girişimcilere farklı boyutlarda destekler sağlanmaktadır. Girişimcilik tarihin her döneminde ekonominin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Bu katkı, özellikle son yüzyılda artan rekabet de göz önüne alındığında daha önemli bir konuma ulaşmıştır. Toplumun refahı, istihdam imkanlarının gelişmesi ve ekonomik büyüme için girişimcilik günümüzde vazgeçilmez bir değer olarak görülmektedir.¹¹² Örneğin

¹⁰⁷ J. A. Schumpeter, 1978, s. 74

¹⁰⁸ Mehmet Gökerik, *Şehir Markalaşmasının Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Uşak İli Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya, 2013, s. 34

¹⁰⁹ M. Avşar, *Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana, 2007, s. 4; Mahmut Tekin, *Girişimcilik, Günay Ofset Matbaacılık*, Konya, 2005, s. 2

¹¹⁰ Y. Ürper, vd., 2012, s. 5

¹¹¹ Y. Fidan, 2002, s. 12

¹¹² S. Döm, *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2006, s. 30-31

Chakravorti'nin 2010 yılında paylaştığı bilgilere göre Dow Jones Sanayi Endeksi'nde yer alan 30 firmadan 18'i ekonomik gerileme döneminde kurulmuştur. Yine Kauffman Girişimcilik Endeksi yeni iş kurma oranının 2009'daki durgun ekonomiye rağmen son 14 yılın en yükseği olduğu görülmektedir.¹¹³

Yapılan ampirik çalışmalar göstermektedir ki ABD ve Avrupa'nın güçlü ekonomilerinde olduğu gibi gelişmekte olan ülkelerde de girişimcilik, ülke ekonomilerinin kalkınmasında çok önemli rol oynamaktadır.¹¹⁴ Bu gerçeği gören ülkeler girişimciliğe önem göstermekte, çeşitli politikalarla girişimcileri ve girişimciliği desteklemekte ve ülkelerindeki girişimci oranını arttırmak için her türlü imkanı sunmaktadır.

Girişimcilik kavram olarak işletme ve yönetim bilimi ile yakından ilgilidir. Yönetim bilimci Peter Drucker'ın da dediği gibi girişimcilik yönetim uygulamalarını da kapsamaktadır.¹¹⁵ Girişimcilik, çevredeki fırsatları ve bu fırsatlardan faydalanmak için gerekli olan kaynakları bir araya getirme sürecidir.¹¹⁶ Bu kapsamda girişimcilik sürecinde üç temel unsurdan bahsedilmektedir: Fırsat, kaynak ve organizasyon.¹¹⁷

2.2.1. Fırsat

Girişimin başlayabilmesi için girişimcinin fırsatları görmesi ve bu fırsatlardan doğru ürün ya da hizmetlerle yararlanması gerekmektedir.¹¹⁸ Bu anlamda fırsatları görmek ve tanımlamak girişimcilik sürecinin ilk adımı olarak görülmektedir.

¹¹³ Bhaskar Chakravorti, "Finding Competitive Advantage In Adversity", *Harvard Business Review*, Cilt: 88, Sayı: 11, 2010

¹¹⁴ C. Benzing, H. M. Chu, O. Kara, "Entrepreneurs In Turkey: A Factor Analysis Of Motivations, Success Factors and Problems", *Journal of Small Business Management*, Cilt: 47, Sayı: 1, 2009

¹¹⁵ Peter Drucker, *Innovation and Entrepreneurship*, Harper & Row Publishers Inc., New York, 1993, s. 155

¹¹⁶ R. Douhan ve M. Henrekson, " Entrepreneurship and Second-best Institutions: Going Beyond Baumol's Typology", *Journal Of Evolutionary Economics*, Cilt: 20, Sayı: 4, 2010, s. 632-640

¹¹⁷ N. Karabey ve D. Bingöl, "Girişimciliğin Başlangıcı Olarak Fırsat Tanımlama", *Yönetim Dergisi*, Cilt: 21, Sayı: 67, 2010, s. 12

¹¹⁸ T. Takalo ve O. Toivanen, " Entrepreneurship, Financiership, and Selection", *Scandinavian Journal Of Economics*, Cilt: 114, Sayı: 2, 2012, s. 603-613

2.2.2. Kaynak

Fırsatların farkında olan ve bu fırsatlardan faydalanmak üzere fikir üreten girişimci, bu fikirleri uygulayabilmek için ihtiyacı olan kaynakları belirlemesi ve temin etmesi gerekmektedir. Bu kaynaklar; iş gücü, finans, üretim yöntem ve ekipmanları, sermaye ve diğer benzeri unsurlardır.¹¹⁹

2.2.3. Organizasyon

Fırsatları gören, fikirler üreten ve gerekli kaynaklarını temin eden girişimci, organizasyon sürecinde fikrini uygulamaya koymakta, koordine ve kontrol etmektedir. Böylece girişimci, amaçlara doğru yol almaya başlamaktadır.¹²⁰

2.3. GİRİŞİMCİLİK YAKLAŞIMLARI

Yukarıdaki bölümlerde de bahsedildiği gibi girişimcilik alanında yapılan çok sayıda yayına rağmen girişimcilik ve girişimci kavramı üzerine genel kabul görmüş net bir tanım bulunmamaktadır (Bull ve Willard, 1995: 1; Gartner, 2001: 28).¹²¹ Bu durum farklı yaklaşımların doğmasına neden olmuştur. Her araştırmacı kendi alanı ve bilgi birikimi doğrultusunda farklı modeller geliştirmekte, yeni yaklaşımlar ortaya koymaktadır. Fakat bu çalışma kapsamında yaygın olarak kullanılan dört model tanımlanacaktır; kişilik özellikleri yaklaşımı, bilişsel yaklaşım, girişimsel niyet yaklaşımı ve sosyal ilişki ağları yaklaşımı.

¹¹⁹ A. İrmiş, İ. Durak, L. Özdemir, *Girişimcilik Kültürü*, Ekin Basın Yayın Dağıtım, 2010, s. 16

¹²⁰ a.g.e., s. 16

¹²¹ Ivan Bull ve Gary Willard, *Towards A Theory of Entrepreneurship, Entrepreneurship Perspectives On Theory Building*, Elsevier Science Ltd., England, 1995, s. 1; William B. Gartner, " Is There an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 25, Sayı: 4, 2001, s. 28

2.3.1. Kişilik Özellikleri Yaklaşımı

Girişimcilik araştırmalarındaki temel nokta, girişimcilerin girişimci olmayan bireylerden farklılıklarını göstermektir.¹²² Bu farklılığı göstermek için çalışmalar genellikle girişimcinin kişiliğine odaklanmaktadır.¹²³ Birey odaklı olan kişilik özellikleri yaklaşımı bu temel anlayışa dayanmaktadır.¹²⁴

Kişilik özellikleri yaklaşımına göre işletme kuran ve başarılı olan girişimciler bazı ortak özelliklere sahiptir ve bu özellikler ile girişimsel davranış arasında olumlu bir ilişki vardır.¹²⁵

Isenberg girişimci özelliklerini tanımlarken, girişimcide bulunması gereken üç özellikten bahsetmektedir. Bu özellikler: Fırsatları tespit etme, kaynak elde etme ve anlaşma yapma (müzakere) becerisidir.¹²⁶

Girişimcilerin çok farklı kişilik özelliklerine sahip olması, bu özelliklerinin çoğu zaman girişimci olmayanlarda da bulunması sebebi ile kişilik özellikleri yaklaşımı son dönemde daha az kabul görse de girişimcilik konusunda yapılmış en kapsamlı çalışmaları içermektedir.

Kişilik özellikleri yaklaşımını benimseyen araştırmacılara göre girişimciler ve girişimci olmayan kişiler, farklı kişilik özelliklerine sahiptirler ancak bu özelliklerin sayısı oldukça fazladır.¹²⁷ Bu kişilik özelliklerinden en çok ön plana çıkarılan üç özellik olan; başarı ihtiyacı, kontrol odaklılık ve risk alma eğilimi kısaca incelenecektir.¹²⁸

¹²² William B. Gartner, " A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation", *Academy of Management Review*, Cilt: 10, Sayı: 4, 1989, s. 696

¹²³ Douglas W. Naffziger, Jeffrey S. Hornsby, Donald F. Kuratko, " A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Cilt: 18, Sayı: 3, 1994, s. 29

¹²⁴ William R. Sandberg, " Strategic Management's Potential Contributions To A Theory Of Entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 16, Sayı: 3, 1992, s. 79

¹²⁵ James F. Decarlo ve Paul R. Lyons, " Toward A Contingency Theory Of Entrepreneurship", *Journal Of Small Business Management*, Cilt: 18, Sayı: 3, 1980, s. 38; Leland H. Jenks, "Approachs to Entrepreneurial Personality", *Explorations in Entrepreneurial History*, Cilt: 2, Sayı: 2, 1950, s. 92

¹²⁶ Daniel J. Isenberg, " The Global Entrepreneur", *Harvard Business Review*, Cilt: 86, Sayı: 12, 2008

¹²⁷ Barton J. Cunningham ve Joe Lischeron, "Defining Entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, Cilt: 29, Sayı: 1, 1991, s. 48; Howard Aldrich ve Catherine Zimmer, " Entrepreneurship Through Social Networks", *The Art and The Science of Entrepreneurship*, 1986, s. 4; James Donald Powell ve Charles F. Bimmerle, " A Model Of Entrepreneurship: Moving Toward Precision And Complexity", *Journal Of Small Business Management*, Cilt: 18, Sayı: 1, 1980, s. 34

¹²⁸ R. H. Brockhaus ve P. S. Hortwitz, 1986, s. 27; Cecil A. L. Pearson ve Samir R. Chatterjee, "Differences And Similarities Of Entrepreneurial Characteristics in A Diverse Social Setting- Evidence From Australian And Singaporean Managers", *Journal Of Entreprising Culture*, Cilt: 9, Sayı:

2.3.1.1. Başarı İhtiyacı

McClelland (1961)'a göre başarı ihtiyacı meslek ve yapılan iş fark etmeksizin, bireyleri daha fazla performans göstermeye yönelten bir kişilik özelliği olarak tanımlanmaktadır.¹²⁹ McClelland, başarı ihtiyacını tanımlarken Murray'den etkilenmiştir. Murray, başarı güdüsü olarak adlandırdığı kavramı; işleri mümkün olduğunca hızlı, iyi ve bağımsız olarak gerçekleştirme, engeller aşma, başkaları ile rekabet etme ve kendi kendini aşma eğilimi, şeklinde nitelendirmektedir.¹³⁰

Başarı ihtiyacının ilk anda oluşturduğu algı iktisadi kârlılık olsa da gerçekte başarı odaklı bireyler başarının kendisine odaklanmaktadır. İktisadi kârlılığa, başarı ihtiyacı düşük olan bireyler yönelmektedir. Başarı ihtiyacı yüksek olan bireyler ikramiye, ödül, terfi gibi başarı ölçütü olan unsurlarla ilgilenmektedirler.¹³¹

McClelland'a göre başarı ihtiyacı yüksek olan bireyler girişimcilikle diğer bireylere göre daha fazla ilgilenmektedirler.¹³² Başarılı olan girişimcileri incelediğimizde bu özelliğin hemen hepsinde göze çarptığı görülmektedir.

2.3.1.2. Kontrol Odaklılık

Kontrol odaklılık literatürde iç ve dış kontrol odağı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.¹³³ Dış kontrol odaklı bireyler hayatlarındaki olayları kendilerinin kontrol edemediği güçlere bağlı olduğuna inanmakta (şans, diğer bireyler ya da kurumlar vb.) ve kendileri pasif bireyler olarak görmektedirler. Bu nedenle kendi hayatlarını kontrol altına almanın çok zor olduğuna inanmaktadırlar. İç kontrol odaklı bireyler ise; hayatlarını kontrol edebileceklerine inanmakta kendileri aktif bireyler

3, 2011, s. 277; Christian Korunka, Hermann Frank, Manfred Lueger, Josef Mugler, "The Entrepreneurial Personality in the Context of Resources, Environment and the Startup Process - A Configurational Approach", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Cilt: 28, Sayı: 1, 2003, s. 24

¹²⁹ David C. McClelland, *The Achieving Society*, D. Van Nostrand Company, ABD, 1961, s. 57

¹³⁰ Stephan Fineman, "The Achievement Motive Construct and its Measurement: Where are we now?", *British Journal of Psychology*, Cilt: 68, Sayı: 1, 1977, s. 1

¹³¹ David C. McClelland, "Achievement Motivation Can Be Developed", *Harvard Business Review*, Cilt: 43, Sayı: 6, 1965, s. 7

¹³² David C. McClelland, "Business Drive and National Achievement", *Harvard Business Review*, Cilt: 40, Sayı: 4, 1962, s. 104

¹³³ Herbert W. Marsh ve Garry E. Richards, "The Multidimensionality of the Rotter I-E Scale its Higher-Order Structure: An Application of Confirmatory Factor Analysis", *Multivariate Behavioral Research*, Cilt: 22, Sayı: 1, 1987, s. 39

olarak görmektedirler. Bu anlamda kendilerine güvenen bireyler iç kontrol odaklı bireyler olarak tanımlanmaktadır.¹³⁴ Bir başka açıdan bakıldığında, iç kontrol odaklı bireyler bağımsız iken; dış kontrol odaklı bireyler başkalarına bağımlı bireyler olarak görülmektedir.¹³⁵

Wasserman birçok girişimcinin gelecekte beklenen konusundaki kendilerine aşırı güvendiklerini ve karşılaşacakları muhtemel sıkıntılar hakkında rahat olduklarını belirtmektedir. 1988 yılında Purdue Üniversitesi'nde 300 girişimci ile yapılan bir çalışmada, girişimciler başarılı olma şanslarını ortalama yüzde 81 olarak görmektedirler.¹³⁶ Bu çalışma, iç kontrol odaklı bireyler olan girişimcilerin kendilerine olan yüksek güveni göstermektedir.

Bu tanımlamalarla birlikte girişimcilerin iç kontrol odaklı bireylerden oluştuğu, başka bir ifade ile iç kontrol odaklı bireylerin girişimsel faaliyetlere eğilimlerinin olduğu ifade edilmektedir.¹³⁷

2.3.1.3. Risk Alma Eğilimi

Risk, belirsizlik koşullarının bulunduğu, alınacak kararların sonucunda kazanç ya da kayıpların olabileceği ve bu sonuçların tam öngörülemediği durumlar şeklinde tanımlanmaktadır.¹³⁸ İktisatçılar (Cantillon, Say, Marshall) risk alma eğilimini girişimcilerin temel özelliklerinden biri olarak tanımlamışlardır.¹³⁹ Yine Palmer (1971), riskli ortamlarda karar almanın girişimciliğin ayrılmaz unsurlarından biri

¹³⁴ H. W. Marsh ve G. E. Richards, 1987, s. 39-40; Christophe Boone, Bert De Brabander, Arjen Witteloostuijn, "CEO Locus of Control and Small Firm Performance: An Integrative Framework and Empirical Test", *Journal of Management Studies*, Cilt: 33, Sayı: 5, 1996, s. 668; Miron Zuckerman ve Katlian C. Gerbasi, "Belief in Internal Control or Belief in a Just World: The Use and Missue of the I-E Scale in Prediction of Attitudes and Behavior", *Journal of Psychology*, Cilt: 45, Sayı: 3, 1997, s. 356

¹³⁵ Martin L. Krovetz, "Explaining Success or Failure as a Function of one's Locus of Control", *Journal of Personality*, Cilt: 42, Sayı: 2, 1974, s. 175

¹³⁶ Noam Wasserman, "The Founder's Dilemma", *Harvard Business Review*, Cilt: 86, Sayı: 2, 2008

¹³⁷ Stanley Cromie, "Assessing Entrepreneurial Inclinations: Some Approaches and Empirical Evidence", *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Cilt: 9, Sayı: 1, 2000, s. 18; Hannu Littunen, "Entrepreneurship and The Characteristics Of The Entrepreneurial Personality", *International Journal Of Entrepreneurial Behavior and Research*, Cilt: 6, Sayı: 6, 2000, s. 296; Hannu Littunen ve Esa Storhammar, "The Indicators Of Locus Of Control in The Small Business Context", *Journal Of Entreprising Culture*, Cilt: 8, Sayı: 4, 2000, s. 344

¹³⁸ Justin G. Lengenecker ve John E. Schoen, "The Essence Of Entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, Cilt: 13, Sayı: 3, 1975, s. 28

¹³⁹ Ramazan Uygun, *Girişimcilik Teori ve Uygulamaları*, Ekin Yayın Evi, Bursa, 2016, s. 40

olarak ifade etmektedir.¹⁴⁰ McClelland ise başarı ihtiyacı yüksek bireylerin hesaplı riskleri üstlenmekte diğer bireylere göre daha istekli olduğunu belirtmektedir.¹⁴¹

Girişimci bireyler iç kontrol odaklıdır. Yani kendi kabiliyet ve yeteneklerine güvenleri o kadar yüksektir ki onlara göre başarısızlık çok düşük bir ihtimaldir. Bu sebeple girişimcilerin algıladıkları risk seviyesi, girişimci olmayan bireylerin algıladıkları risk seviyesinden daha düşük olmaktadır.¹⁴²

Harvard Business Review'de yayınlanan bir makale de ise girişimcilerin büyük risk almadıkları, riskleri doğru yönettikleri üzerine değinilmektedir ki son dönemdeki yeni yaklaşım da bu şekildedir. Girişimciler riski yönetmeyi öğrendikçe, risk-ödül eğrisini kendi lehlerine çevirmeyi başarmakta ve girişimlerinde yaşadıkları zorlukları aşmaktadırlar.¹⁴³ Girişimci nitelikleri incelendiğinde göze çarpan en önemli kişilik özelliği de risk alma olduğu görülmektedir. Hemen her girişim, risk alma ve fırsatları değerlendirme çerçevesinde gelişmektedir.

