



MESLEK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN DUYGUSAL ZEKÂ BOYUTLARI İLE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİYİ BELİRLEMeye YÖNELİK UYGULAMA IMPLEMENTATION OF DETERMINING THE RELATION BETWEEN EMOTIONAL INTELLIGENCE DIMENSIONS AND ENTREPRENEURIAL TRENDS OF VOCATIONAL STUDENTS

Saliha EMRE DEVECİ*

Öz

Bu araştırma, öğrencilerin duygusal zekâ düzeyleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi saptamak amacıyla yapılmıştır. Gerçekleştirilen çalışmada Duygusal Zekânın Girişimcilik Eğilimi üzerindeki etkisi "Yapısal eşitlik modeli" ile alt boyutlar bazında ölçülmeye çalışılmış ve etkinin varlığı gözlenmiştir. Araştırmanın evrenini, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencileri oluşturmaktadır. Bu evrenden kolayda örneklem yöntemi ile 206 öğrenci seçilmiştir. Veri toplama aracı olarak Duygusal Zekâ Ölçeği ile Girişimcilik Eğilimi Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda duygusal zekânın üç alt boyutuyla girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişki bulunurken, diğer alt boyutları ile girişimcilik eğilimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki görülmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Zekâ, Girişimci, Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi.

Abstract

This research was conducted to determine the relationship between emotional intelligence levels of students and entrepreneurship tendencies. Effect of Emotional Intelligence on Entrepreneurship Tendency In the study conducted, the sub-dimensions were tried to be measured on the basis of the "structural equality model" and the existence of the effect was observed. The student's universe constitutes the students of Gaziantep University Social Sciences Vocational School. 206 students were selected by this sampling method easily. Emotional Intelligence Scale and Entrepreneurship Tendency Scale were used as data collection tools. As a result of the research, a significant relationship was found between three sub-dimensions of emotional intelligence and entrepreneurship tendency, whereas no statistically significant relation was found between entrepreneurship tendency and other sub-dimensions.

Keywords: Emotional Intelligence, Entrepreneur, Entrepreneurship, Entrepreneurship Tendency.

1. Giriş

Bilim insanları duygusal zekânın IQ gibi 'kader' olmadığını aksine bireyin hayatı boyunca duygusal zekâsını geliştirebileceğini belirtmektedirler. Bu durum da duygusal zekâyı önemli hale getirmektedir. Duygusal zekânın üzerinde çok çalışılan ve çok araştırma yapılan bir kavram olduğunu belirten Doğan ve Şahin'e göre bu ilgede Daniel Goleman tarafından 1995'te yazılan ve en çok satan kitaplar listesinde ilk sıralarda bulunan 'Duygusal Zekâ' kitabının etkisi büyüktür (Yüce ve Meriç, 2017, 435).

İlk kez 1930 yılında Howard Gardner'ın Çoklu Zekâlar Teorisi ile gündeme gelen duygusal zekâ kavramı, son yıllarda insan zekâsı ve davranışları üzerinde en ilgi çeken konulardan biri olmuştur. Duygusal zekâ, Psikolog Peter Salovey ve John Mayer tarafından "bireyin kendisinin ve diğer bireylerin hislerini anlaması, bunlar arasında ayırım yapması ve elde ettiği bilgiyi davranışlarına aktarabilmesi ile ilgili sosyal zekânın bir alt kümesi" olarak tanımlanmıştır. Duygusal zekâ özellikle olumsuz koşullar altında bireyin empatik olma, azim yeteneği, bulunduğu çevreye uyabilme, self-kontrol, kendi kendini motive etme ve duygularını kontrol edebilme gibi yetenekleri sayesinde ayakta kalmasına ve yaşamını sürdürmesine yardımcı olmaktadır (Yelkikalan, 2006, 40).

1990'da Salovey ve Mayer tarafından formüle edilen ve daha sonra değiştirdikleri duygusal zekâ modelinde, duygusal zekânın duyguların değerlendirilmesi ve ifade edilmesi, duyguların düzenlenmesi ve duygusal bilginin düşünme ve oyunculukta kullanılmasını içeren üç ayrı bileşenden oluşan bir şemsiye konsepti olduğu ileri sürülmüştür (Petrides ve Furnman, 1999, 313). Uygulamalı Psikoloji Bölümü şu ana kadar Salovey ve Mayer modeline ek olarak iki yeni model daha gündeme getirmiştir. İlki yönetimsel performansını yönlendiren çok çeşitli yetkinlikler ve beceriler olarak gören Goleman modeli, diğeri ise potansiyel olarak genişletilebilen çok modlu bir süreç içerisinde kendiliğinden raporlanan akıllı davranış etkileyen, birbiriyle ilişkili duygusal ve sosyal yetkinliklerin, becerilerin ve kolaylaştırıcıların birbirlerini tanımlayan Bar-On modelidir (Bar-on, 2006, 14).

* Dr. Öğr. Gör., Gaziantep Üniversitesi, salihaemre@gantep.edu.tr

Klasik anlamda girişimci, daha çok kendi işini kuran, çeşitli üretim faktörlerini bir araya getirerek ve risk üstlenerek üretim sürecinde bulunan ve bunun sonucunda da kar elde etmeyi amaçlayan kişi olarak tanımlanmaktaydı. Günümüzde ise girişimcilik, yüksek düzeyde yaratıcılık kullanılarak ortaya çıkarılabilecek daha üstün durumlara varmak için bir yöntem olarak algılanmaktadır (Arslan, 2002, 2).

Mevcut literatür, girişimcilik faaliyetinde bulunan kişilerin rastgele belirlenmediğini göstermektedir. Çeşitli faktörler, insanların başarıya ulaşma gereksinimi, aşırı güven kontrol odağı, iyimserlik gibi psikolojik özellikler de dahil olmak üzere girişimcilik faaliyetlerinde bulunmalarıyla ilişkilidir (Nicolaou vd., 2008, 168).

Birçok farklı alanlar da yapılan duygusal zekâ çalışmalara ek olarak bu çalışma Meslek Yüksekokulu öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin girişimcilik eğilimlerine etkileri ölçmek amacıyla yönelik gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın ilk bölümünde kavramsal çerçevede duygusal zekâ yanında girişimcilik eğilimi üzerinde durularak, duygusal zekânın girişimcilik eğilimine etkisi literatür desteği ile açıklanmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde çalışmanın metodolojisi açıklanmıştır. Üçüncü ve son bölümde ise araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

2. Duygusal Zekâ

Duygusal zekâ terimi 1960'larda edebi eleştiride ve psikiyatride rastlantısal olarak kullanılmıştır. Yirmi yıl sonra, bir tez çalışmasında daha kapsamlı olarak ele alınmıştır. 1990 yılında, Mayer, Salovey ve Caruso duygusal zekâyı açık bir şekilde tanımlayan ve ona bir teori ve gösteri ölçüsü geliştiren iki makale yazmışlardır (Chauhan, 2007, 218).

