

SAMSUN İLİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN DUYGUSAL ZEKÂ DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ

Büşra Kuru Uzun¹, Mehmet Ozan Cinel¹

Özet: Duygusal zekâyı desteklemeye yönelik çalışmalar kadın girişimcilikte başarının artmasına sebep olarak görülerek, duygusal zekânın kadın girişimcilik üzerinde pozitif etki oluşturacağı varsayımı ile bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla öncelikle “duygusal zeka” ve “kadın girişimciliği” kavramları incelenmiş ve duygusal zekanın kadın girişimciliğin alt boyutları olan “geleneksel-evcimen kadın girişimcilik”, “yenilikçi kadın girişimcilik” ve “feminist kadın girişimcilik” üzerindeki etkileri incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini, evren içerisinde kolayda örneklem yöntemi ile seçilen, Samsun Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı 79 kadın girişimci oluşturmaktadır. Yapılan analizlerde; katılımcıların demografik özelliklerine göre gruplara ait frekans (n) ve yüzde (%) değerlerine birlikte yer verilmiştir. Daha sonra araştırma kapsamında kullanılan ölçeklere ilişkin, güvenilirlik analizleri, ortalama karşılaştırma testleri, ilgileşim analizleri ve basit doğrusal regresyon analizi teknikleri yer almaktadır. Yine araştırmaya katılanların demografik değişkenler açısından tutum farklılığı olup olmadığı incelenmiş ve elde edilen analiz sonuçları yorumlanmıştır. Sonuç olarak yapılan bu çalışmada duygusal zekâ ile kadın girişimcilik arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Zekâ, Kadın Girişimciliği, Samsun İli Kadın Girişimcileri.

EXAMINATION OF EMOTIONAL INTELLIGENCE LEVELS OF WOMEN ENTREPRENEURS IN SAMSUN PROVINCE

Abstract: This study was conducted with the assumption that emotional intelligence would have a positive impact on women entrepreneurship, by perceiving the studies in support of emotional intelligence as a cause of the increase in success of women entrepreneurship. For this purpose, firstly, the concepts of “emotional intelligence” and “women entrepreneurship” were investigated and the impacts of emotional intelligence on the sub-dimensions of women entrepreneurship, “traditional-domestic women entrepreneurship”, “innovative women entrepreneurship” and “feminist women entrepreneurship” were examined. The research sample consists of 79 women entrepreneurs registered at Samsun Chamber of Commerce and Industry, selected by convenience sampling method from the population. In the performed analyses; the frequency (n) and percentage (%) values of the groups were simultaneously included by the demographic characteristics of the participants. Then, the scales used in the research study, reliability analyses, mean comparison tests, correlation analyses and simple linear regression analysis techniques were included. Again, it was examined whether or not a difference in attitudes of the participants existed in terms of demographic variables and the analysis results were interpreted. Consequently, it was determined that a positive relationship existed between emotional intelligence and women entrepreneurship in this study.

Keywords: Emotional Intelligence, Women Entrepreneurship, Samsun Province’s Women Entrepreneurs.

¹**Adres:** Giresun Üniversitesi, Giresun, Türkiye.

***Sorumlu Yazar:** ozan.cinel@giresun.edu.tr

Atf: Kuru Uzun, B., Cinel M. O. (2022). Samsun İli Kadın Girişimcilerin Duygusal Zekâ Düzeylerinin İncelenmesi. Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6(2): 106-115.

