

# DUYGUSAL ZEKÂ İLE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ARASINDA ÖZ YETERLİLİĞİN ARACILIK ROLÜ: ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİNDE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Sümevra CEYHAN<sup>1</sup>

Sercan YILTAY<sup>2</sup>

Burcu BATGA<sup>3</sup>

## ÖZ

Çağımızda gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkeler ve ülke ekonomileri bakımından büyük öneme sahip olan girişimcilik, gerek kamu kuruluşları gerekse özel sektör aracılığı ile de teşvik edilmekte ve desteklenmektedir. Bununla birlikte bireyin duygularını ifade etme, onları anlama ve yönlendirme gibi özellikleri kapsayan “duygusal zekâ” kavramı da iş hayatında hızla kabul görmekte ve başarının anahtarlarından biri olarak kabul edilmektedir. Öz yeterlilik, bireylerin belirli bir işi başarabilme yetisine olan inancıdır. Bireylerin işlerinde başarılı olabilmeleri, iş ortamının sağladığı olanakların yanı sıra bireylerin kişisel özelliklerine de bağlıdır. Güncel gelişmeler açısından çok değerli olan bu kavramlar çalışmanın temelini teşkil etmektedir. Bu çerçevede, girişimciliğin duygusal zekâ ve öz yeterlilik ile olan ilişkisinin tespit edilmesi de önem arz etmektedir. Çalışmada duygusal zekânın lisans öğrencilerinin öz yeterlilik ve girişimcilik eğilimlerine nasıl bir etkisi olduğunun araştırılması amaçlanmaktadır.

Araştırmanın evrenini potansiyel girişimci olarak değerlendirilebilecek olan Çukurova Üniversitesi’nde eğitim gören İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi örgün ve ikinci öğretim öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma modelinin test edilebilmesi amacıyla PLS-SEM yöntemi kullanılacaktır. PLS-SEM yöntemi hem faktör analizini hem de regresyon analizini kapsayan, parametrik olmayan bir SEM yöntemidir. PLS-SEM yönteminde ölçek modeli (dışsal model) ve yapısal model (içsel model) olmak üzere iki temel bileşen vardır. Öncelikle ölçeğin güvenilir olup olmadığı Cronbach Alpha testi ile analiz edilecek, değişkenler arasındaki etki ve ilişkilerin incelenmesi için regresyon ve korelasyon analizleri kullanılacak ve bu analizler sonucunda duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimi arasında öz yeterlilik aracılık rolünün ne düzeyde olduğu tespit edilmeye çalışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Duygusal Zekâ, Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi, Öz Yeterlilik

**JEL Kodları:** L2, L26, M1

---

<sup>1</sup>Öğr. Gör. Dr., Bingöl Üniversitesi, [sceyhan@bingol.edu.tr](mailto:sceyhan@bingol.edu.tr)

<sup>2</sup>Uzman, Çukurova Üniversitesi, [sercanyiltay@gmail.com](mailto:sercanyiltay@gmail.com)

<sup>3</sup>Öğr. Gör., Bingöl Üniversitesi, [bbatga@bingol.edu.tr](mailto:bbatga@bingol.edu.tr)

## **THE MEDIATING ROLE OF SELF-EFFICACY BETWEEN EMOTIONAL INTELLIGENCE AND ENTREPRENEURSHIP TENDENCY: A FIELD STUDY AT ÇUKUROVA UNIVERSITY**

### **ABSTRACT**

Entrepreneurship, which is of great importance in terms of all developed and developing countries and national economies, is encouraged and supported by both public institutions and private sector. At the same time, the concept of “emotional intelligence”, which includes expressing the feelings of the individual, understanding and guiding them, is also accepted in business life and is considered as a key to success. Self-efficacy is the belief of individuals in the ability to achieve a certain job. The success of individuals in their work depends on the individual characteristics of the individuals as well as the opportunities provided by the business environment. The success of individuals in their work depends on the personal characteristics of individuals and the opportunities provided by the business environment as well. These concepts, which are very valuable in terms of current developments, form the basis of the study. In this framework, it is important to determine the relationship among entrepreneurship, emotional intelligence and self-efficacy. The aim of this study is to investigate how emotional intelligence has an impact on the self-efficacy and entrepreneurship tendencies of undergraduate students.

The universe of the study consists of formal and second education students, at the Faculty of Economics and Administrative Sciences of Çukurova University, who can be considered as potential entrepreneurs. The PLS-SEM method will be used to test the research model. The PLS-SEM method is a non-parametric SEM method that includes both factor analysis and regression analysis. In the PLS-SEM method, there are two basic components: scale model (external model) and structural model (internal model). Firstly, whether the scale is reliable or not will be analyzed by Cronbach Alpha test, regression and correlation analyzes will be used to investigate the effects and relationships between variables and as a result of these analyzes, it will be tried to determine the level of self-efficacy mediation between emotional intelligence and entrepreneurship tendency.

**Keywords:** Emotional Intelligence, Entrepreneurship, Entrepreneurship Tendency, Self-efficacy

**JEL Codes:** L2, L26, M1

## GİRİŞ

Duygusal zekânın giderek önemli bir kavram haline gelmesi bir çok araştırmacı tarafından farklı faktörlerle ilişkisi ve etkisinin incelenmesine olanak sağlamıştır. Bireylerin mutlu olmaları ve başarıyı elde edebilmeleri duygusal gelişimin sağlanması ile mümkün hale gelmektedir. Bu bağlamda genlerden gelen IQ'nun aksine, duygusal zekânın geliştirilerek ve yaşayarak öğrenilebildiği belirtilmektedir (Yüce ve Meriç, 2017: 435). Yaşamın her alanında karşımıza çıkan duygusal zekânın iş hayatında, arkadaşlarla olan ilişkilerde ve özel hayatımızda olumlu ya da olumsuz etkileri söz konusudur. Goleman (1998), insan zekâsında doğru ölçü olarak nitelendirdiği duygusal zekânın başarı için gerekliliğini savunmaktadır. Goleman (1998), aynı zamanda bireylerin duygusal zekâlarının yüksek olması iş yaşamında da başarı getireceğini ileri sürmektedir. Duygusal zekâyâ sahip girişimciler, iş yapma ve yaptırma, düşüncelerini paylaşma sürecinde başarılı olduklarından dolayı girişimcilik eğiliminde sahip olunan özellikleri de önem arz etmektedir (Acar ve Uslu, 2018: 19). Öz yeterlilik kavramı genellikle “kendine güven” şeklinde ifade edilmektedir. Bireylerin öz yeterliliğinin yüksek olması kendilerini motive ederek zor görevlerin üstesinden gelmesine ve yüksek hedefleri başararak girişimcilik eğilimlerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bandura (1997) yüksek öz yeterliliğe sahip olan bireylerin bu nitelikler ile iş performansı arasında güçlü bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır. Dolayısıyla öz yeterlilik algısının girişimcilik eğilimini harekete geçirecek faktörlerden biri olduğu düşünülmektedir (Ağırman ve Naktiyok, 2018: 3254).