Duygusal zekâ kavramını ilk olarak ortaya atan Salovey ve Mayer duygusal zekâyı, "bireyin kendisinin ve diğerlerinin hislerini ve duygularını izleme, bunlar arasında ayırım yapma ve bu süreçten elde ettiği bilgiyi, düşünce ve davranışlarında kullanabilme yeteneğiyle ilgili olan sosyal zekânın bir alt formu" olarak tanımlamaktadırlar (Salovey ve Mayer 1990, 184). Dr. Daniel Goleman duygusal zekâyı, bireyin kendisini harekete geçirebilme, aksiliklere rağmen yoluna devam edebilme, dürtüleri kontrol ederek tatmini erteleyebilme, ruh halini düzenleyebilme, empati kurma, umut etme, sorunların düşünmeyi engellenmesine izin vermeme" olarak tanımlamıştır (Goleman, 1995, 167) .

Ayrıca Mayer ve Salovey'e göre, "duygusal zeka sadece tek bir özellik veya yeteneği ifade etmez, bireyin kendisinin ve başkalarının duygularını değerlendirmeye ve ifade etmeye katkıda bulunan, kendilerinin ve başkalarının duygularını kontrol etmeye yardımcı olan ve bireyin kendi yaşamında motivasyon ve başarıyı sağlayıcı duyguları kullanmayı sağlayan çok sayıdaki yeteneklerin bir kombinasyonudur (Salovey ve Mayer, 1990, 185). Salovey ve Mayer'a göre duygusal zekâ üç boyuttan oluşmaktadır: Duyguları değerlendirme (appraisal and expression of emotion), duyguları düzenleme (regulation of emotion) ve duyguları zekâ olarak kullanabilme (utilization of emotion as intelligence) (Salovey ve Mayer, 1990, 186). Bu tanımlar ışığında duygusal zekâ, kişinin kendisini, duygularını ve özelliklerini tanıma ve başkalarını anlama yeteneği olarak tanımlanabilir.

Cooper ve Sawaf'ın "Executive EQ" adlı popüler kitabında, duygusal zekâyı; kişinin kendi duygularını ve nasıl işlediğini anlatan duygusal okuryazarlık, duygusal sertlik ve esneklik içeren duygusal zindelik, hangi duygusal yoğunluğu ve büyüme potansiyeli ile "duygusal simya", yaratıcılık kıvılcımı için duygu kullanma yeteneği şeklinde duygusal derinlik belirli becerileri ve eğilimleri dört dönüm noktasına bağlamıştır (Schutte vd., 1998, 168).

Duygusal zekâ, çoğunlukla üç temele dayanmaktadır. İlki, duyguların hayatta önemli bir rol oynadıklarıdır. İkincisi, insanlar duyguları anlama, algılama, kullanma ve yönetme konusunda farklılıklar gösterebilmektedir. Üçüncüsü ise, bu farklılıkların bireyin çeşitli sosyal ortamlardaki (işyeri vb.) adaptasyonunu etkilediğidir (Büyükbese, Direkçi, Erşan, 2017, 223).

Psikolojik literatürün mevcut incelemelerinde, Mayer, Salovey ve Caruso duygusal zekânın yetenek ve becerilerini dört alana ayırmayı uygun bulmuştur: (a) duyguyu algılama yeteneği, (b) düşünmeyi kolaylaştırmak için duygu kullanmak, (c) duyguları anlamak ve (d) duyguyu yönetmek. Bu dört alan dört dallı model olarak bilinir (Mayer, Salovey ve Caruso, 2004, 199).

Weisinger duygusal zekânın aşağıdaki boyutlarını ele alır (Weisinger, 1998, 4):

- Öz farkındalık: Kişinin kendi kendini nasıl yansıttığına dair doğru bir algıyı yansıtır. Bu kavram, diğer araştırmacıların kendi kendini izleme olarak tanımladıklarına benzer ve kendi kendini anlama, şu andaki gerçek hisleri anlama ve kendi iç durumlarını bilmeyi içerir.

- Öz yönetim: Olumsuz duyguları silme ve problem çözme için yapıcı bir yola geri dönme yeteneği olarak tanımlanır.

- Kendini motive etme: Yüksek derecede öz motivasyona sahip bireyler, içsel olarak motive olmayı ve takviye için dış kaynaklara güvenmeme eğilimindedir.
- Empati: Empati, başkalarının duygularını anlama ve duyarlı olma yeteneği olarak tanımlanır.
- Sosyal beceriler: Sosyal beceriler, sosyal durumları okuma, başkalarıyla etkileşim kurma ve ağ oluşturma becerisi olarak tanımlanır.

3. Girişimcilik Eğilimi

Girişimci kavramı ilk olarak Fransızca *entreprendre*'den gelen, girişmek fiilinden türemiş ve anlamı; bir şey yapmak olan kelimedir. İlk anlam olarak da araştırmacı, maceracı, hükümet alt yapı bağlantılarını kuran kişi, mimar ve tarım ile ilgilenen insanlar için kullanılmakta idi. Daha sonra sanayi alanında, risk alan veya riski hesaba katabilen sermayedarlar için de kullanılmış ve böylece anlamı genişlemiştir. 18. yüzyıldan bu yana birçok ekonomist tarafından girişimcinin çok değişik tanımları yapılmıştır. 20. yüzyıl da ise Schumpeter girişimcinin modern bir tanımını yapmıştır. Yapılan bu tanımda girişimcinin yenilikçi ve dinamik olma özelliğini ekonomik kalkınmada, insan kaynaklarının ana yapı taşlarından birisi olarak ilk kez vurgulayan ve gündeme getiren Schumpeter'dir. Girişimcilik ile ilgili çalışmalara en büyük katkısı bulunan kişilerden biri olan ve teknoloji ile girişim kavramını bütünleştiren Schumpeter; girişimciyi diğerlerinden ayıran en önemli özelliğin yenilikçilik (inovasyon) kavramı olduğunu vurgulamış ve girişimciyi, toplumda değişimi yaratacak kişi ve kurumlar olarak tanımlamıştır (Özyılmaz, 2016, 6).

Girişimcinin yenilikçilik yönünü vurgulayan Joseph Shumpeter, "Ekonomik Kalkınma Teorisi" kitabında, girişimcinin aşağıdaki beş görevden birini gerçekleştirdiğini savunur: 1) yeni bir malın ya da yeni bir kalitenin tanıtılması, 2) yeni bir üretim yönteminin oluşturulması, 3) yeni bir pazarın açılması, 4) yeni bir tedarik kaynağının ele geçirilmesi ve 5) yeni organizasyon veya endüstriyel alan oluşturulması (Li, 2013, 6).

