

TC  
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİM DALI  
GİRİŞİMCİLİK İNOVASYON VE YÖNETİM  
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DUYGUSAL ZEKÂ VE GİRİŞİMCİLİK NİYETİ  
ARASINDA ÖZ YETERLİLİĞİN ARACILIK  
İLİŞKİSİ

GÜLBAHAR BEKTAŞ  
18738016

TEZ DANIŞMANI  
PROF.DR. CEMAL ZEHİR

İSTANBUL  
2022

TC  
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİM DALI  
GİRİŞİMCİLİK İNOVASYON VE YÖNETİM  
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DUYGUSAL ZEKÂ VE GİRİŞİMCİLİK NİYETİ  
ARASINDA ÖZ YETERLİLİĞİN ARACILIK  
İLİŞKİSİ

GÜLBAHAR BEKTAŞ  
18738016

Tezin Savunulduğu Tarih: .....  
Tez Oy birliği / Oy çokluğu ile başarılı bulunmuştur.

Tez Danışmanı : Unvan Ad Soyad  
: Prof. Dr. Cemal ZEHİR  
Jüri Üyeleri : Doç. Dr. Yasin ŞEĞİTOĞLU  
: Dr. Öğr. Üyesi Dilek KARACA

İmza

İSTANBUL  
TEMMUZ, 2022

## ÖZ

### DUYGUSAL ZEKÂ VE GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ARASINDA ÖZ YETERLİLİĞİN ARACILIK İLİŞKİSİ

GÜLBAHAR BEKTAŞ

TEMMUZ, 2022

Bu tez çalışmasında duygusal zekanın girişimcilik niyetini hangi yönde etkilediğini araştırmak ve bununla birlikte duygusal zekâ ile girişimcilik niyeti ilişkisinde öz yeterliliğin ‘aracı değişken’lik gösterip göstermediğinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu tez çalışması teorik ve araştırma olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Bu tez çalışmasında araştırma da ilk olarak yer alan değişkenleri tanımlamak amacıyla teorik bölüm de araştırma değişkenleri olan girişimcilik niyeti, duygusal zekâ ve öz yeterlilik kavramları hakkında bilgi verilmiş, sonrasında ise araştırma ve analiz kısmına yer verilmiştir. Veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Yıldız Teknik Üniversitesi 2021-2022 yılları arasında işletme bölümünde eğitim gören lisans ve yüksek lisans öğrencilerine kolayda örneklem yöntemi ile uygulanmıştır. Veri toplama aracı olarak Chi- Sum Wong’un duygusal zekâ ölçeği, Gavin Cassar & Henry Friedman’ın özyeterlilik ölçeği, Francisco Liñán & Juan Carlos Rodríguez-Cohard & José M. Rueda- Cantuche’in girişimcilik niyeti ölçeği kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS paket programları ve PROCESS eklentisi kullanılarak analiz edilmiştir. Analizlerde duygusal zekanın girişimcilik niyetini pozitif yönde etkilediği ve duygusal zekanın kişilerin girişimcilik niyetini özyeterlilik vasıtasıyla arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Özyeterliliğin girişimcilik niyeti ile duygusal zekâ arasında aracı etkisi olduğu bu çalışmayla ortaya konmuştur. Bu çalışma sonuçlarının literatüre katkısı olduğu gibi girişimci ve girişimci adaylarına ayrıca da işverenlere katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** *Girişimcilik, Girişimcilik Niyeti, Duygusal Zekâ, Öz yeterlilik,*

## **ABSTRACT**

### **THE INTERMEDIATE RELATIONSHIP OF SELF-EFFICIENCY BETWEEN EMOTIONAL INTELLIGENCE AND ENTREPRENEURSHIP INTENTION**

**GULBAHAR BEKTAŞ**

**JULY,2022**

The main aim of this thesis study is to investigate in which direction emotional intelligence affects entrepreneurial intention and to examine whether self-efficacy shows 'mediator variability' in the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial intention. This thesis consists of two parts: theoretical and research. In this thesis, information about the concepts of entrepreneurial intention, emotional intelligence, and self-efficacy, which are the research variables, is given in the theoretical part to define the variables in the research first, and then the research and analysis part is included. Questionnaire method was used as data collection method. It was applied to undergraduate and graduate students studying at the Department of Business Administration at Yıldız Technical University between the years 2021-2022 with the convenience sampling method. Chi-Sum Wong's emotional intelligence scale, Gavin Cassar & Henry Friedman's self-efficacy scale, Francisco Linan & Juan Carlos Rodriguez-Cohard & José M. Rueda-Cantuche's entrepreneurial intention scale were used as data collection tools. The obtained data were analyzed using SPSS package programs and PROCESS plugin. In the analysis, it was concluded that emotional intelligence positively affects entrepreneurial intention and emotional intelligence increases entrepreneurial intention of individuals through self-efficacy. This study revealed that self-efficacy has a mediating effect between entrepreneurial intention and emotional intelligence. It is thought that the results of this study will contribute to the literature as well as to entrepreneurs and entrepreneur candidates, as well as employers.

**Keywords:** Entrepreneurship, Entrepreneurial Intention, Emotional Intelligence, Self-efficacy

## ÖNSÖZ

Çalışmam sırasında bilgi birikimi ile yoluma ışık tutan saygıdeğer tez danışmanım Prof. Dr. Cemal Zehir başta olmak üzere,

Hem tez çalışmamda hem de yeni kurduğum girişimimde daima yanımda olan ve her zaman desteğini hissettiğim, en zor anlarımda beni motive eden ve destekleyen, kendi işinden geldikten sonra ben tezimi hakkıyla yazabileyim diye yeni kurulan ve hızlı büyüyen bir işletmenin tüm yükünü sırtlayıp, ben tezimi yazarken benimle birlikte gece boyu çalışan Sevgili Eşim Av. Enes Bektaş'a, çok teşekkür ederim. İyi ki hayatımdasın.

Devam etmem konusunda beni sürekli teşvik eden ve daima destekleyen Anne-Babama,

Kendisi de tez aşamasında olan ve her öğrendiği tekniği benimle paylaşan Sevgili Kardeşim Dr. Hatice Çetinkaya'ya

Ve aileme desteklerinden dolayı çok teşekkür ederim. İyi ki varsınız.

İstanbul, Temmuz, 2022

Gülbahar BEKTAŞ

## İÇİNDEKİLER

|                                                                             |      |
|-----------------------------------------------------------------------------|------|
| ÖZ.....                                                                     | iii  |
| ABSTRACT .....                                                              | iv   |
| ÖNSÖZ.....                                                                  | v    |
| İÇİNDEKİLER .....                                                           | vi   |
| TABLolar LİSTESİ.....                                                       | viii |
| ŞEKİLLER LİSTESİ.....                                                       | ix   |
| GİRİŞ .....                                                                 | 1    |
| BİRİNCİ BÖLÜM: GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK NİYETİ.....                     | 4    |
| 1. Girişimcilik ve Girişimcilik ile İlgili Kavramlar .....                  | 4    |
| 1.1. Girişimci.....                                                         | 4    |
| 1.2. Girişimciliğe Etki Eden Faktörler .....                                | 9    |
| 1.2.1. Ekonomik Faktörler .....                                             | 12   |
| 1.2.2. Sosyal ve Kültürel Faktörler .....                                   | 13   |
| 1.2.3. Demografik Faktörler .....                                           | 14   |
| 1.2.3.1. Yaş ve Girişimcilik .....                                          | 15   |
| 1.2.3.2. Cinsiyet ve Girişimcilik .....                                     | 15   |
| 1.2.3.3. Gelir ve Girişimcilik .....                                        | 17   |
| 1.2.3.4. Medeni durum ve Girişimcilik .....                                 | 17   |
| 1.2.3.5. Tecrübe ve Girişimcilik.....                                       | 17   |
| 1.2.3.6. Girişimcilik Eğitimi ve Girişimcilik .....                         | 18   |
| 1.3. Girişimci Kişilik Özellikleri.....                                     | 18   |
| 1.4. Girişimcilik Eğilimi .....                                             | 22   |
| 1.4.1. Girişimcilik Eğilim Teorileri.....                                   | 24   |
| 1.4.1.1. Planlı Davranış Kuramı (Ajzen).....                                | 25   |
| 1.4.1.2. Girişimsel Eylem Modeli (Shapero & Sokol).....                     | 26   |
| 1.4.1.3. Girişimci Niyet Modeli (Bird) .....                                | 27   |
| 1.4.1.4. Robinson'un Girişimsel Tutum Oryantasyonu Modeli.....              | 28   |
| 1.4.2. Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki Farklar ..... | 29   |
| 2. Girişimcilik Niyeti .....                                                | 29   |

## **İKİNCİ BÖLÜM: DUYGUSAL ZEKA..... 34**

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| 1. Duygusal Zeka İle İlgili Kavramlar .....                 | 34 |
| 1.1. Duygu Kavramı .....                                    | 34 |
| 1.2. Zekâ Kavramı .....                                     | 37 |
| 1.3. Duygusal Zekâ Kavramı .....                            | 38 |
| 1.4. Duygusal Zekâ ve Bilişsel Zekâ Arasındaki Farklar..... | 39 |
| 1.5. Duygusal Zeka Modelleri.....                           | 40 |
| 1.5.1. John D. Mayer ve Peter Salovey Modeli .....          | 41 |
| 1.5.2. Reuven Bar-on Modeli .....                           | 42 |
| 1.5.3. Robert K. Cooper & Ayman Sawaf Modeli.....           | 43 |
| 1.5.4. Daniel Goleman Modeli .....                          | 44 |

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: ÖZ YETERLİLİK..... 46**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 1. Girişimcilik Özyeterliliği ..... | 46 |
|-------------------------------------|----|

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: DUYGUSAL ZEKA GİRİŞİMCİLİK NİYETİ VE ÖZYETERLİLİK İLİŞKİSİ ÜZERİNE SAHA ARAŞTIRMASI ..... 49**

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Duygusal Zeka ve Özyeterlilik Arasındaki İlişki.....                   | 50 |
| 2. Duygusal Zekâ ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişki.....            | 50 |
| 3. Özyeterlilik ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişki.....             | 52 |
| 4. Girişimcilik Öz Yeterliliğinin Ara Değişken Rolü .....                 | 53 |
| 5. Araştırmanın Metodolojisi .....                                        | 54 |
| 5.1. Araştırmanın Amacı .....                                             | 54 |
| 5.2. Uygulama ve Hipotez Testleri .....                                   | 54 |
| 5.2.1. Tezin Amacı ve Araştırma Hipotezleri .....                         | 55 |
| 5.2.2. Araştırma Ölçüm Araçları.....                                      | 55 |
| 5.2.3. Örneklem ve Demografik Veri.....                                   | 56 |
| 5.2.4. Ölçüm Araçlarının Keşifsel Faktör Analizi .....                    | 57 |
| 5.2.5. Ölçüm Araçlarının Güvenilirlik Analizi .....                       | 58 |
| 5.2.6. Korelasyon Analizi.....                                            | 58 |
| 5.2.7. Fark Testleri .....                                                | 59 |
| 5.2.7.1. Duygusal Zeka ve Özyeterlilik İle İlgili Fark Testleri.....      | 60 |
| 5.2.7.2. Girişimcilik Niyeti ile İlgili Fark Testleri .....               | 62 |
| 5.2.7.3. Cinsiyet ve Başlangıç Sermayesi Kaynağı İlişkisi Ki-Kare Testi.. | 67 |
| 5.2.7.4. Doğrudan/Dolaylı Etki/İlişki Hipotez Testleri.....               | 68 |

## **SONUÇ VE TARTIŞMA..... 71**

## **KAYNAKÇA ..... 77**

## **EKLER..... 91**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Ek-1: Girişimcilik Niyeti Ölçeği..... | 91 |
|---------------------------------------|----|

|                                               |           |
|-----------------------------------------------|-----------|
| EK-2: Duygusal Zekâ Ölçeği.....               | 92        |
| Ek-3: Girişimcilikte Özyeterlilik Ölçeği..... | 93        |
| <b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>                          | <b>94</b> |

## TABLOLAR LİSTESİ

|                                                                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tablo 1: Girişimcilik Tanımları .....                                                                                              | 8  |
| Tablo 2: Dönemlere Göre Girişimcilik Tanımları .....                                                                               | 9  |
| Tablo 3: Girişimcilik Tanımlar .....                                                                                               | 16 |
| Tablo 4: Hisrich'in Girişimci Özellikleri.....                                                                                     | 19 |
| Tablo 5: Thompson'ın Girişimcinin On özelliği.....                                                                                 | 20 |
| Tablo 6: Girişimciliğin 15 Anahtar Kelime Grubu.....                                                                               | 20 |
| Tablo 7: Yazında Geçen Bazı Girişimcilik Eğilimi Tanımları .....                                                                   | 24 |
| Tablo 8: Girişimcilik Niyeti Üzerine Tanımlar.....                                                                                 | 33 |
| Tablo 9: Bazı Kuramcılara Göre Temel Duygu Kümeleri.....                                                                           | 35 |
| Tablo 10: Bilişsel Zekâ ve Duygusal Zekâ Becerilerinin Bütünleşmesi.....                                                           | 40 |
| Tablo 11: Mayer ve Salovey'in 4 Boyutlu Duygusal Zekâ Modelinin, Zekâyla ve Kişilikle Olan İlişisine Odaklı İnceleme Tablosu ..... | 42 |
| Tablo 12: Reuven Bar-on Modeli .....                                                                                               | 43 |
| Tablo 13: Robert K. Cooper & Ayman Sawaf Modeli .....                                                                              | 44 |
| Tablo 14: Daniel Goleman Modeli .....                                                                                              | 45 |
| Tablo 15: Demografik Verilere Ait Frekanslar.....                                                                                  | 56 |
| Tablo 16: Keşifsel Faktör Analizi.....                                                                                             | 57 |
| Tablo 17: Güvenilirlik Analizi .....                                                                                               | 58 |
| Tablo 18: Korelasyon Analizi .....                                                                                                 | 58 |
| Tablo 19: Araştırma Değişkenlerine Ait Genel İstatistikler .....                                                                   | 59 |
| Tablo 20: Duygusal Zeka ve Özyeterlilik Değişkenleri Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem t Testi.....                                 | 60 |
| Tablo 21: Duygusal Zeka ve Özyeterlilik Değişkenleri Yaşa Göre Tek Yönlü ANOVA Testi.....                                          | 60 |
| Tablo 22: Duygusal Zeka ve Özyeterlilik Değişkenleri Eğitim Durumuna Göre Bağımsız Örneklem t Testi.....                           | 61 |
| Tablo 23: Duygusal Zeka ve Özyeterlilik Değişkenleri Gelir Durumuna Göre Tek Yönlü ANOVA Testi .....                               | 61 |
| Tablo 24: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem t Testi .....                                             | 62 |
| Tablo 25: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Yaşa Göre Tek Yönlü ANOVA Testi .....                                                      | 62 |
| Tablo 26: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Eğitim Durumuna Göre Bağımsız Örneklem t Testi.....                                        | 63 |
| Tablo 27: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Medeni Duruma Göre Bağımsız Örneklem t Testi.....                                          | 64 |
| Tablo 28: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Gelir Durumuna Göre Tek Yönlü ANOVA Testi.....                                             | 64 |

|                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tablo 29: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Ailede Girişimci Olma Durumuna Göre Bağımsız rneklem t Testi.....           | 65 |
| Tablo 30: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Yakın Arkadaş Girişimci Olma Durumuna Göre Bağımsız rneklem t Testi.....    | 66 |
| Tablo 31: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Girişimcilikle İlgili Ders Alma Durumuna Göre Bağımsız rneklem t Testi..... | 66 |
| Tablo 32: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Daha nce Girişimde Bulunma Durumuna Göre Bağımsız rneklem t Testi.....     | 67 |
| Tablo 33: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Başlangıç Sermayesi Kaynağına Göre Bağımsız rneklem t Testi.....            | 67 |
| Tablo 34: Cinsiyet ve Başlangıç Sermayesi Kaynağı İlişkisi Ki-Kare Testi .....                                       | 68 |
| Tablo 35: Doğrudan ve Dolaylı İlişki Regresyon Analizleri .....                                                      | 68 |
| Tablo 36: Araştırma Kapsamında Gerçekleştirilen Testlerin Sonuçları .....                                            | 70 |

## şEKİLLER LİşTESİ

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| şekil 1: Girişimciliğe Etki Eden Faktörler.....             | 12 |
| şekil 2: Planlı Davranış Teorisi Modeli (Ajzen Model) ..... | 26 |
| şekil 3: Girişimci Niyet Modeli.....                        | 28 |
| şekil 4: Girişimcilik Süreci.....                           | 31 |
| şekil 5: Girişim Destek Modeli.....                         | 31 |
| şekil 6: Araştırma Modeli.....                              | 55 |

## GİRİŞ

İnsanlık tarihine baktığımızda görüyoruz ki hayatta kalmanın en önemli koşulu şartlara uyum sağlayabilmektir. Hayatın olağan akışında ve doğada her şey her gün değişmektedir. Toplumlar, ülkeler, ekonomiler, işletmeler, insanlar, nesneler vb. sürekli şekil değiştirmektedirler. Bu kıyasıya hayatta kalma mücadelesinde görülmektedir ki güçlü olan değil, en hızlı uyum sağlayanın hayatta kalmıştır ve uyum sağlayan insanlar sürekli keşfetmekte, icat çıkarmaktadırlar. Tarihimizi de girişimcilerin bu keşif ve icatları yönlendirmektedir. Girişimciler ülkelerinin kalkınmasına kaldıraç etkisi yaparlar ve başarılı girişimcilik eylemleri ile ülkelerin ekonomik yapısı gelişir, ülkeler refaha ve zenginliğe ulaşır, zenginlik kaynaklarını çoğaltır ve işsizlik azalır. Tarih devam ettikçe girişimciler ve fikirleri hayatı değiştirip yönlendirmeye devam edeceklerdir. Bilim, teknoloji ve toplumların ilerlemesi hep yeni fikirlerin hayata geçilmesi ile olmuştur. Her yeni fikir bilim ve teknoloji için yeni bir ufuk çizmiş, değişimin başlatıcısı olmuş ve ekonomik gelişmişliği arttırmıştır. Bu nedenle girişimcilik alanında ki çalışmalar hızla artmaktadır.

‘Hissetme aklı’ olarak da bilinen duygusal zekâ (EQ) bireylerin hayatlarında sürdürülebilir başarı için hayati öneme sahiptir. Duygusal zekâyâ sahip girişimcilerinin ise, trendleri yakından takip etmeleri, yenilik ve yaratıcılıkta sürdürülebilirliği yakalayabilmeleri ve büyüme odaklı olabilmelerinin daha kolay olabileceği düşünülmektedir. Goleman’a göre duygusal zekâsı yüksek bireylerde empati yeteneği de gelişmiştir. Empati yeteneği sayesinde bireyler, kendilerini karşılarındaki insanın/insanların yerine koyarak onların bakış açısını, duygu ve düşüncelerini anlayarak ve algılayarak, o kişilerin duygu ve düşüncelerine göre davranış sergilerler. Empati girişimcilerin başarıların da hayati rol oynamaktadır.

Girişimciler, diğer insanlardan farklı olarak yaratıcılıkları, duygudaşlık yetenekleri ve duygusal zekâları ile trendleri kolayca yakalayabilir böylece de başarılı girişimlere adım atabilirler (Polat, S. 2003,48). Günümüzde girişimcilik eylemlerinin çok daha fazla belirsizlik ve her zamankinden daha güç koşullarda gerçekleştiği düşünüldüğünde risk alma veya almama kararının ve hızlı karar verebilmenin girişimciler için oldukça önemli olduğu görülmektedir. Duygusal zekâsı yüksek

bireyler ise böylesi belirsiz koşullarda rahatlıkla riski analiz edip, kolayca karar verebilmekte ve kaygılarını daha kolay yönetebilmektedirler (Yelkikalan: 40). Duygusal zekâya sahip girişimci kişiler, duygu ve düşüncelerini rahatlıkla paylaşabilme, bir işi yapma ve yaptırma gibi konularda duygusal zekâsı daha az olan kişilere göre daha başarılı olmaları nedeniyle girişimcilik niyetlerinde sahip olunan özellikleri de önemlidir (Ceyhan, S., 2020).

Öz yeterlilik “kişinin kendine güveni” şeklinde ifade edilmektedir ki kişinin özyeterliliğinin yüksek olması kendisini güdülemesine neden olmaktadır. Böylece kişinin zor olarak nitelendirdiği işlerin üstesinden gelerek ve yüksek hedeflere ulaşarak girişimcilik niyetinin artacağı varsayılmaktadır. Bandura (1997)’ya göre yüksek öz yeterliliğe sahip olan kişilerin, öz yeterlilikleri ve iş performansları arasında güçlü bir ilişki vardır (Ağırman ve Naktiyok, 2018: 3254). Özetle diyebiliriz ki kişinin, öz yeterlilik algısı girişimcilik eğilimini harekete geçirecek faktörlerden biridir ve böylesi kişilerin girişimcilik niyeti yüksektir. Kendi yeteneklerine inanan yani öz yeterlilikleri yüksek olan girişimcilerin başarı olasılıklarının yüksek olacağı düşünülmektedir.

Yarattığı bu ekonomik değerler ve iş fırsatları nedeniyle girişimciliğin çekiciliği her geçen gün artmaktadır. Girişimciliği özendirmek, en çok gelişmekte olan ülkelerde ki devlet politikasında en büyük önceliği olan mevzular arasındadır. Üniversiteler, kişileri girişimciliğe özendirme konusunda önemli kurumlar arasındadırlar. Girişimci olma niyetinde önemli bir etmen olan zekâ türleriyle kişilere gereken yetenek-becerileri belirlemek ve bu istikamette belirlenen özellikleri geliştirmeleri çok önemlidir.

Son zamanlarda yapılan çalışmalarda kişilerin duygusal zekâ düzeylerinin iş hayatında ve sosyal ortamlarda bireyler üzerine etkisi inceleyen birçok çalışma mevcuttur. Duygusal zekâ, öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi irdeleyen ayrı ayrı çalışmalar mevcut olmakla birlikte bu değişkenlerin tümünün bir arada incelendiği araştırmalar mevcut değildir. Bununla birlikte literatürde duygusal zekâ, öz yeterlilik ve girişimcilik eğilimini ayrı ayrı ele alan çalışmalar mevcut olduğu gibi (Şenel & Öcal, 2016; Acar & Uslu, 2018; Timuroğlu&Akpınar, 2017; Özler&Giderler, 2017) birlikte alan (Ceyhan&Yılday&Batga, 2020) çalışmada mevcuttur. Girişimcilik eğilimi kişinin girişimci olmaya yatkınlığını göstermekle birlikte direkt olarak girişimcilik niyeti anlamına gelmemektedir. Girişimcilik niyeti girişimcilik eğiliminin somut bir

halidir. Ülkelere ve ekonomilere kaldıraç etkisi yapan girişimcilik devletler ve üniversiteler tarafından teşvik edilmektedir. Kişilerin girişimcilik niyetlerinin arttırılması ve girişimcilik niyetlerini etkileyen faktörlerin tespit edilmesi ve bu faktörlerin kişilerde geliştirilmesi için çalışmalar yapmak, kişilerin girişimcilik niyetini arttıracak en önemli adımlar olduğu söylenebilir. Özetle literatürde olan eksiklikten ve girişimcilik niyetlerini etkilediği düşünülen bu faktörlerden hareket ederek girişimcilik niyeti, duygusal zekâ ile ve öz yeterlilik arasındaki ilişkinin ya da etkinin ve aracılık rolünün incelendiği araştırmanın literatüre katkısı olacağı düşünülmektedir. Literatür incelendiğinde duygusal zekânın girişimcilik eğilimini ve öz yeterliliği ele alan çalışmalarda girişimcilik eğiliminin öz yeterliliğe etkisi olduğu görülmektedir (Uluköy vd., 2016; Zampetakis vd., 2009; Acar & Uslu, 2018; Ağırman & Naktiyok, 2018). Bu nedenle araştırma kapsamında öğrencilerin girişimcilik niyetlerini belirlemek üzere örneklem olarak Yıldız Teknik Üniversitesi'nde yer alan işletme lisans ve lisansüstü öğrencileri seçilmiştir. Bu araştırma, duygusal zekanın girişimcilik niyetine etkisinde öz yeterliliğin aracı rolünü keşfetmek için yürütülmüş, aynı zamanda girişimcilik dersi almalarının, aile ve yakın arkadaşları arasında girişimcilerin bulunması, gelir düzeyleri, medeni durumları, daha önce bir girişimde bulunmaları gibi unsurların bu değişkenler üzerinde etkisi olup olmadığı da araştırılmıştır.

Bu bağlamda çalışmanın ilk bölümde girişimcilik ve ilgili kavramlar ile girişimcilik niyeti, ikinci bölümünde duygusal zekâ ve ilgili kavramlar, üçüncü bölümünde öz yeterlilik kavramları literatür incelenerek tanımlanmıştır. Dördüncü bölümde ise araştırmanın metodolojisi ve bulgulara araştırmanın duygusal zekânın girişimcilik niyetine öz yeterlilik aracılığı ile etkisini araştırmak amacıyla model test edilmiş, değişkenler arasındaki etki incelenerek elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir. Sonuç kısmında ise kısıtlara, önerilere ve elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

## **BİRİNCİ BÖLÜM: GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK NİYETİ**

### **1. Girişimcilik ve Girişimcilik ile İlgili Kavramlar**

Girişimcilik literatürüne tarihsel açıdan baktığımızda girişimci olarak kullanılan “entrepreneur” kelimesi Fransızca “entreprendre” den gelmektedir ve anlamı “arabulucu (gobetween; between-taker)” dır (Hisrich, Peters, Shepher, 2005). Latince “intre” kökünden gelen girişimci kelimesi, ingilizcede “enter” giriş ve “pre” kelime köklerinden gelmekte ve “entrepreneur” yani ilk girişen, başlayan gibi manalara gelmektedir (İraz, 2005). “Entreprendre” teriminden türetilen diğer terimler ise “girişimcilik” manasına gelen “entrepreneurship”, “girişimsel” anlamına gelen “entrepreneurial” ve “Olası Durum Girişimcinin Bulunduğu Durum Gerçek Durum girişimsel süreç” anlamına gelen “entrepreneurial process” terimleridir. “Girişimcilik” sahip olduğu yaklaşımı belirtirken “girişimsel süreç” ise girişimcinin nelerle uğraştığı sorusuna yani girişim yolculuğuna cevap aramaktadır (Arıkan, 2002).

Girişimciler ülkelerin kalkınmasında büyük rol oynarlar. Ve girişimcilik insanlık tarihiyle birlikte başlamıştır. Sonu olmayan ihtiyaçları olan insanoğlu, tarihimizin ilk yıllarından beri hayatta kalmak için risk almış, yenilik yapmış, yaratıcılığı ile ihtiyaçlarını gidermiş ve karşılaştığı sorunlara çözümler bulmuştur. Bu yönüyle girişimciliğin insanlıkla birlikte başladığı görülmektedir.

İlk çağlarda hayatta kalabilmek için bir yol arayan girişimciler aletler geliştirmişler, keşifler yapmış ateşi, tekerleği bulmuşlar ve insanlık tarihini bugüne taşımanın ilk ve önemli adımlarını atmışlardır. Orta çağda ise girişimci terimini büyük üretim projelerini yöneten kişiler için kullanılmıştır. Bu kişiler papazlar olup risk almadan, devletin sunduğu kaynakları kullanarak, projeleri yönetmişlerdir (Hisrich, Peters, Shepher, 2005).

#### **1.1. Girişimci**

18. yüzyılda “girişimci” kavramını ekonomi bağlamında kullanan ilk kişi olan İrlanda asıllı ekonomist Richard Cantillon 1755 yılında yayınladığı *Essai sur la nature du commerce en general* eserinde ekonomiye etki eden ve onları biçimlendiren ekonomik casusları üçe ayırmıştır. Bunlar; kaynaklara sahip olan kişiler yani mal sahipleri (sermayedarlar), kiralanarak veya ücreti ödenerek iş yapan meslek erbapları ve kaynaklara sahip olanlarla meslek erbaplarını bir araya getiren girişimcilerdir

(arabulucular). Mal sahipleri ve meslek erbapları bir başkasının yönlendirmesine ihtiyaç duyarken, girişimciler iki grubu örgütleyen arabuluculardır (Lynskey ve Yonekura, 2002).

Cantillon için girişimci “gelecekte henüz beli olmayan bir fiyattan satma fikriyle mal ve hizmetleri belli bir fiyattan satın alan, bir başka deyişle sigortalanmış riski üstlenen kişi’ dir”. Girişimciler piyasadaki fırsatları değerlendirerek göze alınabilir riski üstlenen kişilerdir. Bu kişiler sermayesi olan fakat bireysel olarak fırsatları değerlendirmeyen yatırımcılar için arabulucu görevi görmektedirler (Coulter, 2001).

Girişimcilik anlayışına yenilik kavramını getiren ilk yazar Fransız iktisatçı Nicolas Baudeau (1730-1792) dır. Baudeau’a göre girişimciyi yenilikler çıkararak maliyetleri düşüren, yeni yöntemler geliştiren ve böylece de kârını yükselten kişi olarak görmektedir (Lynskey ve Yonekura,2002).

Jacques Turgot, Cantillon, Baudeau gibi girişimcilik teorilerine katkı sağlayan bir diğer Fransız iktisatçıdır. Turgot girişimciyi hem sermaye sahibi hem de mal sahibi olarak tanımlar. Turgot’a göre girişimcilik yapılan bir sermaye yatırımının sonucu olarak ortaya çıkan sonucun, yönetilmesi ve geliştirilmesidir (Lynskey ve Yonekura, 2002).

1800’lerin başında girişimcilik teorisini geliştiren Jean-Baptiste Say (1971) için girişimci üretimin ve dağıtımın düzenleyicisidir ve dahi girişimciyi yeni bir refah yaratacak şekilde üretim faktörlerini bir araya getiren kişi olarak tanımlamaktadır. Cantillon ‘un risk almayı ve belirsizliği girişimcinin temel fonksiyonu olarak kabul etmesinin aksine Say, girişimci kişiyi işletmenin yöneticisi ve lideri olarak görmektedir (Lynskey ve Yonekura, 2002). Say der ki; her sermaye sahibi olan girişimci değildir. Sermaye sahibi kişi para verip finansal olarak risk alan kişidir, girişimci kişi ise sermayesini bir işe yatıran ve o işten bir değer üretendir. Say’ e göre girişimci, girişiminde bütün üretim faktörlerini kullanarak kıymetli addedilen malı üretirken, karı amaçlayarak riski göze alma süreci olarak tanımlar (Yıldırım ve Başer, 2016). Yazara göre girişimci kişi yöneticilik kabiliyetlerini yerinde kullanan ve risk alabilme gücüne sahip olan kişidir.

