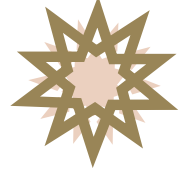




Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Yıldız Social Sciences Institute Journal

Web sayfası bilgisi: <https://ysbed.yildiz.edu.tr>
DOI: 10.14744/ysbed.2022.00014



Orijinal Makale / Original Article

Duygusal zekâ ve girişimcilik niyeti arasında öz yeterliliğin aracılık ilişkisi
The intermediate relationship of self-efficiency between emotional intelligence and entrepreneurship intention

Cemal ZEHİR^a, Gülbahar BEKTAŞ^b

^aYıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, İstanbul, Türkiye

^bYıldız Teknik Üniversitesi İşletme Yüksek Lisans, İstanbul, Türkiye

^aDepartment of Business Administration, Yıldız Technical University,
Faculty of Economics and Administrative Sciences, Istanbul, Turkey

^bYıldız Technical University, MBA, Istanbul, Turkey

MAKALE BİLGİSİ

Makale Hakkında

Geliş tarihi: 09 Haziran 2022

Kabul tarihi: 15 Ağustos 2022

Anahtar kelimeler:

Girişimcilik, girişimcilik niyeti, duygusal zeka, öz yeterlilik

ARTICLE INFO

Article history

Received: 09 June 2022

Accepted: 15 August 2022

Key words:

Entrepreneurship, entrepreneurial intention, emotional intelligence, self-efficacy

ÖZ

Bu çalışmanın temel amacı duygusal zekanın girişimcilik niyetini hangi yönde etkilediğini araştırmak ve bununla birlikte duygusal zeka ile girişimcilik niyeti ilişkisinde öz yeterliliğin 'aracı değişken' vazifesi gösterip göstermediğinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma 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 zeka 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 öz yeterlilik vasıtasıyla arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Öz yeterliliğin girişimcilik niyeti ile duygusal zeka arasında aracı etkisi olduğu bu çalışmayla ortaya konmuştur. Bu çalışmanın sonuçlarının literatüre katkısı olduğu gibi girişimci ve girişimci adaylarına ayrıca da işverenlere katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Atıf için yazım şekli: Zehir C, Bektaş G. Duygusal zekâ ve girişimcilik niyeti arasında öz yeterliliğin aracılık ilişkisi. Yıldız Sos Bil Ens Der 2022;6:1:11–21.

ABSTRACT

The main purpose of this study is to investigate how emotional intelligence affects entrepreneurial intention and to examine whether self-efficacy acts as a mediator variable in the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial intention. Questionnaire method was used as the research 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 Liñán & Juan

*Sorumlu yazar / Corresponding author

*E-mail adres: gulbaharcetinkaya@gmail.com



Yıldız Teknik Üniversitesi Yayınları, İstanbul, Türkiye, tarafından yayınlandı.

Telif hakkı 2022, Yıldız Teknik Üniversitesi. Bu, CC BY-NC lisansında açık erişimli bir makedir. (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Carlos Rodríguez-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.

Cite this article as: Atf için yazım şekli: Zehir C, Bektaş G. Duygusal zekâ ve girişimcilik niyeti arasında öz yeterliliğin aracılık ilişkisi. Yıldız Sos Bil Ens Der 2022;6:1:11–21.

GİRİŞ

Girişimciler ülkelerinin kalkınmasında kaldıraç görevi görürler. Başarılı girişimcilik eylemleri sayesinde ülkelerin ekonomik yapısı gelişir, ülkeler refaha ve zenginliğe ulaşır, zenginlik kaynakları çoğalır 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. Yapılan çalışmalara ve genel görüşe göre Duygusal zeka girişimcilerin başarısını arttıran faktörlerden biridir. Duygusal zekâya sahip girişimcilerin, trendleri yakından takip etmeleri, yenilik ve yaratıcılıkta sürdürülebilirliği yakalayabilmeleri ve büyüme odaklı olabilmelerinin daha kolay olabileceği düşünülmektedir. Goleman'a göre duygusal zekası 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.

Öz yeterlilik "kişinin kendine güveni" şeklinde ifade edilmektedir ki kişinin öz yeterliliğinin yüksek olması kendisini güdülemesine neden olmaktadır. Böylece kişinin zor olarak nitelendirdiği işlerin üstesinden gelmesi ve yüksek hedefleri başarması sonucunda girişimcilik niyetinin artacağı düşünülmektedir.

LİTERATÜRE BAKIŞ

1. Girişimcilik ve Girişimcilik ile İlgili Kavramlar

Ölçülebilen değerde yenilikçi bir fikir peşinde risk alarak üretmek ve uygulamak için bir süreç dâhilinde çalışmak anlamına gelen girişimcilik risk ve belirsizlik ortamında kar elde etme ve büyüme amacıyla yenilikçi ve ekonomik olarak kurulan işletmelere girişim, kurucularına girişimci denir (Demirel&Ölmez, 2011). Girişimcilik; "bir fırsat algı-

lama ve o fırsatı ele geçirmek için bir organizasyon yaratma faaliyetidir" (Mueller 2000:52). Başka bir ifade ile girişimci, yeni fırsatlar konusunda öngörüsü olan ve o fırsatlar üzerinde harekete geçmek için düşünen ve fırsatları değerlendiren bir kimsedir (Jiwa ve diğerleri, 2004). Girişimcilik ile ilgili yapılan tüm bu tanımlara baktığımızda; yenilik, değişim, fırsat, belirsizlik ve risk alabilme gibi kavramların ön planda olduğunu görüyoruz.