Girişimciliğin tanımına gelince Hisrich ve Peter, girişimciliği, beraberinde getirebileceği finansal ve sosyal riskler önceden kabullenilen, buna karşın hasredilen zaman ve çaba sonucunda, parasal ve kişisel tatmin ve bağımsızlık niteliğindeki ödüllerin elde edileceği yeni bir şey yaratma süreci olarak ifade etmektedir (Hisrich ve Peter, 2002, 20). Bu tanımda girişimciliğin bir süreç olduğunu vurgulamıştır. Girişimciliğin bakış açısı, insan, fiziksel ve bilgi kaynakları ve bunu verimli bir şekilde bir araya getirme sürecidir. Girişimciler insanları belirli yollarla bir araya getirir ve yeni bir ürün yaratır veya var olanı üretmek için fiziksel sermaye, fikirler bulmaya çalışır (Lazear, 2005, 649). Dollinger ise girişimciliği, risk ve belirsizlik koşulları altında kazanç veya büyüme amacıyla yenilikçi bir ekonomik organizasyonun oluşturulması şeklinde tanımlanmıştır (Dollinger, 2003, 5).

Birçok farklı tanımla kanıtlandığı gibi, girişimcilik terimi farklı insanlar için farklı şeyler anlamına gelir ve farklı kavramsal perspektiflerden görülebilir. Ancak, farklılıklara rağmen, bazı ortak yönler vardır: risk alma, yaratıcılık, bağımsızlık ve ödüller. Bu ortaklıklar gelecekte girişimcilik kavramının ardındaki itici güç olmaya devam edecek (Hisrich ve Peter, 2002, 22).

Girişimcilik eğilimi kavramsal olarak incelendiğinde, eğilim kelimesi TDK'nın sözlüğünde bir şeyi sevmeye, istemeye veya yapmaya içten yönelme olarak açıklanmaktadır. Girişimcilik eğilimi ise kişinin yeni bir girişimde bulunma yönündeki yatkınlığını ifade eder. İşletmeler açısından ele alındığında, girişimcilik eğilimi üst kademedeki yönetimin planlı riskler üstenebilme, yenilik yapabilme ve proaktif davranışlar sergileyebilme yatkınlığını gösterir. Bu nedenle girişimcilik eğilimi genelde yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma konusunda üst yönetimin stratejisine gönderme yapar. Girişimcilik eğilimi üniversite öğrencileri açısından düşünüldüğünde ise potansiyel girişimci kavramı ile karşılaşırız. Potansiyel girişimci kişilerin kendilerini girişimsel davranışa sevk edebilecek özelliklere, becerilere ve isteklere sahip olmasını tanımlamak için kullanılmaktadır. Girişimcilik süreci oldukça uzun bir sürede oluştuğu için girişimci olma eğilimi, bu uzun dönemli süreçte ve sürecin gelişiminde ilk adım olarak görülebilir (Özdemir, 2015, 121).

Duygusal zekâ, bireyin kişilerarası davranışını şekillendirmede önemli bir rol oynar. Duygusal zekâ, bireyin kişisel davranışlarını da şekillendirmede önemli bir rol oynar. Zeidner, Matthews ve Roberts duygusal zekâsı yüksek olan insanların amaçlarını, fikirlerini ve niyetlerini daha ilginç ve iddialı bir şekilde iletmeyi başardıklarını iddia etmişlerdir. Ayrıca duygusal zekânın takım çalışması için gerekli olan sosyal becerilerle ilişkili olduğunu öne sürerler. Duygusal zekâ, bireyin sosyal ilişkilerden memnuniyet düzeyini şekillendirir. Goleman, Boyatzis ve McKee, bir liderin güven duyulması ve dinlenmesi için yüksek duygusal zekaya sahip olması gerektiğini iddia etmiştir. Gerçekten de, bir liderin insanları motive etmek ve bir amaç duygusu sunmak için yüksek duygusal zekâya sahip olması gerekir (Nikolic, 2014, 390).

Duygusal Zekâ, girişimciliğin başarısının unsuru olan bireyin sosyal etkinliklerini geliştirir. Duygusal zekâ, daha iyi bir sosyal ağ, daha yüksek, daha iyi iş ilişkilerine yol açar. Duygusal zekâ yüksekse bireyler yeteneklerini doğru bir şekilde geliştirebilir. Bu bağlamda kişiler kendi performanslarında ve çeşitli

görevlerde daha verimli kullanabilmek duyguları yerleştirmek ve yakın ilişkilerde, problem çözmede, karar vermede, duyguları uygun ifade etme ve kontrol etmekte duygularını etkili bir şekilde yönetebilirler (Khatoon, 2013, 1).

Zampetakis ve arkadaşları tarafından yapılan çalışmada duygusal zekâ ile girişimci tutumlar ve niyetler arasındaki bağlantı, sadece doğrudan değil, aynı zamanda ilgili proaktif ve yaratıcı eğilimlerle de ilişkili olduğu belirtilmiştir. Duygusal öz-yeterlilik, proaktif davranışın önemli bir önceliği olabilir. Öz yeterlilik literatürü, kişinin kendi kabiliyetine ilişkin küresel yeterlilik inançlarının olduğunu göstermektedir. Üstelik, yüksek bir duygusal zekaya sahip olan öğrenciler daha fazla stres toleranslı olabilirler, bu yüzden daha yüksek bir kişisel inisiyatif sergilemelerine ve aktif olarak bilgi aramalarına olanak tanıyan bir işletmede başlangıcında daha fazla güven ve kontrol sahibi olurlar (Zampetakis vd., 2009, 599).

Duygusal zekâ, girişimcilik davranışını iki yönden etkiler. İlki duygusal etkililiğin öz değerlendirmesi yönündedir. Duygusal zekâyâ sahip çalışanlar yüksek strese ve çevreye karşı yüksek tolerans gösterebilirler. Bu nedenle kendi duygularını değerlendirme ve düzenleme konusunda daha uzadılar. Örneğin, duygusal zekâsı yüksek çalışanlar çevresel streslere yüksek tolerans gösterirler ve ayrıca stresi azaltmak için hayal kırıklığı gibi duygularını düzenleyerek girişimci davranış düzeylerini arttırabilirler. İkinci yön ise duygusal zekâsı yüksek olanlar proaktif ve yaratıcı eğilimler konusunda daha yüksek etkililiğe sahip olma eğilimindedirler ve böylece girişimciliği kolaylaştırmak davranışı sergilerler (Zampetakis vd., 2009, 168).

4. Araştırmanın Metodolojisi

Bu bölümde öncelikle araştırmanın amacı ele alınmakta, daha sonra araştırmanın evreni ve örneklem kümesinin seçimi hakkında bilgi verilmekte, son olarak da hipotezleri sunulmaktadır.

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin sahip oldukları duygusal zekâ boyutlarının girişimcilik eğilimlerine etkisinin var olup olmadığını saptamak amacıyla yapılmıştır.