2.3.1.4. Diğer Özellikler

Yukarıda tanımlanan temel özelliklerin yanında literatürde girişimcilere ithaf edilen özellik sayısı o kadar fazladır ki, bu durum girişimcileri diğer bireylerden ayırt etmeyi zorlaştırmaktadır. Bununla birlikte literatürde geçen diğer girişimcilik özelliklerinin bazıları şöyledir: Belirsizliğe ve başarıya karşı tolerans, katılım, kararlılık, dayanıklılık, fırsat ve amaç odaklılık, inisiyatif ve sorumluluk alma, ısrarlı ve azimli bir biçimde problemlerin çözümüyle uğraşma, geribildirim ihtiyacı, yüksek enerji düzeyi, ölçü olarak para, dürüstlük ve güvenilirlik, özgüven, iyimserlik, kaynak kullanımı ve bağımsızlık.¹⁴⁴ Kanaatimizce girişimcilerin her biri bu özelliklerin tamamına sahip olmayabilirler. Ancak, belirli bazı özellikleri, diğer insanlardan çok yüksek düzeyde uyguladıkları ve bu uygulama başarıları ile toplumun diğer kesiminden ayrıldıkları bir gerçektir.

¹⁴⁰ Donald L. Sexton ve Nancy Bowman, "Determining Entrepreneurial Potential of Students", *Academy of Management Proceedings*, 1983, s. 408

¹⁴¹ D. McClelland, 1961, s. 226

¹⁴² R. H. Brockhaus ve P. S. Hortwitz, 1986, s. 29

¹⁴³ Clark G. Gilbert ve Matthew J. Eyring, "Beating The Odds When You Launch A New Venture", *Harvard Business Review*, Cilt: 88, Sayı: 5, 2010

¹⁴⁴ R. Uygun, 2016, s. 41-44

2.3.2. Bilişsel Yaklaşım

Bilişsel yaklaşım, düşünülen, söylenen, fiiliyata dökülen her faaliyetin bireyin zihinsel süreçlerinden etkilendiğini öngörmektedir.¹⁴⁵ Bu yaklaşım girişimciliğe entegre edildiğinde; girişimci, işletme kurmak için gerekli olan kaynak ve ürün/hizmetleri keşfeden, birbirinden bağımsız olan unsurları bir araya getiren ve bunu yaparken zihinsel süreçleri uygun şekilde kullanan bireyler olarak tanımlanmaktadır.¹⁴⁶

2.3.3. Girişimsel Niyet Yaklaşımı

Niyet, bir amacı gerçekleştirmek için gerekli olan unsurlara dikkat ve davranışı yönlendiren zihinsel bir süreç olarak tanımlanmaktadır.¹⁴⁷ Bu kapsamda niyet, yeni bir girişimin başlangıcında önemli rol oynamakta ve hayati öneme arz etmektedir.¹⁴⁸ Girişimsel niyet hakkında yapılan bilimsel çalışmalar, bireylerin yapabilirlik, isteklilik ve toplumsal destek algılarının girişimsel niyeti belirleyen unsurlar olarak ortaya koymaktadır.¹⁴⁹

2.3.4. Sosyal İlişki Ağları Yaklaşımı

Sosyal ilişki ağları yaklaşımı, girişimcilerin ihtiyacı olan kaynaklara ulaşmasının kolaylaştırılması üzerine inşa edilmektedir.¹⁵⁰ Yani girişimciler, müşteri, piyasa, tedarikçiler, finans kaynakları ve diğer unsurlarla ne kadar iyi etkileşim için de

¹⁴⁵ Robert A. Baron, "The Cognitive Perspective: A Valuable Tool For Answering Entrepreneurship's Basic Why Question", *Journal of Business Venturing*, 2004, s. 221

¹⁴⁶ Ronald K. Mitchell, Lowell Busenitz, Theresa Lant, Patricia P. McDougall, Eric A. Morse, Brock J. Smith, "Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 27, Sayı: 2, 2002, s. 97

¹⁴⁷ Barbara Bird ve Mariann Jelinek, "The Operation of Entrepreneurial Intentions", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 13, Sayı: 2, 1998, s. 22

¹⁴⁸ Barbara Bird, "The Operation Intentions In Time: The Emergence Of The New Venture", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 17, Sayı: 1, 1992, s. 11; Norris F. Krueger, "The Cognitive Infrastructure of Opportunity Emergence", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 24, Sayı: 3, 2000, s. 6

¹⁴⁹ Christopher L. Shook, Richard L. Priem, Jeffery E. Mcgee, "Venture Creation and The Enterprising Individual: A Review And Synthesis", *Journal Of Management*, Cilt: 26, Sayı: 3, 2003, s. 386

¹⁵⁰ Jan Inge Jenssen ve Harold F. Koenning, "The Effect of Social Networks on Resource Allocation and Business Start-ups", *European Planning Studies*, Cilt: 10, Sayı: 8, 2002, s. 1040

olurlarsa o derece başarılı olacaklardır. Girişimcilerin sosyal ilişki ağı, onun potansiyel zenginliğini etkileyen bir olgu olarak görülmektedir.¹⁵¹ Bu kapsamda sosyal ilişki ağları girişimcilik alanında ciddi bir etkiye sahip olduğu belirtilmektedir.¹⁵²

Girişimcilik konusunda yapılan çalışmalar incelendiğinde buradaki yaklaşımlardan farklı yaklaşımların da olduğu görülmektedir. Her yaklaşım girişimciliğe farklı bir açıdan yaklaşırsa da temelde girişimciliğin fırsatları görme ve değerlendirme, yönetilebilir riskler alma ve yenilik yapabilme konularında ortak değerlendirmelere sahip olduğu söylenebilir.

2.4. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Gelişen teknoloji, yeni üretim türleri, değişen toplum ve müşteri yapısı ile piyasalar sürekli güncellenmekte ve farklılaşmaktadır. Bu durum yeni uygulama ve kavramları da beraberinde getirmektedir. İşte bu yenilenmeden etkilenen girişimcilik disiplini de farklı araştırmacılar tarafından farklı türlere ayrılmaktadır. Bu türlerden belli başlı olanlara aşağıda değinilecektir.

2.4.1. Sosyal Girişimcilik

Girişimcilik ekonomik alanda olduğu gibi sosyal alanlarda da varlığını kabul ettirmiş bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal alanlardaki girişimcilik ekonomik alanlardaki girişimciliği tamamlayan bir nitelik göstermektedir. Girişimciliğin bir türü olarak oldukça yeni bir kavram olan sosyal girişimcilik, kâr elde etmekten ziyade sosyal fayda oluşturma, sosyal bir soruna çözüm üretme olarak tanımlanmaktadır.¹⁵³

Girişimciler, çözüm üretme ve ekonomik büyümeyi sürdürme (ihtiyaç sahibi bölgelere sermaye aktarmak, yerel büyümeleri desteklemek, altyapı inşası) ile birlikte dünya üzerindeki milyonlarca insana yardımcı olmada çok önemli görevler üstlenebilir

¹⁵¹ Eric L. Hansen ve Max S. Wortman, "Entrepreneurial Networks: The Organization in Vitro", *Academy of Management Proceedings*, 1989, s. 70

¹⁵² J. I. Jenssen ve H. F. Koenning, 2002, s. 1039

¹⁵³ Y. Ürper, vd., 2012, s. 11-12

ve üstlenmektedirler.¹⁵⁴ Küreselleşme ile değişen dünya ve ekonomik düzen ile birlikte ekonomik amaçların yanında sosyal amaçları da kendine hedef olarak seçen girişimcilerin sayısında ciddi bir artış olmuştur.¹⁵⁵ Sosyal girişimciliğin ilk tanımlarından birini Theobald yapmıştır. Ona göre sosyal girişimcilik; "birey, grup ve şirketlere yeni fikirler getirme becerisine ve risk alma isteğine sahip değişim araçlarıdır".¹⁵⁶ Fowler ise sosyal girişimcilik için, sosyal fayda amacı taşıyan ekonomik yapı ve ilişkilerin oluşturmasıdır. Yani sosyal girişimcilik topluma yararlı olma amacı güden, toplumsal sorunlara çözüm üreten ve sosyal sorumluluk faaliyetlerini kapsayan bir girişimcilik türüdür.¹⁵⁷

2.4.2. İç Girişimcilik

Schumpeter'in girişimciliği mülkiyet kavramından ayırması ile doğan iç girişimcilik (intrapreneurship) anlayışı, Giffort Pinchot tarafından "*örgüt içi girişimcilik faaliyeti*" olarak tanımlanmaktadır.¹⁵⁸ İç girişimciler, bireyin bulunduğu örgüt içerisinde fırsatları gören, bunları örgütün lehine faaliyete dönüştüren, yenilikçi bireylerdir.¹⁵⁹ İç girişimciliği, faaliyette olan örgüt içinde geliştirilen yeni ürün/hizmet ve yöntemler şeklinde de tanımlanmıştır.¹⁶⁰ Başka bir tanımda ise kurulmuş ve faaliyetlerine devam eden işletmelerin ürün, yöntem, pazarlama, satın alma, üretim ya da herhangi bir faaliyet alanındaki yeniliklerin iç girişimcilik olduğu belirtilmektedir.¹⁶¹

¹⁵⁴ James D. Thompson ve Ian C. MacMillan, "Making Social Ventures Work", *Harvard Business Review*, Cilt: 88, Sayı: 9, 2010

¹⁵⁵ William B. Bygrave ve Andrew Zacharakis, *Entrepreneurship*, John Wiley & Sons Inc., ABD, 2014, s. 536

¹⁵⁶ Burcu Güler, "Yoksullukla Mücadele Sosyal Girişimcilik", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 3, 2011, s. 82

¹⁵⁷ S. Besler, *Sosyal Girişimcilik*, Beta Yayınları, İstanbul, 2010, s. 7

¹⁵⁸ M. Büte, "Örgütsel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri", *EKEV Akademi Dergisi*, Sayı: 37, 2008, s. 43

¹⁵⁹ Ebru Aykan, *Girişimcilik ve Girişimcilerin Liderlik Davranışları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 2008, s. 8

¹⁶⁰ Y. Odabaşı (Ed.), *Girişimcilik*, AÖF Yayınları, Eskişehir, 2008, s. 65

¹⁶¹ Y. Ürper, vd., 2012, s. 9

Gelişen ve ilerleyen teknolojiler ile ürün portföylerinin eskimesi işletmeler için iç girişimciliği daha da önemli hale getirmektedir. İşletmeler bu konuların üstesinden gelebilmek için yenilikçi fikirler üretmeli ve bu üretimi sürekli hale getirmelidirler.¹⁶²

Rekabetin yoğunlaştığı ve rakiplerin hızlı bir şekilde arttığı piyasa şartlarında iç girişimciliğin önemi de artmaktadır. İç girişimcilik, yetersiz kalan eski yöntemlerin yerini yeni ve teknolojik sistemlere bırakmasında yapıcı bir rol üstlenmektedir.¹⁶³

İç girişimciliğin, genel girişimcilikle benzer yönleri olmasına rağmen, aşağıda sıralandığı üzere bazı farklılıkları da bulunmaktadır.¹⁶⁴

- İç girişimci fon sağlama (bütçe) konusunda genel girişimciye göre daha rahattır.
- İkisi de risk alır ancak iç girişimcinin riski, kariyeri ve istihdam ile ilgilidir. Genel girişimcinin riski ise tüm işletmeyi ve kendi geleceğini ilgilendirir.
- İç girişimci şirketteki engellerle karşılaşır ve üstesinden gelmeye çalışır. Genel girişimci ise pazardaki engellerle uğraşır.
- İç girişimci güçlendirmek, genel girişimci ise geliştirmek için çalışır.

2.4.3. Yeni Girişimcilik

Yeni girişimcilik, yeni ve eski tüm sorunlara yenilikçi ürünler/hizmetler ile çözüm üreten yenilikçi bir anlayışa sahip olan girişimcilik türü olarak tanımlanmaktadır. Yeni girişimcilik yenişim (inovasyon) odaklı, finansman ve erişim çözüm ve hedefleri küresel olan, teknolojik ve evrensel pazarlama yöntem ve becerilerine dayanan bir girişimcilik türüdür.¹⁶⁵

¹⁶² Harvard Business Review, *Başarılı Girişimcilik*, MESS Yayınları, İstanbul, 2011, s. 159

¹⁶³ Meltem Onay, "İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Etkileyen Faktörler: İç Girişimcilik", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Cilt: 17, Sayı: 1, 2010, s. 51

¹⁶⁴ Y. Odabaşı (Ed.), 2005, s. 66-67; Y. Ürper, vd., 2012, s. 9

¹⁶⁵ A. Kırım, *Yeni Girişimcilik*, Capital Dergisi, 2010, s. 16

Hem kavram hem de yöntem olarak yeni denilebilecek olan yeni girişimcilik, ülkelerin ekonomik kalkınma ve büyümeleri için önemli bir sistem olarak görülmektedir.¹⁶⁶

2.5. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ

Yukarıdaki bölümlerde girişimcilik, girişimci, girişimci özellikleri ve girişimcilik türleri açıklanmıştır. Bu bölümde ise girişimcilik eğilimi kavramı üzerinde durulmaktadır.

Türk Dil Kurumu'na göre eğilim; *"bir nesneye, bir varlığa karşı duyulan duyguların belirlediği tutum; duyguların etkisiyle belli bir ereğe girişme isteği (bilim ve sanat terimleri sözlüğü); bireyin belli bir görüş, kanı, tutum ve davranışa olan yatkınlığı; yetenek ve beceri kazandıran bir ilgi alanına olan yakınlığı (yöntembilim terimleri sözlüğü)"* olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda girişimcilik eğilimi; bireyin organizasyona (işletmeye) karşı duyduğu yakınlık ve kendini istihdama yönlendirme durumu olarak tanımlanabilir.¹⁶⁷

Girişimcilik eğilimi, girişimcilik davranışının önemli bir parçası ve ilk adımdır. Bu kavram, diğer girişimcilik davranışları olan bağımsızlık, yenilik yapma, risk alma gibi temel bir özellik ve bütünü tamamlayan bir süreç olarak görülmektedir.¹⁶⁸

Girişimcilik eğilimi girişimcilik yapabilme yeteneğinin bir unsuru olarak kabul edilmektedir.¹⁶⁹ Yapılan bazı çalışmalar yetenek olarak girişimcilik eğiliminin doğuştan geldiğini belirtmekte olsa da, bu yeteneğin ortaya çıkartılması, geliştirilmesi

¹⁶⁶ Y. Ürper, vd., 2012, s. 15-16

¹⁶⁷ V. Souitaris, S. Zerbinati, A. Al-Laham, "Do entrepreneurship, Programmes Raise Entrepreneurial Intention Of Science And Students? The Effect Of Learning, Inspiration and Resources", *Journal of Business venturing*, Cilt: 22, Sayı: 4, 2007, s. 570

¹⁶⁸ Ö. Çetinkaya Bozkurt, *Dünyada ve Türkiye'de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2011, s. 25

¹⁶⁹ Neşe Salik ve Erdoğan Kaygın, "Demografik Değişkenler Açısından Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Kafkas Üniversitesi Örneği", *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 1, 2016, s. 147

ve yönlendirilmesi gerekmektedir. Bu anlamda bireyde bu eğilimi ortaya çıkaran, geliştiren ve birbirini tamamlayan bazı faktörler bulunmaktadır. Bu faktörlerden bazıları; ülkenin genel ekonomik durumu, sosyo-kültürel yapı, bölgesel/çevresel faktörler, kişinin kendi özellikleri, genel ve mesleki eğitim düzeyidir.¹⁷⁰

¹⁷⁰ Ertuğrul Güreşçi, "Girişimcilik Eğilimi Üzerine Bir Araştırma: İspir Hamza Polat Myo Örneği", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 1, 2014, s. 27-28