İktisadi bir çerçevede ele alınan girişimcilik kavramı, kaynakları ekonomik olarak kullanma iken girişimci, arz ve talebi yönlendiren ve pazarlar arayan kişidir (Aytaç, 2006: 141). Girişimcilik (entrepreneurship) kavramı iktisat literatürüne 19. Ve 20. yüzyıllarda girmeye başlamıştır. Girişimcilik alanında ilk araştırmacılardan olan

Schumpeter (1934) girişimci kişiyi, yeni kombinasyonları uygulayarak sürekliliği bozan kişi olarak tanımlarken; Byrgave ve Hofer (1991) girişimci kişiyi bir fırsatı farkedip ve bu fırsatı değerlendirmek üzere işletme kuran kişi olarak ifade etmektedirler. Leibenstein (1968) girişimciyi üretim için gereken kaynakları toplayan ve pazardaki bir yoksunluğu karşılayacak şekilde ürünü pazarlayan kişi olarak tanımlamaktadır.

“The Teory of Economic Development” isimli eseri ile girişimciliğin ekonomik teorisinin temellerini atan yazar Joseph Schumpeter (1934) “değişimin dinamiğinin girişimci” olduğunu vurgulayarak girişimcilerin dinamik bir pazar süreci yaratmak için devamlı olarak kendilerini yenilemek ve geliştirmek zorunda olduklarını ileri sürmektedir.

Schumpeter (1934) ‘a göre girişimcinin görevi “yaratıcı yıkıcılık” (creative destruction)tır. Yaratıcı yıkıcılık; hali hazırda bulunan ürünlerin, süreçlerin, fikirlerin ve işlerin yerini yenisiyle değiştirmedir. Bu şekilde eski, yetersiz ve başarısız olan yaklaşımlar ve ürünler daha iyi olanları ile yer değiştirecek böylece geleneksel olanın yıkılarak yeni olanın yaratılmasını sağlanacaktır (Coulter, 2001). Yazara göre risk alma eylemi girişimci kişiyi açıklamada yeterli değildir, yenilik yapma, yeni olanı yaratma bir girişimcide olması gereken özelliklerdendir.

Schumpeter’in (1934) girişimci tanımında girişimci kişiler fikirlerini ve icatlarını kar getiren değerlere dönüştürebilen mucitler ve liderlerdir. Bu kişiler girişimci olmaya devam edebilmek için yenilik faaliyetlerini sürekli devam ettirmek zorundadırlar (Lynskey ve Yonekura, 2002). Yazara göre girişimci olmak demek sadece yeni bir ürün oluşturup risk alarak pazara girip kar etmek değildir. Girişimcilerin risk almalarının önemli olduğu kadar yenilikçi olmaları ve dahi yenilikçi olmaları gerektiği kadar da yeniliklerinde sürdürebilir ve devamlı olmak zorundadırlar. Aksi halde girişimci sıfatları kaybetmekle karşı karşıdırlar.

Israel M. Kirzner (1982)’a göre girişimcilik “pazarda oluşan kâr fırsatlarını proaktif davranışlarla yakalamak” iken, girişimci de “başkalarının göremediği fırsatları gören ve önsezileri ve içgüdüleriyle hareket eden kişi” dir (Lynskey ve Yonekura, 2002). Girişimci diğer insanların aksine vizyoner olmalı ve herkesin fark edemediği fırsatları yakalayarak değerlendirebilmelidir.

Yönetim biliminin saygın kurumlarından Academy of Management girişimcilik terimini “yeni işletme, küçük işletme ve aile işletmesinin kurulması ve yönetilmesi” olarak betimlenmiştir (Shane, 1997).

Tutar ve Küçük (2003)’e göre girişimci, “toplumun gereksinim duyduğu, dolayısıyla talep edilebilir bir mal veya hizmeti bulup, üretmeye girişen ve yaratıcılığı ile buna ön ayak olan kişi” dir. Yazarlar, bir işletmenin iktisadi düzende başarılı olabilmesi, girişimcilerin seçtiği mal ve hizmetler ve bunların üretilmesi için gerekli yöntemleri; pazarlardaki fiyatlandırma politikaları konusunda aldıkları kararlara bağlıdır (Kocapınar, 2010).

Ekonomi bilimi, girişimcilik ve girişimcilik üzerine çalışan yazarları uzun süre görmezden gelmiş ve girişimciliği ekonomi eğitime katmamıştır. Bu nedendir ki ekonominin görmezden geldiği girişimcilik konusu işletme bilminde önemli bir inceleme konusu olmuştur. Girişimcilik alanında ki 1950’lerde başlayıp günümüze kadar uzanan incelemeler girişimci ve girişimcilikle ilgili yeni kuramları oluşturmuştur (Çetindamar, 2002).

Girişimcilik; risk ve belirsizlik ortamında ölçülebilen değerde yenilikçi bir fikir peşinde risk alarak üretmek ve uygulamak için bir süreç dâhilinde çalışmak anlamına gelir. Kar elde etme, gelişme amaçlarıyla ekonomik ve yenilikçi olarak kurulan işletmelere denir (Demirel&Ölmez, 2011:99). Girişimcilik; “bir fırsat algılama ve o fırsatı ele geçirmek için bir organizasyon yaratma faaliyetidir” (Mueller, 2000:52). Başka bir ifade ile girişimci, yeni fırsatlar hakkında öngörüsü olan ve o fırsatlar üzerinde düşünen ve fırsatları değerlendiren bir kimsedir (Jiwa ve diğerleri, 2004). Girişimcilik ile ilgili yapılan tüm bu tanımlara baktığımızda; yenilik değişim, fırsat, belirsizlik, risk alabilme gibi kavramların ön planda olduğunu görüyoruz.

Robbins (2003) der ki; bir girişimcinin başarısında etkili üç kilit nokta vardır ki ilki, girişimcinin çevresel değişimler ve trendlerin oluşturduğu fırsatları takip etmesi, İkincisi ise, yeniliktir. Girişimciler, ürünlerin, hizmetlerin, pazarlamanın yeni yolunu geliştirmeli, süreçleri yenileyip, dönüştürüp, geliştirmelidirler. Üçüncü kilit nokta ise, büyümedir. Girişimciler, aynı kalmak istememeli, aynı kalmanın küçülmek demek olduğunu bilmelidirler ve her zaman sürekli trendleri arayıp, yeni yaklaşım ve ürünleri ortaya çıkarmak için emek sarf etmelidirler.

Bentley’e göre girişimciler için yaratıcılık, hayati önem taşır. Yaratıcılığın ise beş aşamada gerçekleştiğini belirtir ki bunlar; ‘‘İhtiyacın belirlenmesi, eldeki hazır bilginin gözden geçirilmesi, bilginin sindirilmesi (yorumlanması ya da içselleştirilmesi), parıltının sezilmesi ya da fark edilmesi ve son olarak ise, ortaya çıkanların değerlendirilmesi’’. Herhangi bir girişimcilik faaliyetinde bulunan tüm bireyler, Bentley’e göre bu beş aşamadan geçmektedirler (Yıldırım ve Başer, 2016).

**Tablo 1: Girişimcilik Tanımları**

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

Kaynak: (Özmen, 2016:7)

**Tablo 2: Dönemlere Göre Girişimcilik Tanımları**

| Dönem                  | Girişimci                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ortaçağ Dönemi         | Girişimcilik, büyük ölçekli projelerin yönetilmesi olarak ve girişimciler ise, bu projeleri tahsis edilen kaynakları kullanarak yöneten ve nihayetinde risk almayan kişiler olarak değerlendirilmiştir.                 |
| 17. yy.                | Risk kavramının girişimcilikle ilişkisi ilk kez bu dönemde ele alınmıştır. Girişimci, kar ya da zarar etme riskini üstlenerek, devletle anlaşma imzalamak suretiyle mal ya da hizmet tedarikinde bulunan kişi olmuştur. |
| 1725 Richard Cantillon | Girişimci, belli bir fiyattan satın alan ancak belirsiz fiyattan ürünü satan kişi olarak değerlendirilmiştir. Bu açıklamaya göre girişimci, faaliyetlerini sürdürürken riskle karşı karşıyadır.                         |
| 1979 Beaudou           | Girişimci, risk alan, planlayan, organize eden, yöneten ve aynı zamanda sahip olan kişi olarak tanımlanmıştır.                                                                                                          |
| 1803 Jean Baptiste Say | Girişimciyi, ekonomik kaynakları, daha düşük alanlardan daha yüksek verimliliğe ulaştırabilecek alanlara kaydıran kişi olarak tanımlamıştır. Sermaye karından, girişimci karını ayırmıştır.                             |
| 1876 Francis Walker    | Fonları tedarik edip faiz alanlarla, yönetsel becerilerinden dolayı kar elde edenleri birbirinden ayırmıştır.                                                                                                           |
| 1877 Walras            | Girişimciyi, koordine edici ve arabulucu olarak tanımlamıştır. Girişimci, ekonomideki dört oyuncudan (kapitalist, işçi ve arazi sahibi) biridir.                                                                        |
| 1934 Joseph Schumpeter | Girişimci, inovasyon yapan ve denenmemiş teknolojileri geliştiren kişidir.                                                                                                                                              |
| 1961 David McClelland  | Girişimci, faal ve orta düzeyde risk alan kişidir.                                                                                                                                                                      |
| 1964 P. Drucker        | Girişimci, fırsatları maksimize eden kişidir.                                                                                                                                                                           |
| 1975 Albert Shapero    | Girişimci, teşebbüste bulunan, inisiyatif alan, bazı sosyal ve ekonomik mekanizmaları organize eden ve iflas riskini göze alan kişidir.                                                                                 |
| 1980 Karl Vesper       | Girişimciler, diğer meslek gruplarından (psikologlar, işadamları, politikacılar vs.) farklı değerlendirilmektedir.                                                                                                      |

**Kaynak:** DÖM, Serpil (2006) Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, Detay Yayıncılık, Ankara.

## 1.2. Girişimciliğe Etki Eden Faktörler

Girişimcilik süreci dinamik, karışık ve çok boyutlu pek çok etmen ve koşulun etkileşimidir. Bu etmenler genetik aktarımların sonucu girişimci kişilik özelliklerine sahip bireylerin özellikleri ve tutumları ile birlikte yaşadıkların kültürün sosyal

gelişimlerinden dolayıdır (Morrison, 2006). Bu süreç girişimci kişinin bir fırsatı fark etmesi ile başlar ve bunu değerlendirip bir organizasyona dönüştürmesi ile ilgili bir dizi aksiyonu içerir (Öneren, 2012).

Esasında girişimcilik tek içerikten oluşmaz. Pek çok etmenin birleşiminden oluşur ve geleceğe yönelik düşünceleri barındırır. Genellikle tahmin edilemez hareket eden ve davranışları birbirine bağlanan ve bir davranışın diğer bireyin eylemlerini etkileyip değiştirebileceği bir sistem içerisinde yaşıyorken girişimcilik konusunda ne kadar şey öğrenirsek öğrenelim öngöremediğimiz nice etkenler olabilecektir (Anderson vd., 2012: 962).

Girişimcilik literatürü incelediğimizde baskın olarak 3 etmen olduğu düşünülmektedir. İlk etmen ekonomik çevre, ikinci etmen kişilik, üçüncüsü ise davranışsal bakış açısıdır (Cope, 2005: 373). Bazı kaynaklarda ise sosyolojik ekonomik ve psikolojik etmenler olarak tanımlanmaktadır. Ekonomik çevre, ekonomik koşullar yönünde bir etken oluştururken, sosyolojik çevre ise yaş, aile yapısı, eğitim vb. etkenler oluşturur, psikolojik etkenler ise iş sevgisi, disiplini (Ballı ve Ballı, 2014:103), özgüven, başarı ihtiyacı gibi etkenlerden oluşmaktadır (Korkmaz,2012:212).

Girişimciliği etkileyen etmenler Tablo 3'teki gibi iki ana gruba ayrılmaktadır ki bunlar girişimci altyapısı ve ülke altyapısıdır. Ülke altyapısı teknolojik ve ekonomik altyapıdan oluşmaktadır. Ülkenin finans sektörü, ekonominin dışa açıklığı, teknolojik fiziki altyapı, kamu kurumları, devletin etkisi, yönetsel becerileri gibi alt etmenler de vardır (Bozkurt vd., 2012:234). Girişimci altyapısını ise Finans, Yasal Düzenlemeler, İnsan Kaynakları, Kültürel, Sosyal ve Politik Altyapı, Girişimcileri Teşvik ve Destek Mekanizmaları (TÜSİAD, 2002:48).

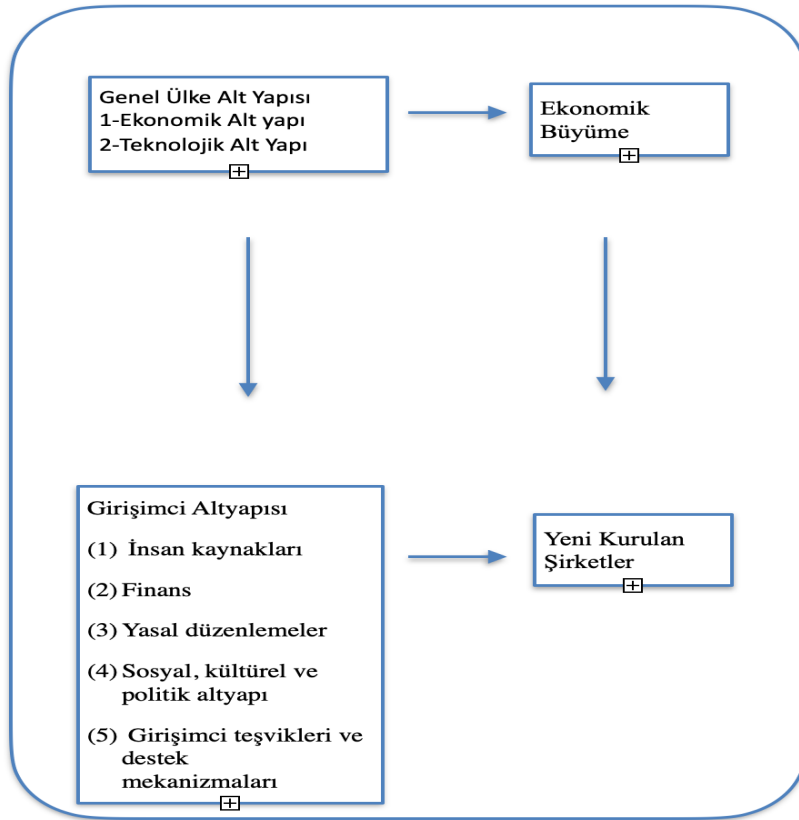
Başka kaynaklarda bu etmenler sosyolojik, ekonomik ve psikolojik etmenler olarak sınıflandırılmaktadır. Sosyolojik çevre, aile yapısı, eğitim, yaş, vb. faktörler oluştururken, ekonomik çevre, ekonomik koşullar doğrultusunda bir etmen oluşturur. Psikolojik faktörler iş sevgisi ve disiplini (Ballı ve Ballı, 2014), başarı güdüsü, özgüven gibi etmenlerden meydana gelmektedir (Korkmaz,2012:212).

Girişimciler yaşları yönüyle iki şekilde değerlendirilmelidir. Birincisi kariyer yaşı ki deneyimine göre olan yaştır; diğeri ise gerçek yaşı ki yani kronolojik yaşıdır. Girişimcilik tecrübe açısından incelediğimizde aynı iş kolunda girişimcilik faaliyetlerini sürdürenler daha başarılı olmaktadır. Bununla birlikte kronolojik yaş

açısından değerlendirildiğinde girişimci kişilerin çoğu, girişimcilik kariyerlerini 22 ile 45 yaşlarında başlatmaktadır. Kariyer yolculuklarında girişimci kişileri etkileyen en önemli etkenlerden biri de seçtikleri örneklerdir. Seçtikleri örnekler ebeveynleri, kız kardeşleri ya da erkek kardeşleri, girişimci yakın arkadaşlar ve başka girişimciler olabilir. Başarılı olan girişimciler potansiyel girişimciler açısından harekete geçirici etken olmaktadır. Potansiyel girişimciler örnek aldıkları rol modelleri ile girişimciliğin kendilerine uygun olduğunu düşünebilirler. Ve yine örnek alınan kişiler yeni bir işin kurulma aşamasında ve devamında yardımcı bir etmendirler. Bir girişimci, kurduğu yeni girişiminin her merhalesinde güçlü bir destek ve mentörlük sistemine gereksinim duyar. Bu rol modeli destek ve mentörlük sistemi, girişimin başlangıta, kuruluş yapısı, pazarlama, gerekli finansal kaynakları alma gibi konularda bilgi, öneri ve rehberlik sağladığı için de oldukça gereklidir (Hisrich vd., 2017: 18).

Girişimcilik hakkında diğer bir önemli nokta ise, eğitim ve deneyimdir. Yeni pazar geliştirme, yeni ürün geliştirme, finans gibi alanlarda girişimcilik deneyimi olması hayati derecede gereklidir (Özden vd., 2008:232). Girişimcilik ve büyüme süresi sanılanın aksine sürekli ve doğrusal değildir. Eleştirel öğrenme alanlarıyla ayırt edilebilen bir süreçtir. Girişimci kişilerin bu öğrenme konularını tecrübe etmesinin sonucu bilgilerini en üst düzeye çıkarma yetenekleri yeni işlerinin olası başarılarını ve başarı düzeylerini belirleyecektir (Cope, 2005: 382).

## Şekil 1: Girişimciliğe Etki Eden Faktörler



Kaynak: (TÜSİAD, 2002:48)

### 1.2.1. Ekonomik Faktörler

Ekonomik etmenler girişimcilik üstünde dolaysız etkiye sahip olan öğelerdendir. Pek çok fırsat ya da zorunlu hal girişimciliği harekete geçirmektedir. Girişimciliğin artmasını sağlayan ekonomik faktörlerin bazıları; hammadde, kamusal-hukuki düzenlemeler, işgücü, finans, piyasa şartları, risk sermayesi ve teknolojik altyapıdır. Girişimcilik etkinleri için bu etkenler ne kadar gelişimini tamamlamış veya güçlü olursa, o kadar çok fırsat ortaya çıkacaktır.

Girişimciliği etkileyen ekonomik etkenleri yapısal ve bireysel düzeyde olmak üzere iki düzeyde ele alan Bommess ve Kolb (2004) fırsatları ve engelleri yapısal boyutta değerlendirirlerken potansiyel ve sınırlar kişisel pozisyonda değerlendirmişlerdir. Ürün ve hizmetler, piyasa şartları, vergi oranları ve finansmana erişim ekonomik yapıyı oluştururken, eğitim durumu, nitelikli personel, tecrübeli çalışanları ve insani sermaye kişisel pozisyonu oluşturmaktadır (Olowa ve Omowumi, 2015). İnsani sermaye ve ekonomik yapı girişimciler için ne denli elverişliyse yatırım kararları için de o kadar elverişlidir.

Girişimcilik için sermayeye ve finansmana erişim son derece önemli ekonomik öğelerdendir. Sermaye, bir girişim yapmak veya iş kurmak için gereken en önemli ön koşullardandır. Girişimcilerin genel problemlerinin başında maddi yoksunluğu veya finansmana erişme sıkıntıları gelmektedir. Önemli bir fikrine sahip çoğu girişimci kişi, sermaye ve maddi eksiklik sebebiyle sahip oldukları girişim fikirlerini gerçekleştirememektedirler. Kısaca yeterli sermayeye ulaşmak, bir işletmenin kurulmasını, büyümesini ve sürdürülebilirliği yaşamasını etkilemektedir.

Finansmana sahiplik veya ulaşılabilirlik, yatırım için mekân, iş gücü, erişilebilirlik, tedarikçiler ve yatırım için teşvikler gibi etmenler girişimciliği teşvik eden önemli etkenlerdendir. Yatırım teşviklerine kolay erişimle birlikte girişimcilik faaliyetleri artmaktadır. Sermayenin mevcut oluşu girişimcilerin üretim faktörlerini toplamasını kolaylaştırmaktadır. Risk sermayesi kuraldışı büyüme potansiyeline sahip olan kişilerin veya işletmeleri için ayrılan finansman olarak tanımlanan risk sermayesi ile tam bur da karşılaşmaktayız (Tikici & Aksoy, 2013, s. 54). Fikri olup, sermayesi olmayan ve bu yüzden fikirlerini girişime çeviremeyen girişimciler için risk sermayesi olabilecek en önemli fırsattır.

### **1.2.2. Sosyal ve Kültürel Faktörler**

Sosyal faktörlerin girişimciliğe etkisinde pek çok etken bulunmaktadır. Girişimci kişilerin ve girişimciliğin gelişmesine katkıda bulunan toplumlarda girişimci davranışları yüksektir (Aldrich ve Cliff, 2003). Kişilerin temel inançları, değerleri ve normları büyüdükları sosyal ortamlar, kurdukları ilişkiler, yaşadıkları çevrelerde şekillenir. Schumpeter (1934) sosyal faktörler denince akla gelen düşünürlerdendir. Toplamların sosyal ve kültürel değerleri girişimcilerin faaliyetlerini etkiler.

Sosyo kültürel etmenler, kişilerin duygularını, düşüncelerini ve hareketlerini etkileyen etkenlerdir (Onodugo ve Onodugo, 2015). Girişimciliği etkileyen sosyal etmenler; aile, eğitim seviyesi, kültürel değerlerdir.

Eskiden beri şirketler aile şirketi olarak anılır ve bu nedenledir ki aile kavramı açıklamaya genelde dahil edilmezdi. Ancak son araştırmalarla işletmelerin ve ailenin tabi olarak birbirlerinden farklı sistemler olduğu ve bu açıdan değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamıştır (Aldrich ve Cliff, 2003).

En önemli toplumsal yapı ailedir. Kişilerin eğitimlerinde ve sosyal çevrelerinde ailenin etkisi büyüktür. Ailenin büyüklüğü ve ekonomisi kişileri her konuda etkilemektedir. Pek çok araştırma, ailenin kişilerin girişimcilik etkinliklerine desteklediğini ortaya koymuştur (Poutziouris, O’Sullivan, & Nicolescu, 1997, s. 247). Ailenin sosyal ve mesleki konumu girişimciliği son derecede etkilemektedir. Aile kişinin girişimciliğine ilişkin algılarını yönetirken aynı zamanda da girişimcilik süreçlerinde karşılaşılan karmaşıklıklar ve çözümler üzerinde anlayışları da derinleştirmektedir.

Kişinin girişimciliğini etkileyen diğer bir önemli sosyal etken de eğitimidir. Eğitimle kişiler dış dünyayı anlamaya ve yorumlamaya çalışırlar. Yine eğitim kişileri karşılaşılabilecekleri problemlere çözümler üretmeleri için bilgi ve becerilerle donatır. Eğitim sisteminin girişimcilik değerleri üzerinde yadsınamaz bir etkisi vardır. Birçok diğer öge gibi eğitim seviyesi de girişimci karar alma süreçlerinde etkili rol oynamaktadır.

Girişimcilik ve eğitim alanında yapılan çalışmaların çoğunda bu iki kavram arasında doğrusal ve de anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. İşletmelerin yaşam sürelerini uzatabilmeleri için eğitimin ve kaliteli iş gücünün etkisi çok fazladır (Bates, 1990). Akhter ve Sumi (2014) tarafından yapılan çalışmada, eğitim seviyesi yükseldikçe kişilerde yaratıcılığın yükselmesi ile girişimciliğin artması beklenmektedir (Akhter & Sumi, 2014).

Eğitim düzeyi yüksek olan toplumlarda ve gerileme veya çöküş dönemine pek maruz kalmayan ülkelerde, girişimcilik daha gelişmiş seviyededir (Castano, Mendes, & Galindo, 2015, s. 1497).

Kültür sosyal etmenlerin bir diğer önemli boyutudur ve bir toplumun hayat tarzıdır. Toplamlar, değişik fiziki yapı ya da şartlardaki mekanlarda konumlanmıştır. Bu tarz farklılıklarda değişik toplumlarda değişik kültürel değerlerin meydana gelmesine neden olmuştur (Shane, 1993). Kısaca kültür, siyasal, ekonomik, toplumsal, teknolojik bağlamlardan ayrı olarak, girişimcilik ve ekonomik davranış ile doğrudan doğruya ilgilidir.

### **1.2.3. Demografik Faktörler**

İnsanlar, toplumsal ve mali etmenlerin haricinde bazı bireysel özellikler nedeniyle de girişimci olabilir ve girişimcilik faaliyetinde bulunabilirler. Girişimci kişilik özelliklerinin yanında bazı önemli demografik ögeler de girişim kararında etkili

olabilmektedir. Araştırmaların büyük bölümünde cinsiyet, yaş, aile, eğitim düzeyi, medeni hal, iş tecrübesi ve gelir seviyesi gibi etmenlerin girişimciliğe olası etkileri araştırılmıştır.

#### **1.2.3.1. Yaş ve Girişimcilik**

Girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmaların çoğunda girişimciliğin çoğunlukla 22-55 yaş döneminde yapıldığı görülmektedir (Bozkurt Ö., 2006). Kişilerin kariyerlerinin en zirvede olduğu dönem 22-55 yaş aralığıdır. Yapılan çalışmalara göre, yaş ve girişimcilik arasında dikkate değer bağlantılar ortaya konmuştur. Bununla birlikte girişimciliğin yaş ile artması ya da azalmasına dair tartışmalar hala sonuçlanmamıştır (Liang, Wang, & Lazear, 2014).

Girişimcilik için girişimciliğin başında olanların, istekleri ve enerjileri yüksek iken girişim sermayeleri yetersizdir. İleri yaştakilerin ise sermayeleri ve deneyimleri fazla iken güç ve güduları eksiktir. Bu yönüyle yaş ve girişimcilik arasında ciddi seviyede bir bağlantı olduğu söylenebilir (Hisrich, 2014; Bates, 1995).

#### **1.2.3.2. Cinsiyet ve Girişimcilik**

Yapılan pek çok araştırmada girişimcilik ile cinsiyet arasında önemli ve anlamlı bir bağlantı ortaya konmuştur. Kuvvetli başarıma arzuları nedeniyle erkeklerin kadınlardan daha çok girişimcilik de bulundukları pek çok çalışmada ortaya konmaktadır (Şeşen ve Basım, 2012; Peterman ve Kennedy, 2003). Bir girişimde bulunma motivasyonu erkekler için daha çok gelir elde etme iken, farklı alanlara yönelik ilgi ve uğraş alanları kadınların girişimciliğinin önemli sebeplerindendir.

**Tablo 3: Girişimcilik Tanımlar**

| Araştırmacı                 | Hedefler                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hills (1988)                | <ul style="list-style-type: none"><li>• Yeni bir iş kurma ve yönetme sürecine ilişkin farkındalığı ve anlayışı arttırmak</li><li>• Öğrencilerin ciddi bir kariyer seçeneği olarak küçük işletme sahibi olma konusundaki farkındalığını arttırmak</li></ul>                                                                                                                                                                                                    |
| Sexton& Kasarda (1992)      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Öğrenciyi girişimciliğe aktif olarak katılmaya ikna etmek</li><li>• Girişimcilik dünyasının dinamik yapısını anlamak</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Garavan&O’Cinneide (1994)   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Girişimcilik konusuyla ilgili bilgi kazandırmak</li><li>• Eylem/faaliyet planlarını hazırlamak ve işletme</li><li>• Girişimcilik konusuyla ilgili bilgi kazandırmak</li><li>• Girişimci ruhu harekete geçirmek için yetenek ve becerileri belirlemek ve teşvik etmek</li><li>• Girişimcinin farklı yönleri için empati duygusunu geliştirmek ve desteklemek</li><li>• Değişime yönelik tutumlar geliştirmek</li></ul> |
| Hisrich & Peters (1998)     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Girişimcilik için gerekli becerileri geliştirmek</li><li>• Teknik becerileri geliştirmek</li><li>• İşletme yönetimi için gerekli becerileri kazandırmak</li><li>• Girişimci kişilik özelliklerini geliştirmek</li></ul>                                                                                                                                                                                               |
| <b>Carolyn Brown (2000)</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Fikir geliştirmeyi öğretmek</li><li>• Yeni bir işletme kurma hazırlık süreci</li><li>• Uygun bir iş kurmak</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Ulla Hytti (2000)           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Girişimci olmayı öğrenmek veya bireylerin kendi girişimci yönlerini geliştirmek</li><li>• Girişimcilik hakkında daha fazla bilgi edinmek</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Jeroen Onstenk (2003)       | <ul style="list-style-type: none"><li>• Girişimci olmak için temel beceriler geliştirmek</li><li>• Girişimciyi yönetici olarak eğitmek</li><li>• Girişimciyi gerçek girişimci gibi geliştirmek</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                      |

**Kaynak:** Azim & Al-Kahtani (2008) Entrepreneurship Education and Training: A Survey of Literature adlı makaleden derlenmiştir.

Araştırmalara göre, erkekler sermaye olarak daha çok kredileri kullanırken, kadınlar ise çoğunlukla riski nispeten daha az olan kişisel birikimleri ya da öz sermayeyi seçmektedirler (OECD, 2018).

### **1.2.3.3. Gelir ve Girişimcilik**

Sermaye girişimcilik için en önemli öğelerden birisi olduğu için bireylerin gelir düzeyi çok önemlidir. Geliri yüksek olan kişiler girişimcilik konusunda daha avantajlıdırlar. Kişilerin, hayatlarını sürdürebilmek için gereken gelir ihtiyaçlarından fazla ise kalanı idareli kullanarak veya yatırım yaparak değerlendirmeye çalışırlar. İnsanlar genellikle belirli bir iş yerinde çalışarak, kaynakları bir değere dönüştürerek, mevduatlarını değerlendirerek veya girişimci olup bir hizmet veya ürün ile gelir elde ederler (Erdurur, 2012).

Gelir düzeyinin payı risk sermayesi, girişim sermayesi, çekirdek sermaye veya başlangıç sermayesi oluşturmada çok yüksektir. Kişilerin gelir düzeyleri belli bir seviyede değil ya da girişim yapmak için az ise burda diğer kurumlar araya girmektedir. Ülkemizde KOSGEB, ilgili Bakanlık birimleri ya da Kalkınma Ajansları yenilikçi ve yaratıcı girişimlere ekonomik kalkınma için mali destek sağlamaktadırlar.

### **1.2.3.4. Medeni durum ve Girişimcilik**

Evli kişiler bekar kişilerin aldığı gibi her riski kolayca alamazlar. Evlilerin ncelikleri vardır ki; eşleriyle çocuklarına karşı olan sorumlulukları vardır ve geçim maliyetlerini karşılamak zorundadırlar. Böylece yatırım yapmak ve risk almak gibi kişisel riskli istekler geri planda kalmaktadır. Kısaca medeni hal, riskli mali bir süreç olan girişimcilik yolculuğu üzerinde direk olmasa da etkisi vardır. Evlilerin risk almamaya meyilli oldukları yapılan çalışmalarda görülmektedir (Saral, 2018). Ancak Avusturalya’da Zhang (2018) tarafından yapılan araştırmaya göre evli çiftlerin bekar çiftlere göre nispeten daha fazla girişimcilik niyetinde oldukları ortaya konmuştur (Zhang, 2018).

### **1.2.3.5. Tecrübe ve Girişimcilik**

Yapılan araştırmalar, bireylerin iş deneyimlerinin iş performansını ve karar alma süreçlerine tesir ettiğini göstermiştir (McStay, 2008). İş deneyimi kişilerin piyasa ile sektör bilgisine işaret etmektedir ve aynı piyasadaki ya da sektördeki deneyimler, ciddi denebilecek yeni fırsatlar ve iş fikri için başlangıç olabilir (Vivarelli, 2012). Öğrenciler zerine yapılan bir çalışmada, iş deneyimi olan kişilerin girişimcilik eğilimlerinin de yüksek olduğu görülmüştür (Fatoki, 2014). Kişilerin daha önceki iş deneyimleri

kendilerine örnek seçmeleriyle iletişim ağı kurmaları aşamasında yararlı olur ve böylece de kişilerin yeni girişimde bulunmaları daha kolay olur.