1.1. Girişimciliğe Etki Eden Faktörler

Girişimcilik süreci dinamik, karmaşık ve çok boyutlu bir dizi etmen ve koşulun etkileşimidir. Bunlar genetik aktarımlar sonucu girişimci kişilik özelliklerine sahip bireylerin özellikleri ve tutumları ile birlikte yaşadıkların kültürün sosyal gelişmelerinden kaynaklanmaktadır (Morrison, 2006: 194). Bu süreç girişimci kişinin bir fırsatı fark etmesi ile başlar ve fırsatı değerlendirip bir organizasyona dönüştürmesi ile ilgili bir dizi aksiyonu içerir (Öneren, 2012:10). Girişimcilik literatürü incelediğinde baskın olan 3 ana etken olduğu görülmektedir. İlk etken ekonomik çevre, ikinci etken kişilik, üçüncüsü ise davranışsal bakış açısidir (Cope, 2005: 373). Bazı kaynaklarda ise bu etkenler; ekonomik, sosyolojik ve psikolojik olarak sıralanmaktadır. Ekonomik koşullar, ekonomik çevreyi oluştururken, sosyolojik çevre, yaş, aile yapısı, eğitim vb. gibi etkenlerden oluşur. Psikolojik etkenler ise iş sevgisi, disiplini (Ballı&Ballı, 2014:103), özgüven, öz yeterlilik ve başarı ihtiyacı gibi etkenlerden oluşmaktadır (Korkmaz, 2012:212).

2. Girişimcilik Niyeti

Girişimcilik niyetini, Krueger ve Carsrud (1993) bir kişinin kendi girişimini gerçekleştirme yönünde girişimci gayretler gösterme 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&Düşmez&kalem, 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 alarak yeni bir iş kurma ve bu konuda hareket etme eğilimindedirler (Işık&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&Vozikis,1994).

Girişimci olma ve bir girişimde bulunma niyetini etkileyen en önemli unsurlar dış ve iç etmenler olarak ele alınmaktadır. Bazı çalışmalarda bu tanım, kişisel etmenler ve çevresel etmenler olarak da ele alınmıştır. Kişilik özellikleri, bireylerin girişimcilik niyetlerini, büyük ölçüde etkilemektedir. Kişisel etmenler; riske karşı tolerans, başarı arzusu veya güdülenme olduğu gibi, gelir, sosyal statü ve de aile olabilir. Çevresel faktörler ise kişinin etkisi dışında gelişen ve sezilmesi zor olan ve herkesi etkileyebilen öğelerdir. Başlıca çevresel faktörler, ekonomi, enflasyon, milli veya evrensel krizlerdir (Aydın, 2020). Girişimcilik eğilimi; kişilerin sahip oldukları girişimcilik özellikleri ve girişimci olma yönündeki arzu, istek ve niyetleriyle, yani girişimcilik potansiyellerinin harekete geçirilmesi ile ilgilidir (Atabay&Alamur, 2016: 466). Kişinin girişimci istek ve arzusu en derinde ailesinden ileri gelmektedir. Ailesinde girişimci bulunması, bireyin kendisinin de gelecekte bir girişim kuracağına işaret edebilir. Dolayısıyla; kişinin aile yapısı, babasının mesleği, eğitimi ve kazancı girişimciliğe yönelik eğilimin ortaya çıkmasında etkilidir (Çetinkaya, 2011: 26). Özellikle kazancı iyi ve/veya eğitim seviyesi yüksek olan bir baba çocuklarını da girişimciliğe teşvik edecektir (Taş, 2016: 50-51).

3. Duygusal Zeka

Duygusal zeka kişinin kendi öz duygularını ve başkasının duygularını fark etmesi ve buna göre hareket ettiği zaman hayatını zenginleştireceği düşünülen bir kavramdır. Duygusal zeka kavramı, ilk kez 1990 yılında psikolog John Mayer ve Peter Salovey tarafından kullanılmış, 1995'te psikolog ve yazar Daniel Goleman'ın, Mayer ve Salovey'in çalışmaları üzerine inşa ettiği "Emotional Intelligence (EQ)" isimli eseriyle popülerize olmuştur (Yelkikalan, 2006: 43).

1990'lerin başında duygusal zeka kavramını geliştirmeye başlayan Psikolog Dr. Reuven Bar-On duygusal zekayı; 'Bir kişinin çevresel baskılarla ve isteklerle başa çıkmak için başarılı olma yetisinde; duygusal, kişisel ve sosyal yeteneklerinin bir bütünüdür (Yvonne& Shelly)' şeklinde tanımlamıştır. Gardner (1983) duygusal zekayı, uyum becerileri ile birlikte kişinin duygularının ve kabiliyetlerinin farkında olması ve bunları hayatına yön vermede bir kaynak olarak kullanması olarak tanımlanmaktadır (Sudak & Zehir, 2013).

Bazı insanların diğer zekâ alanlarında başarılı olabilmelerine rağmen gerçek hayatta başarısız olması ile birlikte duygusal zekâ kavramı ortaya çıkmış, bu başarısızlığın duygusal zekâ düzeyinin düşüklüğünden kaynaklandığına inanılmıştır (Cumming, 2005).