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

DUYGUSAL ZEKÂ İLE GİRİŞİMCİLİK ARASINDAKİ İLİŞKİ: KARABÜK ÜNİVERSİTESİ GİRİŞİMCİLİK BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ

3.1. DUYGUSAL ZEKÂ VE GİRİŞİMCİLİK ARASINDAKİ İLİŞKİ

Dünya çapında 200 farklı işletmeyi inceleyen bir araştırmada, başarılı çalışanların orta seviyedeki çalışanlara oranla, rutin işlerde %85, karmaşık işlerde ise %127 daha verimli olduğu gözlemlenmiş ve bu verimlilik farkının üçte ikisinin duygusal beceri ve özelliklerden kaynaklandığı görülmüştür.¹⁷¹

Bir başka araştırmada ise gelirleri 2 milyon dolar ile 400 milyon dolar arasında değişen işletme sahibi altmış girişimci ile yapılan bir araştırmada, bu girişimcilerden yalnızca biri kararlarını klasik karar verme yöntemlerini kullanarak aldığını, diğer girişimcilerin ise karar alırken duygu ve sezilerine önem verdiklerini belirtmişlerdir.¹⁷²

Bu ve benzeri araştırmalarla işletmeler için duygusal zekâ yetilerinin hayati öneme sahip olduğu her geçen gün daha fazla işletme tarafından fark edilmektedir.¹⁷³ Bu farkındalık girişimcilerin de duygusal zekâyâ daha fazla önem vermesi gerektiğinin bir göstergesi olmaktadır. Örneğin British Airways'in üst düzey bir yöneticisi Kevin Murray, duygusal zekâyâ en fazla ihtiyaç duyan örgütlerin, en büyük değişimi geçiren örgütler olduğunu söylemektedir.¹⁷⁴

Aşağıdaki şekil, işverenlerin mülakat esnasında çalışanlarda hangi özellikleri aradıklarına dikkat çekmektedir. Bu grafiğe bakıldığında kişilik ve sosyal yeteneklerin

¹⁷¹ Z. Baltaş, 2013, s. 8

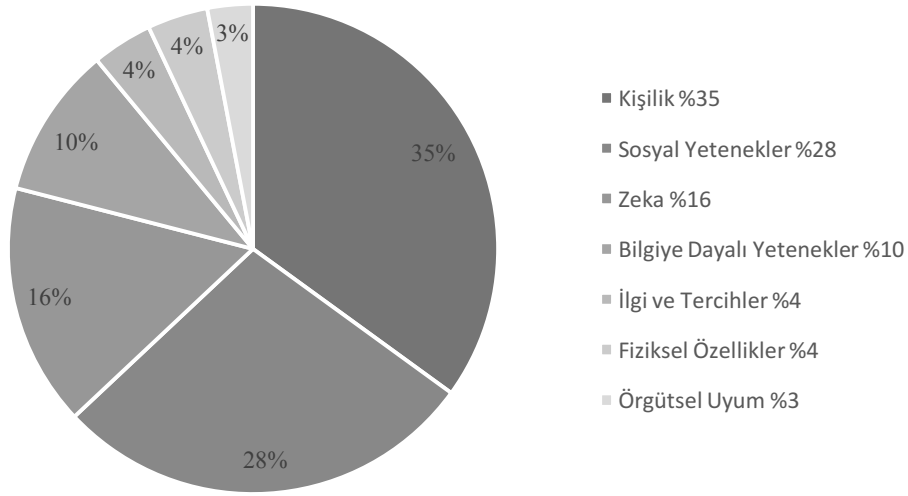
¹⁷² Ann Graham Ehringer, *Make Up Your Mind: Entrepreneurs Talk about Decision-making*, Silver Lake Publishing, ABD, 1995

¹⁷³ D. Goleman, 2015, s. 14

¹⁷⁴ a.g.e., s. 57

% 63 ile ciddi bir önem arz ettiği görülmektedir. Bu veriler, iş yaşamında bilişsel yeteneklerden ziyade sosyal yeteneklerin ve kişilik özelliklerinin ön plana çıktığını göstermektedir.¹⁷⁵

Şekil 2. İşverenler mülakat sırasında neleri ölçüyor? Kaynak: Chamorro-Premuzic, 2014: 231



Carnegie-Mellon Üniversitesi'nde görev yapan Robert Kelley, işletmelerde çalışan insanlara şu soruyu sormuştur: "*İşiniz için ihtiyacınız olan bilginin yüzde kaçını hafızanızdadır?*" Bu soruya 1986'lı yıllarda yaklaşık %75 olarak cevap verilirken, 1997'li yıllarda ise bu oran %15-20'lere gerilemiştir.¹⁷⁶ 2000'li yıllardan itibaren artan bilgi birikimi ve uzmanlaşma ile bu oranın çok daha alt seviyelerde olduğu düşünülmektedir. Bu veriler, bilişsel yeteneklerin ötesinde farklı yeteneklerin önemini her geçen gün daha da arttırmaktadır. Çünkü üst yetenek olan duygusal zekâ kişinin, diğer zihinsel yetenekleri ne kadar etkin kullanacağı konusunda çok önemli bir role sahiptir.¹⁷⁷

¹⁷⁵ T. Chamorro-Premuzic, 2014, s. 230

¹⁷⁶ R. E. Kelley, *How to be a star at work?*, New York Times Books, New York, 1998, Aktaran: D. Goleman, 2015, s. 253

¹⁷⁷ D. Goleman, 2014, s. 122

Bir önceki bölümde bireyde harekete geçme, bir şeyler yapma isteği olarak tanımlanan girişimcilik coşkusu, her duygunun temelinde yer alan harekete geçirici bir dürtü olarak tanımlanmaktadır. Goleman'a göre duygusal zekâ da işte bu dürtülerin doğru bir şekilde yönetimi becerisidir.¹⁷⁸

Tüm bu veri ve bilgilerden yola çıkarak duygusal zekânın iş yaşamında, özellikle de sürekli proaktif, yenilikçi ve dinamik olmayı gerektiren girişimcilik alanında önemi açıkça görülmektedir. Bu yetinin gelecekte günümüzde olduğundan çok daha fazla önem kazanacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

20. yüzyılda kişilik özelliklerinin araştırılması ve girişimcilik üzerine etkilerinin incelenmesi ile -kişilik özellikleri arasında yer alan- duygusal zekânın girişimcilik üzerine olan etkileri dikkat çekmeye başlamıştır. Duygusal zekâ, girişimcilik sürecinde (yönetimsel kararlardan, iletişim becerilerinden, diğer insanları anlamaya kadar) birey ya da işletmelere yön verecek önemli bir unsur özelliği taşımaktadır.¹⁷⁹ Özetle belirtmek gerekirse, duygusal zekânın girişimciliğin gelişimi üzerindeki önemi her geçen gün daha da artmakta ve daha fazla fark edilmektedir.¹⁸⁰

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Araştırmanın konusu, Karabük Üniversite İşletme Fakültesi Girişimcilik Bölümü'nde öğrenim görmekte olan öğrencilerin, iyimserlik, duygulardan faydalanma ve duyguların ifadesi olmak üzere üç alt boyutu olan duygusal zekâları ile girişimciliğe bakış açıları arasındaki ilişkisinin incelenmesini içermektedir.

¹⁷⁸ a.g.e., s. 195

¹⁷⁹ Dean A. Shepherd, "Educating Entrepreneurship Students About Emotion and Learning From Failure", *Academy of Management Learning and Education*, Cilt: 3, Sayı: 3, 2004, s. 284; R. H. Humphrey ve B. E. Ashforth, "Buyer-supplier Alliances In The Automobile Industry: How Exit-voice Strategies Influence Interpersonal Relationships", *Journal of organizational Behavior*, 2000; H. A. Elfenbein, M. Foo Der, J. White, H. H. Tan, V. C. Aik, "Reading Your Counterpart: The Benefit Of Emotion Recognition Accuracy For Effectiveness In Negotiation", *Journal of Nonverbal Behavior*, Cilt: 31, Sayı: 4, 2007

¹⁸⁰ P. Zakarevičius, A. Župerka, "Expression Of Emotional Intelligence In Development Of Students' Entrepreneurship", *Economics & Management*, 2010, s. 865

3.3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırma, üniversite öğrencilerinin duygusal zekâları ile girişimciliğe bakış açıları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmeyi, bir ilişki var ise bu ilişkinin derecesinin ortaya konmasını, aynı zamanda öğrencilerin girişimciliğe bakış açılarının bazı demografik değişkenlerle anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığını incelemeyi amaçlamaktadır.

3.4. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Günümüzde girişimciliğin, gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülke ekonomilerini ayakta tutan, canlandıran ve büyümesine katkı sağlayan en önemli faktörlerden biri olduğu kabul edilmektedir. Bu kabul girişimciliği ve dolayısı ile girişimi oluşturan birey olan girişimciyi araştırma konusu haline getirmiştir. Bu alan üzerine yapılan çalışmalar girişimcilik ve girişimci kavramlarının hangi bileşenlerden oluştuğu, daha girişimci bir toplum ve ekonomi için neler yapılması gerektiği konusunda uygulayıcılara fikir vermektedir. Bu çalışma da girişimciliği etkileyen önemli bir bileşen olan duygusal zekâ üzerine odaklanmaktadır.

Duygusal zekâ son yüzyılda ön plana çıkmış ve gelecekte daha fazla önemli ve aranır bir özellik haline geleceği düşünülmektedir. Gerek iş gerekse özel yaşamda önemli özelliklerden biri olan duygusal zekâ kavramı, iş ve özel yaşamda başarının anahtarı olduğu düşünülmektedir.

Bu sebeplerle duygusal zekâ ile girişimcilik arasındaki bu ilişkinin, bu çalışmada ortaya konması literatür açısından önem arz etmektedir.

Ayrıca çalışmanın, Türkiye'deki devlet üniversiteleri içerisinde tek girişimcilik bölümünü barındıran Karabük Üniversitesi'nde uygulanmış olması da hem girişimcilik hem de girişimci üzerine araştırma yapan diğer araştırmacılara yol göstereceği düşünülmektedir.

3.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırma, 2016-2017 eğitim öğretim yılı güz döneminde Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi Girişimcilik Bölümü'ne devam eden lisans öğrencileri ile sınırlıdır.

Araştırma, veri toplama aracı olarak kullanılan anket ile sınırlıdır.

3.6. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Araştırmada demografik değişkenlerin bazıları ile duygusal zekânın ve duygusal zekânın alt boyutları olan, iyimserlik, duyguların ifadesi ve duygulardan faydalanma ile girişimcilik arasındaki ilişki ve etki incelenmiştir. Bu kapsamda araştırmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

H₁: Deneklerin çalışmak istediği sektör ile girişimciliğe bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₂: Deneklerin iş deneyimi ile girişimciliğe bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₃: Deneklerin öğrenim gördükleri sınıfları ile girişimciliğe bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₄: Deneklerin babalarının meslekleri ile girişimciliğe bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₅: Duygusal zekânın iyimserlik boyutu, girişimciliğe bakış açısını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

H₆: Duygusal zekânın duyguların ifadesi boyutu, girişimciliğe bakış açısını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

H₇: Duygusal zekânın duygulardan faydalanma boyutu, girişimciliğe bakış açısını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

H₈: Duygusal zekâ, girişimciliğe bakış açısını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

3.7. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

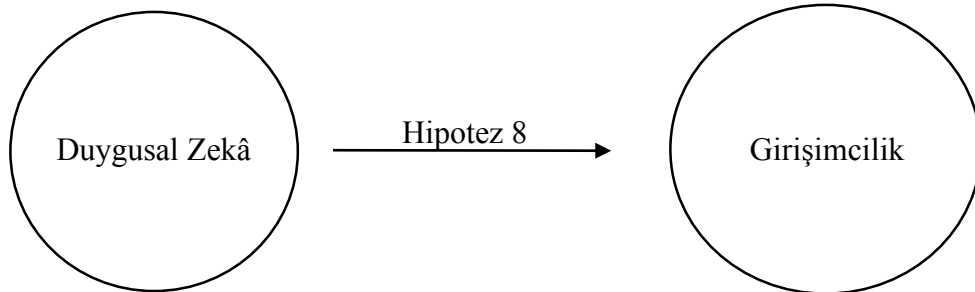
Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama tekniği ve araçları ile çalışmada kullanılan ölçeklerden bahsedilmiştir.

3.7.1. Araştırmanın Modeli

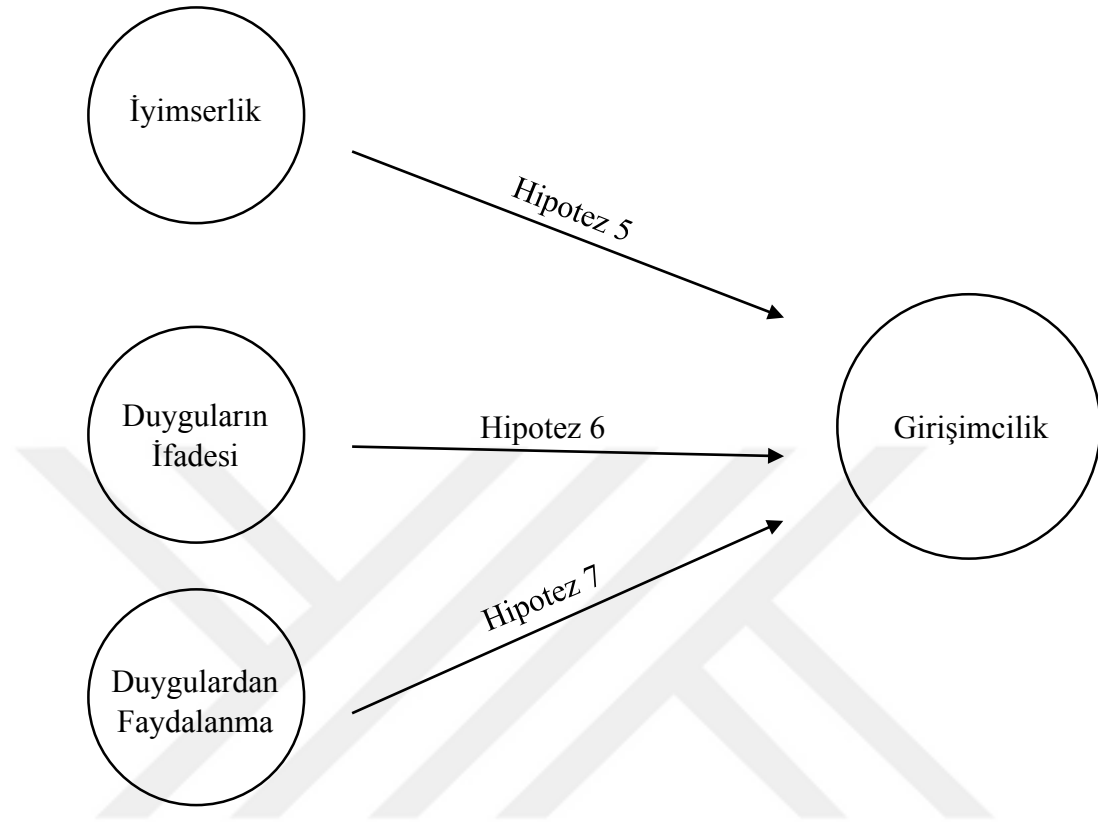
Çalışma teorik anlamda duygusal zekâ ve girişimcilik olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Araştırma modeli oluşturulurken teorik içeriğe uygun olarak hazırlanan anket ve Karabük Üniversitesi işletme fakültesi girişimcilik bölümü öğrencilerine uygulanmıştır. Çalışmanın temel hipotezi duygusal zekânın girişimciliğe bakış açısı ile olan ilişkisini ve girişimcilik üzerindeki etkisini ölçmektedir. Aynı zamanda duygusal zekâ ölçeğinde yer alan üç alt olan; iyimserlik, duyguların ifadesi ve duygulardan faydalanma boyutlarının da yine girişimciliğe bakış açısı üzerine etkileri incelenmiştir. Bunun yanında bazı demografik değişkenlerin de girişimcilikle olan ilişkisi üzerine analizler gerçekleştirilmiştir. Bu demografik değişkenler ise şöyledir: Çalışmaya katılanların çalışmak istedikleri sektör, iş deneyimleri, öğrenim gördükleri sınıfları ve baba meslekleri.

Duygusal zeka ve girişimcilik arasındaki ilişki ile ilgili araştırma modelleri aşağıda yer alan Şekil 3 ve Şekil 4'te gösterilmiştir.

Şekil 3. Araştırma Modeli - 1



Şekil 4. Araştırma Modeli - 2



3.7.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2016-2017 eğitim öğretim yılında Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi Girişimcilik Bölümü'nde eğitim gören toplam 290 öğrenci oluşturmaktadır.