Son yıllarda yapılan araştırmalarda bireylerin duygusal zekâ düzeylerinin iş yaşamında ve bireyler üzerindeki etkisi incelenmiştir. Duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimi ve öz yeterlilik arasındaki ilişkiyi ele alan ayrı ayrı çalışmalar literatürde mevcuttur. Ancak bu değişkenlerin hepsinin bir arada ele alındığı çalışmalar sınırlı sayıdadır. Dolayısıyla literatürdeki eksiklikten yola çıkarak duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimi ve öz yeterlilik arasındaki ilişkinin ya da etkinin ve aracılık rolünün araştırıldığı çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Alan yazın incelendiğinde duygusal zekânın girişimcilik eğilimini ve öz yeterliliği ele alan çalışmalarda etkinin söz konusu olduğu görülmektedir (Zampetakis vd., 2009; Azzadina vd., 2012; Uluköy vd., 2016; Acar ve Uslu, 2018; Ağırman ve Naktiyok, 2018).

Çalışma anket tekniği kullanılarak Çukurova Üniversitesi'nde eğitim gören İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerine uygulanmıştır. Çalışmada öğrencilerin duygusal zekâ algılarının öz yeterlilik ve girişimcilik eğilimlerine etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda çalışmanın ilk bölümde duygusal zekâ, girişimcilik ve öz yeterlilik kavramları tanımlanarak literatür incelenmiştir. Metodoloji kısmında araştırmanın duygusal zekânın girişimcilik ve öz yeterlilik üzerindeki etkisini

ölçmek amacıyla model test edilmiş, değişkenler arasındaki etki incelenerek elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir. Sonuç kısmında ise elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Çalışma doğrultusunda elde edilen bulguların hem girişimcilere hem de akademik çalışmalara yol gösterecek nitelikte olduğu düşünülmektedir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde duygusal zekâ ve öz yeterlilik kavramının teorik temelleri ile ilgili bilgileri verilmiş, duygusal zekâ ve öz yeterlilik kavramlarının bireylerin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkileri ele alınmıştır.

### 2.1. Duygusal Zekâ

İlk olarak Yale Üniversitesi'nden psikolog Peter Salloway ve New Hampshire Üniversitesi'nden psikolog John Mayer tarafından 1990'lı yılların hemen başında kullanılan duygusal zekâ kavramı, 1995 yılında psikolog yazar olan Daniel Goleman'ın, Mayer ve Salovey'in çalışmasını referans alarak inşa ettiği "Emotional Intelligence (EQ)" isimli eserde popülerize olmuştur (Ford-Martin, 2001: 1). Duygusal zekâ kavramı, duyguları ifade etmek, duyguları kullanmak ve duyguları anlamak temellerine dayandırılır (Mayer ve Salovey, 1993: 433). Mayer ve Salovey duygusal zekâ kavramını, bireylerin duyguları net olarak anlayabilmeleri ve sorgulayabilmeleri, kavradıkları duyguları bir düşünce içerisinde sentezleyebilmeleri, kendilerinde veya başkalarında meydana gelen duyguları düzenleyebilmeleri becerisi olarak ifade etmişlerdir (Salloway ve Mayer 1990, Mayer vd., 2002, Acar 2002, Salovey ve Grewal 2005).

Duygusal zekâ kavramı karar verme sürecinde tutarlı bir şekilde davranma özelliklerine sahip olabilmek adına, değişimi kavrayabilme ve değişime uyum sağlayabilme, bilinçli ve kontrollü bir şekilde hareket edebilme gibi niteliklerin kazanılmasına aracılık etmektedir (Arıcıoğlu, 2002: 29).

Duygusal zekâ kavramının son yıllarda giderek önem kazanması, girişimcilik ve üstün performans kavramları ile de direkt ilişkili olması durumu işletmeleri, çalışanlarının duygusal zekâ düzeylerini arttırmaya ve işletmelerin yeni işe alacakları çalışanlarını da duygusal zekâ seviyesi yüksek kişiler arasından seçim yapmalarına yöneltmektedir (Zampetakis, vd., 2009: 168).

Uluköy vd., (2016) göre; duygularını kullanabilme becerisi olan, orjinal fikirler üreten, fırsatları değerlendirerek hislerini ve duygularını problemlerin çözümünde kullanabilen girişimci bireylerin liderlik özellikleri, iletişim ve vizyoner kişilik özelliklerini daha başarılı biçimde kullanacakları düşünülmektedir. Ayrıca kendi duygularını iyi yönetebilen girişimcilerin bu duygularını çalışanlarına veya üçüncü şahıslara aktarabilme yeteneklerinin motivasyon sağlayıcı bir nitelik taşıdığı, bu durumda girişimci bireylerin başarı olasılığına olumlu katkı sağlayacağı ayrıca belirtilebilir.

## 2.2. Öz Yeterlilik

Öz yeterlilik, Albert Bandura tarafından 1983 yılında yapmış olduğu Sosyal Öğrenme Teorisi araştırması sonucunda ortaya çıkan bir kavramdır. En basit haliyle öz yeterlilik kavramı; bireyin herhangi bir olumsuzluk durumu ile karşı karşıya kaldığında, problemi anlamaya çalışması, çözüm için gayret göstermesi, başarısızlık durumunda yılmaması ve problemin veya sorunun üstünden gelebileceğine olan inançlarını yansıtır. Bandura'ya göre (1995); “kişinin, kendisinden beklenen durumları yönetmesini sağlayacak yeteneklere olan inancı” olarak görülmektedir. Bireylerin, yaşamları boyunca elde ettikleri tecrübelerle dayanarak, problemler ile baş edebilme yeteneklerine ait özel bir takım inançlar geliştirdikleri belirlenmiştir. Ayrıca, sahip oldukları bu yetkinlik, inançlarıyla bağlantılı olarak artmakta ve davranış değişikliğinin de artmasına sebep olduğu tespit edilmektedir (Çetin, 2011: 74). Öz yeterlilik kavramı, insanların kendileri adına belirlemiş oldukları amaç ve hedefleri, bunlara ulaşmak için ne kadar çaba sarf edeceklerini, hedeflere ulaşmak adına karşılaştıkları güçlüklerle ne kadar süre yüz yüze kalabileceklerini ve başarısızlık karşısındaki tepkilerini etkilemektedir (Hazır Bıkmaz, 2004: 3).

Öz yeterlik durumu, bireylerin bir işi veya davranışı ya da öğrenme işlemini gerçekleştirip gerçekleştiremeyeceğinden bağımsız bir durumu temsil eder. Bireylerin eylemi gerçekleştirmeden önce kendilerini konu veya olay ile ilgili ne düzeyde yeterli buldukları ile ilgili bir süreçtir (Bandura, 1997: 198). Bu bağlamda, bir eyleme başlayıp başlamamalarına, eylemin gerçekleştirilme evresince performanslarına ve eylemin nihai sonucuna etki ettiği söylenebilir (Pajares, 2006: 342). Öz yeterlik kavramı bireylerin yeteneklerini değil, sahip oldukları yetenekleriyle ilgili, “yeterlilik” algılarının bütünüdür ve sonucu bağımsız bir şekilde etkilemektedir (Topal ve Akgün, 2015: 345). Literatürde gerçekleştirilen çalışmalar ışığında öz-yeterlilik algısı, bireylerin girişimcilik eğilimlerine olumlu yönde pozitif etki etmektedir. Buradan hareketle, öz yeterlilik seviyesi yüksek bireylerin girişimcilik eğilimlerinin de yüksek olacağı, bu bireylerin girişimcilik eğilimlerinin, öz yeterlilik seviyesi düşük bireylere oranla daha yüksek olacağı yorumlanabilir (Çolakoğlu ve Çolakoğlu, 2016: 81).