4.2. Araştırmanın Yöntemi ve Örneklem Kümesinin Seçimi

Araştırmada veri toplama aracı olarak yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Anket Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencilerine uygulanmıştır. 2018 yılında Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda toplam olarak 1370 öğrenci eğitim görmektedir. Bu ana kütlede tesadüfi olmayan kolayda örneklem yöntemi ile seçilen 300 öğrenciye uygulanan ankette, analize uygun 206 tanesi değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmada öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerini ölçmek amacıyla Hall (1999) tarafından geliştirilmiş ve Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği Ergin (2000) tarafından yapılmış olan ölçek kullanılmıştır. İlgili yazıda "Duygusal Zeka Değerlendirme Ölçeği" , duyguların farkında olma, duygularını yönetme, kendini motive etme, empati, ilişkilerini kontrol etme olmak üzere beş alt boyut ve 30 sorudan oluşmaktadır. Çalışmamızda öğrencilerde duygusal zekâyı oluşturan boyutların ve bu boyutlara bağlı önermelerin tespit edilmesi amacıyla duygusal zekâ ölçeğini oluşturan önermeler üzerinde SPSS 21 istatistik paket programı kullanılarak açımlayıcı faktör analizi sonucunda duygusal zekâ ölçeğinin duyguları anlama (6 madde), duygulara hâkim olma (6 madde), başkalarının duygularını anlama (4 madde), olumsuz duygularla mücadele (3 madde), başkalarının duygularına yardımcı olma (4 madde), etki ve anlama (3 madde), olmak üzere 6 boyut ve bu boyutlara bağlı 26 önermeden oluştuğu tespit edilmiştir. Ölçekteki sorulara verilen cevaplar altılı likert tipi ölçek üzerinden değerlendirilmektedir. Anketin ikinci bölümünü oluşturan girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesine yönelik ölçek Damar (2015) çalışmasından yararlanılmıştır. İlgili yazıdaki ölçekten alınan sorularda öğrencilerde girişimciliği oluşturan boyutlar ile bu boyutlara bağlı önermelerin tespit edilmesi amacıyla girişimcilik ölçeğini oluşturan önermeler üzerinde SPSS 21 istatistik paket programı kullanılarak açımlayıcı faktör analizi sonucunda girişimcilik eğilimi ölçeğinin yenilikçilik ve çaba (7 madde), kendine güven ve yetenek (6 madde), yenilikçilik ve azim (5 madde), plan ve başarı (3 madde) olmak üzere 4 boyut ve bu boyutlara bağlı 21 önermeden oluştuğu tespit edilmiştir.

4.3. Araştırmanın Hipotezleri

Duygusal zekâ boyutlarının girişimcilik eğilimi üzerine etkisinin var olup/olmadığını saptayabilmek amacıyla oluşturulan hipotezler şunlardır:

H1: Duygusal zekâ düzeylerinin öğrencilerin girişimcilik eğilimine pozitif etkisi vardır.

H2: Duygusal zekâ boyutlarından duyguları anlama boyutunun öğrencilerin girişimcilik eğilimine pozitif etkisi vardır.

H3: Duygusal zekâ boyutlarından duygulara hâkim olma boyutunun öğrencilerin girişimcilik eğilimine pozitif etkisi vardır.

H4: Duygusal zekâ boyutlarından etki ve anlama boyutunun öğrencilerin girişimcilik eğilimine pozitif etkisi vardır.

H5: Duygusal zekâ boyutlarından başkalarının duygularını anlama boyutunun öğrencilerin girişimcilik eğilimine pozitif etkisi vardır.

H6: Duygusal zekâ boyutlarından olumsuz duygularla mücadele boyutunun öğrencilerin girişimcilik eğilimine pozitif etkisi vardır.

H7: Duygusal zekâ boyutlarından başkalarının duygularına yardımcı olma boyutunun öğrencilerin girişimcilik eğilimine pozitif etkisi vardır.

5. Bulgular

Araştırmanın bulgular bölümü dört alt başlıktan oluşmaktadır. Bulgular bölümünün ilk alt başlığını öğrencilerin demografik özelliklerine yönelik bulgular oluştururken; ikinci alt başlığını duygusal zekâyı oluşturan boyutların tespitine yönelik bulgular oluşturmaktadır. Bulgular bölümünün üçüncü alt başlığını girişimciliği oluşturan boyutların tespitine yönelik bulgular oluştururken bu bölümün son alt başlığını ise öğrencilerin duygusal zekâsının girişimciliğe olan etkilerinin tespitine yönelik bulgular oluşturmaktadır.

5.1. Öğrencilerin Demografik özelliklerine Yönelik Bulgular

Öğrencilerin demografik özelliklerine yönelik bulgular tablo 1’de verilmiştir. İlgili tabloya göre öğrencilerin % 56,8’i kadın, % 43,2’si erkeklerden oluşmaktadır. Öğrencilerin % 60,2’si 20 yaş ve altındayken % 37,4’ü 21-25 yaş aralığındadır. 26 yaş ve üzerinde olan öğrencilerin oranı ise % 2,4’tür. Öğrencilerin % 45,1’i ailelerini kontrollü, % 39,3’ü güvene dayalı, % 11,2’si ise baskıcı olarak nitelendirdiği tespit edilmiştir. Öğrencilerin % 88,8’i ailesiyle birlikte yaşarken, % 6,4’ü yurttan, % 4,4’ü ise arkadaşlarıyla birlikte paylaşımlı evde yaşadığı tespit edilmiştir. Öğrencilerin önemli bir kısmının şehirde yaşadığı (%88,8) ortaya konulurken, köyde veya ilçede yaşayanların oranı ise % 11,2’dir.

Tablo 1: Öğrencilerin demografik özelliklerine yönelik bulgular

Değişken	n	%
Cinsiyet		
Kadın	117	56,8
Erkek	89	43,2
Toplam	206	100
Yaş		
20 Yaş ve altı	124	60,2
21-25 yaş	77	37,4
26 yaş ve üzeri	5	2,4
Toplam	206	100
Aile türü		
Baskıcı	23	11,2
Serbest	9	4,4
Kontrollü	93	45,1
Güvene dayalı	81	39,3
Toplam	206	100
Üniversitede kalınan yer		
Ailele birlikte	183	88,8
Yurttan	14	6,8
Arkadaşlarla evde	9	4,4
Toplam	206	100
Yaşam alanı		
Kentsel alan (Şehir)	183	88,8
Kırsal alan (Köy-İlçe)	23	11,2
Toplam	206	100

5.2. Öğrencilerde Duygusal Zekâyı Oluşturan Boyutların Tespitine Yönelik Bulgular