1. GİRİŞ

Günümüz koşullarında iş yaşamındaki enteresan ve hızına yetişemediğimiz dönüşümler, tek başına bilişsel zekânın (IQ) başarı için yeterli olmadığını, duygusal zekânın (EQ) da büyük bir önem taşıdığı gerçeğini ortaya koymaktadır. Bu gerçeklik bilimsel veriler ışığında irdelendiğinde duygusal zekânın iş yaşamı üzerindeki etkilerinin kaçınılmaz bir hal aldığı bilinmektedir. Goleman (2018)'a göre duygusal zekâ kavramını meydana getiren yapı taşı; "Çalışma hayatının kurallarının değişmesi ile birlikte, hakkımızda verilen kararlarda yeni bir ölçüt kullanılıyor olmasının yanında ne kadar akıllı olduğumuza ya da eğitim ve uzmanlığımıza değil, kendimizi ve birbirimizi idare etmekte ne kadar başarılı olduğumuzdur. Bu ölçüt işe alınacaklarla alınmayacakların ya da gözden çıkarılacaklar ile elden geçirilmeyeceklerin, dikkate alınmayacaklar ile terfi ettirileceklerin seçilmesinde gittikçe daha fazla kullanılmaktadır." Bu noktada dikkat çeken ise kadın çalışanlar olmaktadır. Duygulara her zaman daha fazla önem veren, duyguların önemini çoğunlukla erkeklerden daha iyi hisseden kadınlar sergiledikleri soğukkanlı tavırlarıyla işlerini bilinçli bir şekilde yönetmeyi başarıp, karşılaşılabilecekleri tüm olumsuzluklara göğüs gerip mücadele ederek aşılacak tüm zorlukların üstesinden gelebilmektedir (Sartorius, 1999: 25). Kadınların bu özelliği girişimcilik alanında da aynı şekilde devam etmekte olup erkek girişimciler arasında benzer özellikler gösterse de onları diğerlerinden ayıran en önemli özellikleri duygusal zekâlarını yönetebilme gücü olarak ortaya çıkmaktadır. Kadın girişimciler beklenmedik durumlar karşısında duygusal zekâlarını konuşturabilir, başkalarının duygularını hissedebilirler ve rahatlıkla empati kurma yeteneğine sahiptirler. Duygusal zekâ gücüne dayalı olarak bu çalışmanın tanımı, bileşimi ve özelliklerinde "duygusal zekânın kadın girişimcilik ile ilişkisi" incelenmiştir. Son dönemde kadın girişimciliği kavramının toplumda öne çıkan bir kavram olması ve bu konuda verilen desteklerin yoğunlaşması araştırma konusunun kadın girişimciler üzerinde yapılmasını sağlamıştır. Bu amaçla Samsun Ticaret ve Sanayi Odası'na bağlı olarak faaliyet gösteren kadın girişimciler ile bir anket çalışması yapılmıştır. Konuyla ilgili kavramsal tanımlamalar yapılarak, çeşitli ulusal ve uluslararası yayınlar taranmış ve bu kavram ile ilgili analiz ve yorumlara yer verilerek konu ile ilgili çeşitli önerilerde bulunulmuştur. Çalışmada öncelikle duygusal zeka kavramı ve kadın girişimcilik kavramları incelenmiş ve bu iki kavramın birbirleriyle olan ilişkisi üzerinde durulmuştur. Daha sonra ise araştırma modelinde yer alan değişkenler arasındaki ilişkileri ve bu ilişkilerin yönünü ve etkisini belirlemek amacıyla ampirik çalışmalara (açımlayıcı faktör analizi, güvenilirlik analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi) yer verilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde duygusal zeka ve kadın girişimciliği kavramları incelenerek, duygusal zeka ile kadın girişimciliği arasındaki ilişki açıklanmıştır.

2.1. Duygusal Zekâ

Duygusal zekâ kavramının temelleri Thorndike'nin 1920 yılında ortaya çıkardığı sosyal zekâ modeline dayanmaktadır. Bu model kişilerin başkalarının duygularını anlama ve algılama yeteneğinin genel zekasından ayrı olduğunu belirtmektedir. Thorndike modeli ile sosyal zekanın altında duygusal zekanın tanımına yakın bir yapı oluşturmuştur (Gürbüz ve Yüksel, 2011: 174). Duygusal zekâ; insanın başarılı bir şekilde vizyon ve misyonunu gerçekleştirebilmesini sağlayan tüm karmaşık davranış kabiliyet veya yeterlilik inanç ve değerlere verilen ortak addır. Kişisel ve sosyal zekadan farklı olarak daha fazla ayrım şöyle yapılabilir (Merlevede vd., 2006: 26). Kişisel zekâ; kişinin ruh halleri hisleri ve diğer zihinsel durumlarıyla bunların davranışı etkileme şeklini belirleme bu durumları değiştirme ya da yönetme kendini güdümesidir. Sosyal zekâ ise başkalarındaki duyguları tanıma, bu bilgiyi davranış, ilişki kurma ve koruma için bir rehber olarak kullanmadır.