## 2.3. Girişimcilik Eğilimi

Girişimcilik kavramını standart bir tanımlama olarak incelemek mümkün değildir. Tarihte ilk olarak Ortaçağ zamanlarında kullanılan bu kavramın “entrepreneure” sözcük kökeninden gelmiş olduğu ve “üstlenmek”, “girişmek” anlamı taşıdığı görülmektedir (Uluyol, 2013: 351). İş hayatında ise ilk kullanımı 18. yy başlarında Fransa'da çalışmalarını sürdüren İrlanda kökenli ekonomist yazar Richard Cantillon tarafından dile getirilmiştir. Latince dilinde “İntare” söz öbeğinden gelen “girişimci” kavramı, İngilizce'de enter (giriş) ve pere (ilk) kelimelerinin köklerinden oluşmakta ve

“entrepreneur” yani; ilk girişen, işe ilk başlayan anlamına gelmektedir (İraz, 2005: 149). Girişimcilik kavramı zamanın doğal akışı içerisinde değişim göstererek 20. yy’da yenilikleri daha kolay kavrama, iş fırsatlarını daha önceden gözlemleyebilme ve ticari açıdan ise; “uygulanabilir hale getirme” anlamında kullanılmaya başlanmıştır (Marangoz, 2012: 2).

Girişimci ise; bir mal ya da hizmeti üreten, bu ürettiği mal veya hizmeti pazarlamak için, kendisine veya başkaları tarafından (yatırımcı) temin etmiş olduğu sermayeyi, üretim faktörlerine yatıran ve böylelikle kar veya zarar etme olasılığını göze alan özel veya tüzel kişiler şeklinde ifade edilebilir (Şimşek, 2007: 24). Ayrıca girişimci bireylerin, pazarda bir fırsat belirlediği, pazarın ihtiyaçlarını karşıladığı ve finansal açıdan başarılı olmak için bu fırsatı kullanmada yeni bir değer, kapasite ve motivasyon yarattığı ifade edilir (Döm, 2006: 7). Eğitim faaliyetleri ve girişimciler sayesinde ülkenin maddi ve insan kaynaklarının daha verimli kullanılabileceği ve girişimcilik kültürünün daha da dibe yayılarak genişleyebileceği söylenebilir (Güreşçi, 2014: 27). Peter Drucker (1995), girişimci bireylerin değişim ve gelişim adına devamlı araştırma yaptıklarını, değişime cevap verip, değişimi bir fırsat olarak gördüklerini ileri sürmektedir. Mark Casson (1998) göre ise, girişimciler kıt kaynakları eşgüdümleyerek ilgili yargısal kararlar alma konusunda uzmanlaşmış kişilerdir (Havinal, 2009: 97).

Girişimcilik iktisat, işletme, psikoloji, sosyoloji ve antropoloji gibi çok farklı disiplinlerce incelenen multidisipliner bir kavramdır. Girişimcilik ile ilgili olan çalışmalarda bireyin girişimci olabilmesini etkileyen faktörler “bireysel, çevresel ve firma yaklaşımı” şeklinde üç grup altında incelenmektedir. Araştırmamızda bireysel faktörlerin boyutları üzerinde durulduğu için bu bölümde girişimcilik eğiliminin bireysel faktörleri hakkında bilgi verilmiştir. Bireysel faktörler girişimciliği genel olarak psikolojik, kişilik özellikleri ve demografik faktörler üzerine yorumlayarak girişimciyi tanımlamaya çalışan bir yaklaşımdır. Psikolojik anlamda bireylerin değer, tutum, ihtiyaç ve beklentileri girişimci bireyler olabilmeleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Demografik faktörler düzeyinde ele alındığında ise; ailedeki erkeklerin, ailedeki ilk çocukların ve eğitim seviyelerinin yükselmesi gibi durumların bireylerin girişimci olma ihtimallerini arttırdığı ayrıca girişimcilik deneyimi olan bir aileye sahip olanların daha çok girişimci olma ihtimali olduğu söylenebilmektedir (İşcan ve Kaygın, 2011: 446).

Caird (2013)’a göre girişimcilik eğilimi bir projeyi başlatma ve sürdürme eğilimi olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda girişimcilerin yüksek düzeyde başarı odaklı olduğu, sorumluluk aldığı, planları gerçekleştirebilmek için fırsatları ve kaynakları etkin değerlendirdiği, başarılı olmak için gerekli özellikleri taşıdıkları veya bunları elde etmek için çaba sarf ettikleri, yaratıcı ve risk alabilen kişiler olduğu ileri sürülmektedir. Yapılan çalışmalar girişimcilik eğiliminin kendi işine sahip olan girişimciler ile hemşireler, öğretmenler gibi diğer meslek gruplarında çalışanlar arasında farklılık gösterdiğini iddia etmektedir (Caird, 1991).

Girişimcilikte bireysel faktörler yaklaşımının, girişimciliği ifade etmede önemle altını çizdiği temel faktör ise özellikler yani bireylerin kişilik özellikleridir. Son dönemlerde girişimciliği etkileyen faktörlerin açıklanması yönünde yapılan çalışmaların birçoğu girişimci bireylerin kişilik özellikleri üzerine odaklanmaktadır (Ulhqi, 2005: 939). Bireylerin kişilik özelliklerini açıklayan bu özellikler ise; risk alma eğilimi, kontrol odağı, başarıma ihtiyacı, yenilik, kendine güven, belirsizliğe karşı tolerans, gibi kişilik özelliklerinden oluşmaktadır.

- **Başarma ihtiyacı:** Bireylerin bir işi başarıma ihtiyacı “McClelland (1961)” tarafından literatüre kazandırılan “başarı ihtiyacı teorisinden” yola çıkarak, bireyin girişimcilik eğilimlerine etki eden bir faktör olduğu ileri sürülmektedir. Bununla birlikte başarı ihtiyacı güdüsü fazla olan bireylerin bir işi başarıma adına daha fazla istekli olmaları, girişimcilik eğilimlerinin de daha yüksek olmasına sebep olmaktadır (Özden vd., 2008: 5). Bu bağlamda yüksek başarı ihtiyacı insanların bir girişimsel aktivitede bulunmasına sebep olmakta, bu aktivitenin sonucunda insanların başarı elde edebilmek için yoğun bir çaba gösterebileceği söylenebilir.
- **Kontrol odağı:** Kontrol odağı boyutu, insanların bir olay sonucunu, kendi anlayış ve kontrolleri çerçevesinde algılayıp değerlendirmeleridir. Literatüre ilişkin olarak bireylerin girişimcilik davranışıyla, kontrol odağı algısı arasında doğrusal bir ilişki mevcuttur (Naktiyok, 2004: 26-27).
- **Risk alma eğilimi:** Girişimciliğin temeli ve tanımı, risk üstlenme eylemi üzerine dayanır (Erdem, 2001: 46). Risk alma eğiliminin bireyin girişimcilik yönüne bazı avantajlar sağlarken dezavantajlara da yol açtığı söylenebilir. Aynı zamanda girişimci bireyler; finansal fırsatlar, aile istihdamı, bağımsızlık, iş güvenliği ve toplumsal hizmet gibi avantajlara sahiptirler. Bu avantajların aksine de araçsal, psikolojik ve finansal riskleri de içinde barındırmaktadır (Kutaniş ve Alpaslan, 2006: 140). Girişimcilik eğilimi olan bireyler bu durumu göz önünde bulundurarak kabul edilebilir ve hesaplanabilir düzeyde risk almak durumundadır.
- **Belirsizliğe karşı tolerans:** Belirsizliğe sahip olan bir durum, bireyler tarafından, yeterli düzeyde data olmaması sebebiyle tam anlamıyla yapılandırılmayan yada kategorize edilemeyen durumu temsil etmektedir. Belirsizliğe karşı tolerans ise; belirsizlik durumlarına karşı olumlu tepkiler verebilme yeteneğini ifade eder (Erdem, 2001: 44).
- **Yenilik:** Yenilik; yeni ürün, hizmet, veya çalışma fonksiyonları yaratmak üzere yeni fırsatları tanımlayabilmek ve tanımlanan bu fırsatları uygulayabilmek olarak açıklanabilir (Subramaniam ve Youndt, 2005: 452). Yenilik genel olarak üç farklı yönü ile tanımlanmaktadır; yeni oluşturulan bir iş birimi, yeni oluşturulan ürün veya yeni meydana