Öğrencilerde duygusal zekâyı oluşturan boyutların ve bu boyutlara bağlı önermelerin tespit edilmesi amacıyla duygusal zekâ ölçeğini oluşturan önermeler üzerinde SPSS 21 istatistik paket programı kullanılarak Açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Önermelerin faktörlere yüklenme katsayı değeri 0,4 olarak belirlenmiş ve bu katsayısının altında yer alan önermelerle iki faktöre birden bağlanan binişik önermelerin ölçekten (0,100’den daha düşük farka sahip) çıkarılmasına karar verilmiştir. Faktör analizinde döndürülmemiş matrisin yorumlanması oldukça güç olduğundan faktörler ve önermeleri Promax yöntemi kullanılarak döndürülmüştür. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda duygusal zekâ boyunu oluşturan otuz

önermenin dördünün 0,4'ten düşük faktör yük değerine sahip olduğu veya iki faktöre birden aynı anda bağlandığından dolayı çıkarılmasına karar verilmiştir. Yapılan düzenleme işlemleri sonucunda açılımlı faktör analizinin KMO değerinin, 862, Barlett küresellik testinin ise anlamlı çıktığı ($p < 0,05$) sonucu tespit edilmiş olup bu değerlerin beklenen değerler olduğu ifade edilebilir. Açılımlı faktör analizi sonucunda duygusal zekanın 6 boyut ve bu boyutlara bağlı 26 önermeden oluştuğu tespit edilmiştir. Söz konusu 6 boyut ve 26 önerme toplam varyansın % 57,221'ini açıklamaktadır.

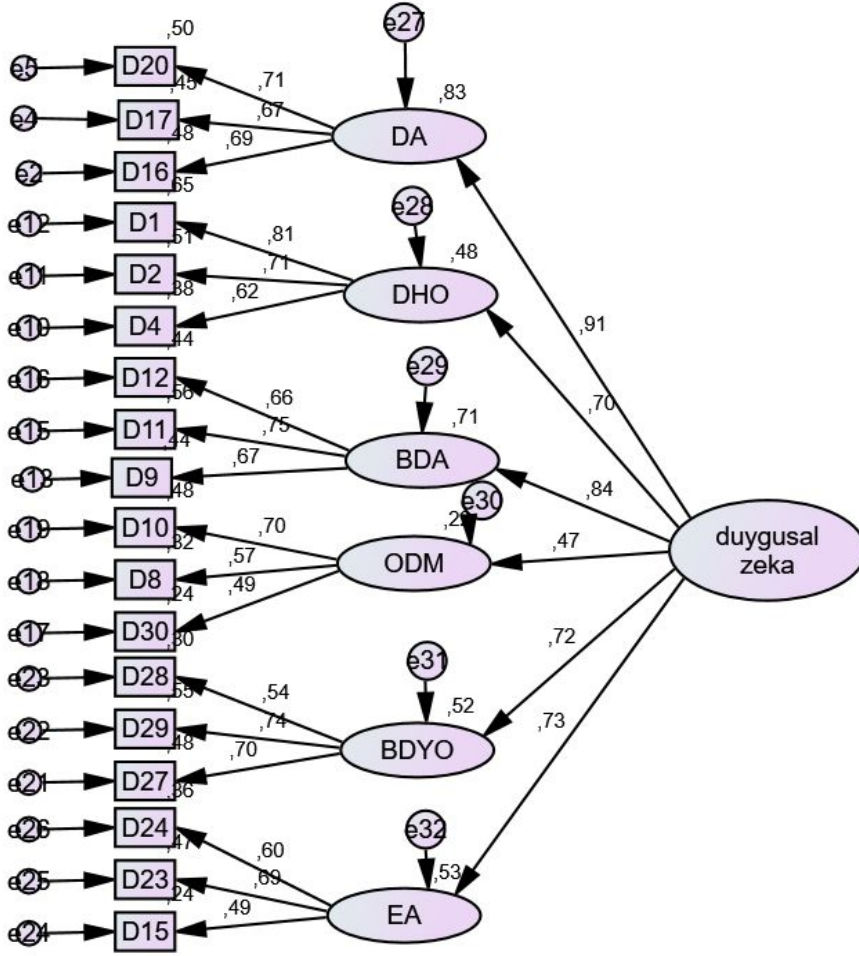
Duygusal zekâyı oluşturan birinci boyut "Duyguları Anlama" olarak isimlendirilmiş olup bu boyut altı önermeden oluşmaktadır. Duygusal zekâyı oluşturan ikinci boyut "Duygulara hâkim olma" olarak isimlendirilmiş olup bu boyut altı önermeden oluşmaktadır. Duygusal zekâyı oluşturan üçüncü boyut "Başkalarının duygularını anlama" olarak isimlendirilmiş olup bu boyut ise dört önermeden oluşmaktadır. Dördüncü boyut "olumsuz duygularla mücadele" şeklinde adlandırılmış olup üç önermeden oluşmaktadır. Beşinci ve altıncı boyut sırasıyla "Başkalarının Duygularına Yardımcı Olma" ve "Etki ve anlama" şeklinde adlandırılmış olup her iki boyutun sırasıyla dört ve üç önermeden oluştuğu tespit edilmiştir.

Tablo 2: Duygusal zekâyı oluşturan boyutların tespitine yönelik açılımlı faktör analizi sonuçları

Duygusal zekâyı oluşturan boyutlar						
Duyguları anlama						
Sağlığım için gerçek duygularımdan haberdar olmak çok önemlidir.	837	,				
Doğrudan ifade edilmese bile başkalarının duygularını kolayca anlayabilirim	789	,				
Zaman uygunsa olumsuz duygularımı, hatalarımı değerlendirir ve olumsuzluk sebebinin ne olduğunu bulmaya çalışırım.	758	,				
İşler yolunda gitmediği zaman kendime hâkim olurum.	727	,				
Kolayca sükûnet, dikkat ve hazır olmayı gerektirecek durumlara girebilirim.	456	,				
Neler hissettiğimin farkındayım.	447	,				
Duygulara hâkim olma						
Sağduyumun bir ürünü olan olumlu ve olumsuz duygularımın her ikisini de hayatıma yön vermede kullanırım.	713	,				
Olumsuz duygularımla hayatımda ne gibi değişiklikler yapmam gerektiğini ortaya koyarım.	636	,				
Duygularımı her an kendime uygun bir şekilde ifade ederim.	614	,				
Kendimi tehdit ve tehlike altında hissettiğim zaman kendime hâkim olup ne yapmam gerektiği konusunda kendimi odaklayabilirim.	561	,				
Baskı altında sakinimdir.	551	,				
Kendimi tehdit ve tehlike altında hissettiğim zaman büyük ölçüde olumlu duygularla hareket ederim (mizah, şaka, mücadeleci vs)	537	,				
Başkalarının duygularını anlama						
Başkalarının üzerinde sakinleştirici bir etkim var.	834	,				
Başkalarının duygusal ihtiyaçlarına duyarlıyım.	732	,				
Bir başarısızlık durumunda başarabilmek için tekrar tekrar deneyebilecek gücüm vardır.	542	,				
Başkalarının problemlerini dinlemede oldukça iyiyimdir.	485	,				
Olumsuz duygularla mücadele						