Bu ayrımlardan yola çıkarak duygusal zekâ kavramını, başkalarının hislerini tanıma, bireyin kendisini motive etmesi ve ilişkilerindeki duyguları iyi yönetme yetisi olarak tanımlayabiliriz. Akademik zekâdan, yani bilişsel zeka (IQ) ile ölçülen yetilerden tamamen farklı olduğu söylenemeyen duygusal zeka kavramını tamamlayan yetenekleri ifade eder. Akademik açıdan zeki ama duygusal zekâdan yoksun olan pek çok kişi, IQ'ları daha düşük ama duygusal zekâ becerileri mükemmel olan kişilerin emri altında çalışmak zorunda kalabilir (Goleman, 2018: 389).

1990 yılında John Mayer ve Peter Salovey (1990) duygusal zekâ kavramını ilk kez kullanmışlar ve bu alan ile ilgili yapılan bilimsel çalışmaların alt yapısını oluşturacak nitelik kazandırmışlardır (Davis, 2008: 6). Mayer ve Salovey duygusal ve sosyal zekâyı şöyle açıklamaktadır: "Bir kişinin kendi ya da başkalarının hislerini ve duygularını yansıtabilme, onları ayırt edebilme, kişinin düşüncesi ve eyleminde bu bilginin kullanılmasıdır" (Mayer ve Salovey, 1990:14) Duygusal zekâ ilk keşfedildiğinde tuhaf bir bulgu olarak değerlendirilmiştir. Yüksek IQ düzeyindeki insanlar zamanın yalnızca %20'sinde ortalama IQ ya sahip insanlardan daha iyi performans sergilerken, ortalama IQ ya sahip insanlar zamanın %70'inde yüksek zekaya sahip insanlardan daha iyi performans sergilemekte olduğu ortaya koyulmuştur. Bu şekilde bilim adamları IQ'nun ötesinde başka bir değişken olması gerektiğini savunarak sonunda yapılan tüm çalışmalar kritik faktör olarak duygusal zekâyı işaret etmiştir (Bradberry ve Greaves, 2017: 21-22).

Duygusal zekânın ortaya çıkış sebebi; bireylerin üst düzeyde zekâyâ sahip olmasına rağmen bireysel, örgütsel ve sosyal anlamda iyi konumda olamayan insanların neden bazı durumlarda başarı sergileyemediklerinin araştırılması ile meydana çıkmıştır (Doğan ve Oğuzhan, 2015: 2). Duygusal zekâ kavramı ortaya çıkmadan önce mantık (reason) ve duygunun (emotion) ayrı kutuplarda yer aldığına dair bir inanış vardır. Duygu ve mantık ilişkisi bir çatışma olarak görülmektedir. Ancak beyin üzerinde yapılan yeni araştırmalar, duygusal ve bilişsel sistemlerin beyindeki bütünlüğünün sanılandan daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır (İsme, 2004:56). Dolayısıyla asıl neden insan hayatında mantığın etkilerinin azalması değil, insanın kalbinin sesini daha fazla dinleyerek ve bunun etkisinde kalarak hareket etmesi ve duyguların kişilerin alacakları kararlara zemin oluşturduğuna inanılmasıdır. Yani duygusal zekâ kavramı mantığı duygulardan ayırmaz aksine ikisi arasında dengeli bir etkileşim kurulması sonucunda canlılık kazanmaktadır (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2013: 42).