Evrenden %95 güvenilirlik sınırları içerisinde ve %5'lik bir hata payı dikkate alınarak en düşük örneklem büyüklüğü 166 kişi olarak hesaplanmıştır.¹⁸¹ Bu kapsamda Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi Girişimcilik Bölümü'nde eğitim gören 215 öğrenciye birinci elden anket ulaştırılmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda, bazı anketlerin uç değerlere sahip olduğu ve bazı anketlerde hatalı kodlamalar yapıldığı

¹⁸¹ Uma Sekeran, *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 2nd Edition, John Wiley, New York, 1992; Remzi Altunışık, Recai Coşkun, Serkan Bayraktaroğlu, Engin Yıldırım, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*, 4. Baskı, Avcı Ofset, İstanbul, 2005

tespit edilmiş ve 41 adet anket geçersiz sayılarak analiz dışında bırakılmıştır. Böylece 174 anket değerlendirilmeye alınmıştır.

3.7.3. Veri Toplama Tekniği ve Araçları

Bu araştırmada, birincil veri toplama yöntemlerinden biri olan anket yöntemi kullanılmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik özellikleri belirlemeye yönelik ifadeler bulunmaktadır.

İkinci bölüm öğrencilerin girişimciliğe bakış açılarını ölçmeye yönelik 14 ifade yer alan, Girginer ve Uçkun¹⁸² tarafından geliştirilen girişimcilik ölçeğinden oluşmaktadır.

Üçüncü bölüm ise, Schutte ve diğerleri¹⁸³ tarafından geliştirilen, Austin ve diğerleri¹⁸⁴ tarafından modifiye edilen ve Göçet¹⁸⁵ tarafından Türkçe'ye uyarlanan duygusal zekâ ölçeğinden oluşmaktadır. Çalışmada kullanılan bu ölçek, 41 ifade ve iyimserlik, duygulardan faydalanma ve duyguların ifadesi olmak üzere üç alt boyuttan meydana gelmektedir.

3.8. VERİLERİN ANALİZİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölümde deneklerin demografik bilgileri, anket ifadelerine ait bulgular, ölçeklere ilişkin faktör analizleri, güvenilirlik analizleri ile hipotezlere ilişkin korelasyon ve regresyon analizleri yer almaktadır.

¹⁸² N. Girginer ve N. Uçkun, 2004

¹⁸³ N. S. Schutte, vd., 1998

¹⁸⁴ E. J. Austin, vd., 2004

¹⁸⁵ E. Göçet, 2006

3.8.1. Deneklerin Demografik Bilgileri

Bu bölümde araştırmaya katılan deneklerin cinsiyet, yaş, sınıf, mezun olduktan sonra çalışmak istediği sektör, iş deneyimi ve baba mesleğine ilişkin bulguların frekans ve yüzde dağılımları gösterilmiştir.

Tablo 2. Deneklerin Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	f	%
Bayan	93	53,4
Erkek	81	46,6
Toplam	174	100

Tablo 2'deki bulgulara göre araştırmaya katılan deneklerin %53,4'ü (93) bayanlardan, %46,6'sı (81) erkeklerden oluşmaktadır. Buna göre, bölümü tercih edenler arasında cinsiyete göre önemli bir farklılık görülmemektedir.

Tablo 3. Deneklerin Yaş Dağılımı

Yaş	f	%
18-20	109	62,7
21-23	63	36,2
24 ve üzeri	2	1,1
Toplam	174	100

Deneklerin tamamı lisans öğrencisi olduğu için yaş dağılımları birbirine yakın olsa da Tablo 4'deki bulgular ışığında katılımcıların %62,7'sinin (109) 18-20 yaş grubunda, %36,2'sinin (36,2) ise 21-23 yaş grubunda oldukları görülmektedir. Deneklerin sadece %1,1'ini (2) 24 ve üzeri yaş grubu oluşturmaktadır. Deneklerin tamamı lisans öğrencisi olduğunda dolaylı büyük çoğunluğunun (%98,9) yaşlarının 18-23 aralığında olduğu tespit edilmiştir. Bu sebeple deneklerin yaşları arasında kayda değer bir farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4. Deneklerin Sınıflarına Göre Dağılımı

Sınıf	f	%
1	91	52,3
2	73	42,0
3	10	5,7
Toplam	174	100

Tablo 4 incelendiğinde deneklerin %52,3'ünün (91) 1. sınıf, %42'sinin (73) 2. sınıfta oldukları görülmektedir. Deneklerin sadece %5,7'si (10) ise 3. sınıfta bulunmaktadır. Bu durum girişimcilik bölümünün yeni bir bölüm olması ve öğrencilerin büyük çoğunluğunun 1. ve 2. sınıfta bulunmasından kaynaklanmaktadır.

Tablo 5. Deneklerin Mezun Olduktan Sonra Çalışma İstedığı Sektör

Sektör	f	%
Kamu	44	25,3
Özel Sektör	77	44,2
Kendi İşim	53	30,5
Toplam	174	100

Tablo 5'e göre deneklerin %25,3'ü (44) kamuda çalışmak istediğini belirtmiştir. Bunun yanında %44,2'si (77) özel sektörde, %30,5'i (53) kendi işinde çalışmak istemektedir. Bize göre, "kamu sektöründe çalışma istiyorum" cevabını verenlerin oranı oldukça yüksektir. Girişimcilik bölümünü tercih eden öğrencilerin hemen tamamının özel sektörü ya da kendi işini kurmayı düşünmesi gerektiğine inanmaktayız.

Tablo 6. Deneklerin İş Deneyimi

İş Deneyimi	f	%
Evet (iş deneyimi var)	93	53,5
Hayır (iş deneyimi yok)	81	46,5
Toplam	174	100

İş deneyiminiz var mı? sorusuna Tablo 6'da da görüldüğü üzere, deneklerin %53,5'i (93) evet, %46,5'i (81) hayır şeklinde cevap vermişlerdir. İş deneyimi olanların oranının yüksek olması sevindirici bir sonuçtur. Bunun yanında bu oranın yüksek olmasında 2. ve 3. sınıf öğrencilerinin sorumlu oldukları zorunlu staj uygulamasının da etkili olduğunu düşünmekteyiz.

Tablo 7. Deneklerin Babalarının Meslekleri

Baba Mesleği	f	%
Memur - Kamu Çalışanı	33	19,0
Özel Sektör Çalışanı	82	47,1
Serbest Meslek (Firma Sahibi)	59	33,9
Toplam	174	100

Tablo 7'ye göre deneklerin babalarının %19'u (33) kamu çalışanı, %47,1'i (82) özel sektör çalışanı iken %33,9'u (59) ise serbest meslek sahibidir. Bu tablodaki %19'luk memur kamu çalışanı çocuğu olma ile tablo 5'deki mezun olduğundaki çalışmak istediği sektör isteğindeki %25,3 birbiriyle uyum göstermiştir. Görüldüğü gibi, memur-kamu çalışanı çocukları büyük ihtimalle ebeveynleri gibi kamuyu düşünmektedir denilebilir. Gerçekte ise gençlerin ebeveynlerinin izinden gitmek yerine geleceği iyi analiz etmeleri ve girişimciliğe yönelmeleri beklenebilir.

3.8.2. Ankette Yer Alan İfadelere Verilen Cevaplara İlişkin Frekans - Yüzde Dağılımları ve Ortalamalar

Araştırmada kullanılan girişimciliğe bakış açısı (14 ifade) ve duygusal zekâ (41 ifade) ölçeklerinde yer alan ifadelerle verilen cevaplara ilişkin frekans-yüzde dağılımlarına ve ortalamalara aşağıdaki tablolarda yer verilmektedir.

Tablo 8. Girişimciliğe Bakış Açısı Ölçeğine İlişkin Frekans, Yüzde Dağılımları, Ortalama ve Standart Sapma Bulguları

Girişimciliğe Bakış Açısı		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	Ortalama	Standart Sapma
		f/%	f/%	f/%	f/%	f/%		
1	Bölümümde mezun olduğumda kendi işimi kurmak için gerekli yeteneklere sahip olacağıma inanıyorum.	4 2,3	5 2,9	45 25,9	71 40,8	49 28,2	3,89	,92
2	Bölümümde mezun olduğumda kendi işimi kurmayı hedefliyorum.	11 6,3	1 0,5	54 31,0	60 34,5	39 22,4	3,60	1,07
3	Bölümümüzden mezun olanlar asla kamu sektöründe çalışmayı planlamamalıdır.	60 34,5	53 30,5	35 20,1	18 10,3	8 4,6	2,20	1,17
4	Bölümümüz mezun olanlar mutlaka girişimci olmaya odaklanmalıdır.	19 10,9	31 17,8	35 20,1	54 31,0	35 20,1	3,31	1,32
5	Bölümümüz mezun olanlar özel sektörde çalışmayı planlamalıdır.	20 11,5	35 20,1	68 39,1	38 21,8	13 7,5	2,93	1,09

Tablo 8. Devam

6	Bir işin fırsatlar sunması emniyetli ve garantili olmasından daha önemlidir.	30 17,2	41 23,6	25 14,3	47 27,0	31 17,8	3,04	1,35
7*	Çok çalışan sürekli hedef büyüten bir kişiliğe sahip olmak istemem.	8 4,6	11 6,3	31 17,8	47 27,0	77 44,3	4,0	1,11
8	Sosyal yaşamı, iş yaşamını, eğlenceyi dengeli bir şekilde yaşayan bir kişiliğe sahip olmak isterim.	4 2,3	4 2,3	10 5,7	52 29,9	104 59,8	4,42	0,75
9*	Mevcut gerçeklere birebir bağlı kalarak hareket etmeyi tercih ederim.	23 13,2	44 25,3	54 31,0	40 23,0	13 7,5	2,85	1,11
10	Gerçekleri zorlayarak sezgiye ve hayallere dayalı hareket etmeyi tercih ederim.	8 4,6	34 19,5	60 34,5	45 25,9	27 15,5	3,28	1,14
11	İnandığım bir konuda negatif bir değerlendirmeye maruz kalma pahasına karar	0 0	20 11,5	40 23,0	54 31,0	60 34,5	3,88	,98
12*	İnandığım bir konu dahi olsa kural dışı davranmayı göze alamam.	15 8,6	41 23,6	43 24,7	35 20,1	40 23,0	3,25	1,32
13*	Kariyerimin gelecek 5 yılında yüksek maaşlı bir iş fırsatı karşıma çıksa kabul	68 39,1	67 38,5	28 16,1	5 2,9	6 3,4	1,93	1,00
14	Kariyerim için gerekli olsa dahi önceliklerimden vazgeçmem.	4 2,3	26 14,9	74 42,6	39 22,4	31 17,8	3,38	1,07
GENEL ORTALAMA							3,28	-
* Ters ifadeler.								

Tablo 8'de yer alan bulgular incelendiğinde "bölümümden mezun olduğumda kendi işimi kurmak için gerekli yeteneklere sahip olacağıma inanıyorum" ifadesinin

3,89 ve "bölümünden mezun olduğumda kendi işimi kurmayı hedefliyorum." ifadesinin 3,60 ortalama değeri ile araştırmaya katılan deneklerin mezuniyet sonrası yeni bir iş kurma konusunda olumlu düşündükleri görülmektedir. Bu ifadelere verilen cevaplardan çıkaracağımız sonuç, deneklerin girişimci olmak konusunda bir istek ve coşkularının olduğu söylenebilir. Kavramsal çerçeve bölümünde de ifade edildiği gibi girişimcilik coşkusu, girişimcilik disiplinindeki en önemli kavramlardan biridir ve bu coşkuyu içerisinde taşıyan bireylerin başarılı birer girişimci olmaları işten bile değildir.

Yine "sosyal yaşamı, iş yaşamını, eğlenceyi dengeli bir şekilde yaşayan bir kişiliğe sahip olmak isterim" ifadesi en yüksek ortalama değer (4,42) ile deneklerin büyük çoğunluğu tarafından "katılıyorum" ve "tamamen katılıyorum" seçenekleri işaretlenmiştir. Bu ifadeye verilen yanıtlarda da katılımcıların yüksek bir ortalama ile iş ve özel yaşamlarında dengeyi arzu ettiği görülmekte, bunun da daha özgür bir iş ortamı ile sağlayabilecekleri düşünüldüğünde, deneklerin girişimcilerde yoğun biçimde görülen kontrol odaklılık kişilik özelliği gösterdiği belirtilebilir.

Tablo 9. Duygusal Zekâ Ölçeğine İlişkin Frekans, Yüzde Dağılımları, Ortalama ve Standart Sapma Bulguları

Duygusal Zekâ		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	Ortalama	Standart Sapma
		f/%	f/%	f/%	f/%	f/%		
1	Başkalarıyla kendi problem ve sıkıntılarım hakkında ne zaman konuşacağımı bilirim.	9 5,2	2 1,1	11 6,3	86 49,4	66 37,9	4,14	,96

Tablo 9. Devam

2	Engellerle karşılaştığımda, benzer engellerle önceden de karşılaştığımı ve onların üstesinden geldiğimi hatırlar ve kendimi motive ederim.	5 2,9	2 1,1	22 12,6	67 38,5	78 44,8	4,21	,91
3*	Yeni birşeyler denediğimde genellikle başarısız olacağımı düşünürüm.	6 3,4	9 5,2	37 21,3	75 43,1	47 27,0	3,85	,99
4*	Problemleri ele alırken ruh halimin etkisi azdır.	12 6,9	29 16,7	53 30,4	55 31,6	25 14,4	3,30	1,11
5	İnsanlar bana kolaylıkla güvenirlere.	8 4,6	6 3,4	20 11,5	69 39,7	71 40,8	4,08	1,03
6*	Diğer insanlardan gelen sözel olmayan mesajları anlamakta zorlanırım.	2 1,1	7 4,0	15 8,6	70 40,2	80 46,0	4,25	,86
7	Yaşadığım bazı önemli olaylar neyin önemli olduğunu, neyin önemli olmadığını tekrar gözden geçirmeme yol açmıştır.	2 1,1	6 3,4	20 11,5	79 45,4	67 38,5	4,16	,84
8*	Bazen konuştuğum kişinin espri mi yaptığını, ciddi mi olduğunu çıkartamam.	6 3,4	22 12,6	28 16,1	56 32,2	62 35,6	3,83	1,14
9	Ruh halim değiştiğinde yeni fırsatlar görürüm.	2 1,1	13 7,5	38 21,8	75 43,1	46 26,4	3,86	,93
10*	Duyguların hayatımın niteliğinde çok fazla etkisi yoktur.	7 4,0	21 12,1	52 29,9	62 35,6	32 18,4	3,53	1,04
11	Yaşadığım duyguların farkındayım.	5 2,9	8 4,6	16 9,2	73 41,9	72 41,4	4,14	,96
12*	Genellikle, gelecekte iyi şeyler olacağını beklemem.	10 5,7	17 9,8	26 14,9	59 33,9	62 35,6	3,83	1,18

Tablo 9. Devam

13	Hayatımda bir problemi çözmeye çalışırken duygusal olmamayı yararlı görürüm.	8 4,6	29 16,7	57 32,8	55 31,6	25 14,4	3,34	1,06
14*	Duygularımı gizli tutmayı tercih ederim.	44 25,3	58 33,4	37 21,3	24 13,8	11 6,3	2,42	1,18
15	Olumlu bir duygu yaşadığımda bu duyguyu nasıl devam ettireceğimi bilirim.	4 2,3	8 4,6	44 25,3	72 41,4	46 26,4	3,84	,94
16	Olayları başkalarının zevkine göre ayarlarım.	74 42,5	38 21,8	41 23,6	15 8,6	6 3,4	2,08	1,14
17*	Sosyal olaylarda ne olup ne bittiğini genellikle yanlış yorumlarım.	10 5,7	5 2,9	23 13,2	73 42,0	63 36,2	4,0	1,06
18	Beni mutlu eden aktiviteleri arayıp bulurum.	2 1,1	6 3,4	19 10,9	69 39,7	78 44,8	4,23	,86
19	Başkalarına yolladığım sözel olmayan mesajlarımın farkındayım.	2 1,1	6 3,4	14 8,0	82 47,1	70 40,2	4,22	,82
20*	Başkalarının üstünde bıraktığım etkiyle çok fazla ilgilenmem.	17 9,8	33 19,0	42 24,1	47 27,0	35 20,1	3,28	1,25
21	Olumlu bir ruh halinde iken yaşadığım sorunları çözmek kolay gelir.	10 5,7	7 4,0	22 12,6	78 44,9	57 32,8	3,95	1,06
22*	İnsanların yüz ifadelerini bazen yanlış yorumlarım.	3 1,7	22 12,6	48 27,6	50 28,7	51 29,3	3,70	1,07
23*	Yeni fikirlerle ortaya çıkmamda duygularımın bir yardımcı olduğuna inanmıyorum.	24 13,8	20 11,5	47 27,0	55 31,6	28 16,1	3,25	1,25
24*	Duygularımın neden değiştiğini çoğunlukla anlayamam.	10 5,7	30 17,2	49 28,2	53 30,5	32 18,4	3,38	1,14