Olumsuz duyguların beni uzun süre etkilemesine izin vermem.					764	,		
Bazı şeyler yolunda gitmeyip altüst olduğu zaman yeniden kolayca soğukkanlı olabilirim.					627	,		
Olumsuz duygularımdan kolayca sıyrılabilirim					626	,		
Başkalarının duygularına yardımcı olma								
Başkalarının duygularına güçlü bir şekilde uyarım							807	,
Kendi kişisel amaçlarına ulaşmada başkalarına yardımcı olurum.							671	,
Bir ilişkiyle ilgili tavsiye isteyenler için uygun birisiyim							647	,
Bir görev söz konusu olduğunda olumsuz duygularımdan kolayca sıyrılabilirim.							447	,
Etki ve anlama								
İnsanlar benim diğer insanların duygularını etkilediğimi düşünürler								,707
Başkalarının belirgin olmayan ihtiyaçlarını kolayca sezebilirim.								,649
Diğer insanların mizacına, ihtiyaçlarına ve güdülerine tepkilerde bulunurum								,619
Açıklanan Varyans	520	8,	15	,3	16	,8	10	,5
Toplam Açıklanan Varyans	57,221							
Barlett Küresellik Testi	,000							
Kmo Katsayısı	,862							

Açımlayıcı faktör analizi sonucunda tespit edilen altı boyut ve 26 önermeli ölçeğin geçerliliğinin sağlanması ve önermelerin boyutlara ne derecede iyi bağlandığının tespit edilebilmesi amacıyla ölçeği oluşturan boyutlar ve önermelere AMOS 19 paket programı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda mevcut ölçekten elde edilen uyum iyiliği değerlerinin istenilen düzeye ulaşmadığı sonucu tespit edilmiştir. Uyum iyiliği değerlerini yükseltebilmek için çeşitli önermeler arasında kovaryans birleştirmeleri denenmiş ancak bu işlemlerle de beklenen uyum iyiliği değerleri elde edilememiştir. Yapısal eşitlik modelinde kovaryans birleştirmeleriyle beklenen uyum iyiliği değerleri sağlanamazsa açımlayıcı faktör analizi sonucunda ortaya konulan boyutlara sahip önermelerin silinerek istenilen değerlere ulaşılması beklenebilir (Meydan ve Şeşen, 2015). Paket programın Modifikasyon indeks kısmında yer alan önerileri dikkate alınarak birinci ve ikinci boyuttan 3 önermenin; üçüncü ve beşinci boyuttan ise bir önermenin çıkarılmasına karar verilmiştir. Yapılan işlemler sonucunda ölçeğin 6 boyut ve 18 önermede geçerliliğinin sağlandığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda duygusal zekâ ölçeğini oluşturan ölçeğin CMIN/df değerinin 1,479, GFI değerinin, 906, CFI değerinin 0,938, TLI değerinin 0,926 ve RMSEA değerinin ise, 048 olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu değerler göz önüne alındığında 6 boyut ve 18 önermeli duygusal zekâ ölçeğinin kabul edilebilir ve geçerliği kabul edilmiş bir yapıya sahip olduğu ifade edilebilir. Diğer taraftan söz konusu ölçeğin güvenilirlik katsayısı olan Cronbach's Alpha değerinin, 867 olması ölçeğin güvenilir bir ölçek olduğunu ortaya koymaktadır.



Şekil 1: Duygusal zekâyı oluşturan boyutlar üzerine yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonuçları

5.3. Girişimciliği Oluşturan Boyutların Tespitine Yönelik Bulgular

Öğrencilerde girişimciliği oluşturan boyutlar ile bu boyutlara bağlı önermelerin tespit edilmesi amacıyla girişimcilik ölçeğini oluşturan önermeler üzerinde SPSS 21 istatistik paket programı kullanılarak Açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Önermelerin faktörlere yüklenme katsayı değeri 0,4 olarak belirlenmiş ve bu katsayının altında yer alan önermelerle iki faktöre birden bağlanan binişik önermelerin ölçekten (0,100'den daha düşük farka sahip) çıkarılmasına karar verilmiştir. Faktör analizinde döndürülmemiş matrisin yorumlanması oldukça güç olduğundan faktörler ve önermeler Promax yöntemi kullanılarak döndürülmüştür. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda girişimcilik ölçeğini oluşturan otuz altı önermenin on beşinin 0,4'ten düşük faktör yük değerine sahip olduğu veya iki faktöre birden aynı anda bağlandığından dolayı çıkarılmasına karar verilmiştir. Yapılan düzenleme işlemleri sonucunda açımlayıcı faktör analizinin KMO değerinin, 902, Barlett küresellik testinin ise anlamlı çıktığı ($p < 0,05$) sonucu tespit edilmiş olup bu değerlerin beklenen değerler olduğu ifade edilebilir. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin 4 boyut ve bu boyutlara bağlı 21 önermeden oluştuğu tespit edilmiştir. Söz konusu 4 boyut ve 21 önerme toplam varyansın % 57,279'unu açıklamaktadır.

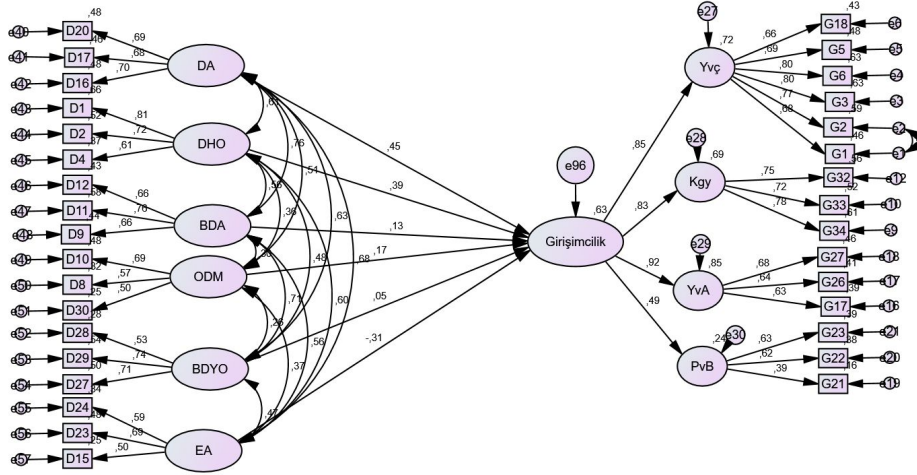
Girişimciliği oluşturan birinci boyut "yenilikçilik ve çaba" olarak isimlendirilmiş olup bu boyut yedi önermeden oluşmaktadır. Girişimciliği oluşturan ikinci boyut "kendine güven ve yetenek" olarak isimlendirilmiş olup bu boyut altı önermeden oluşmaktadır. Girişimciliği oluşturan üçüncü boyut "Yenilikçilik ve azim" olarak isimlendirilmiş olup bu boyut ise beş önermeden oluşmaktadır. Girişimciliği oluşturan dördüncü boyut "plan ve başarı" olarak isimlendirilmiş olup bu boyut ise üç önermeden oluşmaktadır.