gelen süreç ve organizasyonun özelliği şeklindedir (Raymond ve Pierre, 2010: 1636). Yenilik, girişimcilikle aynı düzeyde bir önem kazanmıştır. Girişimci yenilik yoluyla değişimleri ortaya çıkarır, farkındalık yaratır ve bunun sonucunda da başarıya ulaşır. Bir girişim ya da girişimcilik eğilimin ortaya çıkması yeniliğin doğal bir sonucundan kaynaklanmaktadır.

- **Kendine güven:** Bu kavram bireyin özel bir işi icra etmesinde, bireysel yeteneklerini değerlendirmesindeki kişisel özelliğidir (Kauppila vd., 2008: 4). Kendine güven kavramı, girişimcilik özelliklerine sahip bireylerin özel amaç ve hedeflerini gerçekleştirmede kendilerinin bunları gerçekleştirmede yetenekli oldukları inancını ifade eder (Dam vd., 2009: 3). Kendine güveni yüksek düzeyde olan bireyler, başarı için tüm yeteneklerin karakterlerinde var olduğuna inancı tam insanlardır (Özkalp, Kırel, 2005: 106). Bir girişimi gerçekleştirmede motivasyon unsurunu sağlayan temel özelliklerden olan kendine güven duygusu girişimcilik eğiliminde önemli bir etkiye sahiptir denilebilir.

### 3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Üniversite öğrencilerine uygulanan çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı, araştırmanın örnekleme ve yöntemi, araştırmanın hipotezleri ve modeli, veri toplama araçlarının güvenilirlik ve geçerlilik analizleri, araştırma modeli ve öne sürülen hipotezleri test edilerek elde edilen bulgular ile yorumlara yer verilmektedir.

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Günümüzde girişimcilik, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerini ayakta tutan ve büyümesine katkı sağlayan faktörden biri olarak kabul edilmektedir. Daha girişimci bir toplum için neler yapılması gerektiği hususunda yapılan çalışmalar girişimcilik ve girişimci kavramlarının hangi bileşenlerden oluştuğu konusunda uygulayıcılara fikir vermektedir. Duygusal zekâ gibi bireyin duygularını ifade etme, onları anlama ve yönlendirme gibi özellikleri kapsayan kavram ve bireylerin belirli bir işi başarabilme yetisine olan inancı olan öz yeterlilik kavramı iş ve özel yaşamda başarının anahtarı olduğu düşünülmektedir. Güncel gelişmeler açısından kıymetli olan bu kavramlar çalışmanın temelini teşkil etmektedir. Bu kapsamda, girişimcilik eğiliminin duygusal zekâ ve öz yeterlilik ile olan ilişkisinin tespit edilmesi önem arz etmektedir.

Araştırmanın amacı Çukurova Üniversitesi'nde eğitim gören İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ile duygusal zekâ, ve öz yeterlilik arasında ilişki olup olmadığını belirlemektir. Araştırmanın duygusal zekâ, öz yeterlilik ve girişimcilik eğilimleri üzerinde düşünme, tartışma ve yeni araştırma imkanları oluşturacağı, mevcut durum hakkında gerçekçi değerlendirilmelerin yapılacağı ve elde edilen bulguların literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.



Ayrıca çalışmada aracılık etkisinin öğrenciler açısından değerlendirilmesi araştırmayı özgün kılmaktadır.

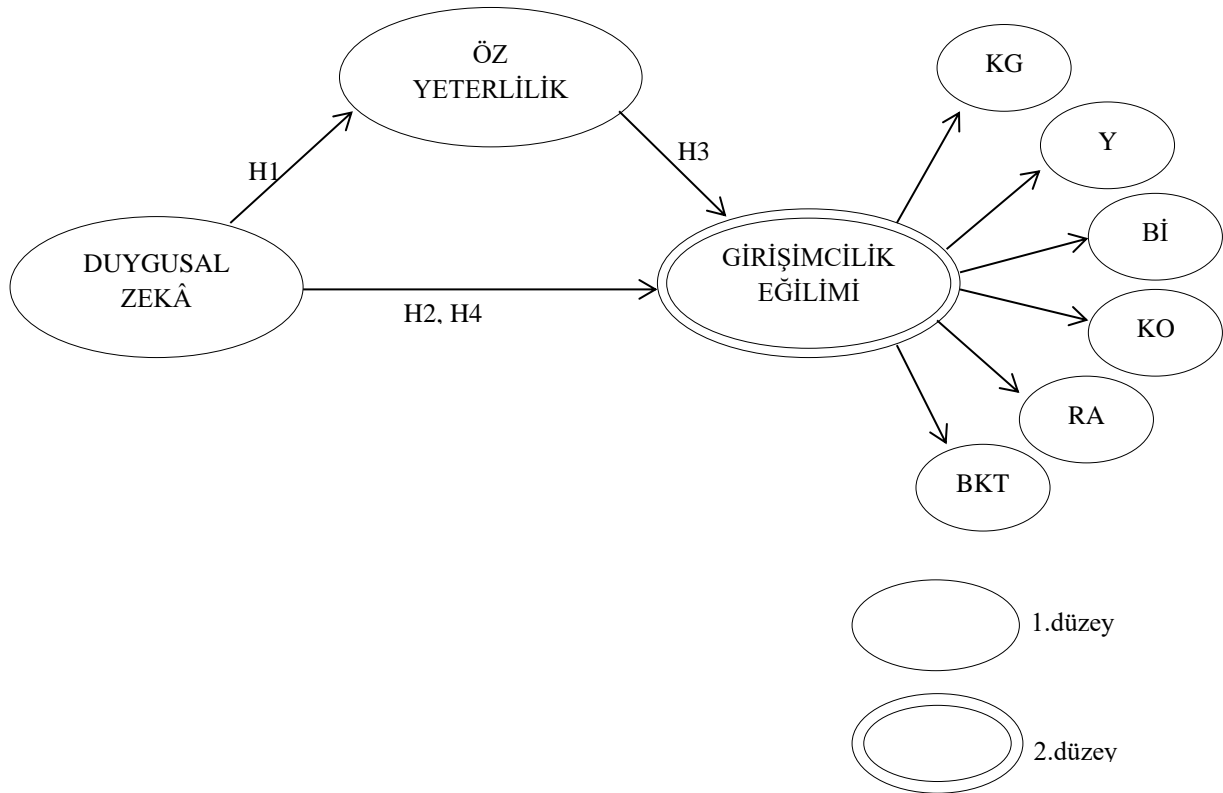
### 3.2. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Bireylerin duygusal zekâ ve öz yeterlilik özelliklerinin girişimcilik sürecine temel oluşturan girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi ve öz yeterlilik algısının aracılık etkisi irdelenmeye çalışılmaktadır. Araştırma modelinde yer alan değişkenlere ilişkin yukarıda ifade edilen görüş ve bulguları ışığında, araştırma kapsamında geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