IQ ve duygusal zekâ birbirlerine karşıt değildir. Birbirlerinden ayrı yetilerdir. Herkesin akıl ve duygusal hassasiyeti karışıktır. IQ düzeyi yüksek ancak duygusal zekâ düşük ya da tam tersi durumlar kalıplaşmış düşüncelere karşı nadir görülür. IQ ve duygusal zekanın bazı yönleri arasında az da olsa bir bağlantı vardır ancak bu çok ufaktır ki bunların birbirlerinden ayrı olduğunu açıkça ortaya koymaktadır (Goleman, 2019: 74). IQ insanların başarısında temel oluştururken duygusal zeka (EQ) tavanı hazırlar, yani IQ düzeyi aynı olan bireylerin arasında onlara oranla ne kadar yükselebileceklerini belirler. IQ ve EQ insan başarısını etkilerken hangi özel alanının dikkate alındığına bağlıdır. Bazı durumlar IQ'yu gerekli kılıyorken bazı durumlar EQ ve sosyal becerileri gerektirir. İyi bir cerrah olmaktan iyi bir ebeveyn olmaya kadar tüm durumlar IQ ve EQ'nun bir arada olmasıyla başarıyı belirler (Davis, 2008: 9). Duygusal zekâ akıldan bağımsız olarak insanın davranışlarının temel unsurlarından faydalanır. IQ ve EQ arasında bilinen bir ilişki yoktur, EQ sadece birinin ne kadar zeki olduğuna göre tahmin edilemez. Bilişsel zekâ esnek değildir, beyin hasarı gibi travmatik bir olay dışında doğuştan sabittir. Bir insanı yeni bilgi ve bir gerçeği öğrenmek daha zeki yapmaz, akıl öğrenme kabiliyetini gösterir yani insan 15 yaşında nasılsa 50 yaşında da aynıdır ancak EQ öğrenilebilen esnek bir yapıdadır. Bazı 20 insanlar duygusal anlamda diğerlerine oranla daha zekidir, yüksek EQ ile doğmamış olsa bile bunu geliştirebilir (Bradberry ve Greaves, 2017: 29).

Kadınların genel anlamda erkeklerden daha fazla duygusal zekaya sahip olduğu bilinse de ortaya koydukları bazı liderlik tavırları erkeklere göre daha az etkili olabilir. Örneğin; erkeklere göre işyerinde otorite hissettirmek ve sert olmak kabul edilmiş davranışlardır fakat aynı şekilde otoriter davranan kadınlar farklı şekilde algılanırlar. Mutluluğunu belli eden bir bayan yönetici tipik bir kadın veya yumuşak olarak görülürken bir erkek sevincini köşe bucak kaçarak koridorlarda yaşar (Caruso ve Salovey, 2007: 58). Golmen'a göre yaklaşık yüz yıldır yüz binlerce kişi üzerinde yapılmış araştırmalara göre IQ'nun aksine duygusal zekâ daha güncel bir kavramdır. Hayatta kişiler arası farklılıkların bunun açısından ne ölçüde kaynaklandığını söylemek zordur ancak verilere göre IQ'dan da güçlü hatta zaman zaman IQ'dan çok daha güçlüdür. IQ'nun eğitim ve yaşam deneyimleri ile değişmeyeceğini savunanlar olsa da, hayati duygusal

yetilerin öğretilmesi durumunda çocukken öğrenilip ve geliştirilmesi de mümkündür (Goleman, 2019: 63).

2.2. Kadın Girişimciliği

Hangi sosyal sınıftan olduğuna bakılmaksızın kadınlar, geleneksel olarak en temel işletme olan ailenin işletilmesi ve gerekirse kıt kaynaklarla geçiminin ve devamlılığının sağlanması yanında yeniliğin yaratıcı gücü olma konumunu üstlenmektedir. Ancak toplumsal anlamda bu tarz bir girişim, girişimcilik olarak kabul edilmez ve tüm bunlar ekonomik değeri olmayan kadının doğal görevi olarak görülür (Ertürk, 1993: 43). Kadın girişimciliği kategorisinde kimin yer aldığı, kimlerin dışarıda kalacağı üzerinde kesin bir ortaklık sağlanamamıştır. Örneğin;” kendi hesabına çalışanlar ekonomik faaliyetlerini ev içi mekanlarda sürdürüyor iseler bu gruba girmeli midirler? Ya da kendileri adına kayıtlı olan bir iş yeri sahibi olan ancak bu işyerinin faaliyetlerine hiçbir şekilde katılmayan kadınlar girişimci kadın sayılmalı mıdır?” (Ecevit, 1993: 20). Bir başlangıç niteliğinde girişimci kadın tanımı şu şekilde sınırlandırılarak yapılmaktadır. Girişimci kadın; “ev dışı bir mekânda kendi adına kurduğu bir veya birkaç işyeri olan, bu işyerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle çalışan veya işin sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran, herhangi bir mal veya servisin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten bu mal veya servisin dağıtım pazarlama ve satışını yapan yapıtiran, işi ile ilgili olarak ilişkiye girmesi gereken kişi örgüt kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran, iş sürecinin örgütlenmesi mal ve hizmet üretiminin planlanması iş yerinin işletilmesi kapatılması veya işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren ve işinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan” kişidir.