Duygular bütün insanlarda ortaktır, insanları birbirlerinden farklılaştıran ise duyguları işleme ve kullanma yöntemleridir (Yeşilyaprak, 2001). Bir bireye duygusal açıdan zeki denebilmesi için bu bireyin hayatının iş, eğitim, özel yaşam gibi birçok alanında hedeflediği sonuçlara ulaşabil-

mesi için duygularını istediği şekilde kullanabilmesi gerekir (Yeşilyaprak, 2001)

Baltaş'a göre ise (2006: 7) duygusal zekâ, bireyin kendisiyle ve başkalarıyla başa çıkabilmesini kolaylaştıran duygularını tanıması, anlaması ve etkin bir biçimde kullanabilme becerisidir. Yani başkalarının neyi, nasıl istediklerini, neye, ne kadar ihtiyaç duyduklarını, güçlü ve zayıf yanlarını, duyguları değerlendirerek anlayabilmek ve bununla birlikte stresle başa çıkabilmek ve insanların çevrelerinde görmek istedikleri gibi biri olmak için gerekli bir yetkinliktir.

Bar-On'un 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): **Kişilere Özgü Yetenekler:** Kişinin kendi benliğinin bilincinde olma, kendi duygularını kavrama, kendi his ve fikirlerini ortaya koyma yetisidir. **Kişilerarası Beceriler;** başkalarının hislerinin farkına varma ve onları anlama, insanlara genel anlamda önem verme, duygusal açıdan yakın ilişkiler kurma yetisidir. **Uyum Sağlayabilme;** kendi hislerini kavrama, içinde bulunulan durumu doğru değerlendirme, kendi hislerini ve düşüncelerini esnek bir şekilde değiştirme, sorunlarına çare bulma yetisidir. **Stres Yönetimi Stratejileri;** stresle başa çıkma, güçlü duyguları teftiş etme yetisidir. **Motivasyon ve genel ruh hali faktörleri;** iyimser olma halidir.

Bar-On'a göre kişinin başlıca beceri alanları; kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, uyum becerisi, stres yönetimi becerisi, genel ruh hali. Goleman'ın Salovey ve Mayer'in modelini esas alarak ortaya attığı duygusal zeka modeline göre ise duygusal zekanın beş ana boyutu vardır ki bunlar; kişinin **kendi duygularının farkında olma**, kendi duygularını idare etme, empati, kendini motive etme ve sosyal becerilerdir. Goleman'ın modelinde yer alan duygusal zeka boyutları ise şu şekildedir; **Kendi Duygularının Farkında Olma:** Kişinin kendi psikolojisini, duygularını, ve neden bu halde olduğunu anlayabilme becerisidir. **Kendi Duygularını Yönetme:** Kişinin kendi duygularını ve davranışlarını denetim altında tutabilme, olası kötü/zor durumlara karşı sakin kalabilme ve diğer insanların duygularının etkisinin altına girmeme becerisini ifade etmektedir. **Kendini Motive Etme:** Kişinin tüm zorluklara, engellere ve başarısızlıklara rağmen başarıya odaklanabilme ve amacına ulaşabilmek için değişimi kabullenebilme becerisini ifade etmektedir. **Empati:** Kişinin diğer kişilerin duygu ve düşüncelerini sözlü veya sözsüz iletişimle anlayabilme, gereksinimi olan kişilere duygusal manada destek olabilme ve başkalarının duyguları ve eylemleri arasındaki ilişkiyi kurabilme becerisidir. **Sosyal Beceriler:** Kişinin başkalarının desteğine gereksinim hissetmeden kendi problemleriyle baş edebilme, kendi duygularının işbirliği kurmasına mani olmasını engelleyebilme, ve gerekli eylemlerle çatışmayı idare edebilme becerisine sahip olmasını ifade etmektedir (Sudak & Zehir, 2013).

4. Öz Yeterlilik

Luszczynska ve arkadaşlarına göre (2005) özyeterlilik “bireylerin talep edilen zor görevleri yerine getirebilme ve yaşanan zorlukların üstesinden gelebilme konusunda kapasitelerine olan inançları” şeklinde tanımlanmıştır (Luszczynska vd., 2005: 439). Bu 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 tecrübelerle dayanarak kişisel inançlar geliştirirler ve bu inançları arttıkça kişilerin davranışları da değişir (Bandura, 1997).

Öz yeterlilik, bazı kişilerin neden girişimci olmaya güdülendiklerini ve bu niyetlerin girişimci en iyi eylemlere çevrilebileceği koşulları daha iyi anlamak ve açıklamak için kullanılan önemli bir etmendir (Stephen, Kickul, 2005). Çünkü en zorlu, riskli ve belirsizlik koşullarında davranış ve özyeterlilik arasındaki ilişkinin, girişimciliği açıkladığı düşünülmektedir (Naktiyok, 2010) Ve girişimcilik özyeterliliği, bazı kişilerin neden diğer kişilerden daha fazla girişimci olabileceğini açıklamaktadır (Çolakoğlu, 2016).