Tablo 3: Girişimciliği oluşturan boyutların tespitine yönelik açımlayıcı faktör analizi sonuçları

Girişimciliği oluşturan boyutlar				
Yenilikçilik ve çaba				
Hatalarımı kabul ederim	,933			
Başkalarının fikirlerine açığım.	,899			
Bir şeye karar vermeden önce farklı açılardan bakarım.	,747			
Bir şeyi planlarım ve onu gerçekleştirmek için elimden geleni yaparım	,659			
Gerçek duygularımı gösterebilirim	,643			
Çok çalışırsam, başarılı olacağıma inanıyorum.	,629			
Yeni fikirlere kafa yormak beni eğlendirir.	,414			
Kendine güven ve yetenek				
Şimdiki durumumla genellikle mutluym.		,804		
Kendimle barışığım.		,768		
Ben karar verme konusunda mantıksal bir yaklaşımı tercih ederim.		,700		
Beklenmedik durumlarda başa çıkma konusunda yetenekliyim.		,696		
Başarabilme yeteneğim konusunda kendime güvenirim.		,634		
Ben daha az zamanda daha fazla iş yaptığımdan dolayı verimliyimdir.		,621		
Yenilikçilik ve azim				
Beni yaratıcılık gerektiren durumlar teşvik eder.			,919	
Bir şeyi başarmak ve onu insanlara tanıtmak istiyorum.			,620	
Başkalarının düşünemedikleri şeyleri yapmak isterim.			,608	
Planlar yaptığımda, hemen hemen onları gerçekleştirebileceğimden eminim.			,527	
Bir şeylerin olmasını beklemek ya da seyretmek yerine ben kendim bir şeyler yapmayı tercih ederim.			,419	
Plan ve başarı				
Ben planımı gerçekleştiremediğim zaman, kolayca ümitsizliğe kapılırım				,812
Şansın başarı getireceğine inanıyorum.				,711
Başarısız olmaktan her zaman kaçınırım.				,657
Açıklanan Varyans	7,121	,390	,043	5,726
Toplam Açıklanan Varyans	57,279			
Barlett Küresellik Testi	,000			
KMO Katsayısı	,902			

Açımlayıcı faktör analizi sonucunda tespit edilen dört boyut ve 25 önermeli ölçeğin geçerliliğinin sağlanması ve önermelerin boyutlara ne derecede iyi bağlandığının tespit edilebilmesi amacıyla ölçeği oluşturan boyutlar ve önermelere AMOS 19 paket programı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda mevcut ölçekten elde edilen uyum iyiliği değerlerinin istenilen düzeye ulaşmadığı sonucu tespit edilmiştir. Uyum iyiliği değerlerini yükseltebilmek için çeşitli önermeler arasında kovaryans birleştirmeleri denenmiş ancak bu işlemlerle de beklenen uyum iyiliği değerleri elde edilememiştir. Yapısal eşitlik modelinde kovaryans birleştirmeleriyle beklenen uyum iyiliği değerleri sağlanamazsa açımlayıcı faktör analizi sonucunda ortaya konulan boyutlara sahip önermelerin silinerek istenilen değerlere ulaşılması beklenebilir (Meydan ve Şeşen, 2015). Paket programın Modifikasyon indeks kısmında yer alan önerileri dikkate alınarak ikinci ve üçüncü boyuttan 1 önermenin çıkarılmasına karar verilmiştir. Yapılan işlemler sonucunda ölçeğin 4 boyut ve 19 önermede geçerliliğinin sağlandığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda girişimcilik ölçeğini oluşturan ölçeğin CMIN/df değerinin 1,430, GFI değerinin, 910, CFI değerinin 0,959, TLI değerinin 0,952 ve RMSEA değerinin ise, 046 olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu değerler göz önüne alındığında 4 boyut ve 19 önermeli girişimcilik ölçeğinin kabul edilebilir ve geçerliği kabul edilmiş bir yapıya sahip olduğu ifade edilebilir. Diğer taraftan söz konusu ölçeğin güvenilirlik katsayısı olan Cronbach's Alpha değerinin, 899 olması ölçeğin güvenilir bir ölçek olduğunu ortaya koymaktadır.

eşitlik modelinin CMIN/df değerinin 1,400, CFI değerinin 0,921, TLI değerinin 0,912 ve RMSEA değerinin ise 0,044 olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu değerler dikkate alındığında yapısal eşitlik modelinin kabul edilebilir uyum iyiliğine sahip olduğu ifade edilebilir. Araştırmanın amacı kapsamında duygusal zekâyı oluşturan hangi boyutların öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini etkilediğini tespit etmek amacıyla yapılan yol analizinde, girişimcilik boyutlarından Duyguları anlama, Duygulara hâkim olma ve Etki ve anlama boyutlarının öğrencilerin girişimcilik eğilimini ($p < 0,05$) etkileyen boyutlar olduğu tespit edilirken; başkalarının duygularını anlama, olumsuz duygularla mücadele ve başkalarının duygularına yardımcı olma boyutlarının ise öğrencilerin girişimcilik eğilimine etki eden boyutlar olmadığı ($p > 0,05$) sonucu tespit edilmiştir. Yol katsayılarının standardize değerleri incelendiğinde duyguları anlama boyutu öğrencilerin girişimcilik eğilimini pozitif ve güçlü yönde etkilediği sonucu tespit edilirken ($\beta = 0,450$), duygulara hâkim olma boyutunun da pozitif ve güçlü yönde girişimcilik eğilimini etkilediği ($\beta = 0,391$) tespit edilmiştir. Öte yandan duygusal zekânın etki ve anlama boyutu ise öğrencilerin girişimcilik eğilimini negatif yönde etkilediği ($\beta = -0,307$); öğrencilerin etki ve anlamaya yönelik algıları arttıkça girişimcilik eğilimlerinin azaldığı sonucu tespit edilmiştir. Diğer yandan duygusal zekâyı oluşturan ve geriye kalan üç boyutun ise öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini etkilemediği (başkalarının duygularını anlama, olumsuz duygularla mücadele ve başkalarının duygularına yardımcı olma boyutlarının) sonucu tespit edilmiştir.