Kadınların bireysel olarak üstlendiği rollerin yanı sıra iş ve aile hayatlarını dengede tutma çabalarıyla birlikte birden fazla kadın girişimci tipi ortaya çıkmıştır (Yılmaz ve Kurşun, 2017: 236). Coffee ve Scase (1985)'e göre kadın girişimci tipleri iki faktör ve buna bağlı olarak dört farklı şekilde tanımlanmaktadır. Birinci faktöre göre girişimci kadınlar bireysellik ve kendine güven ilkelerine dayanan geleneksel girişimcilik eğilimindedirler. İkinci faktöre göre ise girişimci kadınların erkeklerin aslı konumunda olmayı kabullenen geleneksel cinsiyet rolüne dayanmaktadır. Yapılan araştırmalar sonucunda Türk kadınlarının yaptıkları işler bakımından daha çok geleneksel ve evcimen girişimci türlerindeki özellikleri taşıdığı görülmüştür ve buna göre bu kadınların daha çok hizmet sektöründeki alanlarda girişimde buldukları söylenebilir. Dolayısıyla da bu kadınlar büyük oranda küçük ölçekli işletmelere sahiptirler (Morçin, 2013: 72).

Girişimci kadın olmak; çalışma yaşamında kadına, diğer çalışma biçimlerine göre daha fazla özerklik özgür hareket etme ve bağımsızlık imkânı sunmakla birlikte yine kadının yaptığı işe yönelik olarak kısa ve uzun vadeli planlar yapma kaynaklarını en iyi şekilde kullanma kişiler arası ilişkileri iyi derecede kurma ve sürdürme işinde edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi alanlarda da beceri kazanmasını sağlamaktadır (Ecevit, 1993: 18). Kadınlar için girişimcilik, kendi yetenek ve potansiyellerini keşfedebileceği, bağımsız karar alabilecekleri bir iştir. Kadınlar girişimcilik rolü ile karar alan, risk üstlenen ve yöneten konuma gelebilmektedirler. Girişimcilik herkeste bulunmayan bir yetenektir ve sınırlı bir üretim faktörüdür.

Kadınların içindeki bu yetenekten faydalanmak gerekmektedir. Onları, ekonomik hayatın içine çekmek ve statülerini yükseltmek; refah artışı, aile ilişkilerinin demokratikleştirilmesi, daha yaratıcı ve öz güvenli bireylerin yetiştirilmesi açısından da önemlidir (Çalışır, 2016: 58).

2.3. Duygusal Zeka ile Kadın Girişimciliği Arasındaki İlişki

Duygusal zekâ işyerinde başarı için kritik bir faktör olarak tanımlanmıştır. N. Keeharananta ve H. G. Baker “Capturing Entrepreneurial Values” adlı çalışmalarında, girişimcilerin özel bir yeteneği ortaya koymayı amaçladıklarını ileri sürmekte ve onlar girişimciyi, “yalnızca kısmen kurulmuş bir şeyin dışında, yeni bir şey vücuda getirmek için savaşıyorlardır” şeklinde tanımlamaktadırlar (Yelkikalan, 2006: 46). Duygular da girişimciler için özel bir yetenek biçimidir. Duyguların girişimciler tarafından ifade ediliş biçimi, örgütsel performans üzerinde olumlu veya olumsuz bir etkiye sahiptir. Bu noktada girişimcilik eğilimi gösteren kişilerin duygularının farkında olması ve bunları iyi yönetebilmesi beklenir (Akpınar ve Alkış, 2019: 344).