Girişimcilikteki kariyer Basu ve Virick (2008)'e göre, kişilere iş imkânı sunma, bağımsız çalışma ve yenilikçi yaklaşımla ile ekonomiye olumlu katkı sağlamak için önemli avantajlar sağlamaktadır. Goetz vd. (2012), girişimciliğin sadece gelire değil, yoksulluğun azaltmada olumlu olduğunu dile getirmiştir (Goetz, Fleming ve Rupasingha, 2012).

#### **1.2.3.6. Girişimcilik Eğitimi ve Girişimcilik**

Girişimcilik alanında en ana tartışmalardan biri “Girişimci doğulur mu, girişimci olunur mu?” dur. Diğer bir ifadeyle “Girişimcilik öğretilir mi?”. Bazı araştırmacılara göre öğretilir (eğitimle), ve evet bir kısmı da öğretilmez çünkü girişimci kişilerin bazı özelliklerinin doğuştan geldiğine inanılmaktadır (Uluyol, 2013). Girişimcilik eğitimi, kişinin ilk okuldan beri tutumların, davranışların ve becerilerin şekillendirmesinde çok önemlidir (Wilson, 2008). Girişimcilik eğitimi maharet ile geliştirme, deneyimle öğrenme ve en önemlisi bilişle ilgili yönlendirir. Girişim, girişimcilik ve inovasyon ile ilgili kavramlar veya uygulamalar ilgili ilgili eğitim kişilere erken dönemde verilirse, bireyler girişimciliği daha fazla düşünür.

Eğitim, kişilerin zihinsel, fiziksel ve töresel yetilerini geliştirmesi etkinliği ve toplumsal kuralları öğrenmesi ve uygulamasıdır (Gül, 2004). Dolaylı düzeyde eğitimin temeli bireydir. Bunun aracılığıyla, kişilerde bulunan ve ortaya çıkmayı bekleyen yetenekler eğitimle ortaya çıkarılabilir. Bireylerin girişimci olabilmeleri aslında eğitim ile farkına varabilecekleri bir olgudur. Ancak girişimcilik eğitimlerinde, çok sayıda teorik iş bilgileri sunulsa da belirsizliklere karşı tolerans gibi daha soyut bilgiler öğretilmemektedir.

#### **1.3. Girişimci Kişilik Özellikleri**

Girişimcilik ve girişimci kavramlarının tanımları disiplinler arası değişiklik göstermektedir ve herkes tarafından kabul gören bir tanım ve özellikler mevcut değildir. 1700'lerden beri kavramla ilgili bazı temel özellikler sabit kalsa da yeni özellikler eklenmiştir.

Bir ekonomiste göre girişimci; insan kaynağını ve diğer kaynakları bir araya getirerek olası değerinden daha fazla bir değer yaratıp yenilikçiliği, değişimi ve yeni düzen

anlayışını da ortaya koyan kişidir. Bir psikoloğa göre girişimci, bir şeyler elde etme veya bir şeyleri başarmak için, denemeler yapma, başarma veya başkalarının otoritesinden uzaklaşma veya otorite olma gibi kuvvetlerle harekete geçen kişidir. Bir iş insanı için girişimci; saldırgan bir rakip, bir tehdit, bir müşteri, bir tedarikçi veya diğerlerinin refahı için kaynakları faydalı hale getiren ve yenilik getiren, çalışan bir kişi olarak tanımlanmaktadır (Hisrich, Peters ve Shepher, 2005).

Girişimci birey sanılanın aksine parası olan değil, belli kişilik özelliklerine sahip olandır. Para girişimcilik faaliyetlerinde önem taşısa da girişimcide olması gereken kişilik özellikleri parayla satın alınamamaktadır. Başarılı sayılan girişimcilerde; dinamik bir kişilik, değişime yeniliğe ve dönüşüme açık bir kişilik, sorumluluk üstlenme, risk alabilme, tutkulu ve büyük olma tutkusu, başarı odaklı olma gibi ortak özellikleri tespit edilmiştir (Yılmaz, 2009: 196).

Yapılan çalışmalar sonucunda girişimcilerin başarıları ya yönetsel yeteneklerle (davranış örüntüleri) ya da kişilik özellikleri ile ilişkilendirilmektedir (Cin,2013:16).

**Tablo 4: Hisrich'in Girişimci Özellikleri**

|                                                         |
|---------------------------------------------------------|
| Yaratıcı düşünme yeteneği                               |
| Yüksek düzeyde iş yapma arzusu                          |
| Tutku cesaret ve kararlık                               |
| İnsanlarla üst düzeyde münasebet kurabilme becerisi     |
| İş motivasyonu ve işini sevmesi                         |
| Varlıklı bir bilinç altı ve hayal kurma gücü            |
| Grup ve takım çalışmasına yatkınlık                     |
| Şahsî vizyonu ve misyonunun olması                      |
| Değişime, dönüşüme açık ve istekli olması               |
| Esnek hoşgörülü davranabilme gücü                       |
| Samimi, dürüst, sempatik ve esprili kişilik             |
| İnsanları inandırma ve ikna kabiliyetinin yüksek olması |
| Liderlik yeteneği ve yönetim becerisi                   |
| İş bitirme azmi ve heyecanı                             |
| Fırsatları yakalama alışkanlığı ve ileri görüşlülük     |
| Kendisini yazılı ve sözlü ifade edebilme becerisi       |

Kaynak: (Yılmaz, 2009: 197).

Thompson (1999)'a göre girişimci, “yeni fırsatlarla ilgili düşünceleri olan ve bir şeyler yaratmak için yeni işlere girişebilen kişi”dir.

**Tablo 5: Thompson’ın Girişimcinin On özelliği**

| Girişimciler                                                           |
|------------------------------------------------------------------------|
| • Fırsatları kendi faydaları için kullanabilen kişilerdir.             |
| • Fırsatlar için gereken kaynakları bulan kişilerdir.                  |
| • Kısıtlı kaynaklara değer katan kişilerdir.                           |
| • Girişimciler, iyi bir iletişim ve bilgi ağına sahip kişilerdir.      |
| • Neyi, neden, nasıl ve niçin yapacağını bilen kişilerdir.             |
| • Gereken sermayeyi bulabilecek yeteneğe sahip kişilerdir.             |
| • Olası riskleri yönetebilen kişilerdir.                               |
| • Karşılaştıkları zorlukları tanımlayabilen ve yönetebilen kişilerdir. |
| • Yeniliği bilen ve yaratıcı kişileridir.                              |
| • Bireysel olarak diğer kişilere göre işleri farklı yapan kişilerdir.  |

Kaynak: (Thompson, 1999)

Başar, Tosunoğlu ve Demirci (2001) 1982-1992 yılları arasında girişimcilik konusuyla ilgili olan çeşitli akademik yayınlarda en az 5 defa tekrarlanan 15 anahtar kelime grubu tespit etmişlerdir.

**Tablo 6: Girişimciliğin 15 Anahtar Kelime Grubu**

|     |                                         |
|-----|-----------------------------------------|
| 1.  | Başlatma / bulma / yaratma              |
| 2.  | Yeni işletme                            |
| 3.  | Yenilik / yeni ürünler / yeni pazar     |
| 4.  | Fırsatların peşinde koşma               |
| 5.  | Risk alma / risk yönetimi / belirsizlik |
| 6.  | Kâr arzusu / kişisel fayda              |
| 7.  | Üretim yolları ve kaynaklar             |
| 8.  | Yönetim                                 |
| 9.  | Değer yaratma                           |
| 10. | Büyüme arzusu                           |
| 11. | Girişim                                 |
| 12. | Değişim yaratma                         |
| 13. | Sahiplik                                |
| 14. | Sorumluluk / yetki                      |
| 15. | Strateji oluşturma                      |

Kaynak: (Başar, Tosunoğlu ve Demirci, 2001)

Ekonomik refahın anahtarı olan girişimcilik konusu literatürde çok sık ele alınan konulardandır. Girişimci olan kişilerin girişimci olmayanlara göre farklı kişilik özellikleri vardır. Girişimcilik süreci, girişimciliğe ilişkin iç ve dış özelliklerin etkileşmesi sonucu oluşur. Bu teoriye göre içsel özellikler kişilik özellikleri ve işletme kaynakları ile alakalı iken, dışsal özellikler ise firmanın iş yaptığı sektörün hali, teknolojik koşullar gibi değişkenlerden oluşmaktadır. Bu anlayışa göre belirli bir girişimcilik tipolojisi yoktur. Çünkü bazı girişimcilerin aynı durumlarda neden daha farklı hareket ettiğini açıklayamamaktadır. İç ve dış değişkenlerin yanında çevresel, mali ve eğitimle ilgili değişkenlerin de girişimciliği etkilediği görülmektedir (Aksay ve İplik, 2014:199).

Girişimci kişilik yapısındaki insanlar alışlagelmiş işlerde çalışmaktan istemezler, yeni fikirler üretmeye isteklidirler. En dikkat çeken özellikleri, başarıma arzularının yüksek olmasıdır. Uzun süreli çalışma saatleri vardır ve zorunlu durumlar haricinde emekli olmak istemezler; sürekli çalışma ve yeni bir şeyler üretme arzusu içindedirler (Balaban & Özdemir, 2008).

Girişimcilikte bireysel faktörler yaklaşımına göre bireylerin kişilik özellikleri girişimciliği gösteren temel faktördür. Bireysel faktörler yaklaşımına göre bireylerin girişimci kişilik özellikleri; risk alma meyli, yenilik, başarıma güdüsü, kontrol odağı, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güvendir.

- **Risk alma eğilimi:** Girişimcilerde en temel özelliklerdendir. Risk alma davranışının hem avantajları hem de dezavantajları mevcuttur. Girişimcilerin önünde hem fırsatlar hem de tehditler vardır. Girişimciler; finansal olanaklar, serbestlik, aile istihdamı, iş güvenliği ve toplumsal hizmet gibi avantajlara sahiptirler. Dezavantaj olarak ise araçsal ve finansal, psikolojik risklerle de karşı karşıyadırlar (Kutaniş ve Alpaslan, 2006: 140). Fırsatları en iyi şekilde değerlendirmek zorunda olan girişimciler tehditlere karşı da dikkatli olmalı hem risk almalı hem de aldıkları risk, kabul edilebilir ve hesaplanabilir risk olmalıdır.
- **Yenilik:** Literatüre göre yenilik; yeni fırsatları tanımlayarak ve tanımlanan bu fırsatları uygulayarak yeni bir ürün, hizmet veya iş fonksiyonları yaratmak olarak açıklanabilir (Subramaniam ve Youndt, 2005: 452). Yeniliğin üç farklı yönü ise; yeni oluşturulan bir iş birimi, yeni üretilen bir ürün veya yeni

meydana gelen süreç ve organizasyonun özelliği şeklindedir (Raymond ve Pierre, 2010: 1636). Yenilik, girişimci kişilerin olmazsa olmaz özelliklerindendir. Girişimciler yenilik yoluyla değişimleri ortaya koyar, farkındalık oluşturur ve bunun sonucunda da başarıya ulaşırlar. Bir girişimin ya da girişimcilik niyetinin ortaya çıkması yeniliğin mecbur bir sonucundan kaynaklanmaktadır.

- **Başarma ihtiyacı:** McClelland (1961) ile literatüre giren başarı ihtiyacına göre başarı ihtiyacı yüksek olan kişilerin bir işi başarmak için diğer kişilere kıyasla daha fazla istekli olmaları, girişimcilik niyetlerini arttırmaktadır (Özden vd., 2008). Diyebiliriz ki yüksek başarı ihtiyacı kişilerin bir girişim ortaya koymasına sebep olmakta ve bu işi başarmak için büyük bir gayret göstermesine neden olmaktadır.
- **Kontrol odağı:** Kontrol odağı boyutuna göre, kişilerin bir olayın neticesini, kendi kavrayış ve denetimleri ışığında algılayıp değerlendirmeleridir. Literatürde kişilerin kontrol odağı algısı ve girişimcilik davranışıyla, arasında doğrusal bir ilişki bulunmuştur (Naktiyok, 2004: 26-27).
- **Kendine güven:** Bu kavram kişinin özel bir iş yapmasında, kişisel yeteneklerini analiz etmesinde ki bireysel özelliğidir (Kauppila vd., 2008: 4). Kendine güven kavramı, girişimci kişiliğe sahip olanların özel amaçlarını gerçekleştirmede kendilerine güvenmeleri ve bunu gerçekleştireceklerine dair yetenekli oldukları inancına sahip olmalarıdır (Ceyhan, S., 2020). Kendine güveni olan kişilerin, başarmaları için tüm yeteneklerin kendilerinde olduğuna dair inançları tamdır (Ceyhan, S., 2020). Kişinin bir girişimi başlatmasında en önemli etkenlerden olan kendine güven motivasyon sağlaması nedeniyle de girişimcilerin girişim niyeti üzerinde oldukça etkilidir.
- **Belirsizliğe karşı tolerans:** Belirsizliğe sahip bir durum, kişinin yeterince bilgisi olmadığı durumlarda tam olarak anlamlandıramadığı veya kategorize edemediği durumu ifade etmektedir. Belirsizliğe karşı tolerans ise; kişinin belirsiz durumlara karşı olumlu karşılık verebilme becerisidir (Erdem, 2001).

#### 1.4. Girişimcilik Eğilimi

1983 yılında girişimcilik eğilimi, Miller tarafından yenilikçilik, risk alma ve proaktiflik unsurlarını içeren bir kavramdır (Miller, 2011). Sonrasında girişimcilik

eğilimi modelini Covin ve Slevin (1989), “Girişimci Stratejik Duruş (ESP)” ile yeniden gündem etti (Covin ve Slevin, 1991). Lumpkin ve Dess 1996 yılında girişimcilik eğilimini tekrardan tanımlamış ve proaktiflik, risk alma ve yenilikçilik boyutlarına rekabetçi saldırganlık ile özerkliği de ekleyerek yeni bir model öne sürmüşlerdir (Lumpkin ve Dess, 1996). İşletmelerin piyasaya yeni girişlerinde pazar fırsatları ile nasıl bağlantı kurduklarını ve çevreyi şekillendirmek için bu fırsatları nasıl kullandıklarını ifade eden proaktiflik, rekabetçi saldırganlık, işletmelerin rekabetle ne şekilde bağlantı kurduklarını ve piyasada var olan meyillere nasıl tepki gösterdiğini anlatmaktadır (Wang,2008). Girişimcilik eğilimi kavramının literatürdeki bazı tanımları aşağıdaki gibidir:



**Tablo 7: Yazında Geçen Bazı Girişimcilik Eğilimi Tanımları**

| Yazarlar                            | Girişimcilik Eğilimi Tanımı                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Khandwalla (1976-1977)              | Girişimcilik; cesur, riskli ve saldırgan karar verme ile karakterize edilir.                                                                                                                                                                                |
| Miller ve Friesen (1982)            | Girişimci model, ürün pazar stratejilerinde önemli riskler alan cesur ve düzenli olarak yenilik yapan firmalar için geçerlidir.                                                                                                                             |
| Miller (1983)                       | Girişimci bir firma, ürün pazarı inovasyonu uğraşan, biraz riskli girişimler üstlenen ve proaktif inovasyonlar bularak rakiplerini geride bırakan organizasyonlardır.                                                                                       |
| Morris ve Paul (1987)               | Girişimci firma, risk unsuru içeren proaktif ve yenilikçi stratejileri vurgulayan karar verme normlarına sahip bir organizasyondur.                                                                                                                         |
| Colvin ve Slevin (1998)             | Girişimci firmalar, üst düzey yöneticilerin girişimci yönetim tarzlarına sahip olduğu firmalardır. Girişimci olmayan veya muhafazakâr firmalar, üst yönetim tarzının kesin olarak riskten uzak, yenilikçi olmayan ve pasif veya reaktif olduğu firmalardır. |
| Zahra ve Neubaum (1998)             | Girişimcilik eğilimi, bir firmanın radikal inovasyonunun, proaktif stratejik eyleminin ve belirsiz sonuçlara sahip projelere destek olarak ortaya çıkan risk alma faaliyetlerinin toplamıdır.                                                               |
| Avlonitis ve Salavou (2007)         | Girişimcilik eğilimi, firmaların rekabet ortamını kendi yararlarına değiştirmek için proaktif ve agresif girişimlere girişme yönündeki yönetsel yeteneği yansıtan bir organizasyon olgusudur.                                                               |
| Cools ve Van Den Broeck (2007-2008) | Girişimcilik eğilimi, en üst yönetimin yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma stratejisiyle ilgilidir                                                                                                                                                       |
| Pearce, Fritz ve David (2010)       | Girişimcilik eğilimi, yenilikçilik, proaktiflik, rekabetçi saldırganlık, risk alma ve özerklik niteliklerine sahip bir dizi farklı fakat ilişkili davranış olarak kavramsallaştırılmıştır.                                                                  |

Kaynak: Covin ve Wales, 2012

#### **1.4.1. Girişimcilik Eğilim Teorileri**

Girişimcilik eğiliminin belirleyicileri ile ilgili literatürü taradığında ilgili pek çok farklı model olduğu görülmektedir. Ajzen'in Planlı Davranış Kuramı, Shapero & Sokol'un Girişimsel Eylem Modeli, Robinson'un Girişimsel Tutum Oryantasyonu ve Bird (1988)'ün Girişimci Niyet modeli bulunmaktadır.

Girişimcilik eğilimi; kişilerin sahip oldukları girişimcilik özellikleri ve girişimci olma yönündeki istek ve niyetleriyle, kısaca girişimcilik potansiyellerinin eyleme

geçirilmesiyle alakalıdır (Atabay ve Alamur, 2016: 466). Kişinin girişimcilik istek ve arzusu en derinde kişinin ailesinden ileri gelmektedir. Ailesinde girişimci olan kişilerin, gelecekte kendisinin de bir girişim kurmaya eğilimli olacağına işaret edebilir. Dolayısıyla; kişinin ailesinin yapısı, babasının mesleği, eğitimi ve kazancı kişide girişimciliğe yönelik eğilimin ortaya çıkmasında etkilidir (Çetinkaya Bozkurt, 2011: 26). Özellikle kazancı iyi ve/veya eğitim seviyesi yüksek olan bir baba çocuklarını da girişimciliğe teşvik edecektir (Taş, 2016: 50-51).

#### **1.4.1.1. Planlı Davranış Kuramı (Ajzen)**

Planlı davranış teorisi kişilerin belli bir davranışı gerçekleştirme niyetini açıklamak için kullanılır ki ilk olarak Ajzen (1988, 1991) tarafından dile getirilmiştir. Planlı davranış teorisine göre niyet, planlanan davranışı ortaya koymak için bireylerin ne kadar çabalamak istediklerinin ve ne kadar çaba göstermeyi planladıklarının bir yansımasıdır (Ajzen ve Driver, 1992).

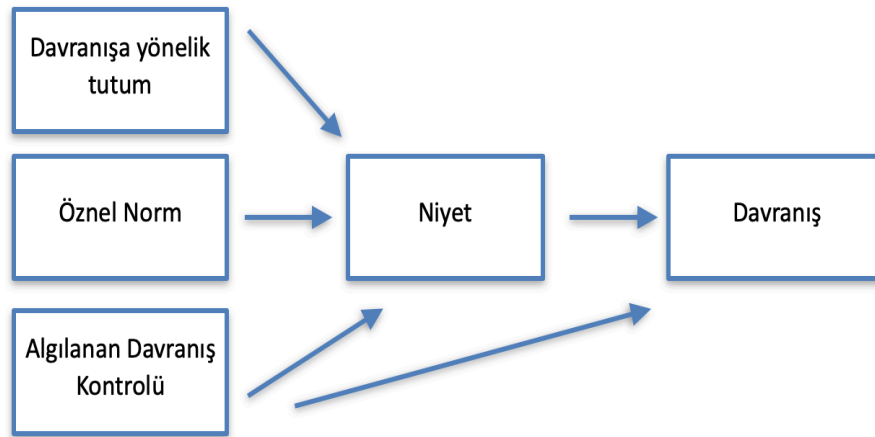
Girişimcilik niyeti tüm bunların ışığında planlı davranış teorisiyle açıklanmaya çalışılmıştır. Bu modele göre girişimcilik niyetinin üç bağımsız belirleyicisi vardır ki bunlar; öznel normlar, girişimciliğe yönelik tutumlar ve algılanan davranış kontrolüdür (Ajzen, 1991).

Planlı davranış teorisine göre ilk yordayıcı, davranışa karşı tutumdur. Kişilerin belli bir davranışla alakalı yaptığı pozitif ve negatif yorumlar ve değerlendirmeler davranışa karşı tutum olarak tanımlanır (Erten, 2002) ve bir davranışı ortaya koymaya yönelik kişilerin sahip oldukları tutumu girişimciliğe yönelik tutumunu ifade etmektedir. Veya bir davranışı sergilemeyi sağlayan kişisel arzu algılarıdır (Ajzen, 1988). Girişimcilikte ise bireylerin girişimciliğe yönelik tutumları onların girişimci olma konusundaki kişisel arzu ve isteklerini ifade etmektedir (Kolvereid, 1996). Diyebiliriz ki kendi işini kurma konusundaki yüksek beklenti ve inançlar girişimciliğe yönelik olumlu bir tutumu göstermektedir. Bu normun oluşmasında aile, akranlar, eş, yakın arkadaş, öğretmenler gibi kişinin yakınları ve kişinin önem atfettiği herhangi bir kişi bile bu normun oluşmasında etkili olabilmektedir (Ariff vd., 2010). Planlı davranış teorisine göre girişimciliğe yönelik tutumlara iş yükünden kaçınma, rekabetçilik, zenginlik, refah, özerklik, finansal güvenlik ihtiyacı vb. örnek olarak verilebilir (Işık ve Çiçek, 2020).

Planlı davranış teorisinin belirleyicilerinden olan öznel/sübjektif normlar, kişinin bir davranışı ortaya koymasında veya onun karşısına çıkmasında hissettiği toplumsal baskı algısıdır. Başka bir deyişle öznel norm kişinin önemli insanların çoğu davranışları yapmaması gerektiğini düşündüğü algısından ibarettir (Ajzen, 1991). Bu modele göre öznel normun kişinin inançlarının bir sonucu olduğu ileri sürülmektedir. Öznel normlar kişileri girişimciliğe iten faktörlerden oluşmaktadır ki bunlar; aile, çevre, sosyal sermayedir (Işık ve Çiçek, 2020).

Kişinin algılanan hedef davranışı yürütme yeteneği, algılanan davranış kontrolünü yansıtmaktadır (Ajzen, 1988). Algılanan davranış kontrolü kişinin belli bir davranışı gerçekleştirmesinde etkili olan kolaylık ve zorluk derecesine ilişkin algısıdır. Yine bu kontrol sadece tahmin edilen engellere karşı değil geçmiş tecrübeleri de yansıttığı varsayılmaktadır (Ajzen ve Driver, 1992). Bu yapı kişinin bir davranışı ortaya koymak için gerekli kaynaklara, becerilere ve fırsatlara ulaşma algılarından da etkilenir. Kısaca birey hâlihazır faktörler üzerinde kontrol sahibi olduğunu düşünüyorsa, belirli bir davranışı ortaya koyma niyetini geliştirebilir (Ariff vd., 2010). Girişimci zekâsı, azim, yaratıcılık, öz saygı, öz yeterlilik gibi değişkenlerden algılanan davranış kontrolüne örnek olarak verilebilir (Işık ve Çiçek, 2020).

#### Şekil 2: Planlı Davranış Teorisi Modeli (Ajzen Model)



**Kaynak:** Ajzen, “The Theory of Planned Behavior”, Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50, 1991, p.182.

#### 1.4.1.2. Girişimsel Eylem Modeli (Shapero & Sokol)

Shapero ve Sokol tarafından geliştirilen girişimsel eylem modeli (Doğan, 2013) girişimciliğin algılanan istenebilirliğini, bir girişime başlama ihtimalinin kişilerde

ortaya çıkardığı çekicilik seviyesi ve girişim yapma arzusu olarak ifade edilmektedir. Shapero ve Sokol, girişim yapma isteğini bireylerin kariyer seçenekleri ve bireysel değerleri ile ilişkilendirmiştir.

Girişimsel eylem modeline göre yeni bir iş başlatmanın ilk adımı yönetim, beceri, özerklik ve risk arasındaki etkileşimdir. Girişimcilik eğilimi bu modele göre üç etkene bağlıdır. Bu etkenler, algılanan istenebilirlik, eyleme geçme ihtimali ve algılanan yapabilirliktir. Bireysel ve konumsal değişkenler bireylerin girişimcilik niyetlerine büyük ölçüde etki ettiği görülmektedir. Bireylerin deneyimleri ve kişilik ile bulundukları ekonomik, kültürel, politik, sosyal çevre girişimcilik eğilimi üstünde büyük bir etkisi vardır (Çiftçi & Zencir, 2019, s. 134).

Algılanan istenebilirlik, kişinin iş başlatmayı çekici bulma seviyesi olarak anlatılabilir (Doğan, 2013). Girişimciliğin istenebilirliği, girişim başlatmanın sonuçlarıyla ilgili geliştirilen inanışlardır. Sosyal çevre yeni işletmelerin başlatılmasıyla ilgili yapıcı destek verirse bireyler girişim yapmaya yönelir. Yüksek seviyede istenebilirlik duygusuna sahip kişiler daha çok iş başlatma meyilindedirler (Păunescu, Popescu, & Duennweber, 2018).

Eyleme geçme olasılığı, kişinin bir işi başlatması için gereken koşulların sağlanması ve altyapının hazırlanmasıdır. Bu modele göre, girişimciler, girişimci olma yolunda arzu duyar ve sonrasında söz konusu arzunun yapılabilirliğini analiz ederek yeni bir girişim kumak niyetiyle eyleme geçmek kararı doğrultusunda bir karar verir (Yavuz, Altuntaş, & Kamaşak, 2016, s. 736).

Uygulanabilirlik, iş fikrinin yapılabilirlik sonucunda akla uygun olup olmadığına yönelik oluşandır. Algılanan yapabilirlik, mali çevre ile bağlantılıdır. Hali hazırdaki ekonomik hal ve kamu politikaları ve girişim başlatma isteğinde ciddi etkiye sahiptir. Girişimin düşünceden uygulamaya geçme sürecinde, mali destek ve üretim etmenlerinin varlığı işin yapılabilirliğini kolaylaştırır.

#### **1.4.1.3. Girişimci Niyet Modeli (Bird)**

Niyet kavramı Bird (1988), zihinde meydana gelen odaklanma, meydana getirme, seçme ve yürütme kademelerinden oluşan bir hal olarak tanımlar (Sezer, 2013).

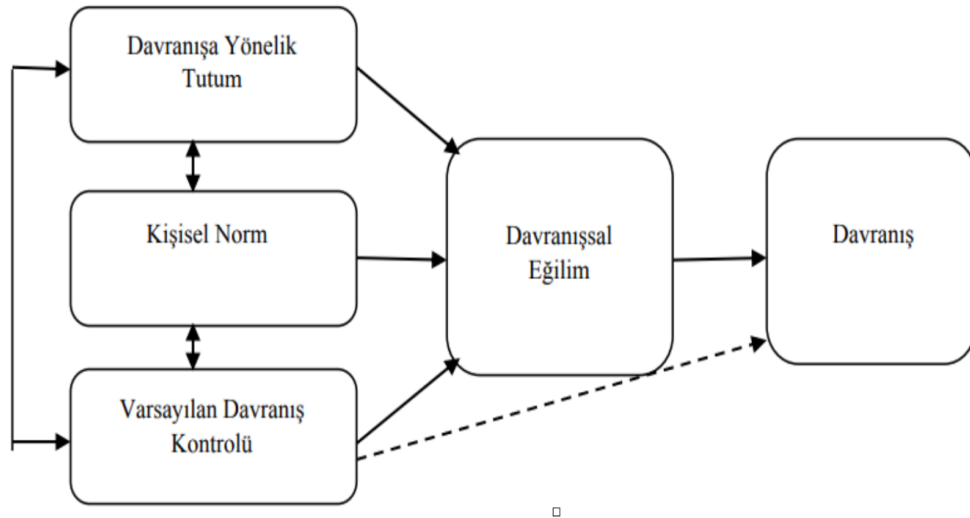
Girişimci Niyet Modeline göre ise girişimcilik eğilimi; algılanan istenebilirlik, algılanan yapılabilirlik ve hareket etme eğilimi ile açıklanmaktadır (Shapero & Sokol,

1982). Shapero'nun Girişimsel Eylem Modeli ve Ajzen'in Planlı Davranış Teorisi üzerine kurulan bu model 1994 yılında Krueger ve Brazeal tarafından kurulmuştur. Bu modelde, kişinin girişimcilik kararında etkili olan algılanan yapılabirlik hali ya da fizibilitenin önemi vurgulanmıştır (Koca Ballı ve Üstün, 2019).

Girişimci niyet, kişilerin yeni bir girişim yapma konusundaki görüşlerinin varlığını ifade etmektedir. Burada kişilerin kendilerinde bir girişim yapma potansiyelini fark etmeleri, girişim başlatmaya karşı niyetlerini artırmaktadır. Girişimci Niyet modelinde girişimcilik niyetini oluşturan etkenler sosyo-politik, rasyonel, bireysel, sezgisel ve düşünsel olarak belirlenmiştir.

Girişimcilik bir esinle başlar ve esinin hayata geçmesi için ve niyet elzemdir. Fikrin niyete, niyetin de eyleme evrilmesi şuurlu ve hedefleri olan bir girişimci ile gerçekleşir. Girişimcilik niyetleri, halihazırda ki işlerde yepyeni başka bir iş veya yeni değerler ortaya koymaya yöneliktir.

### Şekil 3: Girişimci Niyet Modeli



Kaynak: Aydın, E. (2020).

#### 1.4.1.4. Robinson'un Girişimsel Tutum Oryantasyonu Modeli

Girişimsel Tutum Oryantasyonu Modeli'ne göre ise kişide girişimsel tutumun oluşmasında öz saygı, yenilik, başarı, kişisel kontrol belirleyici unsurlardandır (Robinson,1991), Girişimcilik eğilimini oluşturan faktörler Girişimci Niyet Modeli'nde; rasyonel, sosyo-politik, düşünsel, bireysel ve hissel unsurlardır (Bird, 19880).

#### 1.4.2. Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki Farklar

Girişimci davranışın güvenilir öngörücüleridir girişimcilik niyetleri (Krueger, Reilly ve Carsrud, 2000). Niyet ve davranış ilişkisi, en genel hareket modellerinden biri olan Planlı Davranış Teorisi (Ajzen, 2011) tarafından ortaya konmaktadır. Bu modelde, davranışın önemli belirleyicileri ve harekete dair tutumların, subjektif normların ve algılanan öz yeterliliğin aracıları olarak niyetlerin rolü önemlidir (Zampetakis, Kafetsios, Bouranta, Dewett ve Moustakis, 2009).