- *Hipotez 1:* Duygusal zekâ algıları öz yeterliliğe pozitif yönde etki etmektedir.
- *Hipotez 2:* Duygusal zekâ algıları girişimcilik eğilimine pozitif yönde etki etmektedir.
- *Hipotez 3:* Öz yeterlilik algısı girişimcilik eğilimine pozitif yönde etki etmektedir.
- *Hipotez 4:* Duygusal zekâ algıları girişimcilik eğilimine öz yeterlilik aracılığıyla pozitif etki etmektedir.

Yukarıdaki hipotezler ışığında araştırmaya ilişkin yapısal model; girişimcilik eğilimi, duygusal zekâ, öz yeterlilik algısı özellikleri ve kendi aralarındaki olası ilişki ağından oluşmaktadır. Yapısal model ve modele ilişkin bilgiler Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1. Araştırma Modeli



### 3.3. Araştırmanın Yöntemi ve Örneklemi

Çalışmanın amacına uygun birincil verileri toplamak için nicel verilere dayalı araştırma ve ölçme yöntemi benimsendiğinden veri toplama yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma modelinde yer alan değişkenlere yönelik ulusal, uluslararası ve araştırmaya dayalı çalışmalar ayrıntılı bir şekilde taranmış geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiş ölçeklerden yararlanılmıştır. Oluşturulan veri toplama aracı dört bölümden ve 61 ifadeden oluşmaktadır. Birinci bölümde İİBF öğrencilerinin demografik bilgilerini belirlemek amacıyla sorular yer almaktadır. İkinci bölümde duygusal zekâ düzeylerini ölçmek amacıyla Wong ve Low tarafından hazırlanan WLEI-Scale (2002) tarafından geliştirilen “*Duygusal Zekâ Ölçeği*” kullanılmıştır. Üçüncü bölümde öz yeterlilik algısını tespit etmeye yönelik Jerusalem ve Schwarzer (1981) tarafından geliştirilen ve 29 farklı dilde çevrilen “*Genel Öz Yeterlilik Ölçeği*” kullanılmıştır. Bu ölçek 1991 yılında Yeşilay tarafından Türkçe’ye uyarlanmış ve Çalık (2016) tarafından doktora tezinde kullanılmıştır. Dördüncü bölümünü oluşturan girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesine yönelik Caird (1991) tarafından geliştirilen “*Girişimcilik Eğilimi (GET 2) Ölçeği*” 6 boyuttan oluşan ölçek kullanılmıştır. Kullanılan anket formu *Kesinlikle Katılmıyorum’dan (1), Kesinlikle Katılıyorum’a (5)* kadar uzanan, likert tipi bir ölçme aracıdır.

Çalışmanın ana kütlesini Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmada İİBF öğrencilerinin tercih edilmesinin nedeni bu bölüm öğrencilerinin almış oldukları derslerin girişimcilik eğilimi mantığına daha yakın olmasıdır. 2019 yılında Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’nde 6321 öğrenci eğitim-öğretim görmektedir. Öğrencilere tesadüfî örneklem yöntemiyle 500 anket dağıtılmıştır. Anketler, gönüllülük esasına dayanarak çalışanlara elden dağıtılıp araştırmacılar tarafından toplanarak yaptırılmaya çalışılmıştır. Toplam 124 adet anket değerlendirmeye alınmıştır.

### 3.4. Verilerin Analizi

Duygusal zekâ, girişimcilik eğilimi ve öz yeterliliğin lisans öğrencileri üzerinde nasıl bir etkisinin olduğunu araştırmaya yönelik elde edilen araştırma verileri SPSS ve SmartPLS paket programı ile analiz edilmiştir. SSPS ve SmartPLS programları yardımıyla normallik testi, güvenilirlik ve geçerlilik analizleri, yakınsaklık geçerliliği, ayırt edicilik geçerliliği uygulanarak araştırmaya ilişkin yapısal model test edilerek modele ait değişkenler arasındaki doğrudan ve dolaylı ilişkiler tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamındaki ölçeklerin testleri sonucunda önermelerin normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir. Buradan hareketle veri analizi için parametrik olmayan yöntemlerin kullanılmasına karar verilmiştir. Araştırma modeli yapısal eşitlik modellemesi yönteminden Kısmi En Küçük Kareler (PLS-SEM) yöntemi ile analiz edilmiştir. PLS ölçülen modelin ölçümünde kullanılan ölçeğin güvenilirlik ve geçerliliğinin test edilip modeldeki değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi

değerlendirilmektedir. Araştırma modelinde yer alan ana faktörler ikinci düzey faktör ve alt faktörler birinci düzey faktör olarak analiz edilmiştir (Hair vd., 2014).

### **3.5. Araştırma Bulguları**

Bu bölümde, değişkenler arasındaki kavramsal ilişkilerden yola çıkarak araştırmada elde edilen verilerin istatistiksel değerlendirmelere ve bunlara ilişkin yorumlara yer verilmiştir. Araştırmaya katılan Çukurova Üniversitesi İİBF’de öğrenim görmekte olan öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerine, öz yeterlilik algısına ve girişimcilik eğilimine ilişkin bulgular sunulmuştur.

### **3.6. Örneklemin Özelliklerine İlişkin Bulgular**

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine yönelik bulgular tablo 1’de sunulmuştur. İlgili tablodaki verilere göre, öğrencilerin % 49,2’si kadın, % 50,8’i erkeklerden oluşmaktadır. Öğrencilerin okudukları bölüme ilişkin verilerde % 65,3’ü iktisat öğrencisi iken, % 32,3’ü İngilizce işletme ve % 2,4’ü işletme öğrencisi olduğu görülmektedir. Öğrencilerin % 57,3’ü 21-23 yaş aralığındayken %25,8’i 24-26 yaş ve %16,1’i 18-20 yaş aralığındadır. 27 yaş ve üzerinde olan öğrencilerin oranı ise % 20,8’dir. Araştırmaya katılan öğrencilerin sınıf dağılımları incelendiğinde % 64,5’i 4. sınıf öğrencisi iken %28,2 ‘si 1.sınıf öğrencisidir. Ankete katılan öğrencilerin çalışmak istedikleri sektöre yönelik soruya verdikleri cevaplara göre, % 48,4’ü kamu sektöründe, % 40,3’ü özel sektörde ve % 11,3’ü kendi işini yapmak istediklerini belirtmiştir. İş deneyimi olan öğrencilerin oranı % 58,9 iken iş deneyimi olmayan öğrencilerin oranı ise % 41,1’dir. Öğrencilerin %50’si girişimcilik dersi aldıklarını %50’si ise girişimcilik dersi almadıklarını belirtmişlerdir. Tablo 1’e göre ankete katılan öğrencilerin % 53,2’si ailesinde ya da yakın akrabalarında girişimci birinin olduğunu, % 46,8’i ise girişimci birinin olmadığını belirtmişlerdir. Öğrencilerin % 52,4’ü ailelerini güvene dayalı, % 25,8’i kontrollü, % 15,3’ü serbest, % 6,5’i ise baskıcı olarak nitelendirdiği tespit edilmiştir.