Girişimciliğin ön şartlarından biri olan girişimcilik özyeterliliği, girişilecek bir fırsatı keşfetmek ve faydalanmak için yatırım yapma konusunda önemli bir itici güç olarak görülmektedir (Cassar, 2009). Girişimcilik özyeterliliği, iş kurma sürecinde zorlu hedeflere ulaşma ve başarı elde etme maksadına yönelik kişilerin yeterlilikleri ile ilgili inanışlarını içermektedir (Drnovsek, 2010). Ayrıca girişimcilik özyeterliliğinin, girişim kurulduktan sonra da işletmelerin yönetilmesindeki aktifliği etkileyebileceği ileri sürülmektedir (Forbes, 2005) Yüksek özyeterliliğe sahip girişimcilerin işletmelerinin, daha yüksek performans göstererek daha çabuk büyüdüğü ve daha karlı olma eğiliminde olduğu ifade edilmektedir (Hmieleski, 2008). Yüksek özyeterliliğe sahip kişiler, iş ortamlarını fırsatlarla dolu bir yer olarak değerlendirirken, düşük özyeterliliğe sahip kişiler ise aynı ortamı engellerle dolu bir yer olarak algırlarlar (Naktiyok 2010). Çünkü yüksek özyeterliliğe sahip girişimciler, daha yüksek hedeflere ulaşmak maksadıyla engellerin ve zorluklarla baş etme konusunda daha istekli ve ısrarcı olabilmektedir (Kickul, 2005).

METODOLOJİ VE UYGULAMA

1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı Yıldız Teknik Üniversitesi’nde eğitim gören işletme lisans ve lisansüstü öğrencilerinin girişimcilik niyetleri ile duygusal zekâ ve özyeterlilik arasındaki ilişki olup olmadığını belirlemektir (Şekil 1). 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.

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.

2.1. Tezin Amacı ve Araştırma Hipotezleri

H1: Duygusal zeka ile öz yeterlilik arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Duygusal zeka ile girişimcilik niyeti arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Öz yeterlilik ile girişimcilik niyeti arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Duygusal zeka ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide öz yeterliliğin aracı rolü vardır.

2.2. Örneklem ve Demografik Veri

Araştırmaya katılan 219 lisans ve yüksek lisans öğrencisine ait demografik veri şöyledir; 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. 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. Katılımcıların ailede girişimci olma durumlarına göre dağılımı olarak %33,3 ailede girişimci var iken %66,7’sinde ailelerinde girişimci yoktur. Yakın arkadaşlarında girişimci olma durumlarına göre ise %58,5’inde var iken, %41,5’inde yakın arkadaşlarında girişimci yoktur. Katılımcıların %57,1’i girişimcilik dersi almışken, %42,9’u girişimcilik dersi almamıştır. Katılımcıların %30,6’sı daha önce bir girişimde bulunurken, %69,4’ü daha önce bir girişimde bulunmamıştır.

2.3. Araştırma Ölçüm Araçları

Araştırmada kullanılan ölçüm araçları daha önce geçerlik ve güvenilirlikleri farklı araştırmalar ile ortaya konmuş ölçeklerden oluşmaktadır. Duygusal zekâyı ölçmek için Chi- Sum Wong (2002) tarafından oluşturulan Cemal Zehir tarafından Türkçeye uyarlanana ölçek kullanılmıştır. Bu



Şekil 1. Araştırma modeli.

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 Liñán & Juan Carlos Rodríguez-Cohard & José M. Rueda-Cantuche (2010) tarafından geliştirilen tek boyutlu ölçek kullanılmıştır.

Yabancı dildeki ölçeklerin Türkçeye çevrilmesi İngilizceye hakim uzman araştırmacılar tarafından gerçekleştirilmiştir.

2.4. Ölçüm Araçlarının Keşifsel Faktör Analizi

Araştırma değişkenlerine ait ölçeğin katılımcılar tarafından ne ölçüde ve kaç farklı alt boyutta algılandığını ortaya koymak için tüm ölçek maddelerini kapsayacak şekilde Temel Bileşenler Analizi tahmin yöntemi ve Promax rotasyonu kullanılarak keşifsel faktör analizleri bağımsız değişken ve bağımlı değişkenler ayrı olacak şekilde yapılmıştır.

Gerçekleştirilen keşifsel faktör analizi kapsamında veri setinin faktör analizine uygunluğunun test edilmesi için, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda KMO değeri 0,901 ile arzu edilen düzey olan 0,50'nin üzerinde ve Bartlett testinin kuyruk olasılığının da 0,001 önem derecesinde anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla veri setinin faktör analizine uygun olduğu ortaya koyulmuştur (Hair ve diğ. 2010). Analizde her bir maddenin faktör yüklerinin alt sınırı örneklem boyutu göz önünde bulundurularak 0,5 olarak alınmıştır (Hair ve diğ. 2010). Duygusal zeka ölçek maddelerinden 2 madde yanlış faktöre yüklenmiş olmaları sebebiyle ölçek dışına çıkarılmıştır. 6 boyutta oluşan faktör bileşeninin toplam açıklanan varyans düzeyi yaklaşık olarak %77,1 çıkmıştır. İlgili faktör analizi verilerini içeren tablo aşağıda yer almaktadır (Tablo 1).

Tablo 1. 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 Düzenlemesi	DuyZe15_DD					0.879	
	DuyZe16_DD					0.831	
	DuyZe14_DD					0.647	
DZ Duygu 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.

Faktör analizi sonucu ortaya çıkan faktör yapısının Cronbach's Alpha değeri baz alınarak ayrı ayrı faktör güvenilirliklerine bakılmış ve söz konusu değer her bir faktörde kabul edilebilir en alt değer olan 0,70 değerini aştığı (Field, 2009) gözlenmiştir. Bu da faktörlerin içsel tutarlılığa sahip olduklarını ve güvenilirliklerini ortaya koymaktadır (Field, 2009). İlgili faktör analizi verilerini içeren tablo aşağıda yer almaktadır (Tablo 2).