Eğilim, “Bir şeyi sevmeye, istemeye ya da yapmaya içten yönelme, insanı birtakım şeylere yönelten içtepi”dir. Niyet ise “Bir şeyi yapmayı önceden isteyip düşünme” olarak ifade edilmektedir (TDK, 2020). Girişimcilik eğilimi ile girişimcilik niyeti bazen özdeş olarak kullanılmışsa da bu ikisi birbirlerinden farklı kavramlardır ve birbiriyle bağlantı içerisindedirler. Girişimcilik niyeti, korkusuzluk, hırs, cesarettir ve girişimci eylemin bir yordayıcısıdır (Koe, 2016).

#### 2. Girişimcilik Niyeti

Bilinçte gerçekleşen odaklanma, oluşturma- sürdürme ve seçme aşamalarından oluşan bir hal olan niyet (intention) kavramı, bir kişinin ilgisini dikkate değer bir amaca yönelten ve odaklayan veya başarmak için lazım olan içsel yol olarak tanımlanmıştır. Bu tanımdan yola çıkarak niyeti, insanın ruh dünyasında gerçekleşen gelecek zamana ilişkin zihinsel bir karar verme; bir tavır ya da bir pozisyon alma hali olarak ifade edebiliriz. Bir kişinin gereksinimleri, dilekleri, istekleri, değerleri, tutumları, inançları, alışkanlıkları ve dahi meraklarının etkisiyle harekete geçen niyetlenme veya niyet kurma süreci, dünya ile ilgili ve/veya öteki dünya ile ilgili güdülenme oluşturmayı vevexam ettirmeyi, stratejik olarak odaklanmayı ve stratejik bir duruş seçmeyi içermektedir ve ilk olarak Bird (1988) tarafından ortaya atılmıştır.

Girişimcilik niyeti, Krueger ve Carsrud (1993) bir kişinin girişimini gerçekleştirme yönünde gayret etme ve bu yolda yapılacak eylemlere bağlılığı olarak tanımlanabilir (Sezer, 2013). Girişimci, çevresindeki fırsatları keşfedip, işletmenin kaynaklarını kullanarak olası riskleri göze alıp girişimde bulunan kişidir (Seçilmiş, Düşmezkalem, 2020). Girişimcilik niyeti ise girişimcinin riskleri göze alıp girişimde bulunmaya niyet etmesidir. Girişimcilik niyetine sahip bireyler etraflarında kariyer ve iş fırsatları olmasına rağmen başkasının yanında çalışmak yerine olası riskleri göze

olarak yeni bir iş kurma ve bu konuda hareket etme niyetindedirler (Işık ve Çiçek, 2020). Başka bir tanıma göre ise, kişinin iş planı yapması, kendini ve iş planını geliştirmesi ve bu planını hayata geçirmesini sağlayan tüm bilişsel süreç girişimcilik niyetini oluşturmaktadır (Boyd ve Vozikis,1994).

Ayrıca girişimcilik niyeti; tek başına veya bir grubla girişim yapmayı ne kadar istediği ve girişimine çaba göstermeye bağlılık şeklinde ifade edilmiştir (Krueger vd., 2000).

Girişimcilik niyeti bir kişinin bir girişim yapma konusunda ki niyetidir. Dünya Girişim Platformu (GEM) tanımlamasına göre “girişimcilik niyeti, kısa bir süre içerisinde (1-3 yıl) bir girişim yapma niyetinde olan 18 ile 64 yaş aralığındaki kişilerin yüzde hesabıyla ifadesidir” (Herrington, Kew, & Mwanga, 2017). Girişimci adayları kişiler, bir iş kurmak için gerekli bilgi, nitelik, deneyimlere sahip olduklarını düşünerek fırsatları değerlendirme meylindedirler. Fakat, tek başına bu özelliklere sahip olmak bir girişim kurmak için yetersizdir. Niyeti hayallerine dönüştürmek için hedef koymakve hedeflere ulaşmak için gayret etmek gerekir. Girişimci kişiler, girişim niyetlerini uyguladıklarında, karşılına fırsatlar da çıkabilir bu niyetlerinden caymalarına neden olabilecek çeşitli engeller veya ögeler açığa çıkabilir.

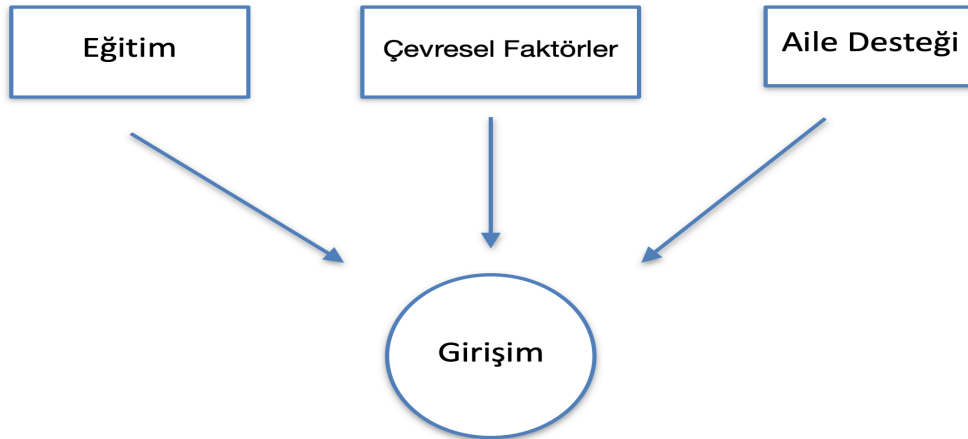
Girişimci olma ve bir girişimde bulunma niyetini etkileyen en önemli unsurlar dış ve iç etmenler olarak ele alınmaktadır. Bazı çalışmalarda bu tanım, bireysel etmenler ve çevresel etmenler olarak da ele alınmıştır. Kişilik özellikleri, bireylerin girişimcilik niyetlerini, büyük ölçüde etkilemektedir. Bireysel etmenler; riske tolerans, başarıya arzusu ya da güdülenme gibi, gelir, sosyal statü ve aile de olabilir. Çevresel faktörler ise kişinin etkisi haricinde gelişen ve sezilmesi zor olan ve geneli etkileyebilen öğelerdir. Önemli çevresel faktörler, enflasyon, ekonomi, milli veya evrensel krizlerdir (Aydın, E., 2020)

**Şekil 4: Girişimcilik Süreci**



**Kaynak:** Aydın, E. (2020).

**Şekil 5: Girişim Destek Modeli**



**Kaynak:** Denanyoh vd., (2015) *Factors That Impact on Entrepreneurial Intention of Tertiary Students in Ghana, International Journal of Business and Social Research* isimli çalışmadan uyarlanmıştır.

Girişim destek modeline göre girişim niyetine etki eden etkenlerden birincisi eğitimidir. Meslek ile ilgili olan eğitimin girişimcilik konusunda belli başlı bilgileri

edinmenin iyi örgütlenmiş bir yöntem olduğu görülmektedir. Yapıyla ilgili veya çevreyle ilgili öğeler kişinin haricinde olup, ona teşebbüs fırsatı sağlamak için gerekli altyapı desteği sağlamaktadır. Örneğin, kredi kuruluşları, devlet politikaları vb. yapılar girişimcileri destekleme konusunda ciddi etki ve sorumluluklar taşımaktadırlar. Risk sermayesi, yatırım özendirme, arsa vb. gibi teşvikler girişimciler için önemli desteklerdendir. Ve aile desteğidir.

Girişimcilik niyeti üzerinde çalışılması gereken karmaşık konulardandır ki bunun nedeni girişimcilik niyetini etkileyen faktörlerin çeşitliğinden gelmektedir. Örneğin bireylerin kişisel tutumları, deneyimleri, davranışları, kişilik yapıları ve demografik özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerine etkisi büyüktür. Kalkan (2011) çalışmasında üniversite öğrencilerinin kişisel tutumunun girişimcilik niyetleri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Başka bir çalışmada ise öğrencilerin cinsiyet, yaş, geçmiş iş tecrübelerinin girişimcilik niyetlerini farklılaştırdığını açığa çıkarmıştır. Girişimcilik niyeti üzerine girişimci kişilik özelliklerinin etkisinin belirlendiği başka bir çalışmada, iç kontrol odağı, başarıya ihtiyacı, belirsizliğe karşı tolerans, özgüven ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı ilişkiler keşfedilmiştir (Koca Ballı ve Üstün, 2019). Buna ek olarak söz konusu ülkenin kültürü, ekonomi politikaları, eğitim sistemi, vb. çeşitli çevresel değişkenler de girişimcilik niyetini arttırabilmekte veya zayıflatabilmektedir.

Girişimcilik niyeti kişinin bir girişim gerçekleşmesinde temel öncüllerdendir (Abraham ve Sheeram, 2003: 496). Genellikle, hedeflenen bir davranışın niyetini anlamak ve açıklamak zordur (Ajzen ve Fishbein, 1980). Girişimcilik niyeti, genellikle yeni bir iş kurma davranışının önemli bir adımı olarak görülmektedir (Thompson, 2009). Yapılan çalışmalarda gerçekleşen davranışların %39'unun niyet ile ortaya konduğu görülmektedir (Armitage ve Conner, 2001; Sheeran, 2002; Sutton, 1998).

Girişimcilik niyeti kavramının zihinlerde netleşmesi için bu kavramın hangi etmenler tarafından etkilendiğinin ortaya çıkarmak gerekmektedir.

**Tablo 8: Girişimcilik Niyeti Üzerine Tanımlar**

|                                                                             |                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sezer, 2013                                                                 | Bağımsız olma, yüksek kazanç sağlama isteğinin                                                           |
| Karabulut, 2009                                                             | Yaratıcı olma, işinde özgünlük göstermenin ve girişimcilik motivasyonunun yüksek olmasının               |
| Hmieleski ve Corbett, 2006;<br>Kalkan, 2011;<br>Şeşen ve Basım, 2012        | Kişilik özelliklerinin, kişisel tutumların, motivasyonun ve bilinçle ilgili tarzın                       |
| Davidsson, 1995;<br>Kristiansen ve Indarti, 2004                            | Cinsiyetin                                                                                               |
| Çelik, İnce, Bozyiğit 2014; Şeşen ve Basım, 2012;<br>İrmiş ve Barutçu, 2012 | Yaşın, önceki iş tecrübelerinin, aile gelirinin girişimcilik niyeti üzerine etkisi olduğu görülmektedir. |

Bu çalışmalar ışığında diyebiliriz ki, bağımsız olma ihtiyacı yüksek olan ve yüksek kazanç sağlamak isteyen kişilerin, girişimciliğin vaatlerine karşı girişimcilik niyetlerinin yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca yaratıcılığı yüksek bireylerin sabit işlerde çalışmak istememeleri ve girişimcilik dünyasının belirsizliğine tahammül edebilme yetenekleri sayesinde girişimcilik motivasyonlarını yükselmekte bu durumda girişimcilik niyetlerini arttırmaktadır.

## İKİNCİ BÖLÜM: DUYGUSAL ZEKA

### 1. Duygusal Zekâ ile İlgili Kavramlar

Kişinin kendi öz duygularını ve başkasının duygularını fark etmesi ve buna göre davranarak hayatını zenginleştireceği iddia edilen kavram duygusal zekadır. Bu kavramının daha iyi açıklanabilmesi için bu bölümde zekâ ve duygu kavramları ayrı ayrı ele alınmış ayrıca duygusal zekanın iş hayatında önemi açıklanmaya çalışılmıştır.

#### 1.1. Duygu Kavramı

Türk Dil Kurumu Sözlüğü'nde (1983: 338-339) duygu “duyularla kavrama, belirli obje, hâdise ya da bireylerin insanın iç dünyasında uyandırdığı duyum, önsezi, ahlaki, güzelduyu vb. kavramları değerlendirme, onlara bağlanma yeteneği, kendine has bir psikolojik devinim ve devinimlilik” şeklinde tanımlanmaktadır.

Feldman’a göre “duygu; umutsuzluk, üzüntü ve mutluluk gibi genel olarak bedensel ve bilişsel alt yapısı olan ve davranışları etkileyen faktörler” olarak tanımlamaktadır (Çakar ve Arbak, 2004: 27).

En geniş haliyle duygu, bir kişiye veya bir objeye karşı yöneltilen şiddetli hislerdir (Çakar&Arbak, 2004:27). Dökmen duyguyu, “bireyin doğaya ve topluma uyum sağlaması” olarak ifade ederken Daniel Goleman’a göre ise “duygular, bireyin öğrenme potansiyelini uyararak öğrenmesini sağlayan; soru sormaya yönlendirerek aynı zamanda meraklandırıan, bilinmeyeni aramaya yöneltirken, kapasitesini geliştirerek öğrenileni pratiğe geçirmesini ve böylelikle bir eylem sergilemesini ifade eden özellikler bütünüdür” (Ural, 2001:210).

**Tablo 9: Bazı Kuramcılara Göre Temel Duygu Kümeleri**

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Öfke:</b>      | Kızma, sinirlenme, asabiyet, hakaret, hınç, gazap, tükenme, kin, rahatsızlık, alınganlık, garazkârlık ve belki de en uç noktada, patolojik nefret ve şiddet.                                                                                   |
| <b>Üzüntü:</b>    | Neşesizlik, melankoli, kendine acıma, fütur, acı, keder, kasvet, yalnızlık, can sıkıntısı ve patolojik olduğunda güçlü depresyon.                                                                                                              |
| <b>Zevk:</b>      | Mutluluk, sevinç, rahatlama, tatmin, coşku, haz, eğlenme, şeref, tensel zevk, heyecan, vecd hali, hoşnutluk, kendinden geçme, aşırı zindelik, kapris ve en uç noktada mani (kişinin kendisini gerçeküstü iyi hissettiği bir hastalık tablosu). |
| <b>Sevgi:</b>     | Kabul görme, yakın ilgi, muhabbet, dostluk, itimat, iyilik, bağlılık, tapınma, aşırı tutkunluk.                                                                                                                                                |
| <b>Şaşkınlık:</b> | Şok, afallama, hayret, merak.                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>İğrenme:</b>   | Hor görme, tikslenme, küçümseme, aşağılama, hoşlanmama, nefret etme, itici bulma.                                                                                                                                                              |
| <b>Utanç:</b>     | Suçluluk, mahcubiyet, hayal kırıklığı, hayıflanma, küçük düşme, üzülme, çile ve nedamet olarak sıralanabilir.                                                                                                                                  |
| <b>Korku:</b>     | Kaygı, hayret, vesvese, kuruntu, gazap, tasa, uyanıklık, vicdan azabı, huzursuzluk, imtina, ürkme, dehşet; patolojik olduğunda ise fobi ve panik.                                                                                              |

**Kaynak:** (Goleman, (2009), 373)

Duygu kavramı için psikologlar tarafında ortak kabul gören bir tanım bulunamamıştır. Duygu (emotion) sözcüğünün kökü latince “motere”dir ve “harekete geçiren ruh” şeklinde ifade edilmektedir (Aslan, 2009:8). Ve bu fiile “e-” ön eki eklendiğinde “uzaklaşmak” anlamına gelmektedir. Bu ifadeden anlıyoruz ki her duygunun bir harekete yönlendirmektedir (Goleman,2013:32). Kısaca duygu, bir şeye ya da bir kişiye karşı yöneltilen şiddetli hisler olarak tanımlanabilir (Çakar ve Arbak, 2004: 27).

Duygular kavramı için kavramsal olarak ortak bir tanım bulunamasa da duyguların bilimsel olarak tanımlanması önemli bir ihtiyaçtır. Genel anlamıyla duygular kişinin

günlük yaşamında karşılaştığı olaylara karşı neler ortaya koyacağını içeren tanımlamalar süreci olarak ifade edilebilir. Duygu kişinin önceliklerini belirmesinde, planlarını yapmasında kişiye liderlik eder. Sözel olan ve olmayan içsel ifadeler duygularla birlikte, davranış şekilleri, fiziksel değişimler birlikte gelir. Duygularda temel hareket noktası kişinin bazı isteklerine diğer isteklerine göre öncülük vermesi ve gereken zamanda hazır olmak için değiştirme, sosyal ilişkilerde bir araç olarak kullanmadır. Farklı zaman gidişatına sahiptir, farklı duygusal olgular. Bu olgulardan biride yüz ifadeleridir ki genelde bir-iki saniyede kendisini göstermektedir. Duyguların işlevlerini şöyle özetleyebiliriz (Çeçen, 2002:167):

- Duygular kişinin ilk iletişim araçlarıdır.
- Duygular kişinin davranışları hakkında bilgi sağlar.
- Duygular kişinin uyum sağlamasıdır.
- Duygular kişiyi güdüleyicidir ve kişinin kendi gereksinimlerini karşılamasında gerekli gücü sağlar.
- Duygular amaca yönelik davranışların açığa çıkmasında gereklidir ve kişiye hayatsal motivasyon sağlar.
- Duygular bilişsel ve duygusal işlemlerde ivedi ve esnek cevap vermeyi sağlarlar.
- Duygular, kişinin kendisini ifade etmesidir.
- Kişinin şematik duygusal belleği ile duygusal tepkileri üretilmektedir. Kişinin geçmişte yaşadığı olaylardan belleğinde yaptığı şematik kodlamalar gelecekte meydana gelebilecek tüm deneyimlerini etkilemektedir.
- Duygusal şemaların harekete geçmesi ile duygusal deneyimler üretilmektedir.
- Duygusal şemalar kişinin devamlı olarak yaşadığı yeni tecrübelerle zenginleşirler.

Kişilerin çevresinde yaşananlarla alakalı olarak kişiyi uyaran ve kişinin bireysel hedeflerini yönlendirmesini sağlayan duygulardır. Duygularla ilgili en temel belirleyici, hedefli olması veya bir hedefe yönelik olmasıdır. Buna göre kişinin etrafında yaşanan herhangi bir durum, kişi, olay duyguların harekete geçmesine neden olmaktadır. Bu noktada önemli olan, açığa çıkan duygularla mücadele etmek ve onları doğru yere yönlendirebilmektir. Bu aslında şu demektir. Kişi duygularını farketmekle yetinmeyerek, onları etkin kullanmanın yollarını öğrenmesi gerekir (Yelkikalan,

2006:43). Duygu, birkaç etmeden oluşan ruhsal bir yapıya sahiptir. Bunlar (Aslan, 2013:9):

- Kişinin durumları ve uyarıcıları bilişsel olarak değerlendirmesi,
- Kişinin davranışa geçmesini sağlayan ruhsal öğelerin olması,
- Kişinin fiziksel dışavurumları,
- Kişinin bir davranışa eğilimini sağlayan güdüsel unsur olması kişinin hislerinin Öznel dışavurumlarıdır.

Duygular, kişilerin olaylara karşı verdikleri davranışa bağlı tepkileri etkilemektedir. Kişi psikolojisi düşünüldüğünde, kendi düşüncesini olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilme yeteneğine sahiptir. Duygusal zekânın, duyguların mantıksal öğrenmeleri üstünde etkisi olduğu görülmektedir. Dolayısıyla duygular konusunda biraz daha şuurulu olunması gerekmektedir (Doğan ve Şahin, 2007:234).

## **1.2. Zekâ Kavramı**

Türk Zekâ Vakfına göre "Zekâ, kavramlar ve algılar yardımıyla soyut ya da somut nesneler arasındaki ilişkiyi kavrayabilme, soyut düşünme, muhakeme etme ve bu zihinsel işlevleri ahenkli şekilde bir amaca yönelik olarak kullanabilme yetenekleri"dir ([www.tzv.org.tr](http://www.tzv.org.tr)).

TDK sözlüğü'nde zekâ, "İnsanın düşünme, akıl yürütme, nesnel gerçekleri kavrama, muhakeme ve sonuç çıkarma yeteneklerinin tümü, anlık, dirayet, zeyreklik, feraset" olarak tanımlanmaktadır (<https://sozluk.gov.tr>).

Psikoloji Sözlüğüne göre zekâ "Soyut düşünme, algılama, problem çözme, bildiklerini yeni durumlara uygulama, akıl yürütme, hafıza, geçmiş deneyimlerden kazanılan bilgileri kullanma vb. de dâhil olmak üzere zihinsel yetilerin toplamı" olarak tanımlanmaktadır (Budak, 2000: 848).

En geniş haliyle zekâ, Güney'e göre (2000) "doğru yerde ve doğru zamanda, amaca uygun, toplumsal değeri ve orijinallliği olan zihinsel davranışlar gösterebilme, soyut olayları kısa sürede ve doğru şekilde kavrayabilme, karşılaşılan sorunlara doğru ve zamanında çözüm yolu geliştirebilme, zor şartlar altında bile kişisel enerjiyi artırıp oluşan heyecan durumlarına karşı koyabilme kapasitesidir. "

### 1.3. Duygusal Zekâ Kavramı

İlk kez 1990 yılında psikolog John Mayer ve Peter Salovey tarafından kullanılan duygusal zekâ kavramı, 1995'te psikolog ve yazar Daniel Goleman'ın, Mayer ve Salovey'in çalışmaları üzerine kurulan "Emotional Intelligence (EQ) " isimli eseriyle popüler olmuştur (Yelkikalan N., 2006: 43).

1990'lerin başında duygusal zekâ kavramını geliştirmeye başlayan Psikolog Dr. Reuven Bar-On'a göre duygusal zekâ; "Bir kişinin çevresel baskılarla ve isteklerle başa çıkmak için başarılı olma yetisinde; duygusal kişisel ve sosyal yeteneklerinin bir bütünüdür (Yvonne Stys & Shelly)" şeklinde tanımlamıştır.

Yine 1990'da Peter Salovey ve John Mayer Duygusal Zekayı 'Bir kişinin kendi ya da başkalarının hislerini ve duygularını yansıtabilme, onları ayırt edebilme ve kişinin düşüncesi ve eyleminde bu bilginin kullanılmasıdır (Peter Salovey & John Mayer,)' şeklinde açıklamışlardır.

1983 yılında ise Gardner 'Çoklu Zekâ' teorisinde "kişinin içsel dünyasını bilmesi" ile 'sosyal beceri' ayrımını ortaya koymuştur (Cynthia Kemper,1999). Duygusal zekâ teorilerinin gelişmesinin temelini Gardner'ın içsel zekâ ve kişiler arası ayrımı oluşturmaktadır.

Gardner (1983) duygusal zekayı, uyum becerileri ile bireyin duygularının ve yeteneklerinin farkında olması ve bunları yaşamına yön vermede bir kaynak olarak kullanması olarak ifade etmektedir (Sudak, M. & Zehir, C., 2013).

Bazı insanların diğer zekâ alanlarında başarılı olabilmelerine rağmen gerçek hayatta başarısız olması ile birlikte duygusal zekâ kavramı ortaya çıkmış, duygusal zekâ düzeyinin düşüklüğünden bu başarısızlığın kaynaklandığına inanılmıştır (Cumming, 2005). Gardner'ın çoklu zekâ kuramı "insanların tek bir zihinsel yeteneklerinin olmadığı zihinsel yeteneklerin çoklu bir yapılanma içerisinde olduğu" görüşüne dayanır (Demirel&Ölmez, 2011: 99).

Duygular bütün insanlarda ortaktır, insanları birbirlerinden farklılaştıran ise duyguları işleme ve kullanma yöntemleridir (Yeşilyaprak, 2001). Bir kişiye duygusal yönden zeki denebilmesi için bu kişinin hayatının özel yaşam, eğitim, iş gibi pek çok alanında hedeflerine ulaşabilmesi için duygularını istediği gibi kullanabilmesi gerekir (Yeşilyaprak, 2001).

Goleman (2006) duygusal zekâyı kişinin kendisi ve çevresindeki insanlar ile arasındaki ilişki olarak tanımlar. Mayer ve Salovey'e (1990) göre duygusal zekâ bireyin duyguları doğru bir şekilde değerlendirmesi ve ifade etmesi, duyguları istendik şekilde düzenlemesi ve duyguları istendik şekilde kullanabilmesi gibi boyutları içermektedir.

'Hissetme aklı' olarak da bilenen duygusal zekâ bireyin tüm duygusal dünyasını kapsar (Yelkikalan N.,2006: 42). Bireylerin duygularının olmaması düşünülemez. Tartışma ekipleri, öğrenci konseyleri gibi ortamlarda hissetme aklı olan duygusal zekâ oldukça önemlidir ki bu sayede duygular yoluyla en iyi fikirler ortaya çıkar ve en iyi kararlar alınır (Yelkikalan N., 2006: 42).

Baltaş'a göre ise (2006) duygusal zekâ, bireyin kendisiyle ve diğerleriyle başa çıkabilmesini kolaylaştıran duygularını tanıması, anlaması ve etkili bir şekilde kullanabilme becerisidir. Yani diğerlerinin neyi, nasıl istediklerini, neye, ne kadar gereksinim duyduklarını, artı ve eksi yönlerini, duyguları değerlendirerek anlayabilmek ve bununla birlikte stresle başa çıkabilmek için gerekli bir yetkinliktir.

#### **1.4. Duygusal Zekâ ve Bilişsel Zekâ Arasındaki Farklar**

Geçen yüzyıla hükmeden bilişsel zekâ, 21. Yüzyılında duygusal zekâ ile beraber anılır olmuştur (Polat, S. 2003,49). İnsanlar iki zihne sahiptir ki bunlardan birincisi, düşünen akılcı zihin, ikincisi ise hisseden duygusal zihindir. İki zihinde birbirleriyle etkileşim ve denge halindedir. Zihinlerin orantıları birbirlerinden farklı olabilmekle beraber zihinler birbirlerinden yarı bağımsız hareket ederler. Her iki zihinde beyinde birbirleriyle bağlantılı ama farklı devrelerin işleyişlerini yansıtır (Goleman, 2009: 36).

Bilişsel zekâ ve duygusal zekâ birbirlerinin alternatifi değil, tamamlayıcılarıdır ve iş birliği içinde olmaları gerekir. Bilişsel zekânın aksine, ağırlıklı olarak duygusal zekâ, davranışlarımızı yönlendirip, ilişkilerimizin niteliğini belirleyendir. Aralarındaki belirleyici bir diğer fark da duygusal zekânın, bilişsel zekânın aksine sonradan geliştirilebilir olmasıdır (Baltaş,2006: 7).

**Tablo 10: Bilişsel Zekâ ve Duygusal Zekâ Becerilerinin Bütünleşmesi**

| BİLİŞSEL ZEKÂ (IQ)      | DUYGUSAL ZEKÂ (EQ)                   |
|-------------------------|--------------------------------------|
| Düşünmek, tartmak       | Birleştirmek                         |
| Bütün verileri toplamak | Yeni fikirler bulmak                 |
| Anlamını kavramak       | Yeni anlam yaratmak                  |
| Mantıkla karar vermek   | Deneme –Yanılma yoluyla karar vermek |
| Mesafeli                | Yakın                                |
| Soğuk, kesin            | Sıcak, bulanık                       |
| Geçmiş anlamak          | Geleceği etkilemek                   |
| Kelimeler ve sayılar    | İnsanlar ve durumlar                 |
| Denemek, kontrol etmek  | Verilen kararın doğruluğuna inanmak  |
| Düşünmek                | Hissetmek                            |
| Tartarak karar vermek   | Anında karar vermek                  |
| Eğer ve fakat           | Burada ve şimdi                      |
| Beynin sol yarısı       | Beynin sağ yarısı                    |
| Mantıkla yönetilen      | Duygusal                             |
| Analitik                | Bütüncül                             |
| Zaman ve sükûnet        | Acele ve sabırsızlık                 |
| Benmerkezci             | Çoğulcu                              |

**Kaynak:** Polat, S. 2003:31.

### 1.5. Duygusal Zekâ Modelleri

İlk olarak 1960’larda akademik tenkitlerde ve psikiyatri alanında rastlantısal olarak kullanılan duygusal zekâ kavramının ilk tanımlaması Salovey ve Mayer (1990: 185) tarafından yapılmıştır. Duygusal zekâ modellerinde dört önemli model görülmektedir. Bunlardan ilki Mayer ve Salovey tarafından kullanılan, “yetenek modeli” diye bilinen duyguların ilişkiler yönüyle belirleyici olduğunu varsayan modeldir. Diğer modeller ise kişilik özellikleri, davranışlar ve sosyal beceriler gibi yetenekleri bir arada bulunduran model olan “karma model”in öncüleri olan Bar-On, Cooper ve Swaf, Goleman, duygusal zekâ modelleridir (Aslan, 2009:51).

### 1.5.1. John D. Mayer ve Peter Salovey Modeli

Duygusal zekâ yetenek modeli, duygular tanıma ve etkin kullanma için bir şablon sunmaktadır. Duygusal zekâ bu modelde dört ayrı yeteneği olarak ele alınmıştır (Caruso ve Salovey, 2010):

- Kişilerin ne hissettiğini farketme,
- Düşünmek için duyguları kullanma,
- Duyguların nedenlerini keşfetme,
- Hayatta muhtemel olan en doğru kararları almak için duyguları yönetme.

Bu dört beceriden hepsi birbirinden ayrı ve özerk olarak çalışabilir, kullanılabilir, değerlendirilebilir ve geliştirilebilir. Bununla birlikte bu dört yetenek birlikte kullanılabilir. Bu dört bölümlü model, kişileri daha etkin hayatlara götürecektir bir şablon sunmaktadır. Bireyin kendisini ve diğer insanları daha iyi anlaması, bu becerileri kullanmasıyla ve bu şablonu hayatının her alanına uygulamasıyla mümkün olabilmektedir.

**Tablo 11: Mayer ve Salovey’in 4 Boyutlu Duygusal Zekâ Modelinin, Zekâyı ve Kişilikle Olan İlişisine Odaklı İnceleme Tablosu**

| BOYUTLAR          | ÖLÇÜMÜN TANIMI                                                                                                                    | ZEKÂ VE KİŞİLİKLE İLİŞKİSİ                                                            |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Duyguyu Tanımlama | Duyguları yüzlerde, resimlerde tanıma yeteneği.                                                                                   | Zekâyı malûmat girdisi sağlar.                                                        |
| Duyguyu Kullanma  | Duygusal bilgiyi kullanabilme ve düşünceyi zenginleştirmek için duygusal bilgiye yön verebilme yeteneği.                          | Bilişsel görevlerde duygusal bilgiden yararlanmak için düşünceyi ayarlar ve düzenler. |
| Duyguyu Anlama    | İlişkiler, bir duygudan diğerine geçişler ve duygular hakkındaki dilbilimsel bilgilere ilişkin duygusal bilgiyi kavrama yeteneği. | Duygular ve duygusal bilgi hakkında soyut değerlendirme ve muhakeme odak merkezidir.  |
| Duyguyu Yönetmek  | Şahsî ve kişilerarası gelişme için duyguları ve duygusal ilişkileri yönetme yeteneği.                                             | Benlik ve şahsî amaçlarla etkileşim içindedir.                                        |

**Kaynak:** Çakar ve Arbak, 2004: 3.

#### **1.5.2. Reuven Bar-on Modeli**

Bar-On’ın modeli temelde duygusal zekâyı “çevreden gelen talep ve baskılarla başa çıkma yeteneğini etkileyen bir dizi kişisel, duygusal ve sosyal yeti” olarak betimlemektedir. On beş anahtar yeti, beş genel kümeye ayrılır (Goleman, 2010: 446).