Tablo 9. Devam

25*	Yeni fikirlerle ortaya çıkmamda olumlu ruh halimin etkili olduğunu düşünmüyorum.	29 16,7	20 11,5	39 22,4	57 32,8	29 16,7	3,22	1,31
26*	Duygularımı kontrol etmeyi zor buluyorum.	12 6,9	17 9,8	46 26,4	57 32,8	42 24,1	3,57	1,15
27	Yaşadığım duyguların kolayca farkında olabilirim.	4 2,3	12 6,9	28 16,1	74 42,5	56 32,2	3,95	,98
28*	Çevremdekilerin konuşulması güç biri olduğumu söyledikleri olmuştur.	15 8,6	28 16,1	30 17,2	46 26,5	55 31,6	3,54	1,31
29	Aldığım görevlerin iyi sonucunu hayal ederek kendimi motive ederim.	2 1,1	12 6,9	17 9,8	55 31,6	88 50,6	4,23	,96
30	İyi bir şey yaptıklarında insanları överim.	4 2,3	15 8,6	19 10,9	87 50,0	49 28,2	3,92	,97
31	Başkalarının gönderdikleri sözel olmayan mesajların, farkındayım.	5 2,9	5 2,9	26 14,9	77 44,2	61 35,1	4,05	,93
32	Başka biri kendi hayatındaki önemli bir olayı benimle paylaşırken, neredeyse o olayı kendim yaşamış gibi hissederim.	10 5,7	16 9,2	27 15,5	65 37,4	56 32,2	3,80	1,15
33	Duygularımda bir değişiklik hissettiğimde, yeni fikirlerle ortaya çıkmaya eğilimliyimdir.	4 2,3	12 6,9	71 40,8	60 34,4	27 15,5	3,53	,91
34*	Hayatımdaki sorunları nasıl ele alacağım da duygularım büyük bir rol oynamaz.	10 5,7	27 15,5	60 34,4	43 24,7	34 19,5	3,38	1,13
35*	Bir zorlukla karşı karşıya kaldığımda çabuk pes ederim çünkü başarısız olacağımı düşünürüm.	8 4,6	10 5,7	28 16,1	45 25,8	83 47,7	4,06	1,13

Tablo 9. Devam

36	Diğer insanların ne hissettiklerini yüzlerine baktığımda anlarım.	6 3,4	13 7,5	46 26,4	63 36,2	46 26,4	3,74	1,03
37	İnsanların kendilerini kötü hissettiklerinde daha iyi hissetmelerine yardımcı olurum.	4 2,3	4 2,3	19 10,9	74 42,5	73 42,0	4,20	,89
38	Yaşadığım engelleri aşmak için iyi ruh halimden faydalanırım.	8 4,6	10 5,7	16 9,2	78 44,8	62 35,6	4,01	1,04
39*	Başkalarının ses tonlarından nasıl hissettiklerini anlamakta zorlanırım.	5 2,9	10 5,7	34 19,5	60 34,5	65 37,4	3,97	1,03
40*	İnsanların bazı şeyleri neden hissettiklerini anlamakta zorlanırım.	3 1,7	26 14,9	49 28,2	49 28,2	47 27,0	3,63	1,08
41*	Yakın arkadaşlıklar kurmakta zorlanırım.	14 8,0	17 9,8	25 14,4	38 21,8	80 46,0	3,87	1,30
GENEL ORTALAMA							3,74	-
İyimserlik Boyutunun Ortalaması							4,06	-
Duyguların İfadesi Boyutunun Ortalaması							3,94	-
Duygulardan Faydalanma Boyutunun Ortalaması							3,17	-
* Ters ifadeler.								

Tablo 9'a göre "olayları başkalarının zevkine göre ayarlarım" ifadesi 2,08 ortalama değer ile en düşük ortalamaya sahip ifade olarak görülmektedir. Bununla birlikte "beni mutlu eden aktiviteleri arayıp bulurum" ifadesi ise 4,23 ortalama değer ile en yüksek ortalamanın yer aldığı ifadedir. Bu ifadelere verilen cevaplardan duygusal zekânın önemli yetilerinden duyguların farkında olma ve bunlardan faydalanma boyutlarının önemini göstermektedir. Duygularının farkında olan bireyler kendilerini daha iyi tanımakta ve hedeflerine doğru daha emin adımlarla ilerlemektedir. Duygularını tanıırken aynı zamanda duygularından doğru şekilde faydalanıp yönlendirebilen bireylerin iyi birer girişimci adayları olmaları da

kaçınılmazdır. Her iki ifadenin sonuçlarına göre bireyin kendi zevk ve mutlulukları önemsemesi, verilen cevapların da tutarlı olduğunun bir göstergesi olmaktadır.

3.8.3. Faktör Analizi

Hipotez testleri öncesinde, duygusal zekâ ölçeğinin boyutsal yapısını ortaya koyabilmek amacıyla, ölçek kapsamında yer alan 41 maddeye açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

Analiz sonuçlarında literatür ve hipotez yapısına uygun olarak iyimserlik, duyguların ifadesi ve duygulardan faydalanma olmak üzere üç farklı boyut olduğu görülmektedir. Gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonucunda 17 ifadenin 0,50'nin altında mutlak değer ağırlığına sahip olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu 17 ifade analiz dışında bırakılarak faktör analizi tekrarlanmıştır.¹⁸⁶ Gerçekleştirilen faktör analizi sonuçları Tablo 10'da gösterilmektedir.

Tablo 10. Duygusal Zekâ Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	Ölçek Maddeleri	1	2	3
İyimserlik	1. İfade	,702		
	2. İfade	,649		
	7. İfade	,651		
	11. İfade	,712		
	15. İfade	,574		
	18. İfade	,702		
	19. İfade	,633		
	21. İfade	,552		
	27. İfade	,635		
	29. İfade	,699		
	30. İfade	,640		
	32. İfade	,501		
38. İfade	,645			

,¹⁸⁶ Timothy A. Brown, *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research*, The Guilford Press, New York, 2006

Tablo 10. Devam

	Ölçek Maddeleri	1	2	3
Duyguların İfadesi	6. İfade		,696	
	17. İfade		,673	
	31. İfade		,548	
	36. İfade		,501	
	39. İfade		,765	
	40. İfade		,705	
Duygulardan Faydalanma	4. İfade			,529
	10. İfade			,591
	14. İfade			,601
	23. İfade			,532
	34. İfade			,705
* Varyans Açıklama Oranı= % 46				
* KMO Uygunluk Ölçütü= 0,787				

Gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonucunda belirlenen üç faktörün, değişkenin %46'sını açıklama yeteneğine sahip olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, iyimserlik boyutunun 13 ifadeden, duyguların ifadesi boyutunun 6 ifadeden, duygulardan faydalanma boyutunun ise 5 ifadeden oluştuğu belirlenmiştir.

3.8.4. Güvenilirlik Analizleri

Faktör analizi tamamlandıktan sonra belirlenen boyutlara ve diğer ölçeğe ilişkin güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir.

Anket ya da ölçeklerin özelliklerini ve güvenilirliklerini değerlendirmek üzere geliştirilen yöntem, güvenilirlik analizi (reliability analysis) olarak adlandırılmaktadır.¹⁸⁷ Güvenilirlik analizi bir çok yöntemle gerçekleştirilmekle birlikte bu araştırmada kullanılan güvenilirlik ölçme yöntemi Cronbach Alfa Modeli'dir. Bu modelde Alfa katsayısına bakılarak ilgili anket ya da ölçeğin

¹⁸⁷ Şeref Kalaycı, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın, Ankara, 2016, s. 405

güvenilirlikleri ölçülmektedir. Alfa (α) katsayısı aldığı değere göre aşağıdaki gibi yorumlanmaktadır:¹⁸⁸

- $0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşük,
- $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilir,
- $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Araştırma kapsamında girişimciliğe bakış açısı ve duygusal zekâ ölçekleri için güvenilirlik analizleri yapılmış ve Tablo 11'de yer alan aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 11. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçek/Boyut	α (Cronbach Alfa)	N
Girişimcilik	,627	14
Duygusal Zekâ	,847	24
İyimserlik	,890	13
Duygulardan Faydalanma	,589	5
Duyguların İfadesi	,785	6

Analiz sonuçlarına göre duygusal zekâ ($\alpha= ,847$) ve iyimserlik ($\alpha= ,890$) boyutlarının yüksek derecede güvenilir, duyguların ifadesi ($\alpha= ,785$) ve girişimcilik ($\alpha= ,627$) boyutlarının oldukça güvenilir ve duygulardan faydalanma ($\alpha= ,589$) boyutunun ise güvenilirliğinin düşük ancak kabul edilebilir olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada kullanılan iki farklı ölçeğin güvenilirlik değerleri analizler için uygun olduğu görülmektedir. Bu durumda anketlerin tutarlı bir şekilde doldurulduğu söylenebilir.

¹⁸⁸ Şeref Kalaycı, 2016, s. 403-405

3.8.5. Hipotez Testleri

Hipotez testleri çerçevesinde varyans analizleri (t testi, ANOVA) ve regresyon analizlerinden yararlanılmıştır.

Varyans analizleri iki ya da daha fazla sayıdaki ortalama değer arasında fark olup olmadığını test etmek için kullanılan bir yöntemlerdir. Bu yöntemler içerisinde tek yönlü ANOVA en basit varyans analizi tekniğidir. Tek yönlü ANOVA'da bağımlı ve bağımsız olmak üzere iki değişken vardır. Bağımsız değişkenler iki ya da daha fazla gruptan oluşabilir.¹⁸⁹

3.8.5.1. Deneklerin Çalışmak İstedikleri Sektör İle Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular

Çalışmanın ilk hipotezi kapsamında çalışmaya katılanların çalışmak istediği sektör ile girişimciliğe bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı araştırılmaktadır. Gerçekleştirilen ANOVA testi ile elde edilen sonuçlar Tablo 12'de sunulmaktadır.

Tablo 12. Deneklerin Çalışmak İstedikleri Sektör İle Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular

Sektör	N	Ort.	S.S.	F	Sig. (p)
Kamu	44	3,46	0,51	3,389	0,036
Özel Sektör	77	3,50	0,56		
Kendi İşim	53	3,71	0,50		

N=174; Ort= ortalama, S.S.= standart sapma

Tablo 12 incelendiğinde, 44 katılımcı kamuda, 77 katılımcı özel sektörde çalışmak istediği, 53 katılımcının ise kendi işini kurmak istediği tespit edilmiştir. p değeri 0,05'ten küçük ($p < 0,05$) olduğu için (0,036) "mezun olduktan sonra çalışmak istediğiniz sektör" ifadesine verilen cevaplar ile girişimciliğe bakış açısı arasında anlamlı bir farklılık olduğu söylenebilir. Kendi işini kurmak isteyen katılımcıların

¹⁸⁹ Ş. Kalaycı (Ed.), 2016, s. 131-132

ortalamasının (3,71) diğer seçenekleri işaretleyen katılımcılara (kamu=3,46, özel sektör=3,50) göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Dolayısı ile H₁ (Çalışmaya katılanların çalışmak istediği sektör ile girişimciliğe bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık vardır) hipotezi kabul edilmiştir.

3.8.5.2. Deneklerin İş Deneyimi İle Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular

Çalışmanın ikinci hipotezi olan, "çalışmaya katılanların iş deneyimi ile girişimciliğe bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık vardır (H₂)" ifadesi t-testi ile incelenmiş ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

Tablo 13. Deneklerin İş Deneyimi İle Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular

İş Deneyimi	N	Ort.	S.S.	F	Sig. (p)
Evet	93	3,59	0,59	0,883	0,349
Hayır	81	3,51	0,47		

N=174; Ort= ortalama, S.S.= standart sapma

Tablo 13 göre, katılımcılara yöneltilen "iş deneyiminiz var mı?" sorusuna evet cevabı veren katılımcı sayısı 93, hayır cevabı veren katılımcı sayısı ise 81'dir. Analiz sonuçlarına göre p değeri 0,05'ten büyük olduğu için (0,349) iş deneyimi ile girişimciliğe bakış açısı arasında anlamlı bir farklılık olduğu söylenemez. Bu sebeple H₂ hipotezi reddedilmiştir. Hipotez reddedildiği için çalışmada ulaşılan örneklem çerçevesinde iş deneyimi ile girişimcilik arasındaki ilişki açısından bir yorum yapmak mümkün değildir. Normal şartlarda iş deneyiminin girişimcilik eğilimi açısından anlamlı bir farklılık olması beklenmekte olmasına rağmen, kanaatimize göre katılımcıların iş deneyimi konusunda çok objektif olmadıkları yönündedir. Bu durum da iş deneyimi ile girişimcilik arasında ilişkiyi analiz etmeye olanak tanımamaktadır.

3.8.5.3. Deneklerin Eğitim Gördükleri Sınıfları İle Girişimciliğe Bakış Açılarında İlişkin Bulgular

Çalışmada yer alan bir diğer hipotez "çalışmaya katılanların öğrenim gördükleri sınıfları ile girişimciliğe bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık vardır (H₃)" ifadesiyle ilgili analiz sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 14. Deneklerin Sınıfları İle Girişimciliğe Bakış Açılarında İlişkin Bulgular

Sınıf	N	Ort.	S.S.	F	Sig. (p)
1. Sınıf	91	3,53	0,50	0,313	0,732
2. Sınıf	73	3,56	0,54		
3. Sınıf	10	3,68	0,87		

N=174; Ort= ortalama, S.S.= standart sapma

Tablo 14'e göre katılımcılar içerisinde 1. sınıfta eğitim gören 91, 2. sınıfta eğitim göre 73 ve 3. sınıfta eğitim göre 10 öğrenciden oluşmaktadır. Analiz sonuçlarından p değeri 0,05'ten büyük olduğu için (0,732) eğitim görülen sınıf ile girişimciliğe bakış açısında anlamlı bir farklılık yoktur. Dolayısı ile H₃ hipotezi reddedilmiştir. Bu hipotez kapsamında katılımcıların çoğunluğunu 1. ve 2. sınıf öğrencileri oluşturduğu için girişimciliğe bakış açısı ile sınıf değişkenleri arasında bir farklılık beklenmemektedir. Fakat hipotez reddedildiği için şu aşamada bu yorumu yapmak doğru olmayacaktır.

3.8.5.4. Deneklerin Baba Meslekleri İle Girişimciliğe Bakış Açılarında İlişkin Bulgular

Çalışmanın dördüncü hipotezi olan "çalışmaya katılanların babalarının meslekleri ile girişimciliğe bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık vardır (H₃)" ifadesi ANOVA testi ile analiz edilmiş ve bulgular aşağıda yer alan Tablo 15'te gösterilmiştir.

Tablo 15. Deneklerin Baba Meslekleri İle Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular

Baba Mesleği	N	Ort.	S.S.	F	Sig. (p)
Memur-Kamu Çalışanı	33	3,60	0,57	0,164	0,849
Özel Sektör Çalışanı	82	3,55	0,54		
Serbest Meslek Erbabı	59	3,53	0,52		

N=174; Ort= ortalama, S.S.= standart sapma

Tablo 15 incelendiğinde katılımcılara yöneltilen "babanızın mesleği nedir?" sorusuna 33 katılımcının memur-kamu çalışanı seçeneğini, 82 katılımcının özel sektör seçeneğini ve 59 katılımcının ise serbest meslek erbabı seçeneğini tercih ettiği görülmüştür. Bu bulgular ışığında babası memur olan katılımcı sayının azlığı dikkat çekmekle birlikte, test sonuçlarında p değeri 0,05'ten büyük olduğu için (0,849) baba mesleği ile girişimciliğe bakış açısı arasında anlamlı bir farklılıktan bahsedilemez. Böylece H₄ hipotezi reddedilmiştir. Baba meslekleri kamu olan katılımcıların benzer bir oranla gelecekte kamuda çalışmak istediğini yukarıdaki verilerde belirtilmiştir. Fakat burada baba meslekleri ile girişimcilik arasında herhangi bir ilişki olduğu sonucuna varılamaması, daha doğru bir ifade ile hipotez reddedildiği için anlamlı bir farklılıktan bahsedilememesi, anketlerin itinalı doldurulmadığı ya da her şeye rağmen katılımcıların bir girişimcilik ruhu taşıdığı şeklinde yorumlanabilir.

3.8.5.5. Duygusal Zekânın İyimserlik Boyutu İle Girişimcilik Arasındaki İlişki

Bu bölümden itibaren çalışmanın diğer hipotezleri korelasyon ve regresyon analizleri ile incelenmiş ve bulgular yorumlanmıştır.

Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki ilişkiyi, ilişkinin yönünü ve derecesini ölçmek için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir. Korelasyon analizi sonucunda değişkenler arasındaki ilişki korelasyon katsayısı ile hesaplanır. Bu katsayı "r" ile gösterilir ve -1 ile +1 arasında bir değer alır. Bu çalışmada kullanılan Pearson

korelasyon katsayısı +1'e yaklaştıkça değişkenler arasında ilişkinin pozitif yönlü olmakta ve gücü artmaktadır.¹⁹⁰

Regresyon analizi ise bağımlı bir değişken ile bağımsız bir ya da birden fazla değişken arasındaki ilişkinin matematiksel eşitlik ile açıklanması amacı ile yapılmaktadır. Analiz sonucunda ortaya çıkan sonuçlardan R^2 değeri, bağımlı değişkenin bağımsız değişken tarafından açıklanma yüzdesini ifade etmektedir.¹⁹¹

Tablo 16. Duygusal Zekânın İyimserlik Boyutu İle Girişimcilik Arasındaki Korelasyon Tablosu

		Girişimcilik	İyimserlik
Girişimcilik	Pearson Korelasyon Katsayısı (r)	1	0,52
	Sig. (p)		0,00
	N	174	174

Tablo 16'daki bulgulara göre duygusal zekânın iyimserlik boyutu ile girişimcilik arasında anlamlı ($p=0,00$, $p<0,05$) bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Pearson katsayısı $r=0,52$ değeri ile bu ilişkinin güçlü ve pozitif olduğu söylenebilir.

Tablo 17. Duygusal Zekânın İyimserlik Boyutunun Girişimciliğe Etkisi

Bağımsız Değişken	B	SH_B	β	t	Sig. (p)
Sabit	1,749	0,229		7,638	0,00
İyimserlik	0,445	0,056	0,520	7,992	0,00
R=0,52 R ² =0,27 F=63,87 p=0,00					

Tablo 17 incelendiğinde duygusal zekânın iyimserlik boyutunun girişimcilik üzerine pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu ($p=0,00$) görülmüştür. İyimserlik değişkeni tek başına girişimcilik değişkenindeki toplam varyansın %27'ini ($R^2=0,27$) açıklamaktadır. Bu bulgular ışığında "duygusal zekânın iyimserlik boyutu,

¹⁹⁰ Ş. Kalaycı (Ed.), 2016, s. 116

¹⁹¹ a.g.e., s. 199, 203

girişimciliğe bakış açısını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir" yani H₅ hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan hipotez analizi sonucunda duygusal zekânın iyimserlik boyutu ile girişimcilik arasındaki oldukça güçlü bir etki bulunmaktadır. Bu sonuç; hayata daha olumlu bakan, kendi kendini motive edebilen, iradesine hakim ve iyimser bireylerin girişimciliğe daha yatkın olduğunu göstermektedir. Bu etkinin güçlü olması da iyimserlik kavramının girişimcilik açısından öneminin boyutunu göstermektedir.

3.8.5.6. Duygusal Zekânın Duyguların İfadesi Boyutu İle Girişimcilik Arasındaki İlişki

H₆ (duygusal zekânın duyguların ifadesi boyutu, girişimciliğe bakış açısını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir) hipotezine ilişkin olarak değişkenlere ait korelasyon tablosu ve regresyon analizi sonuçları aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 18. Duygusal Zekânın Duyguların İfadesi İle Girişimcilik Arasındaki Korelasyon Tablosu

		Girişimcilik	Duyguların İfadesi
Girişimcilik	Pearson Korelasyon Katsayısı (r)	1	0,39
	Sig. (p)		0,00
	N	174	174

Tablo 18'e göre duygusal zekânın duyguların ifadesi boyutu ile girişimcilik arasında anlamlı (p=0,00, p<0,05) bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Pearson katsayısı r=0,39 değeri ile bu ilişkinin güçlü ve pozitif olduğu söylenbilir.

Tablo 19. Duygusal Zekânın Duyguların İfadesi Boyutunun Girişimciliğe Etkisi

Bağımsız Değişken	B	SH_B	β	t	Sig. (p)
Sabit	2,334	0,217		10,738	0,00
Duyguların İfadesi	0,310	0,054	0,399	5,712	0,00
R=0,39 R ² =0,15 F=32,62 p=0,00					

Tablo 19'daki bulgulara göre ise duygusal zekânın duyguların ifadesi boyutunun girişimcilik üzerine pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu (p=0,00) görülmüştür. Duyguların ifadesi değişkeni tek başına girişimcilik değişkenindeki toplam varyansın %15'ini (R²=0,15) açıklamaktadır. Bu bulgulara göre H₆ hipotezi olan "duygusal zekânın duyguların ifadesi boyutu, girişimciliğe bakış açısını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir" hipotezi kabul edilmiştir. Bu hipotezin de kabul edilmesi duygusal zekânın duyguları tanıma, algılama, farklı duygular arasında farklılıkları ayırt edebilme ve duyguları doğru bir şekilde aktarabilme yetisi olan duyguların ifadesi boyutu arasında doğru orantılı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Aynı iyimserlik boyutunda olduğu gibi, duyguların ifadesi boyutunun da girişimcilik açısından çok önemli olduğu söylenebilir. Girişimcilerin ve girişimci adaylarının her iki özelliğe dikkat ederek, geliştirebilir bir zekâ türü olan duygusal zekâlarını bu anlamda geliştirmeleri hayatlarına ciddi katkılar sunacağını düşünmekteyiz.

3.8.5.7. Duygusal Zekânın Duygulardan Faydalanma Boyutu İle Girişimcilik Arasındaki İlişki

H₇ (duygusal zekânın duygulardan faydalanma boyutu, girişimciliğe bakış açısını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir) hipotezine ilişkin olarak değişkenlere ait korelasyon tablosu ve regresyon analizi sonuçları aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 20. Duygusal Zekânın Duygulardan Faydalanma İle Girişimcilik Arasındaki Korelasyon Tablosu

		Girişimcilik	Duygulardan Faydalanma
Girişimcilik	Pearson Korelasyon Katsayısı (r)	1	-0,11
	Sig. (p)		0,145
	N	174	174

Tablo 20'deki korelasyon tablosu incelendiğinde p değerinin 0,05'ten büyük olması sebebi ile istatistiki olarak duygusal zekânın duygulardan faydalanma boyutu ile girişimcilik arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenemez.

Tablo 21. Duygusal Zekânın Duygulardan Faydalanma Boyutunun Girişimciliğe Etkisi

Bağımsız Değişken	B	SH_B	β	t	Sig. (p)
Sabit	3,828	0,189		20,234	0,00
Duygulardan Faydalanma	-0,085	0,058	-0,111	-1,465	0,145
R=0,11 R ² =0,012 F=2,145 p=0,145					

Tablo 21'e göre ise duygusal zekânın duyguların ifadesi boyutunun girişimcilik üzerine anlamlı bir etkisi olmadığı (p=0,145) tespit edilmiştir. Dolayısı ile H₇ hipotezi (duygusal zekânın duygulardan faydalanma boyutu, girişimciliğe bakış açısını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir) hipotezi reddedilmiştir. Diğer hipotez testlerinde duygusal zekânın ve boyutlarının girişimcilikle anlamlı ilişkilerinin çıkmasına rağmen, bu test sonuçlarında görüleceği üzere duygulardan faydalanma boyutu ile arasında anlamlı bir sonuç vermemesi beklenen bir durum olmamakla birlikte, bu durumun güvenilirlik analiz sonuçlarında da görüleceği üzere duygulardan faydalanma boyutunun güvenilirlik değerlerinin düşük ($\alpha=,589$) olmasından kaynaklandığını düşünmekteyiz.

3.8.5.8. Duygusal Zekâ İle Girişimcilik Arasındaki İlişki

Çalışma kapsamında incelenen son hipotez; duygusal zekâ girişimciliğe bakış açısını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir (H_8) hipotezidir. İlgili hipoteze ilişkin olarak değişkenlere ait korelasyon tablosu ve regresyon analizi sonuçları aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 22. Duygusal Zekâ İle Girişimcilik Arasındaki Korelasyon Tablosu

		Girişimcilik	Duygusal Zekâ
Girişimcilik	Pearson Korelasyon Katsayısı (r)	1	0,48
	Sig. (p)		0,00
	N	174	174

Tablo 22'deki bulgular incelendiğinde duygusal zekâ ile girişimcilik arasında anlamlı ($p=0,00$, $p<0,05$) bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Pearson katsayısı $r=0,48$ değeri ile bu ilişkinin oldukça güçlü ve pozitif olduğu söylenebilir. Bu anlamda bir bütün olarak duygusal zekâ düzeyi ile girişimcilik arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki söz konusudur.

Tablo 23. Duygusal Zekânın Girişimciliğe Etkisi

Bağımsız Değişken	B	SH _B	β	t	Sig. (p)
Sabit	1,434	0,293		4,889	0,00
Duyguların İfadesi	0,551	0,076	0,486	7,291	0,00
R=0,48 R ² =0,23 F=53,15 p=0,00					

Tablo 23'te ise duygusal zekâ ile girişimcilik değişkenlerine ilişkin regresyon analizi sonuçlar görülmektedir. Bu tablodaki bulgulara göre ise duygusal zekânın girişimcilik üzerine pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu ($p=0,00$) tespit edilmiştir. Duygusal zekâ değişkeni tek başına girişimcilik değişkenindeki toplam varyansın %23'ünü ($R^2=0,23$) açıklamaktadır. Hem korelasyon hem de regresyon analizi sonuçlarına göre duygusal zekâ düzeyinin girişimcilik üzerine anlamlı, pozitif ve güçlü

bir etkisi olduğu söylenebilir. Dolayısı ile H_8 hipotezi olan "duygusal zekânın girişimciliğe bakış açısını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir" hipotezi kabul edilmiştir.

Duygusal zekâya bir bütün olarak bakıldığında girişimcilik ile arasında pozitif ve güçlü bir ilişki ve etkileşim olduğu görülmektedir. Literatür çalışmalarına bakıldığında beklediğimiz bir sonuç olan bu durum, duygusal zekâsı yüksek olan bireylerin girişimciliğe daha pozitif baktığını ve girişimciliğe daha yatkın olduğu sonucunu bize vermektedir. Özellikle duygusal zekânın yaşamın her aşamasında geliştirilebilir olması, girişimcilik açısından çok büyük bir fırsat olduğu görülmektedir. Böylece hem mevcut girişimciler hem de girişimci adayları duygusal zekâlarını geliştirerek iş yaşamlarında daha verimli ve başarılı olmaları mümkün görülmektedir.

SONUÇ

Çalışma kapsamında duygusal zekânın, iyimserlik, duyguların ifadesi ve duygulardan faydalanma boyutlarıyla birlikte girişimciliğe bakış açısına etkisi incelenmiştir. Çalışmada duygusal zekâ ile girişimcilik arasındaki ilişki ortaya konmuş, bu ilişkinin hangi boyutlarda ve derecesi ve yönü tespit edilmiştir. Aynı zamanda çalışmada, katılımcıların girişimciliğe bakış açılarını bazı demografik değişkenlere (mezun olduktan sonra çalışılmak istenen sektör, iş deneyimi, baba mesleği, eğitim görmekte oldukları sınıf) göre ne şekilde değiştiği de açıklanmıştır.

Literatür bölümünde üzerinde durulan girişimcilik kavramı, son dönemde gerek gelişen gerekse gelişmekte olan ülkeleri ayakta tutan, geliştiren ve ekonomik anlamda büyümesine katkı sağlayan önemli faktörlerden biri olduğu görülmektedir. Girişimciler fırsatları görüp yönetilebilir riskler alan böylece ekonomiye yeni pazarlar, yeni ürünler ve yeni yöntemler sunarak büyümeyi sağlayan, dinamik ve ekonominin değerleri unsurlarıdır. Çevredeki boşluk ve fırsatları gören ve bu fırsatları kaynaklarla bir araya getiren girişimciler, kaynakların daha verimli kullanılmasına katkıda bulunmakta, istihdam sağlamakta ve buldukları piyasaları değer sunmaktadırlar.

Yine duygusal zekâ kavramı, hem iş dünyasında bulduğu karşılık hem de akademik çalışmalarda öne çıkan özellikleri ile günümüzde ve gelecekte bireylerde aranan özelliklerden biri olduğu düşünülmektedir. İş ve özel yaşamda başarıdaki rolü farklı çalışmalarla araştırılmış olan duygusal zekâ, girişimcilik alanında da önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısı ile bu çalışmanın duygusal zekâ ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi ortaya koyması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

Çalışmanın, Türkiye'deki devlet üniversiteleri arasında tek girişimcilik bölümünü bünyesinde barındıran Karabük Üniversitesi'nde uygulanmış olması, bu çalışmaya ayrıca değer katmakta olduğu söylenebilir. Bu çalışma ile girişimcilik bölümünde eğitim göre öğrencilerin girişimciliğe bakış açıları ortaya konmuş, böylece farklı bölümlerde eğitim göre öğrencilerin girişimciliğe bakış açıları ile aralarında benzerlik ve farklılıkların araştırılması imkan sağlanmıştır.

Çalışma çerçevesinde, ilk aşamada demografik değişkenler ile girişimciliğe bakış açısı arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu bağlamda değişkenler arasında gerçekleştirilen varyans analizleri ve diğer analizlerin sonuçları şu şekilde gerçekleşmiştir:

- Katılımcıların mezun olduktan sonra çalışmak istedikleri sektör ile girişimciliğe bakış açıları arasındaki ilişki incelendiğinde (H₁), bu iki değişken arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre mezun olduktan sonra kendi işini kurmak isteyen katılımcıların ortalamasının, mezun olduktan sonra kamuda ya da özel sektörde çalışmak isteyen katılımcıların ortalamasına göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre, mezun olduktan sonra kendi işini kurmak isteyen katılımcıların, girişimciliğe daha yatkın olduğu söylenebilir.
- Diğer demografik değişkenler, yani katılımcıların iş deneyimi, öğrenim görmekte oldukları sınıf ve baba meslekleri ile girişimciliğe bakış açıları arasındaki ilişki incelendiğinde (H₂, H₃, H₄) ilgili değişkenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Dolayısı ile çalışma kapsamında iş deneyimi, sınıf ve baba mesleği ile girişimcilik arasında bir ilişki olmadığı görülmüştür.

- Duygusal zekânın iyimserlik boyutu ile girişimciliğe bakış açısı değişkenleri arasındaki korelasyona (H₅) bakıldığında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Regresyon analizi sonuçlarında görüleceği üzere iyimserlik değişkeni, tek başına girişimcilik değişkenindeki toplam varyansın %27'sini ($R^2=0,27$) açıklamaktadır. Bu sonuçlara göre, duygusal zekânın motivasyon, uyumluluk, esneklik, benlik saygısı gibi özelliklerini içinde barındıran iyimserlik boyutu ile girişimcilik arasında oldukça güçlü bir ilişki vardır.
- Duygusal zekânın duyguların ifadesi boyutu ile girişimciliğe bakış açısı değişkenleri arasındaki korelasyona (H₆) bakıldığında da anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre duyguların ifadesi değişkeni, tek başına girişimcilik değişkenindeki toplam varyansın %15'sini ($R^2=0,15$) açıklamaktadır. Bireyin kendisinin ve başkalarının duygularının farkında olma ve bu duyguları ifade edebilme yetisi olarak tanımlanabilecek olan bu değişken, girişimciliğe bakış açısını etkileyen önemli bir bileşen olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Çalışmada kullanılan duygusal zekânın son boyutu olan duygulardan faydalanma boyutu ile girişimciliğe bakışı açısı arasındaki değişkenler arasındaki ilişki (H₇) incelendiğinde ise anlamlı bir ilişki gözlenmemiştir. Bu analizlerdeki sonuçların anlamsız olmasının nedeninin duygulardan faydalanma boyutunun düşük güvenilirlik değerlerinden (0,589) kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu durum yapılan çalışma açısında tüm duygulara açık olma, fark etme bu duyguları yönlendirme ve yönetme, bireyin hedefleri doğrultusunda kontrol altında tutma gibi yetileri içerisinde barındıran duygulardan faydalanma boyutu ile girişimcilik arasında anlamlı bir ilişki olmadığını gösterse de bu bulgunun tüm çalışmalarda bu şekilde olacağı anlamına gelmemektedir.
- Çalışmanın son hipotezi kapsamında duygusal zekâ ile girişimciliğe bakış açısı arasındaki ilişki incelenmiştir (H₈). Analiz sonuçlarına göre

bu iki değişken arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür. Bulgulara bakıldığında duygusal zekâ değişkeni, bir bütün olarak girişimcilik değişkenindeki toplam varyansın %23'ünü ($R^2=0,23$) açıklamaktadır. Bu bağlamda duygusal zekâ ile girişimcilik arasında güçlü bir ilişki olduğu, girişimcilerin ya da girişimci adaylarının duygusal zekâlarının yüksek olmasının, girişimcilik alanında pozitif sonuçlar doğuracağı söylenebilir.