2.5. Korelasyon Analizi

Araştırma değişkenlerinin birbirleriyle olan ilişkilerinin incelenmesi amacıyla Pearson korelasyon katsayısı ile korelasyon analizi uygulanmıştır. İlgili analiz sonuçları aşağıdaki tabloda yer almaktadır (Tablo 3).

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

Korelasyon analizi sonuçlarına göre araştırma değişkenleri arasında yeterli düzeyde ilişkinin var olduğu ve bu ilişkilerin istatistiki açıdan yorumlanabilir olduğu gözlenmiştir.

2.6. Fark Testleri

Araştırma değişkenlerinin (Girişimcilik Niyeti, Öz yeterlilik, Duygusal Zeka) katılımcıların demografik verile-

rine ve girişimcilikle ilgili bazı durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini analiz etmek için fark testleri uygulanmıştır. Hangi fark testlerinin uygulanacağına karar vermek için araştırma değişkenlerinin normal dağılıma uygunluğu kontrol edilmiştir.

Normal dağılım kontrolü için değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri üzerinden normal dağılım durumları incelenmiştir. Genel olarak çarpıklık ve basıklık değerleri -2 +2 arasında olduğundan ve örneklem 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.

2.6.1. Girişimcilik Niyeti ile İlgili Fark Testleri

Girişimcilik niyeti değişkeninin ailede girişimci olma durumuna göre, yakın arkadaşın girişimci olma duruma göre, girişimcilikle ilgili ders alma durumuna göre, daha önce girişimde bulunma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için gerçekleştirilen bağımsız örneklem t testi sonuçları yukarıda yer almaktadır (Tablo 4). İlgili test sonuçlarına göre ailesinde girişimci olanların girişimcilik niyeti olmayanlardan yüksek çıkmıştır. Yakın arkadaşları arasında girişimci olanların girişimcilik niyeti olmayanlardan yüksek çıkmıştır. Girişimcilikle ilgili ders alanların girişimcilik niyeti almayanlardan yüksek çıkmıştır. Daha önce girişimde bulunanların girişimcilik niyeti bulunmayanlardan yüksek çıkmıştır.

Tablo 2. 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

Tablo 3. 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 Zeka	.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.

Tablo 4. Girişimcilik Niyeti Değişkeni ile ilgili Bağımsız Örneklem t Testi

Değişken	Ailede Girişimci Olma Durumu	N	Ort.	SS	t	SD	p
Girişimcilik Niyeti	Evet	73	5.6689	1.39319	5.840	181.734	0.000
	Hayır	146	4.3721	1.82133			
Değişken	Yakın Arkadaş Girişimci Olma Durumu	N	Ort.	SS	t	SD	p
Girişimcilik Niyeti	Evet	124	5.4274	1.48072	6.178	160.433	0.000
	Hayır	88	3.9564	1.85274			
Değişken	Girişimcilikle İlgili Ders Alma Durumu	N	Ort.	SS	t	SD	p
Girişimcilik Niyeti	Evet	125	5.1867	1.68506	3.740	217	0.000
	Hayır	94	4.2961	1.81970			
Değişken	Daha Önce Girişimde Bulunma Durumu	N	Ort.	SS	t	SD	p
Girişimcilik Niyeti	Evet	67	6.0323	1.19526	8.686	179.625	0.000
	Hayır	152	4.2632	1.75059			

2.6.2. 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 zeka, öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkileri incelemek için oluşturulan üç regresyon modelini içeren regresyon analizi sonuçları aşağıda yer almaktadır (Tablo 5).

Analiz sonuçlarına göre duygusal zeka ile öz yeterlilik (β ; 0,648; $p < 0,001$) ve girişimcilik niyeti (β ; 0,187; $p < 0,001$) arasında pozitif yönde istatistik olarak anlamlı bir ilişkinin var olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca öz yeterlilik ile girişimcilik niyeti arasında da pozitif yönde anlamlı bir ilişki söz konusudur (β ; 0,356; $p < 0,001$). Buna göre H1 H2 ve H3 desteklenmiştir.

Aracı hipotezin testi için Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen geleneksel yöntem ile birlikte Preacher ve Hayes (2008) tarafından önerilen 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) tarafından önerilen modern yöntemde ise "Bootstrap" yöntemi kullanılarak 5000 örneklem düzeyinde bağımsız değişkenin aracı değişken yolu ile bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisi araştırılmış ve yüzde 95 güven düzeyinde anlamlı dolaylı etkinin varlığı durumunda aracılık etkisinin geçerli olduğu kabul edilmiştir (Preacher ve Hayes, 2008).

Duygusal zekanın girişimcilik niyetini öz yeterlilik aracılığıyla etkileyip etkilemediğini incelemek için yapılan analizler neticesinde bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi aracı değişken (öz yeterlilik) modele gir-

dikten 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 yöneme göre de Duygusal zeka ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide öz yeterliliğin aracı rolü söz konusu olmaktadır. Buna göre H4 desteklenmiştir.

TARTIŞMA

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 girişimcilik kavramının tanımlanması ve hangi etmenlerden etkilendiğinin bilimsel olarak incelenmesinin etkisi olacaktır.