Tablo 12: Reuven Bar-on Modeli

|                                                                  |
|------------------------------------------------------------------|
| <b>Kişilere Özgü Yetenekler</b>                                  |
| · Kendi benliğinin bilincinde olma,                              |
| · Kendi duygularını kavrama,                                     |
| · Kendi his ve fikirlerini ortaya koyma yetisi.                  |
| <b>Kişilerarası Beceriler</b>                                    |
| · Başkalarının hislerinin farkına varma ve onları anlama,        |
| · İnsanlara genel anlamda önem verme,                            |
| · Duygusal açıdan yakın ilişkiler kurma yetisi.                  |
| <b>Uyum Sağlayabilme</b>                                         |
| · Kendi hislerini kavrama,                                       |
| · İçinde bulunulan durumu doğru değerlendirme,                   |
| · Kendi hislerini ve düşüncelerini esnek bir şekilde değiştirme, |
| · Sorunları çare bulma yetisi.                                   |
| <b>Stres Yönetimi Stratejileri</b>                               |
| · Stresle başa çıkma,                                            |
| · Güçlü duyguları teftiş etme yetisi.                            |
| <b>Motivasyon ve Genel Ruh Hali Faktörleri</b>                   |
| · İyimser olma,                                                  |

Kaynak: (Goleman, 2010: 446).

### 1.5.3. Robert K. Cooper & Ayman Sawaf Modeli

Dört köşe taşı modeli olarak da bilinir. Duygusal zekâyı, özelde yönetim ve organizasyon alanında inceleyerek, liderlik ile arasında ki bağlantı üzerinde durulmuştur (Polat, S. 2003: 41).

**Tablo 13: Robert K. Cooper & Ayman Sawaf Modeli**

|                           |                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Duyguları Öğrenmek</b> | Bireyin duygusal potansiyelinin farkında olması ve potansiyelini ilişkilerinde değerlendirmesi üzerine inşa edilmiştir.                                                                                          |
| <b>Duygusal Zindelik</b>  | Bireyin öz varlığa (duygusal olarak), güven çemberine (güven alanı), yapıcı hoşnutsuzluğa (hoşnutsuzlukların yapıcı birer malûmat ve hareket kaynağına dönüştürülmesi), esneklik ve yenilenmeye sahip olmasıdır. |
| <b>Duygusal Derinlik</b>  | Bireyin içsel amaçların tam manasıyla belirlemesi, bunlara kendisini adanması ve bunu işletmenin amaçları ile uyumlaştırması, dürüst olması ve kişilerde yetkisiz de etki uyandırmasıdır.                        |
| <b>Duygusal Simya</b>     | Duygusal zekânın bireyin potansiyelini ve yaratıcılığını artıran etkisine yoğunlaşmıştır.                                                                                                                        |

Kaynak: (Polat, S. 2003: 41).

#### **1.5.4. Daniel Goleman Modeli**

Daniel Goleman'a göre (2009: 62-63) duygusal zekâ, bireyin ruh halini düzenleyebilme, harekete geçebilme, dürtüleri kontrol ederek hazzı erteleyebilme, aksiliklere rağmen devam edebilme, sıkıntıları düşünmeyi engellemesine fırsat vermeme, empati yapabilme ve ümit besleyebilme yetenekleridir. Goleman, duygusal zekânın, yaklaşık yüzyıldır, sayısız kişi üzerinde yapılmış araştırmalara dayanan IQ'nun aksine, yeni bir kavram olduğunu savunur.

Goleman'a göre birçok çeşitlenmesi olan üç temel duygusal zekâ modellemesi vardır ve bunlardan hepsi farklı bir bakış açısı temsil eder ki bunlar;

**Tablo 14: Daniel Goleman Modeli**

| <b>BOYUTLAR</b>                             | <b>BOYUTUN TANIMI</b>                                                                                                                                                                                                                                   | <b>YAPI TAŞLARI</b>                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bireyin şahsi Duygularının Farkında Olması. | Bireyin herhangi bir duyguyu hissettiğinde onu tanıyabilme, izleyebilme ve bu bilgiyi kararlarını verirken kullanabilme yeteneği.                                                                                                                       | Bireyin özgüven duyabilmesi.<br>Bireyin realist bir şekilde kendini değerlendirebilmesi.                                                                     |
| Bireyin şahsi Duygularını Yönetmesi         | Bireyin duygularını ve tepkilerini cazip bir şekilde yönetebilme, kendini sakinleştirebilme ve negatif duygular kontrolden çıkmadan önce onlarla başa çıkabilme yeteneği. Bireyin müspet sonuçlar elde edebilmek için kısa vadede zevklerinin tatminini | Bireyin dürüst olabilmesi, belirsizliğe karşı rahat, değişikliğe de açık olabilmesi.                                                                         |
| Bireyin Kendini Motive Etmesi               | Bireyin bir kasıt doğrultusunda Duygularını yönlendirebilme, karşılaştığı engeller ve sorunlar karşısında yılmama yeteneği.                                                                                                                             | Bireyin başarıya yönelik güçlü bir istek duyabilmesi.<br>Bireyin başarısızlığın karşısında bile optimist olabilmesi.<br>Bireyin kendini örgüte adayabilmesi. |
| Duygudaşlık (Empati)                        | Bireyin diğer kişilerin duygu ve düşüncelerine objektif yaklaşp, farkında olabilme yeteneği.<br>Bireyin kendisini diğerlerinin yerine koyabilme yeteneği.                                                                                               | Bireyin hüner geliştirme ve korumaya yönelik ustalık geliştirebilmesi.<br>Bireyin kültürler arası duyarlılık duyabilmesi.                                    |
| Sosyal Beceriler                            | Bireyin sosyal durum ve ilişki ağlarını iyi kavrayabilme, diğer bireylerin duygularını yönetebilme ve diğer bireylerle sorunsuz geçinebilme yeteneği.                                                                                                   | Bireyin liderliği yönetmede etkinlik gösterebilmesi.<br>Bireyin ikna edici olabilmesi.<br>Bireyin takım oluşturabilmesi ve takıma liderlik edebilmesi.       |

**Kaynak:** Akın, 2010:36.

## ÜÇÜNCÜ BÖÜM: ÖZ YETERLİLİK

### 1. Girişimcilik Özyeterliliği

Literatüre baktığımızda eğitim ve yönetim bilimlerinde yeterlilik ve öz yeterlilik kavramlarının farklı amaçlarla ve farklı şekillerde kullanıldığını görmekteyiz. En yaygın kullanımlar; matematiksel yeterlilik, akademik özyeterlilik, mesleki yeterlilik, kolektif yeterlilik, öğretmen özyeterliliğidir. Eğitim ve yönetim bilimlerinde özyeterlilik olarak yaygınlaşma ise 1990 yıllarından sonra artmıştır.

Luszczynska ve arkadaşlarına göre (2005) özyeterlilik “bireylerin talep edilen zor görevleri yerine getirebilme ve yaşanan zorlukların üstesinden gelebilme konusunda kapasitelerine olan inançları” şeklinde ifade etmişlerdir (Luszczynska vd., 2005: 439). Tanımdan yola çıkarak özyeterliliğin kişiye sağlayacağı fayda veya yeteneklerinin çeşitliliğinden ziyade önemli olan kişinin bu yeteneklerle neler başaracağına dair inancının ne olduğudur. Bandura (1997)’ya göre kişiler yaşadıkları tecrübelere dayanarak kişisel inançlar geliştirirler ve bu inançları arttıkça kişilerin davranışları da değişir (Bandura, 1997: 37).

Özyeterlilik aslında kişinin yetenekli olması değil, yeteneklerine güvenmesidir. Zorlayıcı bir görev olduğunda yetenekleri olan ancak özyeterliliği düşük olan kişiler yetenekleri olmasına rağmen harekete geçemeyeceklerdir (Yıldırım& İlhan, 2010). Özyeterliliği yüksek olan kişiler ise zorlayıcı görevler karşısında bu görevleri yapabilecekleri güce sahip olduklarına dair inançları olduğu için zorluklarla mücadele edecekler ve sonunda başarılı olacaklardır.

Bandura (2002) öz yeterliği çok olan kişilerin, hareketleri sonucunda başarmayı umduklarını; öz yeterliliği az olan kişilerin ise başarısızlık beklentisinde olduklarını anlatmıştır (Ceyhan, S., 2020). Dolayısıyla özyeterliliği düşük olan kişiler zorluklar karşısında mücadele edemez ve kolay pes ederken, özyeterliliği yüksek olan kişilerin mücadelecı bir yapıda olduğu ve kendilerine olan inançla vazgeçmeden çabalamaya devam edeceği söylenebilmektedir.

Luthans ve arkadaşları (2006), öz yeterliliği yüksek kişilerde ayırt edici beş özelliğinin olduğunu belirtmişlerdir (Luthans vd., 2006):

- Zor görevleri tercih ederler ve kendileri için yüksek hedefler koyar.
- Güçlüklerle karşı istekli olarak baş ederler.
- Kendilerini çok iyi güdülerler.

Özyeterlilik; kişinin zorlayıcı, belirsiz ve stresli işlerle başa çıkabilme yeteneğine olan inancıdır (Seçilmiş, Düşmezkalem,2020). Özyeterlilik kişinin kendisine olan inancıdır ve zamanla yaşadığı tecrübelerle gelişen bir inançtır (Günhan ve Başer, 2007). Sıradan insanlarla girişimcileri birbirinden ayıran özelliklerden birisi de özyeterliliğidir.

Kavram olarak öz-yeterlilik, toplumsal bilişsel kuramdan türemiştir ki insan işleyişinin davranışsal, bireysel ve çevresel etkiler arasındaki etkileşimin bir sonucudur. (Bandura, a., 1997). Çoğu insan için önemli bir davranış belirleyicisi olan öz-yeterlilik (Forbes, D., 2005) kişilerin yaşamlarındaki olayları denetlemek için gereksinim hissettikleri güdülenme, bilişsel kaynaklar ve davranış tarzlarını harekete geçirme yetilerine dair bilişsel tahmini ifade etmektedir (Wilson, R. 1989). Belli bir işi başarıyla bitirme konusundaki güvene yöneltmede bulunulan öz yeterlilik (Cassar, G., 2009) genel olarak belli bir görevi başarma hakkında kişinin kendine olan güvenini anlatan ruhsal bir durumdur (Stephen L., 2008). Öz yeterliliği Bandura, “bir kişinin belirli kazanımları üretmek için gerekli olan eylem planlarını organize etme ve yürütme kabiliyetine olan inanç” diye tanımlarken (Bandura, A.,1977) Krueger vd., “bir hedef davranışı gerçekleştirme de algılanan yetenek” diye tanımlamaktadır (Norris, K., 2000)

Öz yeterlilik; ilgi-alaka, güdülenme, istenç ile kişilerin performansını etkilemektedir (Chen C., 1998). Kişiler düşük öz yeterlilikte oldukları işleri yapmaktan çekinerek öz yeterliliklerinin yüksek olduğu işlere meylederler. Bununla birlikte kişiler, yüksek öz yeterliliğe sahip olduğunu hissettikleri işlerde daha başarılı olurlarken, düşük öz yeterliliğe sahip olduklarını düşündükleri işlerde başarı düzeyleri daha düşüktür (Forbes, D., 2005). Bu gerekçeyle öz yeterlilik, girişimci kişilerin davranış tercihlerini, etkinliklerini ve kararlılıklarını tahmin etmek ve incelemek için kullanılabilir (Chen, C., 1998).

Öz yeterlilik, bazı kişilerin niçin girişimci olmaya güdülendiklerini ve bu isteklerinin girişimci aksiyonlara en iyi dönüştüreceği koşulları daha iyi kavramak ve açıklamak

için kullanılan önemli bir etmendir (Stephen L., Kickul, J., 2005). Çünkü riskli ve en zorlu belirsizlik koşullarında öz yeterlilik ve davranış arasındaki ilişkinin, girişimciliği açıkladığı düşünülmektedir (Naktiyok A.,) Ve girişimcilik öz yeterliliği, bazı kişilerin niçin diğer kişilerden daha fazla girişimci olabileceğini anlatmaktadır (olakoğlu H., 2016)

Girişimciliğin n şartlarından biri olan girişimcilik özyeterliliği, girişilecek bir fırsatı farketmek ve faydalanmak için emek harcama konusunda ciddi bir itici g olarak görülmektedir (Cassar, G., 2009). Girişimcilik z yeterliliği, girişim yapma sürecinde zor amaçlara ulaşma ve başarılı olma maksadıyla kişilerin yeterlilikleri ile alakalı inanışlarını içermektedir (Drnovsek, M. 2010). Buna ek olarak girişimcilik öz yeterliliğinin, iş kurulduktan sonra da işletmelerin yönetilmesindeki aktifliği etkileyebileceği ileri sürülmektedir (Forbes, D., 2005). Yüksek z yeterliliği olan kişilerin Firmalarının, daha iyi performans göstererek daha çabuk büyüdüğü ve daha avantajlı ve karlı olma meyilinde olduğu ifade edilmektedir (Hmieleski, K., 2008). Yüksek zyeterliliğe sahip kişiler, iş ortamlarını fırsatlarla dolu olarak değerlendirirlerken, düşük özyeterliliğe sahip kişiler ise aynı ortamı engellerle dolu bir yer olarak algırlar (Naktiyok A.,). Çünkü zyeterliliği yüksek olan kişiler, daha yükseklere ulaşmak maksadıyla engellerin ve zorluklarla baş etme konusunda daha istekli ve ısrarcı olabilmektedir (Kickul, J., 2005)

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: DUYGUSAL ZEKA GİRİŞİMCİLİK NİYETİ VE ÖZYETERLİLİK İLİŞKİSİ ÜZERİNE SAHA ARAŞTIRMASI**

Literatürde üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri genelde iktisadi ve idari bilimler fakültelerinde araştırılmış ve aldıkları eğitim ve girişimcilik düşünceleri karşılaştırılmıştır (Bilge, 2011, Kaya 2010, Gurel, 2010). Ayrıca duygusal zekâ ve girişimcilik kavramlarının farklı yönlerini inceleyen birkaç akademik çalışma da mevcuttur. Araştırmacılar girişimcilerin sahip olduğu kişisel özellikleri açıklamaya çalışırken girişimcilik alanlarında başarıyı yakalayan bireylerin arkalarındaki gizli gücü keşfetmeye yönelik psikolojik bir perspektifle bakmaya başlamışlardır (Cin, H. 2013: 10). Yelkikalan'ın (Yelkikalan,2006: 48) yapmış olduğu çalışmada da duygusal zekânın girişimciler için karar alma ve risk durumlarında oldukça önemli olduğu vurgulamaktadır. Edirne'deki girişimcilerin girişimcilik tipleri ve duygusal zekânın alt boyutlar bazındaki ilişkisini ortaya koymayı amaçlayan bir başka çalışmada mevcuttur (Cin H.2013). Bu çalışma sonucunda girişimcilerin girişimcilik tiplerinin birçok alt boyutu ile duygusal zekâlarının alt boyutları arasındaki ilişki negatif çıkmıştır (Cin H.2013:25). Başarılı bir girişimcilerde bulunması gereken özellikler ile duygusal zekâ ilişkisinin araştırıldığı bir başka çalışmada (Ulker, 2016: 132), duygusal zekâ ile girişimcilik özellikleri arasında güçlü ilişkiler bulunmuştur. Acar ve Uslu'nun Türkiye'de Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi (BÖTE) bölümünde öğrenim gören 1. ve 4. sınıf öğrencileri üzerinde yapmış olduğu çalışmada duygusal zekânın girişimcilik niyeti ilişkisi pozitif yönde anlamlı çıkmıştır (Acar, & Uslu, 2018). Timuroğlu ve Akpınar'ın (2017) Erzurum Atatürk Üniversitesi ve Elazığ Fırat Üniversitesi'nde görev yapan 118 araştırma görevlisi üzerinde yapmış olduğu çalışmada duygusal zekâ ve girişimcilik niyeti ilişkisi pozitif yönde anlamlı çıkmıştır. Özler, Gider ve Baran'ın (2017) işletme öğrencileri üzerinde öz yeterlilik ve kontrol odağının bireylerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini adlı çalışmasında öz yeterlilik ve iç kontrol odağının girişimcilik niyeti üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu tespit etmişlerdir. Sert ve Traş'ın (2019) İç Anadolu Bölgesi'nde lise öğrencileri üzerinde ergenlerin duygusal zekâ düzeylerinin akademik, sosyal ve duygusal

özyeterlikleri arasındaki ilişkisi adlı çalışmasında özyeterlik ile duygusal zekânın tüm alt boyutları arasında pozitif yönlü anlamlı düzeyde ilişkiler bulunmuşlardır. Ceyhan, Yıldıray ve Batga'nın 2020 yılında Çukurova Üniversitesi'nde eğitim gören İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri üzerinde duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimi arasında öz yeterlilik aracılık rolüne ilişkin yaptıkları çalışmada duygusal zekâ, öz yeterlilik algısını ve girişimcilik eğilimini etkilediği ortaya konulmuştur.

### **1. Duygusal Zekâ ve Özyeterlilik Arasındaki İlişki**

Duygusal zekâ, özyeterlilik ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, duygusal zekâsı yüksek olan bireylerin özyeterlilik düzeyleri de yüksek çıkmıştır ki bunun bir nedeni de duygusal zekâsı yüksek olan bireylerin olmayan bireylere göre kendi kapasitelerinin ve de duygularının daha farkında oldukları düşünülmektedir. Literatüre baktığımızda, alanının araştırmacıları duygusal zekâ boyutları ile genel öz yeterlik inancı arasında pozitif ilişki tespit etmişlerdir (Şenel, 2013; Sert, 2017, Villanueva and Sánchez, 2007). Bu çalışmaların sonuçlarına göre duygusal zekâ düzeyi yüksek olan kişilerin öz yeterlik inanışlarının da yüksek olacağı söylenebilir.

H<sub>1</sub>: Duygusal Zekâ ile Özyeterlilik arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

### **2. Duygusal Zekâ ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişki**

Goleman (1998)'a göre insan zekâsının gerçek ölçüsü duygusal zekadır, kişinin başarısı için gereklidir. Goleman, duygusal zekâ seviyesi yüksek olan kişilerin çalışma hayatlarında üstlere çıkacağını iddia etmektedir. Cooper ve Sawaf da (1999) farklı çalışmaların benzer doğrultuda sonuçlandığını ve bilimsel sonuçlarında duyguların, tümlük, güven, empati, güvenilirlik ve esneklik gibi manevi değerler ile güvenilir ve avantajlı iş ilişkileri kurma ve devam ettirme yetilerini harekete geçirdiğini ifade etmektedir. Baltaş (2000) da aynı doğrultuda benzer düşüncüyü paylaşarak, en iyi performans gösterenler kişilerin başında akademik zekâ seviyesi yüksek olanların yerine, grup çalışmasına yatkın, çalışma arkadaşları ile sağlam iletişimi olan, duygusal olgunluk seviyesi yüksek bireylerin geldiği düşüncesindedir (Ural, 2001).

Gibbs (1995)'e göre duygusal zekâ işletmelerdeki başarının esas belirleyicisidir. Başarısız olarak adlandırılan yöneticilerin başarısızlıklarının en önemli sebebin teorik anlamda bilgi eksikliği değil, insan ilişkilerinde ki iletişim problemlerinden

kaynaklandığı tespit edilmiştir (Babaoğlu, 2010). Duygularını fark eden, onları idare edebilen ve diğer insanların duygularına, ihtiyaç ve isteklerine karşı hassas olan yönetici kişiler ve çalışanlar, işyerinde güvene dayalı ilişkiler kurar ve fikirlerini açık ve dolaysız bir şekilde ifade ederler. Bu sebeple duygusal zekâ seviyesi, hem özel hayatta hemde mesleki hayattaki başarıyı dolaysız olarak etkiler. Duygusal zekâsı yüksek olan kişilerin, bağlı bulundukları işletmelere faydası da yüksektir. Kendilerini ve çalışanlarını istenilen sonuca yönelik olarak harekete geçirebilir, zor şartlar altında olumlu düşünme becerilerini koruyarak motivasyonun yüksek olmasını sağlarlar. Bunun aracılığıyla, olası anlaşmazlıkları, sorunları ve çatışmaları yapıcı ve çözümlü şekilde sonuçlandırır (Baltaş, 2006). Duygusal zekâsı yüksek olan çalışanların bu özellikleri, onların daha girişimci olabilecekleri yönündeki düşünceleri doğrular özelliğindedir.

Duygusal zekâsı yüksek girişimciler, fikirlerini açıklama, bir işi yapma ve yaptırmada daha başarılıdır. Girişimcilere gereken niteliklere son çalışmalarda yeni bir nitelik olarak duygusal zekâyı katan çalışmalarda (Zakarevičius ve Župerka, 2010; Zampetakis, Kafetsios, Bouranta, Dewett ve Moustakis 2009) vardır.

Zampetakis'e göre girişimci davranış duygusal zekâ tarafından iki farklı şekilde etkilenir. Birincisi duygusal etki altında öz değerlendirilmedir ki yüksek seviyede algılanan duygusal zekâyla çalışanlar strese ve strese neden olan çevreye kuvvetli tolerans gösterebilirler; ikincisi ise, proaktif bilgilendirme, yüksek duygusallık ve yaratıcı hallerle kolayca girişimci davranış meyline giren kuvvetli duygusal zekâlı kişileri içerir (Mortan, Ripoll vd, 2014: 99). Başarılı girişimci, teorik bilgisi çok olan değil, ekibiyle grup çalışması yapabilen, güvenilir ilişkiler kurabilen, özgüveni olan yani duygusal zekâsı yüksek olan kişidir (Doğan ve Demiral, 2007: 227-228).

Yapılan son çalışmalara göre girişimcilerin sahip olması gereken niteliklere yeni bir özellik olan duygusal zekâ kavramı da eklenmiştir. Duygusal zekâsı yüksek olan girişimci kişilerin, fikirlerini daha rahat açıklama ve kolaylıkla iş yapma ve yaptırma, belirsizliğe karşı tolerans ile risk alabilme gibi süreçlerde daha başarılı oldukları görülmüştür. Günümüzde iletişim yeteneklerinin ve olanaklarının çokluğu, daha fazla insanla iletişim ve onları anlama gibi fırsatlar, girişimci kişilerin duygusal zekâlarının gelişmesini sağlamaktadır (Cin ve Günay, 2013: 15). Değişimi yönetebilmek ve değişime kolayca ayak uydurma, şuur ve denetimli davranarak karar alma sürecinde tutarlı davranma gibi özelliklere sahip olabilmek, duygusal zekâ ile kazanılabilen

önemli yeteneklerdendir. Girişimcilik alanında yapılan araştırmalara bakıldığında, girişimci kişilerin asıl başarısının girişimci kişilik özellikleri veya yönetsel meyilleri ile alakalı olduğu görülmektedir. Davranışsal yaklaşım alanında ki bilim insanları, girişimci kişilerin en önemli özelliklerine önem vermişlerdir. Girişimci kişiler, özeldirler ve diğer insanlarda olmayan bazı bireysel özelliklere sahiptirler (Yelkikalan, 2007). Girişimciliklerinde başarılı olmak isteyen girişimciler olası sorunlara hızlı çözümler bulmak, trendleri yakından takip edip, fırsatları ilk yakalayanlardan olmak, risk alabilme ve belirsizliğe karşı tolerans geliştirmek, kendi duygularını kontrol ederek ve başkalarının duygularını anlayarak liderlik özelliklerini geliştirmek için duygusal zekalarını geliştirmek zorundadırlar. Bununla birlikte girişimciliğin işletme başarısında ki bu yok sayılamaz önemi işverenleri işe alacakları kişilerin duygusal zekâ seviyesi yüksek olanları tercih etmelerine ve çalışanlarının duygusal zekalarını yükseltmeye teşvik etmektedir.

H<sub>2</sub>: Duygusal Zekâ ile Girişimcilik Niyeti arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

### **3. Özyeterlilik ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişki**

Bireylerin kişilik özellikleri, girişimciliği etkileyen pek çok dış ve iç etmen arasında en önemli etken özelliğindedir. Bu doğrultuda öz yeterlilik üzerinde kafa yorulması gereken bireysel kaynaklar arasındadır. Hızla değişen çevre şartlarında girişimcilerin görevlerinin yanında tahmin edilemeyen haller ile başa çıkmak için yeteneklerine inanması ve güvenmesi şarttır (Baum & Locke, 2004). Krueger ve arkadaşları (2000) tarafından yapılan çalışmada girişimciliğin öz yeterlilik tarafından direk etkelediği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya göre öz yeterliliğin, girişimcilik hareketi ile pozitif yönlü ilişki içinde olduğunu görülmektedir (Özler, Giderler, 2017; Poon vd., 2006; Hmieleski & Corbett, 2008). Girişimcilik eylemlerinin ortaya konmasında etkisi olan öz yeterlilik girişimcilik niyetinin ön koşulu olarak nitelendirilmektedir (Boyd & Vozikis, 1994; Wilson vd., 2007; Zhao vd., 2005).

H<sub>3</sub>: Özyeterlilik ile Girişimcilik Niyeti arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

#### 4. Girişimcilik Öz Yeterliliğinin Ara Değişken Rolü

Bilişsel-toplumsal kurama göre öz yeterlilik kişinin belirli bir şeyi yapma yeterliliğini analiz ettiği bilişe ilgili bir işlemdir (Bandura, A., 1977).

Öz yeterliliği yüksek olan kişiler; işlerine nispeten çok alaka gösterir ve çaba harcamaya karşı isteklidirler. Engellerle terslikler karşısında daha çok sabretme meyilindedir. Bu sebeple, daha yüksek performans gösterirler (Chen, C., 1998) Ancak kişiler belli bazı görevler ya da maharetler için kendi uzmanlıklarında yüksek öz yeterliliğe sahipken, başka alanlarda daha düşük öz yeterlilik derecesine sahip olabilmektedir (Wilson, F. 2007).

Girişimcilik niyetlerinin artması ve girişimciliğe ilişkin seğimleri çevreleyen etkin analiz etme ve seçme sürecini anlatan faydalı bir sistemdir, öz yeterlilik (Boyd, N.G., 1994). Girişimci aksiyonların işleyişini arttıracak fırsatları elde etmek için şiddetli bir güdülenme ve kişiliğe sahip olmakla her şeyden önce de etrafın devamlı etkileşimini eyleme geçirmek gerekmektedir (Indrawati, N.K., 2015). Özetle girişimci kişilerin, etrafta hala fark edilmemiş fırsatlara karşı uyanık olması girişimcilik öz yeterliliğinin bir sonucudur (Truls, E., 2002).

Öz yeterliliğin, girişimcilerin başarısı üzerine bazı kuramsal ve eylemsel sonuçları bulunmaktadır, şu nedenle ki yeni bir girişim başlatmak eşsiz beceriler ve yetiler istemektedir (Kickul, J., 2005).

Girişimcilik öz yeterliliği çalışmaları genellikle, öz yeterliliğin içgirişimcilik niyeti, fırsatları tanımlama, girişimcilik niyeti ve işletme performansı gibi değişik çeşitli girişimci çıktılarına direk etkileri üzerine odaklanmıştır (Ahlin, B., 2014). Vozikis ve Boyd'un geliştirdiği girişimcilik özyeterliliği teorisi, aynı şekilde girişimci eylemin diğer girişimci çıktılarıyla bağlantısında girişimcilik özyeterliliğinin de etkisininin araştırılabileceğini tavsiye etmektedir (Boyd, N.G., 1994). Bu kavramla ilgili irtibatlar temel alındığında, duygusal zekâ ve girişimcilik niyetinde öz yeterliliğinin aracı rolünü araştırmaya yönelik aşağıdaki hipotez formüle edilmiştir:

H<sub>4</sub>: Duygusal Zekâ ile Girişimcilik Niyeti arasındaki ilişkide Özyeterliliğin aracı rolü vardır.

## **5. Araştırmanın Metodolojisi**

Araştırmanın bu kısmında çalışmanın amacı, hipotezleri ve modeli, örnekleme ve yöntemi, veri toplama araçlarının güvenilirlik analizleri, araştırmanın modeli ve öne sürülen hipotezler test edilerek elde edilen bulgular ile araştırma üzerine yorumlar bulunmaktadır.

### **5.1. Araştırmanın Amacı**

Zamanımızda girişimcilik, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerin ekonomilerin sürdürülebilirliğini sağlayan ve büyümesini hızlandıran en önemli etkenlerden biri olarak kabul edilmektedir. Başarılı girişimci bireyler yetiştirmek maksadıyla neler yapılacağı konusunda ki araştırmalar girişimci ve girişimcilik kavramları hakkında fikir vermektedir. Duygusal zekâ, trendleri anında keşfedebilme, karşısındaki insanın duygularını anlayabilme, kendi duygularını yönetebilme ve belirsizliğe karşı tolerans gibi nitelikleri içeren bu kavram ve kişilerin belirli bir işi yapabilme becerisine inancı olan öz yeterlilik kavramı özel hayatta ve iş hayatında başarının nedeni olduğu iddia edilmektedir. Bu noktada girişimcilik niyeti olan bireylerin kendi duygularının farkında olması ve bu duygularını iyi yönetebilmesi beklenmektedir. Kişisel ve toplumsal gelişme açısından önemli olan bu kavramlar bu araştırmanın temelini oluşturmaktadır. Bu kapsamda, duygusal zekânın girişimcilik niyeti ve öz yeterlilik ile olan ilişkisinin incelenmesi önemlidir.

Çalışmamızın amacı Yıldız Teknik Üniversitesi'nde eğitim alan İşletme öğrencilerinin duygusal zekâ ve girişimcilik niyetleri ile öz yeterlilik arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu araştırma ile duygusal zekanın girişimcilik niyeti üzerine etkisinde öz yeterliliğin aracı rolünü tespit edip, literatüre katkı sağlamak, başarılı girişimcilerinin sayısını artırmak, ülke ekonomisine katkı sağlamak ve işsizliği azaltmaya yardımcı olmak umulmaktadır.

### **5.2.Uygulama ve Hipotez Testleri**

Araştırma amacı kapsamında hipotezleri test etmek için kesitsel tarama çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda bir alan araştırması yapılmış, elde edilen veri önce

geçerlik ve güvenilirlik analizlerine tabi tutulmuş ardından araştırma hipotezleri ilgili prosedürler doğrultusunda test edilmiştir. İlgili analizler SPSS paket programları ve PROCESS eklentisi ile gerçekleştirilmiştir.

### 5.2.1. Tezin Amacı ve Araştırma Hipotezleri



### Şekil 6: Araştırma Modeli

H1: Duygusal Zekâ ile Özyeterlilik arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Duygusal Zekâ ile Girişimcilik Niyeti arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Özyeterlilik ile Girişimcilik Niyeti arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Duygusal Zekâ ile Girişimcilik Niyeti arasındaki ilişkide Özyeterliliğin aracı rolü vardır.

### 5.2.2. Araştırma Ölçüm Araçları

Araştırmada kullanılan ölçüm araçları daha önce geçerlik ve güvenilirlikleri farklı araştırmalar ile ortaya konmuş ölçeklerden oluşmaktadır. Duygusal zekayı ölçmek için Chi- Sum Wong (2002) tarafından oluşturulan Cemal Zehir tarafından Türkçeye uyarlanana ölçek kullanılmıştır. Bu ölçekte duygusal zekanın 4 boyutu 16 madde ile ölçülmektedir. Özyeterlilik Gavin Cassar & Henry Friedman (2009) tarafından geliştirilen 4 maddelik tek boyutlu ölçek ile ölçülmüştür. Girişimcilik niyeti için ise 6 maddelik Francisco Linan & Juan Carlos Rodriguez-Cohard & Jose M. Rueda-Cantuche (2010) tarafından geliştirilen tek boyutlu ölçek kullanılmıştır.