Yapılan araştırmalarda kadınların erkeklerden daha yüksek duygusal zekaya sahip oldukları bilinmektedir. Dolayısıyla kadın girişimciler yüksek duygusal zeka düzeylerini kullanarak işletmeyi ve çevresini daha iyi analiz edebilmektedirler (Sartorius, 1999: 54). Bu özellikleri itibarıyla kadın girişimciler, girişimcilik faaliyetlerinde erkeklere göre daha başarılı olmaktadır. Sabancı’ya (2009) göre; kadınların iş hayatındaki başarısının sırrı ‘yüksek duygusal zekâ (EQ)’ya bağlıdır (Hürriyet, 2009). Yine Tekeli (2008) ise, kadınların güçlerinin farkında oldukları ve bu gücü ortaya çıkarmaktan korkmadıkları sürece başarılı olabildiklerine vurgu yaparak duygusal zekânın önemine değinmektedir (KAGİDER, 2008). Yorulmaz (2022) kadın girişimlerin toplumun kalkınmasındaki öneminden bahsederken, kontrollü risk alma, planlama, organizasyon, duygusal zekâ ve iletişim başarısı, engellere karşı çözüm üreticilik, sezgi, empati, yorgunluğa dayanıklılık, mali disiplin, yeniliklere açıklık, sabır ve azim gibi özellikleri ile kadının ekonomiye olan katkısının ülke için çok önemli olduğunu belirtmiştir. Kadını istihdamına girişimci olarak dahil edebilen toplumların zenginleşeceğini, âtil potansiyelini kullanacağını, yeni iş sahaları ortaya çıkaracağını ve böylece girişimciliğin gelişeceğini ifade etmektedir (EGENİNESİ, 2022).

Cinel, Kandemir ve Karademir (2018) yaptıkları araştırmada, kadın girişimcilerinin başarılı olma yüzdesini artıran önemli bir unsurun sosyal zekaları olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Sosyal zekanın bir ya da birden fazla boyutunun bu etkiyi arttırdığı, özellikle sosyal bilgi süreci boyutunun ister geleneksel olsun isterse evcimen, yenilikçi ya da feminist girişimcilik boyutu olsun, tümü üzerinde etkili olduğunu ifade etmektedirler.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu bölümde; araştırmanın amacına yönelik bilgiler ifade edilmiş olup, bu amaca yönelik olarak çizilen model ve bu modele ilişkin oluşturulan hipotezler yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı, Modeli ve Hipotezleri

Literatür incelendiğinde konular üzerinde çeşitli araştırmalar yapıldığı gözlenmiş ancak Samsun ilinin son dönemde sanayileşmeye yatkınlığı ve Karadeniz Bölgesinin en önemli ticaret merkezlerinden biri olmasının yanında duygusal zekânın kadın girişimcilik üzerine etkisi yönünde bu bölgede araştırma yapılmamış olması bu çalışmanın yapılmasına neden olmuştur. Araştırmaya başlamadan önce “Giresun Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal Bilimler Fen ve Mühendislik Bilimleri Araştırmaları Etik Kurulu’nun E-50288587-050.01.04-21483 sayı ve 05 Mayıs 2021 tarihli etik kurul kararı” ile çalışmanın etik bir ihlal oluşturmadığına dair yazı alınmıştır. Araştırmanın evrenini “Samsun Ticaret ve Sanayi Odası”na kayıtlı kadın girişimciler oluşturmaktadır. “Samsun Ticaret ve Sanayi Odası”na kayıtlı 82 kadın girişimci bulunmaktadır. Anket Google form hazırlanarak kişilerin mail ve telefonlarına gönderimi sağlanarak gönüllülük esasına dayalı olarak doldurulması istenmiştir. Gönderimi sağlanan 82 adet anketin 79 adeti geri dönmüştür. 79 kişi anket sorularını eksiksiz cevapladığı için analiz, verilen cevaplar üzerinden gerçekleştirilmiştir. “%95 güven düzeyi, %5 örnekleme hatası, aranan özelliğin örnekleme bulunma olasılığı %50 alındığında sample size calculator programı ile yapılan hesaplamada 68 örneklem yeterli bulunmuştur. Bu sonuç örneklemin evreni temsil eder büyüklükte olduğunu göstermektedir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket formu kullanılmıştır. Kullanılan anket formu 3 bölümden oluşmaktadır.

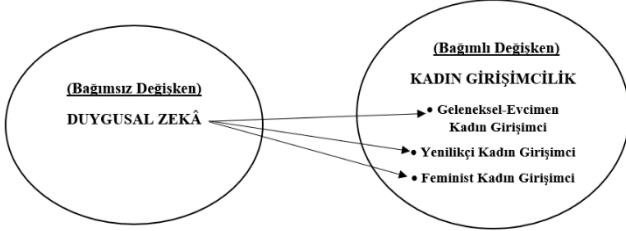
Kişisel Bilgi Formu (KBF): Geliştirilen formda demografik özelliklere ilişkin olarak medeni durum, çocuk sayısı, aylık gelir, eğitim durumu, eşin eğitim durumu, anne ve babanın eğitim durumu, anne ve babanın çalışma durumu, ailedeki girişimci durumu ve yakınlık derecesi. İş yaşamına ilişkin bilgiler ise; faaliyet gösterilen sektör, yıl, konum, toplam çalışan sayısı, daha önceden girişimcilik faaliyetinde bulunuldu mu, kaç yıl olmak üzere katılımcıların sosyo-demografik bilgilerine yönelik sorular içermektedir.