Şekil 4: Duygusal zekâyı oluşturan boyutların öğrencilerin girişimcilik eğilimine olan etkisine yönelik bulgular

6. Sonuç ve Öneriler

Girişimcilik günümüz dev ekonomilerinin geliştiği ve güç aldığı en değerli kaynaktır. Ekonomini temel gücü olan girişim kaynaklarından gerektiği şekilde yararlanabilmek ülkenin girişimcilik sistemi, girişimcilik politikası ve stratejilerinin gücüne bağlıdır. Girişimciliğin ekonomi için önemi çok fazladır. Girişimcilik, işsizlik sorununa önemli bir çözüm olanağı sunduğu gibi ayarica ekonomik büyümenin dinamosudur. Girişimci, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek verimlilik alanlarına aktarılma sürecinde baş aktördür. Bu nedenle ülkelerin girişimci sayısını artırma yolunda çabalar içinde olması gerekmektedir. Bu çalışma duyguları anlama, duygulara hâkim olma, başkalarının duygularını anlama, olumsuz duygularla mücadele, başkalarının duygularına yardımcı olma, etki ve anlama olarak nitelendirilen duygusal zekânın girişimcilik eğilimine etkisini tespit etmek amacıyla yapılmıştır.

Gerçekleştirilen çalışmada Duygusal Zekânın Girişimcilik Eğilimi üzerindeki etkisi "Yapısal eşitlik modeli" ile alt boyutlar bazında ölçülmeye çalışılmış ve etkinin varlığı gözlenmiştir. Duygusal zekânın duyguları anlama alt boyutunun girişimcilik eğilimini pozitif ve güçlü yönde etkilediği görülmüştür. Ayrıca duygusal zekânın duygulara hâkim olma alt boyutunun da girişimcilik eğilimini güçlü ve pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Duygusal zekânın sadece etki ve anlama alt boyutunun girişimcilik eğilimini negatif yönde etkilediği sonucu bulunmuştur. Diğer yandan duygusal zekâyı oluşturan ve geriye kalan başkalarının duygularını anlama, olumsuz duygularla mücadele ve başkalarının duygularına yardımcı olma boyutlarının girişimcilik eğilimlerini etkilemediği sonucun varılmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine bakıldığında büyük bir kısmının bayan, 20 yaş ve altında olduğu görülmektedir. Ve öğrencilerin yetiştiği aile ortamları çoğunla kontrollü ve güvene dayalı olduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırma sadece üniversite öğrencilerine yapılması nedeniyle daha geniş ve farklı bir bakış açısı kazanılması için diğer devlet üniversitelerinde ve vakıf üniversitelerinde ayrıca girişimcilik eğitimi almakta olan ya da bu eğitimi alarak kendi işinin sahibi olmuş kişileri de kapsayacak şekilde yapılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, F. (2002). Duygusal Zekâ ve Liderlik. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.12, s.53-68.
- Arslan, K. (2006). Üniversitesi Öğrencilerinde Mesleki Tercihler Ve Girişimcilik Eğilimleri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, S.6, s.1-11.
- Bar-On, R. (2006). The Bar-On Model Of Emotional Social Intelligence (ESI). *Psicothema*, S.18, s.13-25.
- Büyükbese, T.& Direkçi, E.&Erşahan, B. (2017). Üniversite Öğrencilerini Duygusal Zekâlarının İletişim Becerilerine Ve Bireysel Yenilikçilik Seviyelerine Etkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S.7, s.221-236.
- Chauhan, S.P.&Chauhan, D. (2007). Emotional Intelligence: Does It Influence Decision Making And Role Efficacy?. *Indian Journal Of Industrial Relations*, S.43, s. 217-238.
- Damar, A. (2015). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi: Sannio Üniversitesi Ve Selçuk Üniversitesi'nde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Dollinger, M. J. (2003). *Entrepreneurship Strategies And Resources*. N.J: Prenticehall.
- Goleman, D.(1998). *Duygusal Zekâ Neden IQ'dan Daha Önemlidir?*. (B. S. Yüksel, Çev.) İstanbul: Varlık Yayınları.
- Hisrich, R. D. & Peters, M.P.(2002). *Entrepreneurship*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Khatoun, N. (2013). The Impact Of Emotional Intelligence On The Growth Of Entrepreneurship. *International Journal Of Business Management&Research*, S.3, s.1-8.
- Lazear, E.P.(2005). Entrepreneurship. *Journal Of Labor Economics*, S.23, s.649-680.
- Li, D. (2013). *Essays On Entrepreneurship And Economic Growth*. Unpublished Doctoral Thesis. The University At Buffalo, State University Of New York, Doctor Of Philosophy, Retrieved 18 June 2018 from: <https://search.proquest.com/pqdtglobal/docview/1413325214/38033EB400BC4997PQ/1?accountid=15958>
- Mayer, J. D. & Salovey, P. & Caruso, D. R. (2004). Emotional Intelligence: Theory, Findings And Implications. *Psychological Inquiry*, S.15, s.197-215.
- Meydan, C.H.&Şeşen, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi Amos Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Nicolaou, N.& Shane, S.& Cherkas, L.& Hunkin, J.& Spector, T. D. (2008). Is The Tendency To Engage In Entrepreneurship Genetic?. *Management Science*, S.54, s.167-179.
- Nikolic, M.&Vukonjanski, J.& Nedeljkovic, M.& Hadzic, O.&Terek, E. (2014). The Relationships Between Communication Satisfaction, Emotional Intelligence And The Globe Organizational Culture Dimensions Of Middle Managers In Serbian Organizations. *Journal Of East European Management Studies*, S.19, s.387-412.
- Özdemir, L. (2015). Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Öğrencilerinin Sosyotropik -Otonom Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, S.13, s.115-139.
- Özyılmaz, A. M. (2016). *Türkiye'de Kadın Girişimciliği Ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Petrides, K.V. & Furnham, A. (2000). On The Dimensional Structure Of Emotional Intelligence. *Personality And Individual Differences*, S.29, s.313-320.
- Salovey, P.& Mayer, J. D.(1990). Emotional Intelligence.*Baywood Publishing Co.s*.185-211.
- Schutte, N.C.& Malouff, J.M.&Hall, L.E.&Hargerty, D.J.&Cooper, J.T.&Charles, J.G.&Dornheim, L.(1998). Development And Validation Of A Measure Of Emotional Intelligence. *Personality And Individual Differences*, S.25, s.167-177.
- Weisinger, H. (2006). Emotional Intelligence At Work, *John Wiley & Sons*, s.1-17.
- Yelkikalan, N. (2006). 21. Yüzyılda Girişimciliğin Özelliği: Duygusal Zekâ. *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, S.1, s.39-51.
- Yüce, A. & Meriç, K. (2017). Duygusal Zekâ İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama. *Kafkas Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi*, S.8, s.433-446.
- Zampetakis, L.A.&Beldekos, P.&Moustakis, V. S. (2009). Day-Today Entrepreneurship Within Organizations: The Role Of Trait Emotional Intelligence And Perceived Organizational Support. *European Management Journal*, S.27 (3), s.165-175.
- Zampetakis, L. A. & Kafetsios K.&Bouranta N.&Dewett T.&Moustakis S.V.(2009). On The Relationship Between Emotional Intelligence And Entrepreneurial Attitudes And Intentions. *International Journal Entrepreneurial Behavior & Research*, S.15, s.595-618.