Yabancı dildeki ölçeklerin Türkçe'ye çevirilmesi İngilizceye hâkim uzman araştırmacılar tarafından gerçekleştirilmiştir.

### 5.2.3. Örneklem ve Demografik Veri

Araştırmamızın evreni işletme lisans ve yüksek lisans öğrencileridir. Araştırmamızın örneklemini Yıldız Teknik Üniversitesi 219 İşletme Lisans ve Yüksek Lisans öğrencilerinden oluşturmaktadır. Katılımcıların ağırlıklı olarak 24-29 yaş grubu arasında genç bireylerden oluşmaktadır. Kolayda örneklem yöntemi ile elde edilmiştir. Katılımcılar gönüllü katılımcılardır.

Araştırmaya katılan 219 lisans ve yüksek lisans öğrencisine ait demografik veriler aşağıda yer almaktadır.

**Tablo 15: Demografik Verilere Ait Frekanslar**

| Değişken                               | Kategori               | Frekans | Geçerli Yüzde |
|----------------------------------------|------------------------|---------|---------------|
| Cinsiyet                               | Kadın                  | 127     | 58,0%         |
|                                        | Erkek                  | 92      | 42,0%         |
| Yaş                                    | 19-23                  | 68      | 31,1%         |
|                                        | 24-29                  | 86      | 39,3%         |
|                                        | 30 ve üzeri            | 65      | 29,7%         |
| Eğitim Durumu                          | Lisans                 | 130     | 59,4%         |
|                                        | Yüksek Lisans          | 89      | 40,6%         |
| Medeni Durum                           | Bekar                  | 177     | 80,8%         |
|                                        | Evli                   | 42      | 19,2%         |
| Aile ile Birlikte Yaşama Durumu        | Evet                   | 152     | 69,7%         |
|                                        | Hayır                  | 66      | 30,3%         |
| Ailenin Ortalama Aylık Geliri          | 5000 TL ve altı        | 31      | 14,2%         |
|                                        | 5000 TL- 10000 TL      | 84      | 38,4%         |
|                                        | 10000 TL- 30000 TL     | 85      | 38,8%         |
|                                        | 30000 TL ve üzeri      | 19      | 8,7%          |
| Ailede Girişimci Olma Durumu           | Evet                   | 73      | 33,3%         |
|                                        | Hayır                  | 146     | 66,7%         |
| Yakın Arkadaş Girişimci Olma Durumu    | Evet                   | 124     | 58,5%         |
|                                        | Hayır                  | 88      | 41,5%         |
| Girişimcilikle İlgili Ders Alma Durumu | Evet                   | 125     | 57,1%         |
|                                        | Hayır                  | 94      | 42,9%         |
| Daha Önce Girişimde Bulunma Durumu     | Evet                   | 67      | 30,6%         |
|                                        | Hayır                  | 152     | 69,4%         |
| Başlangıç Sermayesi Kaynağı            | Şahsi / Aile / Arkadaş | 117     | 60,9%         |
|                                        | Fon Sağlayıcıları      | 75      | 39,1%         |
| Toplam                                 |                        | 219     | 100%          |

Katılımcıların ağırlıklı olarak 24-29 yaş grubu arasında genç bireylerden oluştuğu gözlenmiştir. Katılımcı cinsiyet dağılımı olarak %58 kadın, %42 erkek, eğitim durumu

olarak ise %59,4 lisans, %40,6 yüksek lisans düzeyinde bir eğitim seviyesine sahip olduğu görülmektedir.

#### 5.2.4. Ölçüm Araçlarının Keşifsel Faktör Analizi

Tez araştırma değişkenlerine ait ölçeğin ankete katılanlar tarafından ne derece ve kaç farklı alt boyutta algılandığını tespit etmek için tüm ölçek maddelerini kapsayacak şekilde Promax rotasyonu ve Temel Bileşenler Analizi tahmin yöntemi kullanılarak keşifsel faktör analizleri bağımsız değişken ve bağımlı değişkenler ayrı olacak şekilde yapılmıştır.

Veri setinin faktör analizine uygunluğunun test edilmesi için gerçekleştirilen keşifsel faktör analizi kapsamında, Bartlett küresellik testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda KMO değeri 0,901 ile istenen düzey olan 0,50'nin üzerinde ve Bartlett testinin kuyruk olasılığının da 0,001 önem derecesinde anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır. Kısaca veri setinin faktör analizine uygunluğu tespit edilmiştir (Hair ve diğ. 2010). Analizde her bir maddenin faktör yüklerinin alt sınırı örneklem boyutu dikkate alınarak 0,5 olarak alınmıştır (Hair ve diğ. 2010). Duygusal zekâ ölçek maddelerinden 2 madde yanlış faktöre yüklenmiş olmaları nedeniyle ölçek dışına çıkarılmıştır. 6 boyutta oluşan faktör bileşeninin toplam açıklanan varyans düzeyi yaklaşık olarak %77,1 çıkmıştır. İlgili faktör analizi verilerini tablosu aşağıda yer almaktadır (Tablo 12).

**Tablo 16: Keşifsel Faktör Analizi**

| Faktör                                  | Faktör Maddesi | Faktör Yükleri |       |       |   |       |   |
|-----------------------------------------|----------------|----------------|-------|-------|---|-------|---|
|                                         |                | 1              | 2     | 3     | 4 | 5     | 6 |
| Girişimcilik Niyeti                     | GirNi4         | 0,965          |       |       |   |       |   |
|                                         | GirNi6         | 0,957          |       |       |   |       |   |
|                                         | GirNi3         | 0,949          |       |       |   |       |   |
|                                         | GirNi5         | 0,949          |       |       |   |       |   |
|                                         | GirNi2         | 0,920          |       |       |   |       |   |
|                                         | GirNi1         | 0,857          |       |       |   |       |   |
| DZ Kendi Duygularının Farkındalığı      | DuyZe3_KDF     |                | 0,920 |       |   |       |   |
|                                         | DuyZe1_KDF     |                | 0,875 |       |   |       |   |
|                                         | DuyZe2_KDF     |                | 0,870 |       |   |       |   |
|                                         | DuyZe4_KDF     |                | 0,743 |       |   |       |   |
| DZ Başkasının Duygularının Farkındalığı | DuyZe6_BDF     |                |       | 0,998 |   |       |   |
|                                         | DuyZe8_BDF     |                |       | 0,883 |   |       |   |
|                                         | DuyZe5_BDF     |                |       | 0,879 |   |       |   |
|                                         | DuyZe7_BDF     |                |       | 0,520 |   |       |   |
| Özyeterlilik                            | OzYet3         |                |       |       |   | 0,923 |   |

|                         |            |                                                |        |       |       |       |       |
|-------------------------|------------|------------------------------------------------|--------|-------|-------|-------|-------|
|                         | OzYet2     | 0,835                                          |        |       |       |       |       |
|                         | OzYet4     | 0,713                                          |        |       |       |       |       |
|                         | OzYet1     | 0,514                                          |        |       |       |       |       |
| DZ Duygu<br>Düzenlemesi | DuyZe15_DD | 0,879                                          |        |       |       |       |       |
|                         | DuyZe16_DD | 0,831                                          |        |       |       |       |       |
|                         | DuyZe14_DD | 0,647                                          |        |       |       |       |       |
| DZ Duygu<br>Kullanımı   | DuyZe10_DK | 0,755                                          |        |       |       |       |       |
|                         | DuyZe13_DK | 0,681                                          |        |       |       |       |       |
|                         | DuyZe12_DK | 0,521                                          |        |       |       |       |       |
| Açıklanan Varyans       |            | 40,704                                         | 14,384 | 6,753 | 6,152 | 5,578 | 3,480 |
| Notlar;                 |            | (i) Promax Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi |        |       |       |       |       |
|                         |            | (ii) KMO =0,901, Bartlett Testi; p<0.001       |        |       |       |       |       |
|                         |            | (iii) Toplam Açıklanan Varyans (%); 77,052     |        |       |       |       |       |

### 5.2.5. Ölçüm Araçlarının Güvenilirlik Analizi

Faktör analizleri neticesinde tesbit edilen faktörlerin yapısının Cronbach's Alpha değeri baz alınıp ayrı ayrı faktör güvenilirlikleri irdelenmiş, bu değer her bir faktörde kabul edilebilir en alt değer olan 0,70 değerini aştığı (Field, 2009) görülmüştür (Tablo 13). Bu da faktörlerin güvenilirlikleri ile iç tutarlılığa sahip olduklarını açığa çıkarmaktadır (Field, 2009). Aşağıda ilgili faktör analizi verilerini içeren tablo bulunmaktadır (Tablo 13).

**Tablo 17: Güvenilirlik Analizi**

| Faktör Yapısı                           | Madde Adedi | Cronbach's Alpha |
|-----------------------------------------|-------------|------------------|
| Girişimcilik Niyeti                     | 6           | 0,971            |
| DZ Kendi Duygularının Farkındalığı      | 4           | 0,870            |
| DZ Başkasının Duygularının Farkındalığı | 4           | 0,868            |
| DZ Duygu Kullanımı                      | 3           | 0,815            |
| DZ Duygu Düzenlemesi                    | 3           | 0,815            |
| Özyeterlilik                            | 4           | 0,822            |

### 5.2.6. Korelasyon Analizi

Tez çalışması değişkenlerinin birbirleri ile olan ilişkilerinin tesbit edilmesi amacıyla Pearson korelasyon katsayısı ile korelasyon analizi uygulanmıştır. İlgili analiz sonuçları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo 18: Korelasyon Analizi**

| Değişkenler                                | 1.     | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. |
|--------------------------------------------|--------|----|----|----|----|----|----|
| 1. DZ Kendi Duygularının Farkındalığı      | 1      |    |    |    |    |    |    |
| 2. DZ Başkasının Duygularının Farkındalığı | ,530** | 1  |    |    |    |    |    |

|                         |        |        |        |        |        |        |   |  |  |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---|--|--|
| 3. DZ Duygu Kullanımı   | ,581** | ,430** | 1      |        |        |        |   |  |  |
| 4. DZ Duygu Düzenlemesi | ,450** | ,432** | ,555** | 1      |        |        |   |  |  |
| 5. Duygusal Zekâ        | ,829** | ,762** | ,798** | ,766** | 1      |        |   |  |  |
| 6. Özyeterlilik         | ,531** | ,492** | ,636** | ,398** | ,648** | 1      |   |  |  |
| 7. Girişimcilik Niyeti  | ,384** | ,267** | ,357** | ,308** | ,418** | ,477** | 1 |  |  |

\*\* Tüm korelasyon değerleri  $p < 0,01$  seviyesinde istatistiki olarak anlamlıdır.

İki sürekli değişken arasındaki ilişkinin gücü ile yönü hakkında korelasyon katsayısı bilgi verir ve katsayı -1 ile +1 arasında değişir. Korelasyon katsayısı hesaplandığında -1 ve +1'e yakın değerler ise iki değişken arasında doğrusal ve güçlü bir ilişkinin varlığını, sıfıra yakın değerler iki değişken arasında zayıf ve doğrusal bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Bununa ek olarak iki değişken arasındaki ilişkinin ters yönlü olduğunu negatif değerler, aynı yönlü ilişki olduğunu ise pozitif değerler gösterir (Field, 2009).

Korelasyon analizine göre çalışma değişkenleri arasında yeterli seviyede ilişkinin olduğu ile bu ilişkilerin istatistiki yönden yorumlanabilir olduğu görülmüştür.

### 5.2.7. Fark Testleri

Çalışma değişkenlerinin (Girişimcilik Niyeti, Özyeterlilik, Duygusal Zekâ) katılımcıların demografik verilerine ve girişimcilikle ilgili bazı durumlara göre farklılığı olup olmadığını analiz etmek amacıyla fark testleri uygulanmıştır. Hangi fark testlerinin uygulanacağına karar vermek için araştırma değişkenlerinin normal dağılıma uygunluğu kontrol edilmiştir.

Normal dağılım kontrolü için değişkenlerin basıklık ve çarpıklık değerleri üzerinden normal dağılımları incelenmiştir (Tablo 15). Genel olarak basıklık ve çarpıklık değerleri -2 +2 arasında olduğundan ve örneklemin büyüklüğünden ötürü araştırma değişkenlerinin normal dağıldığı varsayılmıştır (Garson, 2012; Hair vd., 2010; Altunışık vd., 2007). Değişkenlerin normal dağıldığı varsayıldığı için parametrik testler olan tek yönlü ANOVA ve bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır.

**Tablo 19: Araştırma Değişkenlerine Ait Genel İstatistikler**

|                     | N          | Minimum    | Maksimum   | Ort.       | SS.        | Çarpıklık  | Basıklık |            |         |
|---------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|----------|------------|---------|
|                     | İstatistik | İstatistik | İstatistik | İstatistik | İstatistik | İstatistik | St. Ht.  | İstatistik | St. Ht. |
| Girişimcilik Niyeti | 219        | 1,00       | 7,00       | 4,804      | 1,795      | -0,567     | 0,164    | -0,711     | 0,327   |

|               |     |      |      |       |       |        |       |       |       |
|---------------|-----|------|------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|
| Özyeterlilik  | 219 | 1,00 | 5,00 | 4,372 | 0,670 | -1,630 | 0,164 | 4,723 | 0,327 |
| Duygusal Zekâ | 219 | 1,00 | 5,00 | 4,115 | 0,628 | -1,473 | 0,164 | 4,675 | 0,327 |

### 5.2.7.1. Duygusal Zekâ ve Özyeterlilik ile İlgili Fark Testleri

Duygusal Zekâ ve Özyeterlilik değişkenlerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için aşağıda gerçekleştirilen bağımsız örneklem t testi sonuçları yer almaktadır. İlgili test sonuçlarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde herhangi bir farklılık çıkmamıştır.

**Tablo 20: Duygusal Zekâ ve Özyeterlilik Değişkenleri Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem t Testi**

| Değişken      | Cinsiyet | N   | Ort.  | SS.   | T      | s.d. | P     |
|---------------|----------|-----|-------|-------|--------|------|-------|
| Duygusal Zekâ | Kadın    | 127 | 4,093 | 0,607 | -0,593 | 217  | 0,554 |
|               | Erkek    | 92  | 4,144 | 0,658 |        |      |       |
| Özyeterlilik  | Kadın    | 127 | 4,339 | 0,618 | -0,871 | 217  | 0,385 |
|               | Erkek    | 92  | 4,418 | 0,737 |        |      |       |

Aşağıda Duygusal Zekâ ve Özyeterlilik değişkenlerinin yaşa göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için gerçekleştirilen tek yönlü ANOVA testi sonuçları yer almaktadır. İlgili test sonuçlarına göre duygusal zekada istatistiki olarak anlamlı düzeyde herhangi bir farklılık çıkmamıştır. Özyeterlilikte ise yaş grupları yönünden anlamlı bir farklılık çıkmıştır ( $F=3,066$ ;  $p<0,05$ ). Bu farklılık 30 ve üzeri ile 19-23 yaş arası gruplarda gözlenmiş olup söz konusu farklılık 30 ve üzeri grup lehinedir.

**Tablo 21: Duygusal Zekâ ve Özyeterlilik Değişkenleri Yaşa Göre Tek Yönlü ANOVA Testi**

| Değişken      |               | Kareler toplamı | s.d. | Kareler Ortalaması | F     | P     |
|---------------|---------------|-----------------|------|--------------------|-------|-------|
| Duygusal Zekâ | Gruplar arası | 2,236           | 2    | 1,118              | 2,885 | 0,058 |
|               | Gruplar içi   | 83,684          | 216  | 0,387              |       |       |
|               | Toplam        | 85,920          | 218  |                    |       |       |
| Özyeterlilik  | Gruplar arası | 2,699           | 2    | 1,350              | 3,066 | 0,049 |
|               | Gruplar içi   | 95,096          | 216  | 0,440              |       |       |
|               | Toplam        | 97,795          | 218  |                    |       |       |

**Çoklu karşılaştırmalar- Scheffe Testi**

|              | (I) Yaş | (J) Yaş | Ortalama (I-J) | Farkı St. Ht. | P     |
|--------------|---------|---------|----------------|---------------|-------|
| Özyeterlilik | 19-23   | 24-29   | -0,162         | 0,108         | 0,323 |

|             |             |        |       |       |
|-------------|-------------|--------|-------|-------|
|             | 30 ve üzeri | -0,283 | 0,115 | 0,050 |
| 24-29       | 19-23       | 0,162  | 0,108 | 0,323 |
|             | 30 ve üzeri | -0,121 | 0,109 | 0,541 |
| 30 ve üzeri | 19-23       | 0,283* | 0,115 | 0,050 |
|             | 24-29       | 0,121  | 0,109 | 0,541 |

Duygusal Zekâ ve Özyeterlilik değişkenlerinin eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için gerçekleştirilen bağımsız örneklem t testi sonuçları aşağıdadır. İlgili test sonuçlarına göre özyeterlilikte istatistiki olarak anlamlı düzeyde herhangi bir farklılık çıkmamıştır. Duygusal zekada ise eğitim durumu açısından yüksek lisans lehine anlamlı farklılık çıkmıştır ( $t=-2,259$ ;  $p<0,05$ ).

**Tablo 22: Duygusal Zekâ ve Özyeterlilik Değişkenleri Eğitim Durumuna Göre Bağımsız Örneklem t Testi**

| Değişken      | Eğitim Durumu | N   | Ort.  | SS.   | t      | s.d. | p     |
|---------------|---------------|-----|-------|-------|--------|------|-------|
| Duygusal Zeka | Lisans        | 130 | 4,036 | 0,690 | -2,259 | 217  | 0,025 |
|               | Yüksek Lisans | 89  | 4,230 | 0,505 |        |      |       |
| Özyeterlilik  | Lisans        | 130 | 4,340 | 0,733 | -0,848 | 217  | 0,398 |
|               | Yüksek Lisans | 89  | 4,419 | 0,566 |        |      |       |

Duygusal Zekâ ve Özyeterlilik değişkenlerinin aile gelir durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini tesbit etmek niyetiyle gerçekleştirilen tek yönlü ANOVA testi sonuçları aşağıdadır. İlgili test sonuçlarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde herhangi bir farklılık çıkmamıştır.

**Tablo 23: Duygusal Zekâ ve Özyeterlilik Değişkenleri Gelir Durumuna Göre Tek Yönlü ANOVA Testi**

| Değişken      |               | Kareler toplamı | s.d. | Kareler Ortalaması | F     | p     |
|---------------|---------------|-----------------|------|--------------------|-------|-------|
| Duygusal Zekâ | Gruplar arası | 2,565           | 3    | 0,855              | 2,206 | 0,088 |
|               | Gruplar içi   | 83,354          | 215  | 0,388              |       |       |
|               | Toplam        | 85,920          | 218  |                    |       |       |

|              |               |        |     |       |       |       |
|--------------|---------------|--------|-----|-------|-------|-------|
|              | Gruplar arası | 1,132  | 3   | 0,377 | 0,839 | 0,474 |
| Özyeterlilik | Gruplar içi   | 96,664 | 215 | 0,450 |       |       |
|              | Toplam        | 97,795 | 218 |       |       |       |

Kategorik Değişken; Aile Gelir Durumu

#### 5.2.7.2.Girişimcilik Niyeti ile İlgili Fark Testleri

Girişimcilik niyeti değişkeninin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için gerçekleştirilen bağımsız örneklem t testi sonuçları aşağıdadır. İlgili test sonuçlarına göre girişimcilik niyeti cinsiyete göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiş olup bu farklılık erkekler lehine olmuştur ( $t=-3,534$ ;  $p<0,001$ ). Buna göre erkeklerin girişimcilik niyeti kadınlardan yüksek çıkmıştır.

**Tablo 24: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem t Testi**

| Değişken            | Cinsiyet | N   | Ort.  | SS.   | t      | s.d. | p     |
|---------------------|----------|-----|-------|-------|--------|------|-------|
| Girişimcilik Niyeti | Kadın    | 127 | 4,449 | 1,834 | -3,534 | 217  | 0,001 |
|                     | Erkek    | 92  | 5,295 | 1,625 |        |      |       |

Girişimcilik niyeti değişkeninin yaşa göre farklılaşıp farklılaşmadığını tesbit etmek için gerçekleştirilen tek yönlü ANOVA testi sonuçları aşağıdadır. İlgili test sonuçlarına göre girişimcilik niyeti yaş grupları açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $F=8,685$ ;  $p<0,001$ ). Bu farklılık 19-23 yaş arası ile diğer gruplarda gözlenmiş olup söz konusu farklılık diğer iki grup lehinedir. Denilebilir ki, 24 ve üzeri yaşında olanlar 23 ve altı yaşında olanlara göre daha yüksek girişimcilik niyetine sahiptir.

**Tablo 25: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Yaş Göre Tek Yönlü ANOVA Testi**

| Girişimcilik Niyeti | N                      | Ort.        | SS.                       |          |          |
|---------------------|------------------------|-------------|---------------------------|----------|----------|
| 19-23               | 68                     | 4,108       | 1,802                     |          |          |
| 24-29               | 86                     | 4,969       | 1,870                     |          |          |
| 30 ve üzeri         | 65                     | 5,315       | 1,454                     |          |          |
| Toplam              | 219                    | 4,804       | 1,795                     |          |          |
|                     | <b>Kareler Toplamı</b> | <b>s.d.</b> | <b>Kareler Ortalaması</b> | <b>F</b> | <b>p</b> |
| Gruplar arası       | 52,295                 | 2           | 26,147                    | 8,685    | 0,000    |

|                                                               |                |                             |                  |
|---------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------------|------------------|
| Gruplar içi                                                   | 650,300        | 216                         | 3,011            |
| Toplam                                                        | 702,595        | 218                         |                  |
| <b>Çoklu karşılaştırmalar- Scheffe Testi</b>                  |                |                             |                  |
| <b>(I) Yaş</b>                                                | <b>(J) Yaş</b> | <b>Ortalama Farkı (I-J)</b> | <b>St. Ht. p</b> |
| 19-23                                                         | 24-29          | -,86115*                    | 0,282 0,010      |
|                                                               | 30 ve üzeri    | -1,20754*                   | 0,301 0,000      |
| 24-29                                                         | 19-23          | ,86115*                     | 0,282 0,010      |
|                                                               | 30 ve üzeri    | -0,34639                    | 0,285 0,479      |
| 30 ve üzeri                                                   | 19-23          | 1,20754*                    | 0,301 0,000      |
|                                                               | 24-29          | 0,34639                     | 0,285 0,479      |
| *. Ortalamalar arası farklar 0,05 güven düzeyinde anlamlıdır. |                |                             |                  |

Girişimcilik niyeti değişkeninin eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için gerçekleştirilen bağımsız örneklem t testi sonuçları aşağıdadır. İlgili test sonuçlarına göre girişimcilik niyeti eğitim durumuna göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermiş olup bu farklılık yüksek lisans lehine olmuştur ( $t=-2,628$ ;  $p<0,002$ ). Buna göre yüksek lisans öğrencilerinin girişimcilik niyeti lisans öğrencilerinden yüksek çıkmıştır.

**Tablo 26: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Eğitim Durumuna Göre Bağımsız Örneklem t Testi**

| Değişken            | Eğitim Durumu | N   | Ort.  | SS.   | t      | s.d.    | p     |
|---------------------|---------------|-----|-------|-------|--------|---------|-------|
| Girişimcilik Niyeti | Lisans        | 130 | 4,553 | 1,895 | -2,628 | 208,718 | 0,009 |
|                     | Yüksek        | 89  | 5,172 | 1,578 |        |         |       |
|                     | Lisans        |     |       |       |        |         |       |

Girişimcilik niyeti değişkeninin medeni duruma göre farklılaşıp farklılaşmadığını tesbit etmek için gerçekleştirilen bağımsız örneklem t testi sonuçları aşağıda yer almaktadır. İlgili test sonuçlarına göre girişimcilik niyeti medeni duruma göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiş olup bu farklılık evliler lehine olmuştur ( $t=-2,872$ ;  $p<0,001$ ). Buna göre evlilerin girişimcilik niyeti bekarlardan yüksek çıkmıştır.

**Tablo 27: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Medeni Duruma Göre Bağımsız rneklem t Testi**

| Değişken            | Medeni Durum | N   | Ort.  | SS.   | t      | s.d. | p     |
|---------------------|--------------|-----|-------|-------|--------|------|-------|
| Girişimcilik Niyeti | Bekar        | 177 | 4,637 | 1,788 | -2,872 | 217  | 0,004 |
|                     | Evli         | 42  | 5,508 | 1,667 |        |      |       |

Girişimcilik niyeti değişkeninin aile gelir durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için incelemek gerçekleştirilen tek yönlü ANOVA testi sonuçları aşağıda yer almaktadır. İlgili test sonuçlarına göre girişimcilik niyeti aile gelir durumu açısından anlamlı farklılık göstermektedir ( $F=4,353$ ;  $p<0,01$ ). Bu farklılık genel olarak 30000 TL ve üzeri gelire sahip olanlar ile diğer gruplarda gözlenmiş olup söz konusu farklılık 30000 TL ve üzeri gelire sahip olanlar lehinedir. Denilebilir ki, 30000 TL ve üzeri gelire sahip olanlar diğerlerine göre daha yüksek girişimcilik niyetine sahiptir.

**Tablo 28: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Gelir Durumuna Göre Tek Yönlü ANOVA Testi**

| Girişimcilik Niyeti                   | N                                 | Ort.           | SS.                |         |       |
|---------------------------------------|-----------------------------------|----------------|--------------------|---------|-------|
| 5000 TL ile altı                      | 31                                | 4,199          | 1,913              |         |       |
| 5000 TL- 10000 TL                     | 84                                | 4,609          | 1,712              |         |       |
| 10000TL- 30000 TL                     | 85                                | 4,971          | 1,827              |         |       |
| 30000TL ile üzeri                     | 19                                | 5,912          | 1,264              |         |       |
| Toplam                                | 219                               | 4,804          | 1,795              |         |       |
|                                       | Kareler toplamı                   | s.d.           | Kareler Ortalaması | F       | p     |
| Gruplar arası                         | 40,236                            | 3              | 13,412             | 4,353   | 0,005 |
| Gruplar içi                           | 662,359                           | 215            | 3,081              |         |       |
| Toplam                                | 702,595                           | 218            |                    |         |       |
| oklu karşılaştırmalar- Scheffe Testi |                                   |                |                    |         |       |
| (I) Ailenin Ortalama Aylık Geliri     | (J) Ailenin Ortalama Aylık Geliri | Ortalama (I-J) | Farkı              | St. Ht. | p     |
|                                       | 5000 TL – 10000 TL                | -0,41020       |                    | 0,36886 | 0,744 |
| 5000 TL ve altı                       | 10000TL- 30000 TL                 | -0,77166       |                    | 0,36827 | 0,225 |
|                                       | 30000 TL ve üzeri                 | -1,71336*      |                    | 0,51139 | 0,012 |

|                     |                   |           |         |       |
|---------------------|-------------------|-----------|---------|-------|
| 5000 TL - 10000 TL  | 5000 TL ve altı   | 0,41020   | 0,36886 | 0,744 |
|                     | 10000TL-30000TL   | -0,36146  | 0,27004 | 0,617 |
|                     | 30000TL ve üzeri  | -1,30315* | 0,44589 | 0,039 |
| 10000 TL - 30000 TL | 5000 TL ve altı   | 0,77166   | 0,36827 | 0,225 |
|                     | 5000 TL-10000 TL  | 0,36146   | 0,27004 | 0,617 |
|                     | 30000 TL ve üzeri | -0,94169  | 0,44541 | 0,218 |
| 30000 TL ve üzeri   | 5000 TL ve altı   | 1,71336*  | 0,51139 | 0,012 |
|                     | 5000 TL-10000 TL  | 1,30315*  | 0,44589 | 0,039 |
|                     | 10000 TL-30000 TL | 0,94169   | 0,44541 | 0,218 |

\*. Ortalamalar arası farklar 0,05 güven düzeyinde anlamlıdır.

Girişimcilik niyeti değişkeninin ailede girişimci olma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek niyetiyle gerçekleştirilen bağımsız örneklem t testi sonuçları aşağıdadır. İlgili test sonuçlarına göre girişimcilik niyeti ailede girişimci olma durumuna göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiş olup bu farklılık ailesinde girişimci olanlar lehine olmuştur ( $t=5,840$ ;  $p<0,001$ ). Buna göre ailesinde girişimci olanların girişimcilik niyeti olmayanlardan yüksek çıkmıştır.

**Tablo 29: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Ailede Girişimci Olma Durumuna Göre Bağımsız Örneklem t Testi**

| Değişken            | Ailede Girişimci Olma Durumu | N   | Ort.   | SS.     | t     | s.d.    | p     |
|---------------------|------------------------------|-----|--------|---------|-------|---------|-------|
| Girişimcilik Niyeti | Evet                         | 73  | 5,6689 | 1,39319 | 5,840 | 181,734 | 0,000 |
|                     | Hayır                        | 146 | 4,3721 | 1,82133 |       |         |       |

Girişimcilik niyeti değişkeninin yakın arkadaşın girişimci olma duruma göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek niyetiyle gerçekleştirilen bağımsız örneklem t testi sonuçları aşağıdadır. İlgili test sonuçlarına göre girişimcilik niyeti yakın arkadaşın girişimci olma durumuna göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiş olup bu farklılık yakın arkadaşı girişimci olanlar lehine olmuştur ( $t=6,178$ ;  $p<0,001$ ). Buna

göre yakın arkadaşları arasında girişimci olanların girişimcilik niyeti olmayanlardan yüksek çıkmıştır.

**Tablo 30: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Yakın Arkadaş Girişimci Olma Durumuna Göre Bağımsız Örneklem t Testi**

| Değişken            | Yakın Arkadaş Girişimci Olma Durumu | N   | Ort.   | SS.     | t     | s.d.    | p     |
|---------------------|-------------------------------------|-----|--------|---------|-------|---------|-------|
| Girişimcilik Niyeti | Evet                                | 124 | 5,4274 | 1,48072 | 6,178 | 160,433 | 0,000 |
|                     | Hayır                               | 88  | 3,9564 | 1,85274 |       |         |       |

Girişimcilik niyeti değişkeninin girişimcilikle ilgili ders alma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek niyetiyle gerçekleştirilen bağımsız örneklem t testi sonuçları aşağıdadır. İlgili test sonuçlarına göre girişimcilik niyeti girişimcilikle ilgili ders alma durumuna göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermiş olup bu farklılık girişimcilikle ilgili ders alanlar lehine olmuştur ( $t=3,740$ ;  $p<0,001$ ). Buna göre girişimcilikle ilgili ders alanların girişimcilik niyeti almayanlardan yüksek çıkmıştır.