Kadın Girişimcilik Türleri Ölçeği (KGTÖ): Bu ölçek ile Goffee ve Scase’nin kadın girişimci türleri temel alınmıştır. Goffee ve Scase’nin çalışmasında, geleneksel kadın girişimci tipi, evcimen kadın girişimci tipi, yenilikçi kadın girişimci tipi, feminist kadın girişimci tipi olmak üzere dört farklı kadın girişimci tipinden bahsedilmektedir. Goffee ve Scase’nin kadın girişimci türlerine ilişkin teorik yaklaşımının Türkçe’ye uyarlanması ile çalışmada yapılan analizler neticesinde ilk iki kadın girişimci tipi olan geleneksel ve evcimen kadın girişimci tipi birleştirilerek, üç kadın girişimci tipi meydana getirilmiştir (Kahraman, 2017: 98)

Duygusal Zekâ Ölçeği (DZÖ): Tatar, Tok, Bender ve Saltukoğlu (2017) tarafından asıl form 33 maddeli “Schutte Duygusal Zekâ Testinin (SDZT-33)” heterojen katılımcılı bir uygulamayla, aslına uygun faktör yapısıyla ve madde sayısı değiştirilmeden Türkçeye çevrilmiştir. Ayrıca “Duygusal Zekâ Ölçeği”nin Türkçe’ye çevrilmesinde öncelikle ifadelerin açık anlaşılır ve net olmasına dikkat edilmiştir. 33 ifadeden oluşan Duygusal Zekâ Ölçeğinde ters (5, 28 ve 33 nolu ifadeler) maddeler bulunmakta olup 5’li likert (“5=Kesinlikle Katılmıyorum”, “4=Katılmıyorum”, “3=Kararsızım”, “2=Katılıyorum”, “1=Kesinlikle

Katılıyorum”) tipi bir ölçektir. Cronbach Alpha güvenilirlik katsayı 0,86 olarak bulunmuştur (Tatar vd., 2017).

Araştırmada kadın girişimciliği bağımsız değişken, duygusal zeka ise bağımlı değişken olarak yer almaktadır. Bağımsız değişken kadın girişimciliği; “Geleneksel-vecimen kadın girişimci”, “Yenilikçi kadın girişimci”, “Feminist kadın girişimci” olarak 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Şekil 1’de belirtilen değişkenleri içeren araştırma modeli verilmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın modeli

Ayrıca araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda hazırlanan hipotezler aşağıda verilmiştir:

H1: Duygusal zekanın kadın girişimcilik üzerinde pozitif yönlü doğrusal bir etkisi vardır.

H1.1: Duygusal zekanın geleneksel-vecimen kadın girişimcilik üzerinde pozitif yönlü doğrusal bir etkisi vardır.

H1.2: Duygusal zekanın yenilikçi kadın girişimcilik üzerinde pozitif yönlü doğrusal bir etkisi vardır.

H1.3: Duygusal zekanın feminist kadın girişimcilik üzerinde pozitif yönlü doğrusal bir etkisi vardır.

4. BULGULAR

Çalışmanın istatistiksel analiz aşamasında frekans analizleri, güvenilirlik analizleri, ortalama karşılaştırma testleri, korelasyon analizleri ve basit doğrusal regresyon analizi teknikleri uygulanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen hipotez testi bulgularını değerlendirmek için hata payı ($p < 0.05$) olarak alınmıştır. Açımlayıcı faktör analizi (AFA) bulguları R-Project programı (R Core Team, 2022) ve lavaan (Rosseel, 2012) paketi kullanılarak elde edilmiştir. Hipotez testleri ise IBM SPSS 26 programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