Duyguları ifade edebilme, duygudaşlık, saygı, uyumlu olma, bireyler arası sorunları çözebilme, sebat edebilme, nezaket gibi özellikler günümüzde kişilerin başarı yolunda sahip oluması gereken temel özelliklerdir ve bu da sadece yüksek duygusal zekâ ile elde edilebilmektedir. Ve yine kişinin zor görevleri yapabileceğine ve yeteneklerine olan inancı, mücadele etmesinde ve zorlu görevleri başarımında çok etkili olmaktadır. Girişimcilik niyeti ise kişilerin girişimcilik davranışına yönelmelerinde temel oluştur-

Tablo 5. Doğrudan ve Dolaylı İlişki Regresyon Analizleri

Doğrudan İlişkiler	Model 1		Model 2		Model 3	
	Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	B	t	B	t
H1	Duygusal Zeka	Özyeterlilik	0.648***	12.531		
H2	Duygusal Zeka	Girişimcilik Niyeti	0.418***	8.917	0.187***	2.419
H3	Özyeterlilik	Girişimcilik Niyeti			0.356***	4.597
			R2= 0.420		R2= 0.175	
			F= 157.023		F= 45.958	
Dolaylı/Aracı İlişkiler						
Bağımsız Değişken		Aracı Değişken	Bağımlı Değişken	Dolaylı Etki B	Alt Değer	Üst Değer
Duygusal Zeka		Özyeterlilik	Girişimcilik Niyeti	0.231	0.111	0.369

*** p<0.001. Bootstrap Örnekleme Düzeyi: 5000. Bootstrap Güven Aralığı: %95.

maktadır. Kişilerin girişimcilik niyetlerinin artırılması ve iyi bir girişimci olabilmeleri için birtakım niteliklere sahip olmaları gerekmektedir. Örneğin kişiye cesaret verilmesi ve kişilerin öz yeterliliklerini artıracak ortamların hazırlanması girişimcilik niyetlerini arttıracaktır. Bireylerin duygusal zekâlarının girişimcilik niyetleri ve öz yeterlilikleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla girişimci kişilerin duygusal zekâlarının geliştirilmesi sayesinde öz yeterliliklerinin ve girişimcilik niyetlerinin artırılmasının mümkün olacağı düşünülmektedir. Bu düşünceyle duygusal zekanın girişimcilik niyeti üzerine etkisinde öz yeterliliğin aracı rolü araştırıp, açıklanmaya çalışılmıştır. Gelişmek ve rekabet ortamında sürdürülebilirliği yakalayıp, avantaj elde edebilmek için girişimcilik özellikleri olan bireyleri yönlendirmek ve onları desteklemek oldukça önemli bir konudur.

Çalışmanın konusu ile ilgili literatür incelendiğinde duygusal zekâ, girişimcilik niyeti ve öz yeterlilik etkisini ele alan ayrı ayrı çalışmalar mevcuttur. Ancak bu değişkenlerin tümünü ele alan çalışmalar mevcut değildir. Çalışmamız duygusal zeka ve girişimcilik niyeti üzerinde özyeterliliğin aracılık etkisinin ele alındığı özgün bir araştırma olarak önem arz etmektedir. Özetle bu çalışmanın genel amacı duygusal zekânın girişimcilik niyeti üzerine etkisinde öz yeterliliğin aracı rolünü incelemektir. Ayrıca bu çalışma bu kavramların birbirleri ile olan ikili ilişkilerini kapsamaktadır. Bu bağlamda çalışmayı diğer çalışmalardan farklı kılan, duygusal zekâ ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide öz yeterliliğin aracılık rolüne odaklanılmasıdır. Böylece hem ilgili literatüre katkı sağlanmak hem de girişimcilerin yaşamına kolaylık sağlayacak bulgulara ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu önem doğrultusunda bu çalışmada duygusal zekâ ve öz yeterliliklerinin işletme öğrencilerinin girişimcilik niyetine etkisi araştırılmıştır.

Kişinin girişimci istek ve arzusu en derinde ailesinden ileri gelmektedir. Ailesinde girişimci olan kişilerin, gelecekte kendisinin de bir girişim kurmaya eğilimli olacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla; kişinin ailesinin yapısı, babasının mesleği, eğitimi ve kazancı kişide girişimciliğe yönelik eğilimin ortaya çıkmasında etkilidir (Çetinkaya, 2011: 26). Girişimcilik niyeti değişkeninin ailede girişimci olma durumuna göre farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde ailesinde girişimci olanların girişimcilik niyeti olmayanlardan yüksek çıkmıştır. Girişimcilik niyeti değişkeninin yakın arkadaşın girişimci olma duruma göre farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde yakın arkadaşları arasında girişimci olanların girişimcilik niyeti, yakın arkadaşlarından girişimci olmayanlara göre yüksek çıkmıştır ki bu sonuçlar yukarı da bahsettiğimiz gibi literatürü doğrular niteliktedir.