**Tablo 31: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Girişimcilikle İlgili Ders Alma Durumuna Göre Bağımsız Örneklem t Testi**

| Değişken            | Girişimcilikle İlgili Ders Alma Durumu | N   | Ort.   | SS.     | t     | s.d. | p     |
|---------------------|----------------------------------------|-----|--------|---------|-------|------|-------|
| Girişimcilik Niyeti | Evet                                   | 125 | 5,1867 | 1,68506 | 3,740 | 217  | 0,000 |
|                     | Hayır                                  | 94  | 4,2961 | 1,81970 |       |      |       |

Girişimcilik niyeti değişkeninin daha önce girişimde bulunma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek niyetiyle gerçekleştirilen bağımsız örneklem t testi sonuçları aşağıdadır. İlgili test sonuçlarına göre girişimcilik niyeti daha önce girişimde bulunma durumuna göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermiş olup bu farklılık daha önce girişimde bulunanlar lehine olmuştur ( $t=8,686$ ;  $p<0,001$ ). Buna göre daha önce girişimde bulunanların girişimcilik niyeti bulunmayanlardan yüksek çıkmıştır.

**Tablo 32: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Daha Önce Girişimde Bulunma Durumuna Göre Bağımsız Örnekleme t Testi**

| Değişken            | Daha Önce Girişimde Bulunma Durumu | N   | Ort.   | SS.     | t     | s.d.    | p     |
|---------------------|------------------------------------|-----|--------|---------|-------|---------|-------|
| Girişimcilik Niyeti | Evet                               | 67  | 6,0323 | 1,19526 | 8,686 | 179,625 | 0,000 |
|                     | Hayır                              | 152 | 4,2632 | 1,75059 |       |         |       |

Girişimcilik niyeti değişkeninin başlangıç sermayesi kaynağı tercih duruma göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek niyetiyle gerçekleştirilen bağımsız örnekleme t testi sonuçları aşağıdadır. İlgili test sonuçlarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde herhangi bir farklılık çıkmamıştır.

**Tablo 33: Girişimcilik Niyeti Değişkeni Başlangıç Sermayesi Kaynağına Göre Bağımsız Örnekleme t Testi**

| Değişken            | Başlangıç Sermayesi Kaynağı | N   | Ort.   | SS.     | t     | s.d. | p     |
|---------------------|-----------------------------|-----|--------|---------|-------|------|-------|
| Girişimcilik Niyeti | şahsi / Aile / Arkadaş      | 117 | 5,1695 | 1,65672 | 0,811 | 190  | 0,418 |
|                     | Fon Sağlayıcıları           | 75  | 4,9756 | 1,55159 |       |      |       |

#### 5.2.7.3.Cinsiyet ve Başlangıç Sermayesi Kaynağı İlişkisi Ki-Kare Testi

Başlangıç sermayesi kaynağı tercihinin cinsiyetle olan ilişkisini incelemek amacıyla iki değişkende kategorik olduğundan dolayı Ki-Kare testi uygulanmış olup, ilgili test sonuçları aşağıda yer almaktadır. Test sonuçlarına göre başlangıç sermayesi kaynağı tercihi istatistiki olarak cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

**Tablo 34: Cinsiyet ve Başlangıç Sermayesi Kaynağı İlişkisi Ki-Kare Testi**

| Çapraz Tablo Değerleri |                    | Başlangıç Kaynağı      | Sermayesi         | Toplam |
|------------------------|--------------------|------------------------|-------------------|--------|
|                        |                    | Şahsi / Aile / Arkadaş | Fon Sağlayıcıları |        |
| Cinsiyet               | Kadın              | 60                     | 48                | 108    |
|                        | Erkek              | 57                     | 27                | 84     |
| Toplam                 |                    | 117                    | 75                | 192    |
| <b>Ki-Kare Testi</b>   |                    |                        |                   |        |
| Testler                | Değer              | s.d.                   | p                 |        |
| Pearson Ki-Kare        | 3,004 <sup>a</sup> | 1                      | 0,083             |        |
| Yates düzeltmesi       | 2,509              | 1                      | 0,113             |        |
| Geçerli N              | 192                |                        |                   |        |

#### 5.2.7.4. Doğrudan/Dolaylı Etki/İlişki Hipotez Testleri

Araştırma değişkenleri arasındaki ilişkileri inceleyen araştırma hipotezlerinin test edilmesi için SPSS paket programı ve PROCESS eklentisi kullanılarak bir dizi regresyon analizi yapılmıştır. Duygusal Zekâ, Özyeterlilik ve Girişimcilik Niyeti arasındaki ilişkileri incelemek için oluşturulan üç regresyon modelini içeren regresyon analizi sonuçları aşağıda yer almaktadır.

**Tablo 35: Doğrudan ve Dolaylı İlişki Regresyon Analizleri**

| Doğrudan İlişkiler                                                         |                   |                     | Model 1                |                | Model 2                |           | Model 3                |       |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------|------------------------|----------------|------------------------|-----------|------------------------|-------|
| Hipotez                                                                    | Bağımsız Değişken | Bağımlı Değişken    | B                      | t              | B                      | t         | B                      | t     |
| H1                                                                         | Duygusal Zekâ     | Özyeterlilik        | 0,648***               | 12,531         |                        |           |                        |       |
| H2                                                                         | Duygusal Zekâ     | Girişimcilik Niyeti |                        |                | 0,418***               | 8,917     | 0,187***               | 2,419 |
| H3                                                                         | Özyeterlilik      | Girişimcilik Niyeti |                        |                |                        |           | 0,356***               | 4,597 |
|                                                                            |                   |                     | R <sup>2</sup> = 0,420 |                | R <sup>2</sup> = 0,175 |           | R <sup>2</sup> = 0,248 |       |
|                                                                            |                   |                     | F= 157,023             |                | F= 45,958              |           | F= 37,677              |       |
|                                                                            |                   |                     |                        |                |                        |           |                        |       |
| Dolaylı/Aracı İlişkiler                                                    |                   |                     |                        |                |                        |           |                        |       |
|                                                                            | Bağımsız Değişken | Aracı Değişken      | Bağımlı Değişken       | Dolaylı Etki B | Alt Değer              | Üst Değer |                        |       |
| H4                                                                         | Duygusal Zekâ     | Özyeterlilik        | Girişimcilik Niyeti    | 0,231          | 0,111                  | 0,369     |                        |       |
| *** p<0,001. Bootstrap Örneklem Düzeyi: 5000. Bootstrap Güven Aralığı: %95 |                   |                     |                        |                |                        |           |                        |       |

\*\*\* p<0,001. Bootstrap Örnekleme Düzeyi: 5000. Bootstrap Güven Aralığı: %95

Analiz sonuçlarına göre duygusal zekâ ile özyeterlilik ( $\beta$ ; 0,648;  $p<0,001$ ) ve girişimcilik niyeti ( $\beta$ ; 0,187;  $p<0,001$ ) arasında pozitif yönde istatistiki olarak anlamlı bir ilişkinin var olduğu gözlenmiştir. Ayrıca özyeterlilik ile girişimcilik niyeti arasında da pozitif yönde anlamlı bir ilişki söz konusudur ( $\beta$ ; 0,356;  $p<0,001$ ). Buna göre H1 H2 ve H3 desteklenmiştir.

Aracı hipotezin testi için Baron ve Kenny (1986)'nin tavsiye ettiği geleneksel yöntem ile birlikte Preacher ve Hayes (2008) 'in tavsiye ettiği yöntem birlikte kullanılmıştır. Baron ve Kenny (1986) yöntemine göre temel şartlar sağlandıktan sonra bağımlı değişken ile bağımsız değişkenin ilişkili olduğu modele üçüncü bir aracı değişken dahil edildiğinde, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi azalıyor ya da ortadan kalkıyorsa aracı etkiden söz edilebilmektedir. Preacher ve Hayes (2008) 'in tavsiye ettiği modern yöntemde ise “Bootstrap” yöntemiyle 5000 örneklem seviyesinde aracı değişken yoluyla bağımsız değişkenin bağımlı değişken üstündeki dolaylı etkisi incelenmiş ve yüzde 95 güven seviyesinde anlamlı dolaylı etkinin varlığı durumunda aracılık etkisinin geçerli olduğu kabul edilmiştir (Preacher ve Hayes, 2008).

Duygusal zekanın girişimcilik niyetini özyeterlilik aracılığıyla etkileyip etkilemediğini incelemek için yapılan analizler neticesinde bağımsız değişkenin bağımlı değişken üstündeki etkisi aracı değişken (özyeterlilik) modele girdikten sonra önemli ölçüde azalmıştır ( $\beta_1=0,418$   $\beta_2=0,187$ ;  $p<0,001$ ). Ayrıca bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki anlamlı dolaylı etkisi de söz konusudur ( $\beta= 0,231$ ; A.D.= 0,111 Ü.D.= 0,369). Her iki yöntemle göre de Duygusal zekâ ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide özyeterliliğin aracı rolü söz konusu olmaktadır. Buna göre H4 desteklenmiştir. Araştırma kapsamında yapılan istatistik testlerin sonucunu gösteren tablo aşağıda yer almaktadır.

**Tablo 36: Araştırma Kapsamında Gerçekleştirilen Testlerin Sonuçları**

| Analiz Türü               | Test                      | Bağımsız Değişken                      | Aracı Değişken | Bağımlı Değişken            | Hipotez Sonucu |
|---------------------------|---------------------------|----------------------------------------|----------------|-----------------------------|----------------|
| Fark Analizi              | Bağımsız Örneklem t Testi | Cinsiyet                               |                | Duygusal Zeka               | Desteklenmedi  |
| Fark Analizi              | Bağımsız Örneklem t Testi | Cinsiyet                               |                | Özyeterlilik                | Desteklenmedi  |
| Fark Analizi              | Tek Yönlü ANOVA Testi     | Yaş                                    |                | Duygusal Zeka               | Desteklenmedi  |
| Fark Analizi              | Tek Yönlü ANOVA Testi     | Yaş                                    |                | Özyeterlilik                | Desteklendi    |
| Fark Analizi              | Bağımsız Örneklem t Testi | Eğitim Durumu                          |                | Duygusal Zeka               | Desteklendi    |
| Fark Analizi              | Bağımsız Örneklem t Testi | Eğitim Durumu                          |                | Özyeterlilik                | Desteklenmedi  |
| Fark Analizi              | Tek Yönlü ANOVA Testi     | Aile Gelir Durumu                      |                | Duygusal Zeka               | Desteklenmedi  |
| Fark Analizi              | Tek Yönlü ANOVA Testi     | Aile Gelir Durumu                      |                | Özyeterlilik                | Desteklenmedi  |
| Fark Analizi              | Bağımsız Örneklem t Testi | Cinsiyet                               |                | Girişimcilik Niyeti         | Desteklendi    |
| Fark Analizi              | Tek Yönlü ANOVA Testi     | Yaş                                    |                | Girişimcilik Niyeti         | Desteklendi    |
| Fark Analizi              | Bağımsız Örneklem t Testi | Eğitim Durumu                          |                | Girişimcilik Niyeti         | Desteklendi    |
| Fark Analizi              | Bağımsız Örneklem t Testi | Medeni Durum                           |                | Girişimcilik Niyeti         | Desteklendi    |
| Fark Analizi              | Tek Yönlü ANOVA Testi     | Aile Gelir Durumu                      |                | Girişimcilik Niyeti         | Desteklendi    |
| Fark Analizi              | Bağımsız Örneklem t Testi | Ailede Girişimci Olma Durumu           |                | Girişimcilik Niyeti         | Desteklendi    |
| Fark Analizi              | Bağımsız Örneklem t Testi | Yakın Arkadaş Girişimci Olma Durumu    |                | Girişimcilik Niyeti         | Desteklendi    |
| Fark Analizi              | Bağımsız Örneklem t Testi | Girişimcilikle İlgili Ders Alma Durumu |                | Girişimcilik Niyeti         | Desteklendi    |
| Fark Analizi              | Bağımsız Örneklem t Testi | Daha Önce Girişimde Bulunma Durumu     |                | Girişimcilik Niyeti         | Desteklendi    |
| Fark Analizi              | Bağımsız Örneklem t Testi | Başlangıç Sermayesi Kaynağı            |                | Girişimcilik Niyeti         | Desteklenmedi  |
| İlişki Analizi            | Ki-Kare Testi             | Cinsiyet                               |                | Başlangıç Sermayesi Kaynağı | Desteklenmedi  |
| Doğrudan Etki/İlişki      | Regresyon Analizi         | Duygusal Zeka                          |                | Özyeterlilik                | Desteklendi    |
| Doğrudan Etki/İlişki      | Regresyon Analizi         | Duygusal Zeka                          |                | Girişimcilik Niyeti         | Desteklendi    |
| Doğrudan Etki/İlişki      | Regresyon Analizi         | Özyeterlilik                           |                | Girişimcilik Niyeti         | Desteklendi    |
| Dolaylı/Aracı Etki/İlişki | Regresyon Analizi         | Duygusal Zeka                          | Özyeterlilik   | Girişimcilik Niyeti         | Desteklendi    |

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Teknolojik gelişmeler ve küreselleşmeyle birlikte işletmeler ve devlet kurumları küçülmekte ve daha hızlı hareket edebilecekleri mobil yapılara dönüşmektedirler. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin gelecekte ve günümüzde devlet kurumlarda veya işletmelerde kolayca iş bulabilmesi zorlaşmaktadır (Bilge, 2012: 145). Ayrıca her geçen gün artan akıllı uygulamalar, yapay zekâ ve yapay zekanın kurumları hızlı bir şekilde değiştirip, dönüştürmesi başarı için tüm bireylerin (girişimcilerin) becerilerini ve yeteneklerini geliştirmelerini zorunlu kılmaktadır. Sabit bir işte çalışmak, standartlaşmış işleri yapmak yerine bireylerin yaratıcılıklarını geliştirmesi, girişimcilik özelliklerini arttırmaları gerekmektedir. Günümüzde girişimcilik ekonomilerinin geliştiği ve güç kazandığı en belli başlı kaynaktır. Böylesi bir kaynak olan girişimcilik ülkeler ve ekonomiler tarafından desteklenmekte ve arttırılması istenmektedir. Başarılı girişimcilerin yetişmesi, yapılan girişimlerin başarılı olabilmesi ve girişimciliğin önünde ki önyargıların ortadan kaldırılması için girişimciliğin açıklanması ve bilimsel olarak ne gibi etmenlerden etkilendiğinin incelenmesinin etkisi olacaktır.

Duyguları ifade edebilme, duygudaşlık, sevecenlik, saygı, bağımsızlık, uyumlu olma, kişiler arası sorun çözebilme, sebat edebilme, beğenilme, nezaket gibi duygusal özellikler bugün kişilerin başarı yolunda gereken önemli özelliklerdir ve bu özellikler de sadece duygusal zekâ ile elde edilebilmektedir (Doğan ve Demiral, 2007: 227). Ve yine kişinin zor görevleri yapabileceğine ve yeteneklerine olan inancı, mücadele etmesinde ve zorlu görevleri başarmasında çok etkili olmaktadır. Girişimcilik niyeti ise kişilerin girişimcilik davranışına yönelmelerinde temel oluşturmakta ve girişimcilik niyetinin ortaya çıkmasında ise pek çok etmen etkili olmaktadır (Marangoz ve Kaya, 2014: 92). Kişilerin girişimcilik niyetlerinin artırılması ve iyi bir girişimci olabilmeleri için birtakım niteliklere sahip olmaları gerekmektedir. Örneğin kişiye cesaret verilmesi ve kişilerin öz yeterliliklerini ve duygusal zekalarını artırabilecek ortamların hazırlanması girişimcilik

niyetlerini arttıracaktır. Bireylerin duygusal zekâlarının girişimcilik niyetleri ve öz yeterlilikleri üstünde ciddi bir etkisinin olduğu görülmektedir. Dolayısıyla girişimci kişilerin duygusal zekâlarının iyileştirilmesi sayesinde öz yeterliliklerinin ve girişimcilik niyetlerin artmasının olası olacağı düşünülmektedir. Bu düşünceyle duygusal zekanın girişimcilik niyeti üzerine etkisinde öz yeterliliğin aracı rolü araştırıp, açıklanmaya çalışılmıştır. Rekabet ortamında sürdürülebilirliği yakalayıp, öne geçmek için girişimcilik özellikleri olan bireyleri teşvik etmek ve onları desteklemek oldukça önemli bir konudur.

Literatür araştırmanın konusu ile ilgili incelendiğinde girişimcilik niyeti, duygusal zekâ ve öz yeterlilik etkisini ele alan farklı farklı çalışmalar mevcuttur. Ancak bu değişkenlerin 3'ünü de inceleyen araştırmalar mevcut değildir. Çalışmamız duygusal zekâ ve girişimcilik niyeti üzerinde özyeterliliğin aracı rolünün incelendiği özgün bir araştırma olarak önem arz etmektedir. Özetle bu tez çalışmasının genel amacı duygusal zekânın girişimcilik niyeti üzerine etkisinde öz yeterliliğin aracı rolünü irdelemektir. Ayrıca bu araştırma bu kavramların ikili ilişkilerini de içermektedir. Bu açıdan araştırmayı diğer araştırmalardan farklılaştıran, girişimcilik niyeti ve duygusal zekâ arasında öz yeterliliğin aracı rolüne odaklanılarak hem girişimcilerin yaşamına kolaylık sağlayacak sonuçlara ulaşmaya hem de literatüre katkı sağlanmaya çalışılmıştır. Bu önem doğrultusunda bu araştırmada öz yeterlilik ve duygusal zekânın kişilerin girişimcilik niyetine etkisi araştırılmıştır.

Araştırmanın örneklemini Yıldız Teknik Üniversitesi 219 İşletme Lisans ve Yüksek Lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. Katılımcılar ağırlıklı olarak 24-29 yaş grubu arasında genç bireylerden oluşmaktadır. Katılımcı cinsiyet dağılımı olarak %58 kadın, %42 erkek, eğitim durumu olarak ise %59,4 lisans, %40,6 yüksek lisans düzeyinde bir eğitim seviyesine sahip olduğu medeni durum olarak %19,2 evli, %80,8 bekar bireyden oluştuğu görülmektedir. Girişimcilik dersi almış olma durumu olarak katılımcıların %57,1 dersi almışken, %42,9 'u girişimcilik dersi almamıştır. Katılımcıların %30,6'sı daha önce bir girişimde bulunmuşken, %69,4'ü daha evvel bir girişimde bulunmamıştır.

Özyeterlilik değişkeninin yaşa göre farklılığına bakıldığında 30 ve üzeri ile 19-23 yaş arası gruplarda gözlenmiş olup 30 ve üzeri yaşında olan kişilerin özyeterlilikleri yüksek çıkmıştır ki Bandura (1997)'ya göre kişiler yaşadıkları tecrübelerle dayanarak kişisel

inançlar geliştirirler ve bu inançları arttıkça kişilerin davranışları da değişir (Bandura, 1997: 37). Dolayısıyla kişilerin tecrübeleri arttıkça kendine güvenleri, yapabileceklerine olan inançları tecrübesiz hallerine yani daha erken yaşlarına göre daha yüksektir.

Eğitim durumu arttıkça duygusal zekâ düzeyinin arttığı görülmüştür. Yüksek lisans düzeyindeki öğrencilerde duygusal zekâ düzeyi yüksek çıkmıştır ki çalışmalar, duygusal zekanın yaş ile arttığını ortaya çıkarmıştır. Böylece, duygusal zekâ kavramı için olgun olma durumu ifadesi kullanılabilir. Hayat tecrübeleri ve eğitim kişilerin olgunluğa ulaşmalarına vesile olmaktadır (Aysel L., 2006).

Yapılan pek çok araştırmada girişimcilik ile cinsiyet arasında önemli ve anlamlı bir ilişkinin olduğu açığa çıkmaktadır. Kuvvetli başarıma isteği sebebiyle erkeklerin kadınlardan daha çok girişimci faaliyet gerçekleştirdiği pek çok çalışmada görülmektedir (Şeşen ve Basım, 2012; Harris ve Gibson, 2008;). Tez çalışmamız için yaptığımız girişimcilik niyeti ile ilgili fark testlerinde önceki çalışmaları destekler nitelikte erkeklerin girişimcilik niyeti kadınlara nispeten daha yüksek çıkmıştır.

Kişilerin kariyerlerinin en etkin olduğu dönem 22-55 yaş aralığıdır. Yapılan çalışmalara göre, girişimcilik ile yaş arasında dikkate değer ilişkiler olduğunu ortaya konmuştur. Bununla birlikte girişimciliğin yaşla artması ya da azalmasına dair tartışmalar hala sonuçlanmamıştır (Liang, Wang, & Lazear, 2014). Tez çalışmamızda girişimcilik niyeti değişkeninin yaşa göre farklılık gösterip göstermediğini incelenen test sonuçlarına göre 24 ve üzeri yaşında olanlar 23 ve altı yaşında olanlara göre daha yüksek girişimcilik niyetine sahip çıkmıştır. Girişimcilik için gençler veya girişimciliğin başında olanların, istekleri ve enerjileri yüksek iken girişim sermayeleri yetersizdir. İleri yaştakilerin ise sermayeleri ve deneyimleri fazla iken güç ve güdüler eksiktir. Bu yönüyle yaş ve girişimcilik arasında ciddi seviyede ilişkili olduğu ifade edilebilir (Hisrich, 2014; Bozkurt, 2006; Bates, 1995).

Eğitim sisteminin girişimcilik değerleri üzerinde yadsınamaz bir etkisi vardır. Pek çok öge gibi eğitim seviyesi de girişimci karar süreçlerinde etkilidir. Girişimcilik ile eğitim alanında yapılan çalışmaların çoğunda bu iki kavram arasında doğrusal yönde ve anlamlı ilişkiler keşfedilmiştir. İşletmelerin yaşam sürelerini uzatabilmeleri için kaliteli iş gücünün ve eğitimin etkisi çok büyüktür (Bates, 1990; Gimeno vd., 1997). Akhter ve Sumi

(2014)'ye göre, eğitim seviyesi yükseldikçe kişilerde yaratıcılığın yükselmesi ile girişimciliğin yaygınlaşması umulmaktadır (Akhter & Sumi, 2014). Girişimcilik niyeti değişkeninin eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelendiğinde önceki çalışmaları doğrular nitelikte yüksek lisans öğrencilerinin girişimcilik niyeti lisans öğrencilerinden yüksek çıkmıştır.

Evli kişiler bekar kişilerin aldığı gibi riskleri kolayca üstlenemezler. Evlilerin öncelikleri vardır ki; eşlerine ve çocuklarına olan sorumlulukları ve geçimlerini karşılamaktır. Böylece yatırım yapmak ve risk almak gibi kişisel riskli istekler geri plandadır. Kısaca medeni hal, riskli bir mali süreç olan girişimcilik üstünde direkt olmasa da etkilidir. Evlilerin daha az risk alma eğilimde oldukları çalışmalarda görülmektedir (Saral, 2018). Ancak Zhang (2018)'ın Avusturalya'da yaptığı çalışmaya göre evliler bekarlara nispeten daha fazla girişim kurma niyetindedirler (Zhang, 2018). Girişimcilik niyeti değişkeninin medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde Zhang'ın çalışmasını doğrular nitelikte evlilerin girişimcilik niyeti bekarlardan yüksek çıkmıştır. Bunun birkaç nedeni olabilmekle beraber nedenlerden birinin günümüzdeki eşlerin her ikisinin de çalışıyor olması eşlerden birine girişimci olabilmesi için alan açmış böylece söz konusu risk paylaşılmış olmuştur ki böylece diğer eşin girişimcilik niyetinin artmış olabileceği düşünülmektedir.

Girişimcilik eğilimi ve niyeti, kişilerin sahip oldukları girişimcilik özellikleri ve girişimci olmak için gereken arzu, istek ve niyetleriyle, yani girişimci potansiyellerinin aksiyona geçirilmesi ile ilgilidir (Atabay ve Alamur, 2016: 466). Kişinin girişimcilik istek ve arzusu en derinde kişinin ailesinden ileri gelmektedir. Ailesinde girişimci olan kişilerin, gelecekte kendisinin de bir girişim kurmaya eğilimli olacağına işaret edebilir. Dolayısıyla; kişinin ailesinin yapısı, babasının mesleği, eğitimi ve kazancı kişide girişimciliğe yönelik eğilimin ortaya çıkmasında etkilidir (Çetinkaya Bozkurt, 2011: 26). Özellikle kazancı iyi ve/veya eğitim seviyesi yüksek olan bir baba çocuklarını da girişimciliğe teşvik edecektir (Taş, 2016: 50-51). Girişimcilik niyeti değişkeninin aile gelir durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelendiğinde 30000 TL ve üzeri gelire sahip olanlar diğerlerine göre daha yüksek girişimcilik niyetine sahiptir. Girişimcilik niyeti değişkeninin ailede girişimci olma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelendiğinde ailesinde girişimci olanların girişimcilik niyeti olmayanlardan yüksek çıkmıştır. Girişimcilik niyeti

değişkeninin yakın arkadaşın girişimci olma duruma göre farklılık gösterip göstermediğini incelendiğinde yakın arkadaşları arasında girişimci olanların girişimcilik niyeti, yakın arkadaşlarından girişimci olmayanlara göre yüksek çıkmıştır ki bu sonuçlar yukarı bahsettiğimiz gibi literatürü doğrular niteliktedir.

Girişimcilik eğitimi, kişinin ilköğretim çağından itibaren tutumlarını, davranışlarını ve becerilerini şekillendirmede çok önemlidir (Wilson, 2008). Girişimcilik eğitimi maharet ile geliştirme, deneyimle öğrenme ve en önemlisi bilişle ilgili yönlendirir. Girişim, girişimcilik ve inovasyon ile ilgili kavramlar veya uygulamalar ilgili ilgili eğitim kişilere erken dönemde verilirse, öğrenciler girişimciliği ileride daha çok düşünürler. Girişimci niyeti değişkeninin girişimcilikle ilgili ders alma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelendiğinde literatürü doğrular nitelikte girişimcilikle ilgili ders alanların girişimcilik niyeti almayanlardan yüksek çıkmıştır.

Yapılan araştırmalar, bireylerin iş deneyimlerinin iş performansını ve karar alma süreçlerini etki ettiğini göstermiştir (McStay, 2008). Çalışma deneyimi kişilerin piyasa, sektör bilgisini göstermektedir ve benzer piyasadaki ya da sektördeki deneyimler, önemli denebilecek yeni fırsatlar ve iş fikri için başlangıç olabilmektedir (Vivarelli, 2012). Başka bir araştırmada, çalışma deneyimi olan kişilerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu gözlenmiştir (Fatoki, 2014). Girişimcilik niyeti değişkeninin daha önce girişimde bulunma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelendiğinde daha önce girişimde bulunanların girişimcilik niyeti bulunmayanlardan yüksek çıkmıştır.

Çalışmamızın analizine göre özyeterlilik, duygusal zekâ ve girişimcilik niyeti arasında pozitif yönde anlamlı ilişkinin varlığı gözlenmiştir. Ayrıca özyeterlilik ile girişimcilik niyeti arasında da pozitif yönde anlamlı bir ilişki söz konusudur. Ek olarak duygusal zekâ ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide özyeterliliğin aracı rolünün olduğu da ortaya çıkmıştır. Duygusal zekâ girişimcilik niyetine özyeterlilik aracılığıyla pozitif etki etmektedir. Bu doğrultuda diyebiliriz ki, bireylerin duygusal zekalarının yüksek olması girişimcilik niyetlerini artırmaktadır ve bu etkiye sebep olan bireysel yetkinliklerinden biri de özyeterliliklerdir.

Çalışmanın bazı kısıtları mevcuttur ki bunlar, örneklem küçüklüğü, maliyet ve zaman kısıtıdır. Araştırmanın Yıldız Teknik Üniversitesi İşletme Lisans ve Yüksek Lisans

öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiş olması nedeniyle genellenebilme potansiyeli düşüktür. Dolayısı ile çalışmanın daha geniş bir örneklem ile tekrar yapılması ve sonuçların kıyaslanması önerilmektedir. Bununla birlikte alanın araştırmacılarına önerimiz; duygusal zekâ özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerinde etkisinde kültürel zekâ ve yaratıcılık gibi farklı değişkenlerin aracılık etkilerinin ölçülebileceği kültürel zekâ, öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti gibi farklı modellerle incelenebilmesi önerilebilecektir. Girişimcilerin başarılarını arttırabilmek ve literatüre katkı sağlayabilmek için girişimcilik ve girişimciliği etkileyen değişkenlerin üzerinde durulması büyük önem arz etmektedir.

Buna ek olarak tez çalışmamızın sonuçlarından hareketle diyebiliriz ki; kişilerin girişimcilik niyetlerini ve girişim başarılarını arttırabilmeleri için diğer gerekliliklerinin yanında duygusal zekâ düzeylerini ve özyeterliliklerini de arttırmaları gerekmektedir. Gerek girişimci olmayı kariyer hedefi olarak düşünen kişiler gerekse de girişimciliği örgütlerinde arttırmak isteyen işverenler örgütlerinde başarıyı arttırmak için günümüzde en gerekli yeteneklerden olan duygusal zekâ ve öz yeterliliklerini arttırmaları önerilmektedir. Özyeterliliği ve duygusal zekâsı artan kişilerin girişimcilik niyetlerinin ve girişimcilik başarısının artacağı söylenebilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Abraham, C., & Sheeran, P. (2003). Acting on intentions: *The role of anticipated regret*, *British Journal of Social Psychology*, 42, 495–511.
- Acar, Ö. Ü. S., & Uslu, A. G. D. D. (2018). Duygusal Zekâ ile Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.
- Ahlin, B., Drnovšek, M., & Hisrich, R. D. (2014). Entrepreneurs' creativity and firm innovation: the moderating role of entrepreneurial self-efficacy. *Small Business Economics*, 43(1), 101-117.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen, I., Fishbein, M., Lohmann, S., & Albarracín, D. (2018). The influence of attitudes on behavior. *The handbook of attitudes*, 197-255.
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of Leisure Research*, 24(3), 207-224.
- Akhter, R., & Sumi, F. (2014). Socio-Cultural Factors Influences Entrepreneurial Activities: A Study on Bangladesh. *Journal of Business and Management*, 1- 10.
- Akın, Sibel (2010), “Banka Çalışanlarının Duygusal Zekâlarının Örgütsel Bağlılıklarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Akpınar, F., & Alkış, H. (2019). Duygusal Zekâ ve Girişimcilik Eğilimi: Adıyaman Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Social Sciences/Sosyal Bilimler Dergisi*, 32.
- Aksay, B. ve İplik, E., (2014) Girişimcilik Eğilimi Ölçeğinin (Get 2) Türkiye Bağlamında Değerlendirilmesi, Ç.Ü. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 23, Sayı 2, 2014, ss. 199-210
- Aldrich H. & Cliff J. 2003 The pervasive effect of familyon entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective., *Journal of business venturing*.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. Sakarya yayıncılık.
- Anderson, A.R., Dodd., S.D., ve Jack, S.L., (2012) Entrepreneurship as connecting; some implications for theorising and practice, *Management Decision*, Vol. 50 Iss: 5, ss.958- 971

- Atabay, İ. ve Alamur, B. (2016). İşletme ve Muhasebe Eğitimi Alan Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Global Business Research Congress (Gbrç)*. 26-27 Mayıs 2016. İstanbul, 2: 465-474.
- Ariff, M., Husna, A., Bidin, Z., Sharif, Z., & Ahmad, A. (2010). Predicting entrepreneurship intention among Malay university accounting students in Malaysia. *UNITAR eJournal*, 6(1).
- Armitage, C. J. & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471-499.
- Arıkan, S. (2002), *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Siyasal Kitapevi, Ankara.
- Arslan, B. E., Kaynak, K., Pınarcık, Ö., & Arslan, E. (2013). Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Duygusal Zekâları ve Yaşam Doyumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 35-42.
- Arslan, Z., Özmen, Ö., & Çömez, M. (2016). Reanimasyon yoğun bakım ünitesindeki iskemik strok hastaların mortalitesini etkileyen faktörler. *Mustafa Kemal Üniversitesi Tıp Dergisi*, 7(26).
- Aydin, E. (2020). Girişimcilik eğitimi alan üniversite öğrencilerinin, girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki; Batı Karadeniz bölge üniversite öğrencilerine yönelik bir uygulama.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-kültür bir perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15).
- Aysel, L. (2006). *Liderlik ve duygusal zekâ* (Master's thesis, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Azim & Al-Kahtani (2008) Entrepreneurship Education and Training: A Survey of Literature.
- Babaoğlu, E. (2010). Okul Yöneticilerinde Duygusal Zekâ. Ahi Evran Üniversitesi, *Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(1), 119-136.
- Bakırtaş, H., & Tekinşen, A. (2006). E-ticaretin Girişimcilik üzerindeki Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 125-138.
- Balaban, Ö., ve Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2), 133-147.
- Ballı, E., Ballı Koca, A.İ. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri ve Girişimcilik Eğilimleri. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18 (1), 101-121.