**Tablo 1. Demografik Özelliklere Yönelik İstatistiklere İlişkin Bulgular**

		<i>Frekans</i>	<i>Yüzde (%)</i>
<i>Cinsiyet</i>	Kadın	61	49,2
	Erkek	63	50,8
<i>Bölüm</i>	İşletme	3	2,4
	İktisat	81	65,3
	İngilizce İşletme	40	32,3
<i>Yaş</i>	18-20	20	16,1
	21-23	71	57,3
	24-26	32	25,8
	27 ve üzeri	1	0,8
<i>Okunan sınıf</i>	1 Sınıf	35	28,2
	2 Sınıf	4	3,2
	3 Sınıf	5	4,0
	4 Sınıf	80	64,5
<i>Çalışmak istenilen sektör</i>	Kamu	60	48,4
	Özel sektör	50	40,3
	Kendi işim	14	11,3
<i>İş deneyimi</i>	Evet	73	58,9
	Hayır	51	41,1
<i>Girişimcilik dersi</i>	Evet	62	50,0
	Hayır	62	50,0
<i>Ailede girişimci</i>	Evet	66	53,2
	Hayır	58	46,8
<i>Yaklaşım</i>	Baskıcı	8	6,5
	Serbest	19	15,3
	Kontrollü	32	25,8
	Güvene dayalı	65	52,4

N= 124

**3.7. Araştırmanın Temel Bulguları**

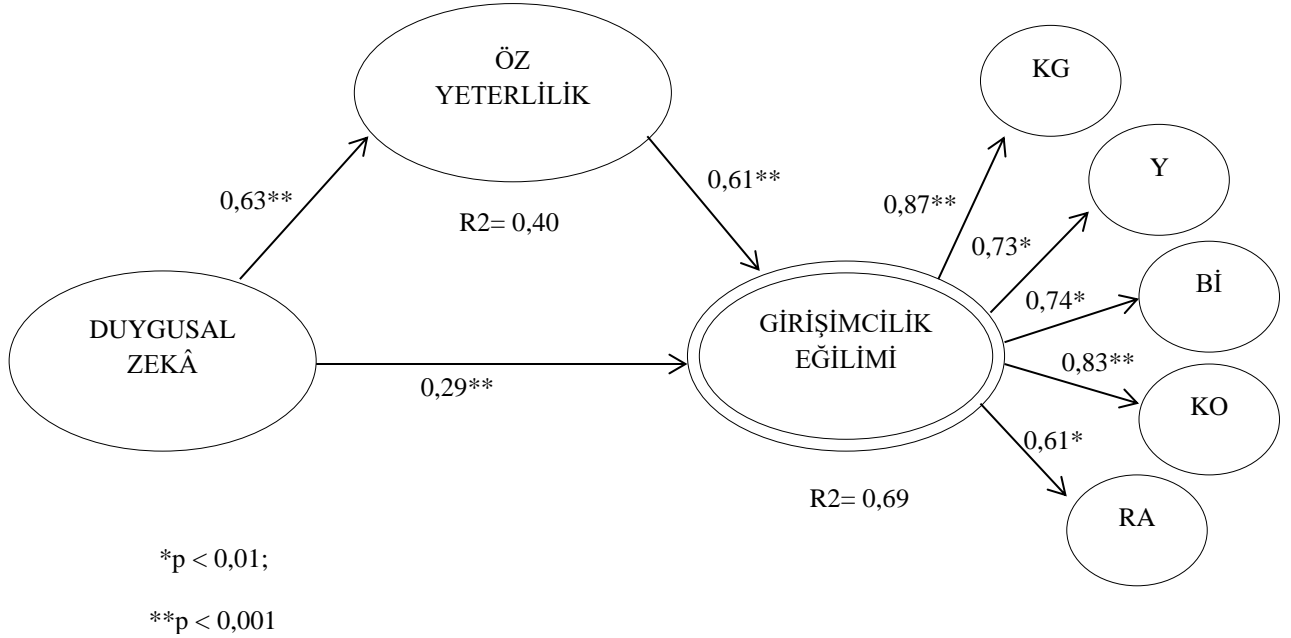
PLS analizine göre her bir önermenin Bileşik Güvenilirlik ve Cronbach Alpha değerinin genel kabul görmüş değer 0,70 ya da üzerinde olması araştırma verisinin içsel tutarlılığını sağlamaktadır (Hair vd., 2009). Bu bağlamda test edilen duygusal zekâ ölçeğinin Cronbach Alpha değeri 0,87 ve Birleşik Güvenilirlik değeri 0,88 olarak tespit edilirken öz yeterlilik ölçeğinin Cronbach Alpha değeri 0,83 ve Birleşik Güvenilirlik değeri 0,84 ve son olarak girişimcilik eğilimi ölçeğinin Cronbach Alpha değeri 0,84 ve Birleşik Güvenilirlik değeri 0,88 olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla modelin güvenilirlik bulguları sonucunda model için geçerlilik ve güvenilirlik değerleri kabul görmüş değerlerin üzerinde çıkmıştır (Nunnally, 1978). Aynı zamanda AVE (Açıklanan Ortalama Varyans) değeri hesaplanmış ve bu değer Fornell ve Larcker (1981)'in önerdiği 0.50'lik düzeyin üzerindedir. Her bir

değişkenin farklı bir kavramı ölçtüğünü ortaya koymak için ayırt edicilik geçerliliği (discriminant validity) hesaplanmıştır. Sonuçlar tüm değişkenlerin ampirik olarak birbirlerinden farklı olduklarını göstermektedir. Bu bağlamda ayırma geçerliliği test edilmiştir.

Çalışmada her bir anket önermesinin faktör yüklemesi yapılarak test edilmiştir. Tüm faktör yüklemelerinin istatistiki olarak anlamlı olduğunu tespit etmek için her bir önerme 0,60'dan büyük olarak yüklenmelidir (Hair vd., 2009). Araştırmada önermelerin tamamı ilgili faktörlere 0,60'dan daha büyük olarak yüklendiği tespit edilmiştir.