Girişimcilik eğitimi, kişinin ilköğretim çağından itibaren tutumların, davranışların ve becerilerin şekillenmesinde çok önemlidir (Wilson, 2008). Girişimcilik eğitimi maharet ile geliştirme, deneyimle öğrenme ve en önemlisi bilیشه ilgili yönlendirmedir. Girişimcilik ve inovasyonla il-

gili eğitim kişilere ne kadar erken yaşta verilirse, kişiler girişimci olmayı ileride o kadar çok düşünürler. Girişimcilik 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 etkilediğini göstermiştir (McStay, 2008). İş deneyimi kişilerin piyasa ve sektördeki deneyimler, önemli denebilecek iş fikri ve yeni fırsatlar için başlama noktası olabilmektedir (Vivarelli, 2012). Yine öğrenciler üzerine yapılan başka bir araştırmada, iş deneyimi olan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğu görülmüştür (Fatoki, 2014). Girişimcilik niyeti değişkeninin daha önce girişimde bulunma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelendiğinde daha önce girişimde bulunanların girişimcilik niyeti bulunmayanlardan yüksek çıkmıştır.

SONUÇ

Analiz sonuçlarına göre duygusal zeka ile öz yeterlik ve girişimcilik niyeti arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin var olduğu gözlenmiştir. Ayrıca öz-yeterlilik ile girişimcilik niyeti arasında da pozitif yönde anlamlı bir ilişki söz konusudur. Buna göre H1 H2 ve H3 desteklenmiştir. Duygusal zekanın girişimcilik niyetini öz yeterlilik aracılığıyla etkileyip etkilemediğini incelemek için yapılan analizler neticesinde bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi aracı değişken (öz yeterlilik) modele girdikten sonra önemli ölçüde azalmıştır. Ayrıca bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki anlamlı dolaylı etkisi de söz konusudur. Duygusal zeka ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide öz yeterliliğin aracı rolü söz konusu olmaktadır. Buna göre H4 de desteklenmiştir.

Kısıtlar ve Öneriler

Çalışmanın bazı kısıtları mevcuttur ki bunlar, örneklem küçüklüğü, maliyet ve zamandır. Araştırmanın Yıldız Teknik Üniversitesi işletme lisans ve lisansüstü öğrencileri üzerinde yapılmış olması nedeniyle genellenebilir potansiyeli düşüktür. Dolayısı ile araştırmanın daha büyük bir örneklem ile tekrarlanması ve bulguların karşılaştırılması önerilmektedir. Çalışmanın ışığında, bu konu ile ilgili yapılacak olan başka çalışmalarda farklı fakülteler ve bölümlerde öğrenim gören öğrencilerle, daha büyük örneklemlemlerle daha genellenebilir sonuçlara ulaşılabileceği söylenebilir. Bununla birlikte alanın araştırmacılarına önerimiz; duygusal zekâ özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerinde etkisinde kültürel zeka ve yaratıcılık gibi farklı değişkenlerin aracılık etkilerinin ölçülmesi önerilmektedir. Girişimcilerin başarılarını arttırmak ve literatüre katkı sağlayabilmek amacıyla girişimcilik ve girişimciliği etkileyen değişkenlerin üzerinde durulması büyük önem arz etmektedir.

Buna ek olarak çalışmamızın sonuçlarından hareketle diyebiliriz ki; girişimcilerin girişimcilik niyetlerini ve girişim başarılarını arttırabilmeleri için duygusal zeka düzeylerini ve öz yeterliliklerini arttırmaları gerekmektedir. Gerek girişimci olmayı kariyer hedefi olarak düşünenler gerekse de girişimci davranışı örgütlerinde arttırmak isteyen işverenlere önerimiz şudur ki; duygusal zeka düzeylerini ve öz yeterliliklerini arttırmaları önerilmektedir.

Etik: Bu makalenin yayınlanmasıyla ilgili herhangi bir etik sorun bulunmamaktadır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazarlık Katkıları: Fikir: G.B.; Tasarım: G.B.; Denetleme: C.Z.; Kaynaklar – G.B.; Veri Toplanması ve/veya İşlemesi: G.B.; Analiz ve/veya yorumlama: G.B.; Literatür Taraması: G.B.; Yazıyı Yazan: G.B.; Eleştirel İnceleme: C.Z.

Çıkar Çatışması: Yazar, bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve/veya yayınlanması ile ilgili olarak herhangi bir potansiyel çıkar çatışması beyan etmemiştir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadıklarını beyan etmişlerdir.

Ethics: There are no ethical issues with the publication of this manuscript.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept – G.B.; Design – G.B.; Supervision – C.Z.; Resources – G.B.; Data Collection and/or Processing – G.B.; Analysis and/or Interpretation – G.B.; Literature Search – G.B.; Writing Manuscript – G.B.; Critical Review – C.Z.

Conflict of Interest: The author declared no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.

Financial Disclosure: The authors declared that this study has received no financial support.

KAYNAKLAR

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroglu, S., & Yıldırım, E. (2007). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı. Sakarya Yayıncılık.
- Atabay, İ. ve Alatur, B. (2016). Review of entrepreneurship tendencies of vocational school students studying at business and accounting on the basis of demographic variables. PressAcademia Procedia, Global Business Research Congress (GBRC), May 26-27, 2016, Istanbul, Turkey
- Atabay, İ. ve Alatur, B. (2016). İşletme ve muhasebe eğitimi alan meslek yüksekokulu öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin demografik değişkenlere göre incelenmesi. Global Business Research Congress (Gbr). 26-27 Mayıs 2016. İstanbul, 2, 465–474. [Turkish]
- Aydin, E. (2020). Girişimcilik eğitimi alan üniversite öğrencilerinin, girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki; Batı Karadeniz bölge üniver-