Yukarıdaki analiz sonuçlarına göre duygusal zekâsı yüksek olan bireylerin girişimciliğe bakış açılarının da pozitif olduğu söylenebilir. Çok farklı ve çeşitli kişilik özelliklerini kapsayan girişimci kişilik özellikleri arasında görülebilecek olan duygusal zekâ yetisi, girişimcilerle olan pozitif ve güçlü ilişkisi ile gelecekte, bugün olduğundan çok daha fazla dikkat çekeceği belirtilebilir. Duygusal zekânın hayatın her aşamasında öğrenilebilen ve geliştirilebilen bir özellik olması, duygusal zekânın girişimcilik alanında değerini arttırmaktadır. Bu sebeple girişimci olan ve girişimci olmak isteyen bireylerin, duygusal zekâ gelişimine önem vermelerinin faydalı olacağı kanaatindeyiz.

Çalışmanın ışığında, bundan sonra konuyla ilgili yapılacak olan, hali hazırda girişimci olan bireylerin duygusal zekâlarının ölçülmesi, farklı fakülte ve bölümlerde öğrenim gören öğrencilerin girişimciliğe bakış açılarının ve duygusal zekâ düzeylerinin ölçülmesi, farklı sektörlerde çalışan ve girişimci özellikleri göstermeyen bireyler ile girişimci özellikleri gösteren bireylerin duygusal zekâlarının karşılaştırılması gibi çalışmalar literatüre değerli katkılar sunacaktır.

Son yüzyılda ön plana çıkan girişimcilik ve duygusal zekâ kavramları arasındaki ilişkiyi açıklama konusunda literatüre katkı sağlayan bu çalışmanın, bundan sonraki muhtemel çalışmalara da rehberlik etmesini ümit etmekteyiz.

KAYNAKÇA

- Aldrich, Howard ve Catherine Zimmer. "Entrepreneurship Through Social Networks", *The Art and The Science of Entrepreneurship*, 1986, ss. 3-23.
- Altunışık, Remzi, Recai Coşkun, Serkan Bayraktaroğlu ve Engin Yıldırım. *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*, 4. Baskı, Avcı Ofset, İstanbul, 2005.
- Austin, Elizabeth J., vd. "Measurement of trait emotional intelligence: Testing and cross-validating a modified version of Schutte et al.'s (1998) measure", *Personality And Individual Differences*, Cilt: 36, Sayı: 3, 2004, ss. 555-562.
- Avşar, Mustafa. *Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana, 2007.
- Aykan, Ebru. *Girişimcilik ve Girişimcilerin Liderlik Davranışları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 2008.
- Baltaş, Zuhâl. *İnsanın Dünyasını Aydınlatan ve İşine Yansıyan Işık Duygusal Zekâ*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2013.
- Baptiste, Jean. *A Treatise on Political Economy; or the Production, Distribution, and Consumption of Wealth*, Batoche Books, Kanada, 2001.
- Baron, Robert A. "The Cognitive Perspective: A Valuable Tool For Answering Entrepreneurship's Basic Why Question", *Journal of Business Venturing*, 2004, ss. 221-239.
- Benzing, Cynthia, Hung Manh Chu, ve Orhan Kara. "Entrepreneurs In Turkey: A Factor Analysis Of Motivations, Success Factors and Problems", *Journal of Small Business Management*, Cilt: 47, Sayı: 1, 2009, ss. 58-91.
- Besler, Senem. *Sosyal Girişimcilik*, Beta Yayınları, İstanbul, 2010.

- Bird, Barbara ve Mariann Jelinek. "The Operation of Entrepreneurial Intentions", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 13, Sayı: 2, 1998, ss. 21-29.
- Bird, Barbara. "The Operation Intentions In Time: The Emergence Of The New Venture", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 17, Sayı: 1, 1992, ss. 21-29
- Boone, Christophe, Bert De Brabander ve Arjen Witteloostuijn. "CEO Locus of Control and Small Firm Performance: An Integrative Framework and Empirical Test", *Journal of Management Studies*, Cilt: 33, Sayı: 5, 1996, ss. 667-699.
- Bozkurt, Özlem Çetinkaya. *Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2011.
- Brockhaus, Robert H. ve Pamela S. Horwitz, *The Art and The Science of Entrepreneurship*, Ballinger Publishing Company, Massachusetts, 1986.
- Brown, Timothy A. *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research*, The Guilford Press, New York, 2006.
- Bull, Ivan ve Gary Willard. *Towards A Theory of Entrepreneurship, Entrepreneurship Perspectives On Theory Building*, Elsevier Science Ltd., England, 1995.
- Busenitz, Lowell W., G. P. West, D. Shepherd, T. Nelson, G.N. Chandler, A. Zacharakis, "Entrepreneurship Research in Emergence: Past Trends and Future Directions", *Journal of Management*, Cilt: 29, Sayı: 3, 2003, ss. 285-308.
- Büte, M. "Örgütsel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri", *EKEV Akademi Dergisi*, Sayı: 37, 2008, ss. 41-60.
- Büyüközer, Güliz. *The Relationship Between Emotional Intelligence And Personality Factors*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul, 2008.
- Bygrave, William B. ve Andrew Zacharakis. *Entrepreneurship*, John Wiley & Sons Inc., ABD, 2014.
- Bygrave, William B. ve Charles W. Hofer. "Theorizing About Entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 16, Sayı: 2, 1991, ss. 13-22.

- Cantillon, Richard. *Essay on the Nature of Trade*, MacMillan, London, 1931.
- Chakravorti, Bhaskar. "Finding Competitive Advantage In Adversity", *Harvard Business Review*, Cilt: 88, Sayı: 11, 2010.
- Chamorro-Premuzic, Tomas. *Kişilik ve Bireysel Farklılıklar*, İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2014.
- Coşkun, Selim, Eray Gençay ve Yaşanur Kayıkcı. *Adapting Engineering Education to Industrie 4.0 Vision*, 2016.
- Cromie, Stanley. "Assessing Entrepreneurial Inclinations: Some Approaches and Empirical Evidence", *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Cilt: 9, Sayı: 1, 2000, ss. 7-30.
- Cunningham, Barton J. ve Joe Lischeron. "Defining Entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, Cilt: 29, Sayı: 1, 1991, ss. 45-61.
- Davis, Mark. *Duygusal Zekânızı Ölçün*, Alfa Yayınları, İstanbul, 2008.
- Decarlo, James F. ve Paul R. Lyons. "Toward a Contingency Theory of Entrepreneurship", *Journal Of Small Business Management*, Cilt: 18, Sayı: 3, 1980, ss. 37-42.
- Dinçer, Ömer ve Yahya Fidan. *İşletme Yönetimi*, Alfa Yayınlar, İstanbul, 2015
- Dinçer, Ömer ve Yahya Fidan. *İşletme Yönetimine Giriş*, Alfa Yayınları, İstanbul, 2015.
- Douhan, Robin, and Magnus Henrekson. "Entrepreneurship and Second-best Institutions: Going Beyond Baumol's Typology", *Journal Of Evolutionary Economics*, Cilt: 20, Sayı: 4, 2010, s. 629-643.
- Döm, Serpil. *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2006.
- Drucker, Peter. "The Age of Social Transformation", *The Atlantic Monthly*, 1994.
- Drucker, Peter. *Innovation and Entrepreneurship*, Harper & Row Publishers Inc., New York, 1993.

- Ehringer, Ann Graham. *Make Up Your Mind: Entrepreneurs Talk about Decision-making*, Silver Lake Publishing, ABD, 1995.
- Elfenbein, Hillary Anger, M. Foo Der, J. White, H. H. Tan ve V. C. Aik. "Reading Your Counterpart: The Benefit Of Emotion Recognition Accuracy For Effectiveness In Negotiation", *Journal of Nonverbal Behavior*, Cilt: 31, Sayı: 4, 2007, ss. 205-223.
- Fidan, Yahya ve Süha Çiftçi. "Farklı Fakültelerdeki İşletme Öğrencilerinin Girişimciliğe Bakışları", *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 4, 2010, ss. 58-73.
- Fidan, Yahya. *Ders Notları I*, Yayınlanmamış Ders Notları I, Karabük, 2014.
- Fidan, Yahya. *Girişimcilik ve Girişimci Özellikleri (Sivas Örneği)*, Beta Yayım, İstanbul, 2002.
- Fidan, Yahya. *İşletme Yönetimi Ders Notları*, Yayınlanmamış Ders Notları II, Karabük, 2015
- Fineman, Stephan. "The Achievement Motive Construct and its Measurement: Where are we now?", *British Journal of Psychology*, Cilt: 68, Sayı: 1, 1977, ss. 1-22.
- Freeland, Elizabeth Maria. *A Comparison Of Emotional Intelligence and Personality Factors: Two Concepts or One?*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, University Of Oklahoma, Oklahoma, 2007.
- Gardner, Howard. *Çoklu Zekâ Yeni Ufuklar*, Optimist Yayınları, 2013.
- Gartner, William B. "A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation", *Academy of Management Review*, Cilt: 10, Sayı: 4, 1989, ss. 696-706.
- Gartner, William B. "Is There an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 25, Sayı: 4, 2001, ss. 27-39.
- Gartner, William B. "Some suggestions for research on entrepreneurial traits and characteristics", *Entrepreneurship theory and practice*, Cilt: 14, Sayı: 1, 1989, ss. 27-37.

- Gilbert, Clark G. ve Matthew J. Erying. "Beating The Odds When You Launch a New Venture", *Harvard Business Review*, Cilt: 88, Sayı: 5, 2010, ss. 92-98.
- Girginer, Nuray ve Nurullah Uçkun. "İşletmecilik Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Girişimciliğe Bakış Açıları: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama, 3", *Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, 2004, ss. 25-26.
- Goleman, Daniel. *Duygusal Zekâ Neden IQ'dan Daha Önemlidir?*, Varlık Yayınları, İstanbul, 2014.
- Goleman, Daniel. *İşbaşında Duygusal Zekâ*, Varlık Yayınları, İstanbul, 2015.
- Goleman, Daniel. Richard Boyatzis, Annie McKee, *Yeni Liderler*, Varlık Yayınları, İstanbul, 2005.
- Göçet, Emine. "Üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ile stresle başa çıkma tutumları arasındaki ilişki", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, 2006.
- Gökerik, Mehmet. *Şehir Markalaşmasının Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Uşak İli Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya, 2013.
- Graduate Management Admission Council, Corporate Recruiters Survey Report, ABD, 2016.
- Gray, Alex. *Davos: Future of Jobs Report*, World Economic Forum, Davos, 2016.
- Güler, Burcu. "Yoksullukla Mücadele Sosyal Girişimcilik", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 3, 2011, ss. 79-111.
- Güreşçi, Ertuğrul. "Girişimcilik Eğilimi Üzerine Bir Araştırma: İspir Hamza Polat Myo Örneği", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 1, 2014, ss. 23-38.
- Hansen, Eric L. ve Max S. Wortman. "Entrepreneurial Networks: The Organization in Vitro", *Academy of Management Proceedings*, 1989, ss. 69-73.
- Harvard Business Review. *Başarılı Girişimcilik*, MESS Yayınları, İstanbul, 2011.

- Hisrich, Robert D., Michael P. Peters ve Dean A. Shepherd, *Entrepreneurship*, McGraw-Hill Companies Inc., New York, 2013.
- Hornaday, Robert W. "Thinking About Entrepreneurship: A Fuzzy Set Approach", *Journal of Small Business Management*, Cilt: 30, Sayı: 4, 1992, ss. 12-23.
- Hoselitz, Bert F. "The Early History of Entrepreneurial Theory", *Explorations in Entrepreneurial History*, Cilt: 3, Sayı: 4, 1951, ss. 193-220.
- Humphrey, Ronald H. ve Blake E. Ashforth. "Buyer-supplier Alliances In The Automobile Industry: How Exit-voice Strategies Influence Interpersonal Relationships", *Journal of organizational Behavior*, 2000, ss. 713-730.
- İrmiş, Ayşe, İbrahim Durak ve Lütfiye Özdemir. *Girişimcilik Kültürü*, Ekin Basın Yayın Dağıtım, 2010.
- Isenberg, Daniel J. " The Global Entrepreneur", *Harvard Business Review*, Cilt: 86, Sayı: 12, 2008, ss. 107-111.
- Jenks, Leland H. "Approachs to Entrepreneurial Personality", *Explorations in Entrepreneurial History*, Cilt: 2, Sayı: 2, 1950, ss. 91-99.
- Jenssen, Jan Inge ve Harold F. Koenning. "The Effect of Social Networks on Resource Allocation and Business Start-ups", *European Planning Studies*, Cilt: 10, Sayı: 8, 2002, ss. 1039-1046.
- Kalaycı, Şeref. *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın, Ankara, 2016.
- Karabey, C. Nur ve Dursun Bingöl. "Girişimciliğin Başlangıcı Olarak Fırsat Tanımlama", *Yönetim Dergisi*, Cilt: 21, Sayı: 67, 2010, ss. 9-31.
- Kelley, Robert E. *How To Be A Star At Work?*, New York Times Books, New York, 1998.
- Kestelli, Raif Necdet. *Resimli Türkçe Kamus*, Türk Dil Kurumu Yayınları, 2004.
- Kırım, A. *Yeni Girişimcilik*, Capital Dergisi, 2010.
- Kirchoff, Bruce A. "Entrepreneurship's Contribution to Economics", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 16, Sayı: 2, 1991, ss. 93-112.

- Korunka, Christian, Hermann Frank, Manfred Lueger ve Josef Mugler. "The Entrepreneurial Personality in the Context of Resources, Environment and the Startup Process - A Configurational Approach", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Cilt: 28, Sayı: 1, 2003, ss. 23-42.
- Krovetz, Martin L. "Explaining Success or Failure as a Function of one's Locus of Control", *Journal of Personality*, Cilt: 42, Sayı: 2, 1974, ss. 175-189.
- Krueger Jr, Norris F. "The Cognitive Infrastructure of Opportunity Emergence", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 24, Sayı: 3, 2000, ss. 5-23.
- Lengenecker, Justin G. ve John E. Schoen. "The Essence Of Entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, Cilt: 13, Sayı: 3, 1975, ss. 26-32.
- Littunen, Hannu ve Esa Storhammar. "The Indicators Of Locus Of Control in The Small Business Context", *Journal Of Entreprising Culture*, Cilt: 8, Sayı: 4, 2000, ss. 343-360.
- Littunen, Hannu. "Entrepreneurship and The Characteristics of The Entrepreneurial Personality", *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, Cilt: 6, Sayı: 6, 2000, ss. 295-309.
- Long, Wayne. "The Meaning of Entrepreneurship", *American Journal of Small Business*, Cilt: 8, Sayı: 2, 1983, ss. 47-56.
- Lopes, Paulo N., Peter Salovey ve Rebecca Straus. "Emotional intelligence, personality, and the perceived quality of social relationships", *Personality and Individual Differences* 35, 2003, ss. 641-658.
- Marsh, Herbert W. ve Garry E. Richards. "The Multidimensionality of the Rotter I-E Scale its Higher-Order Structure: An Application of Confirmatory Factor Analysis", *Multivariate Behavioral Research*, Cilt: 22, Sayı: 1, 1987, ss. 39-69.
- Marshall, Alfred. *Principles of Economics: An Introductory Volume*, Macmillan, London, 1964.
- McClelland, David Clarence. "Achievement Motivation Can Be Developed", *Harvard Business Review*, Cilt: 43, Sayı: 6, 1965, ss. 6.

- McClelland, David Clarence. "Business Drive and National Achievement", *Harvard Business Review*, Cilt: 40, Sayı: 4, 1962, ss. 99-112.
- McClelland, David Clarence. *The Achieving Society*, D. Van Nostrand Company, ABD, 1961.
- Mitchell, Ronald K., Lowell Busenitz, Theresa Lant, Patricia P. Mcdougall, Eric A. Morse ve Brock J. Smith. "Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 27, Sayı: 2, 2002, ss. 93-104.
- Naffziger, Douglas W., Jeffrey S. Hornsby ve Donald F. Kuratko. " A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Cilt: 18, Sayı: 3, 1994, ss. 29-41.
- Odabaşı, Yavuz, vd., *Girişimcilik*, AÖF Yayınları, Eskişehir, 2008.
- Onay, Meltem. "İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Etkileyen Faktörler: İç Girişimcilik", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Cilt: 17, Sayı: 1, 2010, ss. 48-67.
- Pearson, Cecil A. L. ve Samir R. Chatterjee. "Differences And Similarities Of Entrepreneurial Characteristics in A Diverse Social Setting-Evidence From Australian And Singaporean Managers", *Journal Of Entreprising Culture*, Cilt: 9, Sayı: 3, 2011, ss. 273-289.
- Powell, James Donald ve Charles F. Bimmerle. "A Model Of Entrepreneurship: Moving Toward Precision And Complexity", *Journal Of Small Business Management*, Cilt: 18, Sayı: 1, 1980, ss. 33-36.
- Redlich, Fritz. "The Origins of The Concepts of Entrepreneur and Creative Entrepreneur", *Explorations in Entrepreneurial History*, Cilt: 1, Sayı: 2, 1949, s. 1-7.
- Salik, Neşe ve Erdoğan Kaygın. "Demografik Değişkenler Açısından Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Kafkas Üniversitesi Örneği", *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 1, 2016, ss. 145-162.
- Salovey, Peter ve John D. Mayer. "Emotional Intelligence", *Imagination, Cognition and Personality* 9, 1990, ss. 185-211.