Yapısal model sonuçları Şekil 2'de gösterilmiştir. Bu bağlamda değişkenler arasındaki bağlantıların Beta ( $\beta$ ) katsayıları ve bağımlı değişkenin R2 değeri yer almaktadır. Yapısal model sonuçlarına göre duygusal zekâ algısının öz yeterlilik üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır ( $\beta = 0,63$ ;  $p < 0.001$ ). Duygusal zekânın öz yeterlilik algısındaki değişimin % 40 ( $R^2 = 0,40$ ) açıkladığı görülmektedir.  $f^2$  değeri ise yüksek düzeyde etki olduğunu göstermektedir ( $f^2 = 0,67$ ). Duygusal zekâ algısının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır ( $\beta = 0,29$ ;  $p < 0.001$ ). Duygusal zekânın girişimcilik eğilimindeki değişimin % 69 ( $R^2 = 0,69$ ) açıkladığı görülmektedir.  $f^2$  değeri ise orta düzeyde etki olduğunu göstermektedir ( $f^2 = 0,17$ ). Öz yeterlilik algısının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır ( $\beta = 0,61$ ;  $p < 0.001$ ).  $f^2$  değeri ise yüksek düzeyde etki olduğu tespit edilmiştir ( $f^2 = 0,74$ ). Bu bulgulardan elde edilen verilere dayanarak Hipotez 1, Hipotez 2 ve Hipotez 3 desteklenmiştir. Araştırma kapsamında, duygusal zekânın öz yeterlilik ve girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi tespit edilmekle birlikte, öz yeterliliğin girişimcilik eğilimi üzerinde de etkisi test edilmiştir. Öz yeterlilik algısının aracılık etkisi Baron ve Kenny (1986) tarafından geliştirilen yöntem ile test edilmiştir. Araştırma bulgularına göre öz yeterlilik duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimi arasındaki etkiye aracılık etmektedir.  $f^2$  değeri ise yüksek düzeyde etki olduğunu göstermektedir ( $f^2 = 0,70$ ).

Şekil 2. Yapısal Model İlişkilerinin Test Sonuçları



Not: KG: Kendine Güven; Y: Yenilik; Bİ: Başarma İhtiyacı; KO: Kontrol Odağı; RA: Risk Alma

## SONUÇ

Girişimcilik günümüz ekonomilerinin geliştiği ve güç kazandığı en temel kaynaktır. Girişimcilik kavramının tanımlanması ve hangi faktörlerden etkilendiğinin bilimsel olarak incelenmesi önyargıların ortadan kaldırılmasında etkili olacaktır. Girişimci olabilmek için çeşitli niteliklere sahip olmak gerekmektedir, bireylerin öz yeterliliklerini artırabilecek koşulların sağlanması, bireye cesaret verilmesi dolaylı olarak girişimcilik niyetinin de artırılmasını sağlayabilecektir. Bireylerin duygusal zekâlarına ilişkin algılarının hem öz yeterlilikleri üzerinde hem de girişimcilik niyetleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bireylerin duygusal zekâlarının geliştirilmesi ile öz yeterliliklerinin ve girişimcilik niyetlerin artırılmasının mümkün olacağı ifade edilmektedir. Çalışmanın konusu ile ilgili literatür incelendiğinde duygusal zekâ, girişimcilik eğilimi ve öz yeterlilik etkisini ele alan ayrı ayrı çalışmalar mevcuttur. Ancak bu değişkenlerin tümünü ele sınırlı çalışmalar mevcuttur. Aynı zamanda aracılık etkisinin ele alındığı özgün bir çalışma olarak önem arz etmektedir. Dolayısıyla bu çalışmanın genel amacı duygusal zekânın girişimcilik eğilimi ve öz yeterlilik algısının üniversite öğrencileri üzerindeki etkisini incelemektir. Ayrıca bu çalışma bu kavramların birbirleri ile olan ikili ilişkilerini kapsamaktadır. Bu bağlamda çalışmayı diğer

çalışmalardan farklı kılan, duygusal zekâ ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkide öz yeterliliğin aracılık etkisine odaklanılarak hem ilgili literatüre katkı sağlanmaya hem de iş yaşamında kolaylık sağlayacak bulgulara ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu önem doğrultusunda bu çalışmada duygusal zekâ ve öz yeterliliklerinin lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimini ne düzeyde etkilemektedir konusu araştırılmıştır.

Bu doğrultuda araştırmanın örneklemini Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Öğrencilerin % 49,2'si kadın, % 50,8'i erkeklerden oluşmaktadır. Öğrencilerin % 65,3'ü iktisat öğrencisi iken, % 32,3'ü İngilizce işletme ve % 2,4'ü işletme bölümünde olduğu görülmektedir. Öğrencilerin % 57,3'ü 21-23 yaş aralığındayken %25,8'i 24-26 yaş ve %16,1'i 18-20 yaş aralığındadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin % 64,5'i 4. sınıf öğrencisi iken %28,2'si 1.sınıf öğrencisidir. Ankete katılan öğrencilerin % 48,4'ü kamu sektöründe ve % 40,3'ü özel sektörde çalışmak isterken % 11,3'ü kendi işini yapmak istediklerini belirtmiştir. Öğrencilerin % 58,9'nun iş deneyimi olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin yarısı girişimcilik dersi aldığını belirtirken yarısı da almamıştır. Öğrencilerin % 53,2'sinin ailesinde girişimci birinin olduğu görülürken % 46,8'inin ise ailesinde girişimci birinin olmadığını belirtmişlerdir. Öğrenciler ailelerini % 52,4'ü güvene dayalı olarak nitelendirdiği tespit edilmiştir. Araştırma modeli sonuçları incelendiğinde duygusal zekâ algısının öz yeterlilik üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır. ( $\beta = 0,63$ ;  $p < 0.001$ ). Duygusal zekâ algısının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır ( $\beta = 0,29$ ;  $p < 0.001$ ). Öz yeterlilik algısının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır ( $\beta = 0,61$ ;  $p < 0.001$ ). Duygusal zekâ algıları girişimcilik eğilimine öz yeterlilik aracılığıyla pozitif etki etmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda ortaya konan hipotezler kabul edilmiştir. Sonuç olarak duygusal zekâ, öz yeterlilik algısını ve girişimcilik eğilimini etkilemektedir. Aynı zamanda öz yeterlilik girişimcilik eğilimini etkilemektedir. Aracılık testi sonucunda öz yeterliliğin duygusal zekâ ve girişimcilik eğilimine aracılık ettiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda oluşturulan yapısal eşitlik modelinin kabul edilebilir olduğu görülmektedir. Analiz sonuçları araştırmaya katılan lisans öğrencilerin girişimcilik niyetine sahip olduklarını göstermektedir. Aynı şekilde konu ile ilgili daha önceki çalışmalarda öğrencilerin önemli bir kısmının girişimcilik niyeti taşıdığını ortaya koymaktadır (Zampetakis vd., 2009; McLaughlin, 2010; Hashemi ve Ghanizadeh, 2011; Azzadina vd., 2012; Livingston ve Doerr, 2012; Mortan, vd., 2014; Gharetepeh, vd., 2015; Kashif, vd., 2016; Uluköy vd., 2016; Öcal ve Şenel, 2016; Tiwari, vd., 2017; Acar ve Uslu, 2018; Ağırman ve Naktiyok, 2018; Kalfaoğlu, 2018; Alkış ve Akpınar, 2019). Çalışmanın bazı kısıtları mevcuttur. Çalışmanın ışığında, daha sonra konuyla ilgili yapılacak olan çalışmalarda daha büyük örneklerle, farklı fakülte ve bölümlerde öğrenim gören öğrencilerle daha genellenebilir sonuçlara ulaşılabileceği söylenebilir. Aynı zamanda girişimciliğe bakış açılarının, duygusal zekâ düzeylerinin

ve öz yeterlilik algılarının ölçülmesi, farklı sektörlerde çalışanlara da uygulanması literatüre katkı sağlayacaktır. Bunun yanı sıra, duygusal zekâ özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerinde etkisinde farklı değişkenlerin aracılık etkilerinin ölçülebileceği ve farklı modellerle incelenebilmesi önerilebilecektir.