- Baltaş, Zuhâl (2006), İnsanın Dünyasını Aydınlatan ve İşine Yansıyan Işık: *Duygusal Zekâ (3. Basım)*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173.
- Bates, T. (1990). Entrepreneur human capital inputs and small business longevity. *The review of Economics and Statistics*, 551-559.
- Baum, J. R. & Locke, E. A. (2004). The Relation of Entrepreneurial Traits, Skill, and Motivation to Subsequent Venture Growth. *Journal of Applied Psychology*, 89 (4), 587—598.
- Bilge, H., & Vedat, B. A. L. (2012). Girişimcilik eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 131-148.
- Budak, Selçuk (2000), *Psikoloji Sözlüğü*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(4), 63-77.
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *Araştırma Makaleleri*, 93-111.
- Bygrave, H. ve Hofer, J. (1991) “Theorizing about Entrepreneurship” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16:13-22.
- Caruso, D. R., & Salovey, P. (2010). Yönetimde duygusal zekâ. S. Kaymak, Çev.). İstanbul: Crea Yayıncılık. (Orijinal çalışma basım tarihi 2004.).
- Cassar, G., & Friedman, H. (2009). Does self-efficacy affect entrepreneurial investment?. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(3), 241-260.
- Castano, M.-S., Mendes, M.-T., & Galindo, M.-A. (2015). The effect of social, cultural, and economic factors on entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 1496-1500.
- Ceyhan, S., Yiltay, S., & Batga, B. (2020). Duygusal Zekâ ile Girişimcilik Eğilimi Arasında Öz Yeterliliğin Aracılık Rolü: Çukurova Üniversitesinde Bir Alan Araştırması. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 4(6), 1-19.

- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of business venturing*, 13(4), 295-316.
- Cin, H. & Günay, G. Y. (2013). Girişimcilerin girişimcilik tipleri ile duygusal zekâları arasındaki ilişki: Edirne örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2).
- Chi Sum Wong ; Kenneth S. Law and Lynda Song, 'The Construct and criterion validity of emotional intelligence and its potential utility for management studies', *Journal of Applied Psychology*, Vol:89, No:3, 2000, s.483-496.
- Chuluunbaatar, E., & Luh, O., D. (2010, March). Entrepreneurship Start-Up Process The Role of Emotional Intelligence. *International Conference On Kansei Engineering And Emotion Research*, Paris.
- Cumming, E. A. (2005). *An investigation into the relationship between emotional intelligence and workplace performance: An exploratory study* (Doctoral dissertation, Lincoln University).
- Coulter, M. (2001), *Entrepreneurship in Action*, Prentice Hall, USA (s.3-4).
- Cope, J. (2005). Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(4), 373-397.
- Covin, J. G. (1991). Entrepreneurial versus conservative firms: A comparison of strategies and performance. *Journal of management studies*, 28(5), 439-462.
- Covin, J. G. ve Wales, W. J. (2012). The Measurement Of Entrepreneurial Orientation. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 36(4), 677-702.
- Cynthia Kemper, 'EQ vs. IQ', *Communication World*, Nov.1999, Vol:16 , No:9.
- Çakar, U., & Arbak, Y. (2004). Modern Yaklaşımlar Işığında Değişen Duygu-Zekâ İlişkisi ve Duygusal Zekâ.
- Çeçen, A. R. (2002). Validity and reliability studies of the emotions management skills scale (EMSS). *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(26), 101-113.
- Çelik, A., & Akgemci, T. (1998). *Girişimcilik kültürü ve KOBİ'ler: girişimcilik kültürü, küçük ve orta ölçekli işletmeler, yeni stratejiler karşısında KOBİ'ler*. Nobel Yayın-Dağıtım.
- Çetindamar, D. (2002). Türkiye'de Girişimcilik, TÜSİAD (Yayın No:121340), İstanbul.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö. (2011). Dünyada ve Türkiye'de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler. Ankara: *Detay Yayıncılık*.
- Çiftçi, F., & Zencir, E. (2019). Turizm Sektöründeki Sosyal Girişim Çalışanlarının Sosyal Girişimcilik Davranışı, İş ve Yaşam Tatmini: Tatuta Projesi Narköy Örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 131-145.

- Çoban F., Odacıoğlu, M.C., Saygılı, M., (2017). *Mütercim Tercümanlık/Çeviribilim Öğrencilerinin Yabancı Dillerine Göre Duygusal Zekâ, Kültürel Zekâ ve Kişilik Özellikleri Açısından İncelenmesi*, 2nn Eurasian Conference on Language and Social Sciences, Antalya ss.281-297
- Çolakoğlu, H., & Çolakoğlu, T. (2016). Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitimi ile Öz Yeterlilik Algısı ve Girişimcilik Potansiyeli İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17(37 Girişimcilik Özel Sayısı), 70-84.
- Davidsson, P. (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. Paper presented at the RENT IX *Workshop*, Piacenza, Italy.
- Demirel, E. T., Düşükcan, M., & Ölmez, M. Çoklu Zekâ Alanlarının Girişimcilik Davranışına Etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 97-105.
- Denanyoh vd., (2015) Factors That Impact on Entrepreneurial Intention of Tertiary Students in Ghana, *International Journal of Business and Social Research*.
- Deniz, M. E., Özer, E., & Işık, E. (2013). Duygusal zekâ özelliği ölçeği–kısa formu: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Eğitim ve Bilim*, 38(169).
- Doğan S., Altın, H. ve Başar E., 2010, Meslek Yüksek okulları İçin Girişimcilik, *Nobel Yayın*, Ankara.
- Doğan, N. (2013). *Türkiye'de Girişimcilik Eğilimi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi.
- Doğan, S.ve Demiral, Ö. (2007). “Kurumların Başarısında Duygusal Zekânın Rolü ve Önemi”. *Yönetim ve Ekonomi*, 14, 209-230.
- Doğanlar, T. (2016). *E-ticarete marka yönetim süreci ve bir uygulama* (Master's thesis, İstanbul Ticaret Üniversitesi).
- Döm, S. (2008). *Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği* (Vol. 2). Detay Yayıncılık.
- Drnovsek, M., Wincent, J. ve Cardon, M. S. (2010). Entrepreneurial Self-Efficacy And Business Start-Up: Developing A Multi-Dimensional Definition. *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour And Research*, 16(4), 329-348.
- Drucker, P. (1985) Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles, New York, Harper & Row. *Innovation*.
- Erdem, F., (2001). “Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım”. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 1(2), ss. 43-61.
- Erdurur, K. (2012). *Turizm Lisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik eğilimine Etkisi: Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve*

- Fatoki, O. (2014). The Entrepreneurial Intention of Undergraduate Students in South Africa: The Influences of Entrepreneurship Education and Previous Work Experience. *Mediterranean Journal of Social Sciences* , 294-299.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*. Sage Publication (3rd baskı). *London*.
- Forbes, D. P. (2005). The effects of strategic decision making on entrepreneurial self-efficacy. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 599-626.
- Fusun, A. C. A. R. (2002). Duygusal zekâ ve liderlik. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(12), 53-68.
- Gardner, H. E. (2008). Multiple intelligences: *New horizons in theory and practice*. *Basic books*.
- Garson, G. D. (2012). Testing statistical assumptions: Blue book series. *Asheboro: Statistical Associate Publishing*, 12(15), 16-20.
- Goetz, S., Fleming, D., & Rupasingha, A. (2012). The Economic Impacts of SelfEmployment. 315-321: *Journal of Agricultural and Applied Economics*.
- Goleman, Daniel. (2006). Duygusal zekâ. Bantam.
- Goleman, Daniel (2009), Duygusal Zekâ Neden IQ'dan Daha Önemlidir? (32.Basım), (Çev. Handan Balkara, Filiz Deniztekin ve Osman Deniztekin), İstanbul: *Varlık Yayınları*.
- Goleman, Daniel (2010), İş Başında Duygusal Zekâ (7. Baskı), (Çev. Handan Balkara, Filiz Deniztekin ve Osman Deniztekin), İstanbul: *Varlık Yayınları*.
- Göktaş, A. B. ve Gupta, V. K. (2015). Sex, Gender, And Individual Entrepreneurial Orientation: Evidence From Four Countries. *International Entrepreneurship And Management Journal*, 11(1), 95-112.
- Gülbüz, G. ve Aykol, S. (2009). Entrepreneurial Management, Entrepreneurial Orientation And Turkish Small Firm Growth. *Management Research News*, 32(4), 321-336.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). Multivariate data analysis 6th Edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey. Humans: *Critique and reformulation*. *Journal of Abnormal Psychology*, 87, 49-74.
- Hambrick, D. C. ve Mason, P. A. (1984). Upper Echelons: The Organization As A Reflection Of It's Top Managers. *Academy Of Management Review*, 9(2), 193-206.
- Hayton, J. C., George, G., & Zahra, S. (2002). National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioral Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33- 52.

- Hisrich, R.D. ve Peters, M.P. (2002) *Entrepreneurship*, New York, McGraw-Hill Higher Education.
- Hisrich, R.D., Peters, M.P. ve Shepher, D.A. (2005). *Entrepreneurship*, McGrawHill, New York.
- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2014). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Education.
- Hmieleski, K. M., & Corbett, A. C. (2006). Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of small business management*, 44(1), 45-63.
- Hofstede, G. (1980). Culture and organizations. *International studies of management & organization*, 10(4), 15-41.
- Işık, M., & Çiçek, B. (2020). Planlı davranış teorisi perspektifinden girişimcilik niyeti üzerinde sosyal sermaye öz yeterlilik ve öz saygının rolü. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, 15(1), 185-206.
- İpçioğlu, İ. ve Taşer, A. (2009). İşletme Bölümlerinde Verilen Eğitimin Girişimci Adayı Öğrenciler Üzerindeki Etkileri, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Yıl: 2009/2, Sayı: 10
- İraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler*, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Jiwa, S., Lavelle, D., & Rose, A. (2005). E-Entrepreneurship: Learning in a simulated environment. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 3(3), 42-56.
- Kickul, J., & D'Intino, R. S. (2005). Measure for measure: modeling entrepreneurial self-efficacy onto instrumental tasks within the new venture creation process. *New England Journal of Entrepreneurship*.
- Kalkan, A. (2011). Kişisel tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolünün girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi: üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2011/2(14), 189-206.
- Karabulut, T. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(1), 331-356.
- Kauppila, O. ve Rajala, R. J.A., (2008). Antecedents of Salespeople's Reluctance to Sell Radically New Products, *Industrial Marketing Management*.
- Keskin, H., Akgün, A.E., Yılmaz, S. (2013). *Örgütlerde Duygusal Zekâ ve Duygusal Yetenekler*, Der Yayınları, İstanbul

- Kutanis, R. Ö., & Hancı, A. (2004). Kadın girişimcilerin kişisel özgürlük algılamaları. *Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Osmangazi Üniversitesi İİ BF Fakültesi*, 457-464.
- Koca Ballı, A. İ. & Üstün, F. (2019). Girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerine etkisi: uygulamalı girişimcilik eğitime katılanlar üzerine bir çalışma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(1), 308-326, 7(1), 308-326.
- Kocapinar, E. B. (2010). Entelektüel sermayenin girişimsel oryantasyona etkisi ve firma performansı ile ilişkisi.
- Koe, W.-L. (2016). The Relationship Between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) And Entrepreneurial Intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(13), 1- 11.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and practice*, 21(1), 47-58.
- Korkmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. Afyon Kocatepe Üniversitesi, *İİBF Dergisi* Cilt (14) Sayı II, 209-226.
- Kreiser, P. M., Marino, L. D. ve Weaver, K. M. (2002). Assessing The Psychometric Properties Of The Entrepreneurial Orientation Scale: A Multi-Country Analysis. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 26(4), 71-93.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432.
- Lazear, E., Liang, J., & Wang, H. (2014). *Demographics and entrepreneurship* (No. 14-003).
- Leibenstein, H. (1968) "Entrepreneurship and Development" *American Economic Review*, 58:72-83.
- Liang, J., Wang, H., & Lazear, E. (2014). Demographics and Entrepreneurship. *Journal of Political Economy*, 140-196.
- Linan, F., Rodriguez-Cohard, J. C. ve Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors Affecting Entrepreneurial Intention Levels: A Role For Education. *International Entrepreneurship And Management Journal*, 7(2), 195-218.
- Lumpkin, G. T. ve Dess, G. G. (1996). Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linking It To Performance. *Academy Of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Lumpkin, G. T. ve Dess, G. G. (2001). Linking Two Dimensions Of Entrepreneurial Orientation To Firm Performance: The Moderating Role Of Environment And Industry Life Cycle. *Journal Of Business Venturing*, 16(5), 429-451.

- Luszczynska, A., Mohamed, N.E., & Schwarzer, R. (2005). Self-Efficacy and social support predict benefit finding 12 months after cancer surgery: The mediating role of coping strategies. *Psychology, Health & Medicine*, 10(4), 365-375.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2006). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. Oxford University Press.
- Lynskey J. ve M. Yonekura S. (2002). *Entrepreneurship And Organization: The role of the entrepreneur in organizational innovation*. Oxford University Press, 1st ed.
- Marangoz, M., Kaya, F. ve Bakan, H. (2014). "Eğitim Alanı Girişimcilik Niyetini Nasıl Etkilemektedir? Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir İnceleme". *Journal of Economics and Management Research*, 3, 75- 96.
- Mateja Drnovsek et. Al., 'Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: developing a multi- dimensional definition', *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 16, No. 4, 2010, s. 330.
- Mayer, J.D. and Salovey, P. (1995). Emotional Intelligence and the Construction and Regulation of Feelings. *Applied&Preventive Psychology*, 4, 197-208.
- Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. R. (2004). Authors' responses: "A Further Consideration of the Issues of Emotional Intelligence". *Psychological Inquiry*, 15(3), 249-255.
- McStay, D. (2008). An Investigation of Undergraduate Student Self-employment Intention and The Impact of Entrepreneurship Education and Previous Entrepreneurial Experience. Doctor of Philosophy, School of Business University of Australia. Miller, D. (2011).
- Miller (1983) Revisited: A Reflection on EO Research and Some Suggestions for the Future. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 35(5), 873-894.
- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2000). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness, *Journal of Business Venturing*, 16, 51-75.
- Morrison, A. (2006). A contextualisation of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Naktiyok, A., Nur Karabey, C., & Caglar Gulluce, A. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case. *International entrepreneurship and management journal*, 6(4), 419-435.
- Norris F. Krueger, Michael D. Reilly and Alan L. Carsrud, 'Competing models of entrepreneurial intentions', *Journal of Business Venturing*, Vol. 15 No. 5-6, 2000, s. 411-432.
- OECD. (2018). Entrepreneurship at a Glance Highlights. *Organisation for Economic Co-operation and Development*.

- Olowa, O. W., & Olowa, O. A. (2015). Factors affecting entrepreneurship development in agribusiness enterprises in Lagos State, Nigeria. *Global Journal of Management and Business Research*.
- Onodugo, V., & Onodugo, C. (2015). Impact of socio-cultural factors on entrepreneurial development in Nigeria. *African Educational Research Journal*, 246-254.
- Öcal, K., & Şenel, E. (2016). Duygusal Zekanın Sosyal Destek Algısı Üzerindeki Etkisi: Öz Yeterlik İnancının Aracı Rolü. *Mugla Sitki Kocman University Journal of Social Sciences*, 36.
- Öneren, M. (2012). İç Anadolu Bölgesindeki Genç Nüfusun Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* (7:2) ss.7-28
- Özden, K., Temurlenk, M. S. ve Başar, S., (2008). “Girişimcilik Eğilimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir araştırma”. *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları: 112 Kongreler Dizisi: 16*, ss. 229-240.
- Özgül, E. (2018). Girişimcilik Merakı ile Yenilikçilik Arasındaki İlişkide Girişimcilik Öz-Yeterliliğinin Aracılık Rolü. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16(31), 331-353.
- Özler, N. D. E., Giderler, C., & Baran, H. (2017). Öz Yeterlilik ve Kontrol Odağının Bireylerin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(13), 736-747.
- Özmen, H.İ. (2016). “*Girişimcilik Kavramı ve Girişimciliğin Gelişimi*”, Çatı, K. (Ed.), Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi, Nobel Yayın, Ankara
- Păunescu, C., Popescu, M. C., & Duennweber, M. (2018). Factors Determining Desirability of Entrepreneurship in Romania. *Journal of Sustainability*, 1-24.
- Peter Salovey & John Mayer, ‘Emotional Intelligence, *Imagination, Cognition & Personality*’, Vol:9, s 185-211.
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students’ perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(2), 129-144.
- Polat, S. (2013). *Çalışanların Duygusal Zekâ Düzeyleri ile İşyerlerindeki Mobbingi Algılama Düzeyleri Arasındaki Farklılığın Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma* (Doctoral dissertation, Niğde Üniversitesi).
- Poon, J. M. L., Ainuddin, R. A. & Junit, S. H. (2006). Effects of Self-concept Traits and Entrepreneurial Orientation on Firm Performance. *International Small Business Journal*, 24(1), 61—82.
- Poutziouris, P., O'Sullivan, K., & Nicolescu, L. (1997). The [re]-generation of family-business entrepreneurship in the Balkans. *Family Business Review*, 10(3), 239-262.

- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior research methods*, 40(3), 879-891.
- Raymond, L. ve St-Pierre, J., (2010). “R&D As A Determinant of Innovation in Manufacturing SMEs: An Attempt At Empirical Clarification”. *Technovation*, 30, ss.48-56.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2017). *Management* 13E. Noida, India: Pearson India.
- Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C. & Hunt, H.K. (1991): “An attitude approach to the prediction of entrepreneurship”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15 (4), 13-30.
- Roman, A., & Rusu, V. D. (2016). The Impact of the Economic Environment on Entrepreneurship: Evidence From European Countries. *Annals of Faculty of Economics*, 494-502.
- Salih, G. (2000). Davranış Bilimleri Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Saral, H. C. (2018). *The relationship between entrepreneurial characteristics and entrepreneurial intention* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Seçilmiş, C., & Düşmezkalender, E. (2020). Kriz Algısının Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Özyeterliliğin Aracılık Rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 2142-2150.
- Senem, N. A. R. T., & YILDIRIM, Y. T. Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinde Öz-Yeterlilik Algısının Aracılık Rolü Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 10(1), 1-28.
- Sert, M., & Traş Z. (2017). Ergenlerin Duygusal Zekâ Düzeyleri ile Öz-Yeterlilik Algıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 1205-1220.
- Sezer, C. (2013). Kariyer olarak girişimcilik ve girişimcilik niyetini etkileyen faktörlerin içerik analizi ile belirlenmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 49-60.
- Shane, S. A. (1997), “Who is publishing the Entrepreneurship Research?” *Journal of Management*, Vol.23, s.83-95.
- Sheeran, P. (2002). Intention—behavior relations: A conceptual and empirical review. *European Review of Social Psychology*, 12(1), 1-36.
- Stephen L. Mueller and Mary Conway Dato-On, ‘Gender-Role Orientation as a Determinant of Entrepreneurial Self-Efficacy’, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 13, No. 1, 2008, s. 4.
- Stein, S. J., & Book, H. E. (2011). *The EQ edge: Emotional intelligence and your success*. John Wiley & Sons.

- Subramaniam, M. ve Youndt, M. A., (2005). The Influence Of Intellectual Capital On The Types Of Innovative Capabilities, *Academy of Management Journal*, 48(3), ss.450–463.
- Sudak, M. K., & Zehir, C. (2013). Kişilik tipleri, duygusal zekâ, iş tatmini ilişkisi üzerine yapılan bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(22), 141-165.
- Sutton, S. (1998). Predicting and explaining intentions and behavior: How well are we doing ?. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1317-1338.
- Şahin, F. (2006). *Duygusal zekânın etkili liderlik davranışları ile ilişkisi: Kayseri Askerlik Dairesi Başkanlığı'nda çalışan subay ve astsubaylar üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi.
- Şeşen, H., & Basım, N. (2012). Demografik faktörler ve kişiliğin girişimcilik niyetine etkisi: Spor bilimleri alanında öğrenim gören üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 12, 21-28.
- Şimşek, D. V. (2016). *E-ticaret işletmelerinin denetimi* (Master's thesis, İstanbul Ticaret Üniversitesi).
- Taş, A. (2016). *Girişimcilik Eğitimi ile Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkinin Parametrik Tekniklerle Analizi: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 105 S.
- TDK. (2020, Şubat 2). Türk Dil Kurumu Sözlükleri. Türk Dil Kurumu: <https://sozluk.gov.tr/?kelime=> adresinden alındı
- Thomas, AS ve Mueller, SL (2000). Karşılaştırmalı girişimcilik olgusu: Kültürün uygunluğunun değerlendirilmesi. *Uluslararası ticaret araştırmaları Dergisi*, 31 (2), 287-301.
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.
- Tikici, M., & Aksoy, A. (2013). Girişimcilik ve Küçük İşletmeler. Nobel Yayıncılık
- Timuroğlu, M. K., & Akpunar, E. N. (2017). Duygusal Zekânın Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi. *Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 31(4).
- Truls Erikson, 'Entrepreneurial capital: the emerging venture's most important asset and competitive advantage', *Journal of Business Venturing*, Vol. 17, 2002, s. 278.
- Tuğrul, C. (1999). Duygusal zekâ. *Klinik Psikiyatri*, 1, 12-20.
- Türkiye Zekâ Vakfı, [www.tzv.org.tr](http://www.tzv.org.tr)

- TÜSİAD, (2002). Türkiye’de Girişimcilik, Yayın No: TÜSİAD–T/2002/12/340, İstanbul 2002
- Ural, A. (2001). Yöneticilerde duygusal zekânın üç boyutu.
- Ulaş Çakar ve Yasemin Arbak, ‘Modern Yaklaşımlar Işığında Değişen Duygu- Zekâ İlişkisi ve Duygusal Zekâ, *DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Vol:6, No:3, 2004, s. 23-48.
- Uluköy, M., Ülker, Y., Kılıç, R., Yumuşak, S. ve Azaklı, S. (2016). Duygusal Zekânın Girişimcilik Üzerine Etkisi: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Üzerine Bir Analiz. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(5), ss.119-136.
- Ülker, Y., Uluköy, M., Kılıç, R., Yumuşak, S., & Azaklı, S. (2016). Duygusal zekânın girişimcilik üzerine etkisi: Küçük ve orta ölçekli işletmeler üzerine bir analiz. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(5), 119-136.
- Wang, C. L. (2008). Entrepreneurial Orientation, Learning Orientation And Firma Performance. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 32(4), 635-657.
- Wells, Torrie & Prindle, ‘Explorign Emotional Intelligence Correlates in Selected Populations of Collage Students’, Canada:2002, Lethbridge Community College.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self–efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.
- Villanueva, J. J., & Sánchez, J. C. (2007). Trait emotional intelligence and leadership self-efficacy: Their relationship with collective efficacy. *The Spanish Journal of Psychology*, 10(2), 349-357.
- Vivarelli, M. (2012). Entrepreneurship in Advanced and Developing Countries: A Microeconomic Perspective. A microeconomic perspective.
- Yavuz, M., Altuntaş, G., & Kamaşak, R. (2016). Girişimcilik Niyeti ile Özyeterlilik İnancı Arasındaki İlişkide Algılanan Stres ve Tükenmişlik Düzeyinin Rolü. *Urasian Academy of Sciences Eurasian Business & Economics Journal S.2*, 733-745.
- Yelkikalan, N. (2006). 21. yüzyılda girişimcinin yeni özelliği: Duygusal zekâ. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*.
- Yelkikalan, N., Akatay, A., & Altın, E. (2010). Yeni girişimcilik modeli ve yeni Nesil girişimci profili: internet girişimciliği ve Y, M, Z kuşağı girişimci. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(20), 489-506.
- Yeşilyaprak, B. (2001). Duygusal zekâ ve eğitim açısından doğurguları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 25(25), 139-146.
- Yıldırım, F., & İlhan, İ. Ö. (2010). Genel öz yeterlilik ölçeği türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 21(4), 301-308.

- Yıldırım, O., & Başer, E. (2016). İnternetin Girişimciliği Kapsamında Değişen Enformasyon Siteleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 6(12).
- Yılmaz, E., & Sünbül, A. M. (2009). Üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (21), 195-203.
- Yvonne Stys & Shelly L. Brown,' A rewiew of emotional intelligence literatüre and implications for corrections', *Research Branch Correctional Service of Canada*, 2004, Vol:10.
- Zakarevicius, P. & Zuperka, A. (2010). Expression Of Emotional İntelligence İn Development Of Students' Entrepreneurship. *Economics And Management*, 15, 865- 873. <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=74962714-17f2-4a65-8a91-c0126b6b64b6%40sessionmgr4001&vid=2&hid=4213> sayfasından 18 Ocak 2014 tarihinde erişilmiştir.
- Zampetakis, L. A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T. ve Moustakis, V. S. (2009). On The Relationship Between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Attitudes And Intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15(6), 595- 618.
- Zhang, Y. (2018). How Does Family Structure Affect Entrepreneurship. Washington University in St. Louis.

## EKLER

### Ek-1: Girişimcilik Niyeti Ölçeği

|   | <b>GİRİşİMCİLİK NİYETİ<br/>ÖLÇEğİ</b><br>DOES SELF-EFFICACY<br>AFFECT ENTREPRENEURIAL<br>INVESTMENT? GAVIN<br>CASSAR*<br><br>And HENRY FRIEDMAN,<br>Strategic Entrepreneurship Journal<br>Strat. Entrepreneurship J.,<br>3: 241–260 (2009)<br><br>Kesinlikle Katılmıyorum(1),<br>Katılmıyorum(2),<br>Ne Katılıyorum Ne<br>Katılmıyorum(3),<br>Katılıyorum(4),<br>Kesinlikle Katılıyorum(5) ile<br>gösterilmiştir. | 1           | 2   | 3   | 4   | 5            |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----|-----|-----|--------------|
| 1 | Girişimci olmayı ciddi olarak hiç<br>düşündünüz mü?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | EVET<br>( ) |     |     |     | HAYIR<br>( ) |
| 2 | Girişimci olmak için her şeyi<br>yapmaya hazırım.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ( )         | ( ) | ( ) | ( ) | ( )          |
| 3 | Profesyonel hedefim girişimci<br>olmak.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ( )         | ( ) | ( ) | ( ) | ( )          |
| 4 | Kendi firmamı kurmak ve<br>işletmek için her türlü çabayı<br>göstereceğim.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ( )         | ( ) | ( ) | ( ) | ( )          |
| 5 | Gelecekte bir firma kurmaya<br>kararlıyım.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ( )         | ( ) | ( ) | ( ) | ( )          |
| 6 | Bir firma kurmayı çok ciddi<br>olarak düşündüm.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | ( )         | ( ) | ( ) | ( ) | ( )          |
| 7 | Bir gün bir firma kurmaya kesin<br>niyetim var.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | ( )         | ( ) | ( ) | ( ) | ( )          |

**EK-2: Duygusal Zekâ Ölçeği.**

|    | <b>DUYGUSAL ZEKA ÖLÇEĞİ</b><br>Duygusal Zeka'yı ölçmek için 16 soruluk Chi- Sum Wong (2002) ölçeği kullanılmıştır. (Chi- Sum Wong, Kenneth S. Law) Bu ölçekte duygusal zekâ 4 faktör halinde ölçülmüştür. Bu Ölçekte:<br><br><b>(1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum</b> seçeneğini temsil etmektedir. | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1  | Hissettiğim duyguların sebebinin farkındayım.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 2  | Duygularımı anlama konusunda iyiyim.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 3  | Gerçekten ne hissettiğimi anlarım.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 4  | Mutlu muyum, değil miyim, daima bilirim.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 5  | Arkadaşlarımın duygularını, onların davranışlarından anlarım.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 6  | Başkalarının duyguları konusunda iyi bir gözlemciyim.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 7  | Başkalarının duyguları ve hislerine karşı duyarlıyım.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 8  | Etrafımdaki insanların duygularını anlama konusunda iyiyim.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 9  | Daima, kendi amaçlarımı belirlerim ve onlara ulaşmak için en iyisini yapmaya çalışırım.                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 10 | Kendini motive edebilen bir kişiyim.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 11 | Öfkemi kontrol edebilirim ve zorlukları rasyonel bir şekilde ele alırım.                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 12 | En iyisini yapmak için kendimi daima cesaretlendiririm.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 13 | Kendime daima yetenekli biri olduğumu söylerim.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 14 | Duygularımı kontrol etme konusunda oldukça yetenekliyim.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 15 | Çok kızgın olduğum zamanlarda, her zaman çabucak sakinleşirim.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |
| 16 | Duygularımı kontrolde iyiyim.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      | ( )      |

**Ek-3: Girişimcilikte Özyeterlilik Ölçeği**

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 1   | 2   | 3   | 4   | 5   |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
|    | <p><b>GİRİşİMCİLİKTE ÖZ YETERLİLİK ÖLÇEğİ</b><br/> DOES SELF-EFFICACY AFFECT ENTREPRENEURIAL INVESTMENT? GAVIN CASSAR* and HENRY FRIEDMAN, Strategic Entrepreneurship Journal Strat. Entrepreneurship J., 3: 241–260 (2009)</p> <p>(1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum seçeneğini temsil etmektedir.</p> |     |     |     |     |     |
| 1. | Bir işe başlamak için gereken çabayı ortaya koyabileceğime eminim .                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| 2. | Geçmiş tecrübelerim bir işe başlamak için çok değerli olacaktır.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| 3. | Genel olarak, becerilerim ve yeteneklerim bir işe başlamamda yardımcı olur.                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |
| 4. | Eğer sıkı çalışırsam, başarılı bir şekilde bir işletme kurabilirim / bir işi başarılı bir şekilde başlatabilirim.                                                                                                                                                                                                                                                                 | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) | ( ) |