- site öğrencilerine yönelik bir uygulama [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Karabük Üniversitesi. [Turkish]
- Ballı, E., Ballı Koca, A. I. K. (2014). Personel values and entrepreneurship tendencies of university students. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18(1), 101–121. [Turkish]
- Baltaş, Z. (2006). İnsanın dünyasını aydınlatan ve işine yansayan ışık: Duygusal zekâ (3 basım). Remzi Kitabevi.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191.
- 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. [CrossRef]
- Cassar, G., & Friedman, H. (2009). Does self-efficacy affect entrepreneurial investment?. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(3), 241–260. [CrossRef]
- Cumming, E. A. (2005). An investigation into the relationship between emotional intelligence and workplace performance: An exploratory study [Doctoral dissertation]. Lincoln University.
- Cope, J. (2005). Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 373–397. [CrossRef]
- Çetinkaya Bozkurt, Ö. (2011). Dünyada ve Türkiye’de girişimcilik eğitimi: başarılı girişimciler ve öğretim üyelerinden öneriler. Detay Yayıncılık. [Turkish]
- Çolakoğlu, H., & Çolakoğlu, T. (2016). A field study about interaction of entrepreneurship education, self-efficacy perception, entrepreneurship potential in universities. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17(37 Girişimcilik Özel Sayısı), 70–84. [Turkish]
- Demirel, E. T., Düşükcan, M., & Ölmez, M. (2011). The effect of areas of multiple intelligence on entrepreneurial behavior. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 97–105. [Turkish]
- Drnovsek, M., Wincent, J., & 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. [CrossRef]
- 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*, 5(7), 294–299. [CrossRef]
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS (3rd ed)*. Sage Publication
- Forbes, D. P. (2005). The effects of strategic decision making on entrepreneurial self-efficacy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 599–626. [CrossRef]
- Garson, G. D. (2012). *Testing statistical assumptions: Blue book series*. Statistical Associate Publishing, 12(15), 16–20.
- Goleman, D. (2010). İş başında duygusal zekâ (7. Baskı), (Çev. H. Balkara, F. Deniztekin, and O. Deniztekin), Varlık Yayınları.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis (6th Ed)*. Pearson Prentice Hall.
- Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2008). When does entrepreneurial self-efficacy enhance versus reduce firm performance?. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(1), 57–72. [CrossRef]
- Işık, M., & Çiçek, B. (2020). The role of social capital self-efficacy and self-esteem on the entrepreneurship intention from the perspective. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, 15(1), 185–206. [Turkish] [CrossRef]
- Jiwa, S., Lavelle, D., & Rose, A. (2005). E-Entrepreneurship: Learning in a simulated environment. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 3(3), 42–56. [CrossRef]
- 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*, 39–47. [CrossRef]
- Korkmaz, O. (2012). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 14(2) 209–226.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411–432. [CrossRef]
- Linan, F., Rodriguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors Affecting Entrepreneurial Intention Levels: A Role For Education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195–218. [CrossRef]
- 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. [CrossRef]
- McStay, D. (2008). An Investigation of Undergraduate Student Self-employment Intention and The Impact of Entrepreneurship Education and Previous Entrepreneurial Experience [Unpublished Doctorial Thesis]. Doctor of Philosophy, School of Business University of Australia.
- Morrison, A. (2006). A contextualisation of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 12(4), 192–209. [CrossRef]
- 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. [CrossRef]
- 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. [CrossRef]
- Öneren, M. (2012). İç Anadolu Bölgesindeki genç nüfusun

- girişimcilik eğilimleri üzerine bir araştırma. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 7(2), 7–28.
- 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. [CrossRef]
- Sezer, C. (2013). Kariyer olarak girişimcilik ve girişimcilik niyetini etkileyen faktörlerin içerik analizi ile belirlenmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 49–60.
- Seçilmiş, C., & Düşmezkalender, E. (2020). kriz algısının girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi: Özyeterliğin aracılık rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 2142–2150.
- Stephen, M. L., & Dato-On, M. C. (2008). Gender-role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(1), 4. [CrossRef]
- Sudak, M. K., & Zehir, C. (2013). Kişilik tipleri, duygusal zeka, iş tatmini ilişkisi üzerine yapılan bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(22), 141–165.
- Taş, A. (2016). Girişimcilik eğitimi ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkinin parametrik tekniklerle analizi: Abant İzzet Baysal Üniversitesi örneği [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Thomas, A. S., & Mueller, S. L. (2000). A case for comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture. *Journal of International Business Studies*, 31(2), 287–301. [CrossRef]
- 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.
- Wong C. S., Law K. S., & Song, L. (2000). The Construct and criterion validity of emotional intelligence and its potential utility for management studies. *Journal of Applied Psychology*, 89(3) 483–496. [CrossRef]
- Vivarelli, M. (2012). Entrepreneurship in advanced and developing countries: a microeconomic perspective. A microeconomic perspective. IZA Discussion Paper No. 6513. [CrossRef]
- Yelkikalan, N. (2006). 21. yüzyılda girişimcinin yeni özelliği: Duygusal zekâ. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 1(2), 39–51.
- Yeşilyaprak, B. (2001). Duygusal zeka ve eğitim açısından doğurguları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 25(25), 139–146.
- Stys, Y., & Brown, S. L. (2004). A review of emotional intelligence literature and implications for corrections. *Research Branch Correctional Service of Canada*, 10, 1–68.