### KAYNAKÇA

- Acar, F., (2002). “Duygusal Zekâ ve Liderlik”, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12, ss.53-68.
- Acar, S. ve Uslu, D., (2018). “Duygusal Zekâ ile Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 5(4), ss.16-32.
- Ağırman, H. ve Naktiyok, A., (2018). “Öz Yeterlilik Algısı Bağlamında Duygusal Zekâ Özellikleri ve Girişimcilik Niyeti”, Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR), 5(28), ss.3253-3262.
- Alkış, H. ve Akpınar, F., (2019). “Duygusal Zekâ ve Girişimcilik Eğilimi: Adıyaman Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32, ss.341-379.
- Arıcıoğlu, M. A., (2002). “Yönetmel Başarının Değerlemedinde Duygusal Zekânın Kullanımı”, Akdeniz İİBF Dergisi, 4, ss.27-42
- Azzadına, I., Sianipar, Corinthias P.M. ve Nuur’Aini, E., (2012). “Measuring the Direct and Significant Influence of Emotional Intelligence Competencies to Entrepreneurial Characteristics”, Indonesia International Conference on Innovation, Entrepreneurship and Small Business, 4(4), ss.16-25.
- Bandura, A., (1977). “Self Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change”, Psychological Review, 84 (2), ss.191-215.
- Caird, S., (1991). “Testing Enterprising Tendency in Occupational Groups”. British Journal of Management, ss.177–186.
- Çetin, F., (2011). “Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü”, İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 2 (3), ss.69-85.
- Çolakoğlu, H. ve Çolakoğlu, T., (2016). “Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitimi İle Öz Yeterlilik Algısı ve Girişimcilik Potansiyeli İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması”, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi Journal of Social Sciences And Humanities Researches, 17 (37), ss.70-84.



- Döm, S., (2006). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Erdem, F., (2001). “Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım”. Akdeniz İİBF Dergisi, 1(2), ss. 43-61.
- Ford-Martin, P., (2001). “Emotional Intelligence”, Encyclopedia of Psychology, <http://www.FindArticles.com/g2699/0004/26000455/p1/artijcle.jhtml>.
- Gharetepeh, A., Safari, Y., Pashaei, T., Razaeei, M. ve Kajbaf, M. B., (2015). “Emotional Intelligence as a Predictor of Self-Efficacy Among Students with different Levels of Academic Achievement at Kermanshah University of Medical Sciences”, Journal of Advances in Medical Education & Professionalism, 3(2), ss.50.
- Hashemi, M. R. ve Ghanizadeh, A., (2011). “Emotional Intelligence and Self-Efficacy: A case of Iranian EFL University Students”, International Journal of Linguistics, 3(1), ss.1-16.
- Havinal, V., (2009). Management and Entrepreneurship. New Age International, New Delhi.
- Hazır Bıkmaz, F., (2004). “Sınıf Öğretmenlerinin Fen Öğretiminde Öz Yeterlilik İnancı” Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, Milli Eğitim Dergisi, 4(161), ss.3-17.
- İraz, R., (2005), Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ’ler, Çizgi Kitabevi, Konya.
- İşcan, K., (2011). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15 (2), ss.443-462
- Kalfaoğlu, S., (2018). “Duygusal Zekâ İle Girişimcilik Eğilimi İlişkisi: Dega Katılımcıları Üzerine Bir Araştırma”, Journal of Social And Humanities Sciences Research, 5(27), ss.2827-2845.
- Kashif, M., Khurshid, M.K. ve Zahid, I., (2016). “Relationship Between Emotional Intelligence and Entrepreneurship, Research on Humanities and Social Sciences, 6(5), ss.22-26.
- Kaupila, O. ve Rajala, R. J.A., (2008). Antecedents of Salespeople’s Reluctance to Sell Radically New Products, Industrial Marketing Management.
- Kutaniş, R. Ö. ve Hancı, A., (2004). “Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları”, 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 25-26 Kasım, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Livingston, Z. ve Doerr, A., (2012). “Emotional intelligence and entrepreneurship”, In Allied Academies International Conference, Academy of Management Information and Decision Sciences, Proceedings, 16(1), ss.29.
- Marangoz, M., (2012). Girişimcilik, Beta Yayınları, İstanbul.
- Mayer, J. ve Salovey, P., (1993). “The Intelligence of Emotional Intelligence”, Intelligence, ss.433- 442.

Mayer, J.D, Salovey, P. ve Caruso, D., (2002). The Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test (MSCEIT). Toronto, Ontario: Multi-Health Systems.

McLaughlin, E. B., (2010). “The Role of Emotional Intelligence and Self-Efficacy in Developing Entrepreneurial Career Intentions”, In Academy of Management Proceedings, 1, ss. 1-5.

Mortan, R. A., Ripoll, P., Carvalho, C. ve Bernal, M. C., (2014). “Effects of Emotional Intelligence on Entrepreneurial Intention and Self-efficacy”, Revista de Psicologia del Trabajo y de las Organizaciones, 30(3), ss.97-104.

Naktiyok, A., (2004). İç Girişimcilik. Beta Yayınlar, İstanbul.

Öcal, K. ve Şenel, E., (2016). “Duygusal Zekânın Sosyal Destek Algısı Üzerindeki Etkisi: Öz Yeterlik İnancının Aracı Rolü”, Muğla Sıtkı Koçman University Journal of Social Sciences, 36.

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.

Pajares, F., (2006). “Self-Efficacy During Childhood and Adolescence” F. Pajares ve T. Urdan (Ed.), “Self-Efficacy Beliefs of Adolescents” (339-367). Greenwich, CT: Information Age Publishing.

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.

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.

Şimşek, M. Ş., (2007). İşletme Bilimlerine Giriş, Adım Ofset ve Matbaacılık, Konya.

Tiwari, P., Bhat, A. K. ve Tikoria, J. (2017). “The Role of Emotional Intelligence and Self-efficacy on Social Entrepreneurial Attitudes and Social Entrepreneurial Intentions”, Journal of Social Entrepreneurship, 8(2), ss.165-185.

Topal, M. ve Akgün, Ö. E., (2015). “Eğitim Fakültesinde Okuyan Öğretmen Adaylarının Eğitim Amaçlı İnternet Kullanımı Öz-Yeterlik Algılarının İncelenmesi: Sakarya Üniversitesi Örneği”, Kastamonu Eğitim Dergisi, 23 (1), ss.343-364.

Ulhqi, J. P., (2005). “The Social Dimensions Of Entrepreneurship”. Technovation, 25, ss.939-946.

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.

UluYol, O., (2015). “Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Gölbaşı Meslek Yüksekokulu Örneği”, AdıYaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(15), ss.350-372.

Yüce, A. ve Meriç, K. (2017). Duygusal Zekâ ile Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama, Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 8, ss.433-446.

Zampetakis, L. A. Beldekos, P. Ve Moustakis, V. S., (2009). “Day-to-Day” Entrepreneurship Within Organisations: The Role of Trait Emotional Intelligence and Perceived Organisational Support, European Management Journal, 27(3), ss.165-175.