- Salovey, Peter ve John D. Mayer. *What Is Emotional Intelligence? In P. Salovey ve D. Sluyter (Eds.), Emotional Development And Emotional Intelligence: Educational Implications*, Basic Books, New York, 1997.
- Sandberg, William R. "Strategic Management's Potential Contributions To A Theory Of Entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 16, Sayı: 3, 1992, ss. 73-90.
- Schumpeter, Joseph A. *The Theory of Economic Development*, Oxford University Press, New York, 1998.
- Schutte, Nicola S., John M. Malouff, Lena E. Hall, Donald J. Haggerty, Joan T. Cooper, Charles J. Golden ve Liane Dornheim, "Development and Validation of a Measure of Emotional Intelligence", *Personality and Individual Differences* 25, 1998, ss. 167-177.
- Sekeran, Uma. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 2nd Edition, John Wiley, New York, 1992.
- Sexton, Donald L. ve Nancy Bowman. "Determining Entrepreneurial Potential of Students", *Academy of Management Proceedings*, 1983, ss. 408-412.
- Sharma, Pramodita ve James J. Chrisman. "Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Cilt: 23, Sayı: 3, ss. 11-27.
- Shepherd, Dean A. "Educating Entrepreneurship Students About Emotion and Learning From Failure", *Academy of Management Learning and Education*, Cilt: 3, Sayı: 3, 2004, ss. 274-287.
- Shook, Christopher L., Richard L. Priem ve Jeffery E. Mcgee. "Venture Creation and The Enterprising Individual: A Review And Synthesis", *Journal Of Management*, Cilt: 26, Sayı: 3, 2003, ss. 379-399.
- Souitaris, Vangelis, Stefania Zerbinati ve Andreas Al-Laham. "Do entrepreneurship, Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources", *Journal of Business venturing*, Cilt: 22, Sayı: 4, 2007, ss. 566-591.

- Spicer, Andrew, Gerald A. Mcdermott ve Bruce Kogut. "Entrepreneurship and Privatization in Central Europe: The Tenuous Balance Between Destruction and Creation", *Academy Of Management Review*, Cilt: 25, Sayı: 2 , ss. 630-649.
- Staum, Martin S. "French Lectures In Political Economy, 1815-1848: Variables Of Liberalism", *History Of Political Economy*, Cilt: 30, Sayı:1, 1998, ss. 95-120.
- Sternberg, Robert J., and James C. Kaufman. "Human Abilities", *Annual Review of Psychology*, Cilt: 49, Sayı: 1, 1998, ss. 479-502.
- Stys, Yvonne ve Shelley L. Brown. *A Review of the Emotional Intelligence Literature and Implications for Corrections*, Research Branch Correctional Service of Canada, Kanada, 2004.
- Takalo, Tuomas ve Otto Toivanen. "Entrepreneurship, Financiership, and Selection", *Scandinavian Journal Of Economics*, Cilt: 114, Sayı: 2, 2012, s. 601-628.
- Tarhan, Nevzat. *Kendinizle Barışık Olmak*, Timaş Yayınları, İstanbul, 2015.
- Tekin, Mahmut. *Girişimcilik*, Günay Ofset Matbaacılık, Konya, 2005.
- Thompson, James D. ve Ian C. MacMillan. "Making Social Ventures Work", *Harvard Business Review*, Cilt: 88, Sayı: 9, 2010, ss. 66-73.
- Uygun, Ramazan. *Girişimcilik Teori ve Uygulamaları*, Ekin Yayın Evi, Bursa, 2016.
- Ürper, Yılmaz, B. Tuğberk Tosunoğlu, C. Hakan Kağnıcıoğlu, Mehmet Başar, A. Emre Demirci ve Necdet Sağlam. *Girişimcilik ve İş Kurma*, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 2012.
- Vesper, Karl H. " Entrepreneurship, A Fast Emerging Area In Management Studies", *Journal Of Small Business Management*, Cilt: 12, Sayı: 4, 1974, ss. 8-14.
- Wasserman, Noam. "The Founder's Dilemma", *Harvard Business Review*, Cilt: 86, Sayı: 2, 2008.
- Westlund, Hans ve Malin Gawell. "Building Social Capital For Social Entrepreneurship", *Annals Of Public & Cooperative Economics*, Cilt: 83, Sayı:1, 2012, ss. 101-116.

Zakarevičius, Povilas, and Aurimas Župerka. "Expression Of Emotional Intelligence In Development Of Students' Entrepreneurship", *Economics & Management*, 2010.

Zuckerman, Miron ve Katlian C. Gerbasi. "Belief in Internal Control or Belief in a Just World: The Use and Missue of the I-E Scale in Prediction of Attitudes and Behavior", *Journal of Psychology*, Cilt: 45, Sayı: 3, 1997, ss. 356-378.



EK 1. Çalışmada Kullanılan Anket

KARABÜK ÜNİVERSİTESİ GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ VE DUYGUSAL ZEKA ANKET FORMU

1. Tanımlayıcı Bilgiler

Cinsiyetiniz	Kadın	İş deneyiminiz var mı?	Evet	
	Erkek		Hayır	
Yaşınız	18 - 20	Babanızın mesleği?	Memur	
	21 - 23		Özel Sektör Çalışanı	
	24 ve üzeri		Serbest Meslek (Firma Sahibi)	
Mezun olduktan sonra çalışmak istediğiniz sektör:	Kamu	Okuduğunuz Sınıf	1. Sınıf	
	Özel Sektör		2. Sınıf	
	Kendi İşim		3. Sınıf	

2. Girişimcilik Eğilimini Ölçmeye Yönelik İfadeler

Açıklama: Lütfen aşağıda verilen ifadeleri okuyarak bu ifadelere katılma derecenizi verilen ölçek üzerinde ilgili rakamı işaretleyiniz. Her ifade için sadece bir seçenek işaretlemeniz ve cevapsız soru bırakmamanız gerekmektedir. Size uygun olan seçeneğe "X" işareti koyunuz.		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1.	Bölümümünden mezun olduğumda kendi işimi kurmak için gerekli yeteneklere sahip olacağıma inanıyorum.					
2.	Bölümümünden mezun olduğumda kendi işimi kurmayı hedefliyorum.					
3.	Bölümümüzden mezun olanlar asla kamu sektöründe çalışmayı planlamamalıdır.					
4.	Bölümümüz mezun olanlar mutlaka girişimci olmaya odaklanmalıdır.					
5.	Bölümümüz mezun olanlar özel sektörde çalışmayı planlamalıdır.					
6.	Bir işin fırsatlar sunması emniyetli ve garantili olmasından daha önemlidir.					
7.	Çok çalışan sürekli hedef büyüten bir kişiğe sahip olmak istemem.					
8.	Sosyal yaşamı, iş yaşamını, eğlenceyi dengeli bir şekilde yaşayan bir kişiğe sahip olmak isterim					
9.	Mevcut gerçeklere birebir bağlı kalarak hareket etmeyi tercih ederim.					
10.	Gerçekleri zorlayarak sezgiye ve hayallere dayalı hareket etmeyi tercih ederim.					
11.	İnanmadığım bir konuda negatif bir değerlendirmeye maruz kalma pahasına karar veririm.					
12.	İnanmadığım bir konu dahi olsa kural dışı davranmayı göze alamam.					
13.	Kariyerimin gelecek 5 yılında yüksek maaşlı bir iş fırsatı karşıma çıksa kabul ederim.					
14.	Kariyerim için gerekli olsa dahi önceliklerimden vazgeçmem.					

		Hic Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
	Açıklama: Lütfen aşağıda verilen ifadeleri okuyarak bu ifadelere katılma derecenizi verilen ölçek üzerinde ilgili rakamı işaretleyiniz. Her ifade için sadece bir seçenek işaretlemeniz ve cevapsız soru bırakmamanız gerekmektedir. Size uygun olan seçeneğe "X" işareti koyunuz.					
1	Başkalarıyla kendi problem ve sıkıntılarım hakkında ne zaman konuşacağımı bilirim.					
2	Engellerle karşılaştığımda, benzer engellerle önceden de karşılaştığımı ve onların üstesinden geldiğimi hatırlar ve kendimi motive ederim.					
3	Yeni birşeyler denediğimde genellikle başarısız olacağımı düşünürüm.					
4	Problemleri ele alırken ruh halimin etkisi azdır.					
5	İnsanlar bana kolaylıkla güvenirler.					
6	Diğer insanlardan gelen sözel olmayan mesajları (beden dili, mimik, duygu vs.) anlamakta zorlanırım.					
7	Yaşadığım bazı önemli olaylar neyin önemli olduğunu, neyin önemli olmadığını tekrar gözden geçirmeme yol açmıştır.					
8	Bazen konuştuğum kişinin espri mi yaptığını, ciddi mi olduğunu çıkartamam.					
9	Ruh halim değiştiğinde yeni fırsatlar görürüm (yeni imkanların farkına varırım).					
10	Duyguların hayatımın niteliğinde (hayat tarzımda) çok fazla etkisi yoktur.					
11	Yaşadığım duyguların farkındayım.					
12	Genellikle, gelecekte iyi şeyler olacağımı beklemem.					
13	Hayatımda bir problemi çözmeye çalışırken duygusal olmamayı yararlı görürüm.					
14	Duygularımı gizli tutmayı tercih ederim.					
15	Olumlu bir duygu yaşadığımda bu duyguyu nasıl devam ettireceğimi bilirim.					
16	Olayları başkalarının zevkine göre ayarlarım (düzenlerim).					
17	Sosyal olaylarda ne olup ne bittiğini genellikle yanlış yorumlarım.					
18	Beni mutlu eden aktiviteleri arayıp bulurum.					
19	Başkalarına yolladığım sözel olmayan mesajlarımın (beden dili, mimik, duygu vs.) farkındayım.					
20	Başkalarının üstünde bıraktığım etkiyle çok fazla ilgilenmem.					
21	Olumlu bir ruh halinde iken yaşadığım sorunları çözmek kolay gelir.					
22	İnsanların yüz ifadelerini bazen yanlış yorumlarım.					
23	Yeni fikirlerle ortaya çıkmamda duygularımın bir yardımı olduğuna inanmıyorum.					
24	Duygularımın neden değiştiğini çoğunlukla anlayamam.					
25	Yeni fikirlerle ortaya çıkmamda olumlu ruh halimin etkili olduğunu düşünmüyorum.					
26	Duygularımı kontrol etmeyi zor buluyorum.					
27	Yaşadığım duyguların kolayca farkında olabilirim.					
28	Çevremdekilerin konuşulması güç biri olduğumu söyledikleri olmuştur.					
29	Aldığım görevlerin iyi sonucunu hayal ederek kendimi motive ederim.					
30	İyi bir şey yaptıklarında insanları överim.					
31	Başkalarının gönderdikleri sözel olmayan mesajların (beden dili, mimik, duygu vs.) farkındayım.					
32	Başka biri kendi hayatındaki önemli bir olayı benimle paylaşırken, neredeyse o olayı kendim yaşamış gibi hissedirim.					
33	Duygularımda bir değişiklik hissettiğimde, yeni fikirlerle ortaya çıkmaya eğilimliyimdir.					
34	Hayatımdaki sorunları nasıl ele alacağımı duygularım büyük bir rol oynamaz.					
35	Bir mücadeleyle/zorlukla karşı karşıya kaldığımda çabuk pes ederim çünkü başarısız olacağımı düşünürüm.					
36	Diğer insanların ne hissettiklerini yüzlerine baktığımda anlarım.					
37	İnsanların kendilerini kötü hissettiklerinde daha iyi hissetmelerine yardımcı olurum.					
38	Yaşadığım engelleri aşmak için iyi ruh halimden faydalanırım.					
39	Başkalarının ses tonlarından nasıl hissettiklerini anlamakta zorlanırım.					
40	İnsanların bazı şeyleri neden hissettiklerini anlamakta zorlanırım.					
41	Yakın arkadaşlıklar kurmakta zorlanırım.					

ÖZET

Günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler açısından büyük önem taşıyan girişimcilik, gerek kamu gerek özel kuruluşlar aracılığı ile teşvik edilmekte ve desteklenmektedir. Bunun yanında bireylerin duyguları anlama, ifade etme, yönlendirme gibi yetilerini kapsayan duygusal zekâ kavramı da iş hayatında hızla kabul görmekte ve başarının anahtarlarından biri olarak kabul edilmektedir. Güncel gelişmeler açısından çok değerli olan bu iki kavram çalışmanın temelini teşkil etmektedir. Bu çerçevede çalışma, girişimciliğin duygusal zekâ ile olan ilişkisini ölçmeyi hedeflemektedir. Bu amaçla Karabük Üniversitesi'nde eğitim gören işletme fakültesi girişimcilik bölümü öğrencilerinin girişimciliğe bakış açıları ve duygusal zekâlarının nicel yöntemler ile ölçülmesi hedeflenmiştir. Araştırma kapsamında hazırlanan anketlerden toplanan veriler çeşitli analiz yöntemleri ile incelenmiştir. Ulaşılan bulgular neticesinde duygusal zekâ ile girişimcilik arasında pozitif ve güçlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu tespitin girişimcilik bağlamında duygusal zekânın önemini göstermesi bakımından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Arşiv Kayıt Bilgileri:

- Tezin Adı** : Duygusal Zekâ ile Girişimcilik Arasındaki İlişki: Karabük Üniversitesi Girişimcilik Bölümü Öğrencileri Örneği
- Tezin Yazarı** : Sertaç ERCAN
- Tezin Danışmanı** : Prof. Dr. Yahya FİDAN
- Tezin Konumu** : Yüksek Lisans
- Tezin Tarihi** : 10.01.2017
- Tezin Alanı** : İşletme Ana Bilim Dalı
- Tezin Yeri** : KBÜSBE - KARABÜK
- Anahtar Sözcükler** : Duygusal Zekâ, Girişimci, Girişimcilik.

ABSTRACT

With a very significant role for the developed and developing countries in today's world, entrepreneurship has been promoted and supported by both public and private sector. Furthermore, emotional intelligence comprising the skills of individuals to understand, express, and direct their emotions, is increasingly recognized by the business sector and considered as one of the key factors of success. These two concepts which are very valuable for current developments constitute the basis of our study. In this framework, the study aims to evaluate the relationship between the entrepreneurship and emotional intelligence. Thus, it is aimed to measure the perspectives and emotional intelligences of the students registered at Entrepreneurship Department, Business Faculty of the Karabük University through quantitative methods. The data collected from the surveys prepared for the research were analyzed via various methods. Based on the obtained findings, it was determined that a positive and strong relationship is in question between emotional intelligence and entrepreneurship. It is thought that this fact will contribute to the literature in signifying the importance of emotional intelligence with regards to entrepreneurship.

Archive Record Information:

Name of Thesis : The Relationship Between Emotional Intelligence and Entrepreneurship: The Case of Entrepreneurship Students at Karabuk University

Author : Sertaç ERCAN

Advisor : Prof. Dr. Yahya FİDAN

Type of Thesis : Master Thesis

Date of Thesis : 10.01.2017

Department of Thesis : Department of Business Administration

Place of Thesis : KBÜSBE – KARABÜK

Keywords : Emotional Intelligence, Entrepreneur, Entrepreneurship.

ÖZGEÇMİŞ

Sertaç Ercan, 1983 yılında İstanbul’da doğdu. Orta öğrenimini Rahmi Kula Anadolu Lisesi’nde tamamladı. Lisans eğitimine Yıldız Teknik Üniversitesi Makina Mühendisliği bölümünde başladı, daha sonra Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü’ne geçiş yapıp buradan 2012 yılında mezun oldu. Bir süre kendi şirketinde ve özel sektörde çeşitli pozisyonlarda görev yaptı. 2014 yılında Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Girişimcilik Bölümü’nde araştırma görevlisi olarak göreve başladı ve halen bu görevi sürdürmektedir. Temel ilgi alanları, girişimcilik ve yönetim-organizasyondur. İyi derecede İngilizce bilen Ercan, evli ve bir çocuk babasıdır.