4.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

Araştırmaya dahil edilen katılımcıların demografik özelliklerine yönelik yapılan frekans analizi bulgularına göre katılımcıların %15,2’sinin 30 yaş ve altı, %43,0’ının 31-40 yaş, %41,8’inin ise 41 yaş ve üzeri olduğu saptanmıştır. Ailesinin aylık gelir durumlarına göre katılımcıların %19,0’ı 4999 TL ve altında bir gelire sahip olduklarını beyan ederken, %81,0’ı ise 5000 TL ve üzeri bir gelire sahip olduklarını ifade ettikleri görülmüştür. Bu katılımcıların %31,6’sı lise ve altı, %55,7’si üniversite, %12,7’sinin ise yüksek lisans mezunu olduğu belirlenmiştir. Medeni durumlarına göre katılımcıların dağılımları incelendiğinde; %34,2’sinin bekar, %13,9’unun boşanmış/dul, %51,9’unun ise evli olduğu saptanmıştır. Ayrıca bu katılımcıların %62,0’ı iş yerindeki konumunun işveren olduğu beyan ederken, %38,0’ı iş yerindeki konumunun ortak olduğunu ifade etmiştir.

4.2. Açımlayıcı Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Aşağıda araştırma verilerinden Duygusal zekâ ve kadın girişimcilik ile ilgili olanlar “Açımlayıcı Faktör Analizi”ne tabi tutulmuş olup, anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 1. Katılımcıların duygusal zekâ ölçeği maddelerine ait AFA sonuçları

Madde	Faktör yükleri	Komünalite	Madde	Faktör yükleri	Komünalite
D1	0.828	0.756	D18	0.747	0.661
D2	0.846	0.777	D19	0.742	0.656
D3	0.852	0.783	D20	0.659	0.560
D4	0.707	0.616	D21	0.715	0.625
D5	0.700	0.607	D22	0.814	0.739
D6	0.767	0.685	D23	0.739	0.653
D7	0.838	0.767	D24	0.796	0.718
D8	0.694	0.600	D25	0.620	0.516
D9	0.771	0.689	D26	0.632	0.530
D10	0.697	0.605	D27	0.658	0.559
D11	0.751	0.667	D28	0.731	0.643
D12	0.775	0.695	D29	0.631	0.528
D13	0.787	0.709	D30	0.642	0.541
D14	0.857	0.789	D31	0.734	0.648
D15	0.646	0.545	D32	0.628	0.524
D16	0.641	0.539	D33	0.726	0.638
D17	0.741	0.654			

Tablo 1’de araştırmaya dahil edilen katılımcıların duygusal zekâ ölçeği maddelerine ait AFA sonuçları gösterilmektedir. Kaiser’in özdeğer ≥ 1 kuralına göre ölçek 1 boyut altında temsil edilmektedir. Analiz sonuçları incelendiğinde, duygusal zekâ ölçeği maddelerinin faktör yüklerinin 0,50’nin üzerinde olduğu görülmektedir. Ayrıca bu maddelerin komünalite değerlerinin 0,30’un üzerinde olduğu belirlenmiştir. AFA sonuçlarına göre duygusal zekâ ölçeğinin ölçek maddeleri, toplam %61,2 varyans açıklama oranı ile 1 faktör altında toplanmaktadır.

Tablo 2: Katılımcıların kadın girişimcilik türleri ölçeği maddelerine ait AFA sonuçları

Boyut	Madde	Faktör yükleri	Komünalite	VAO
GEKG	K1	0.816	0.731	0.253
	K2	0.841	0.749	
	K3	0.849	0.754	
	K4	0.649	0.613	
YKG	K5	0.639	0.606	0.226
	K6	0.732	0.672	
	K7	0.830	0.740	
	K8	0.631	0.600	
FKG	K9	0.737	0.675	0.204
	K10	0.636	0.604	
	K11	0.711	0.656	
	K12	0.744	0.680	

VAO: Varyans açıklama oranı, GEKG: Geleneksel-vecimen kadın girişimci, YKG: Yenilikçi kadın girişimci, FKG: Feminist kadın girişimci

Tablo 2’de araştırmaya katılan katılımcıların kadın girişimcilik türleri ölçeği maddelerine ait AFA sonuçları gösterilmektedir. Kaiser’in özdeğer ≥ 1 kuralına göre ölçek 3

alt boyut altında temsil edilmektedir. Analiz sonuçları incelendiğinde, kadın girişimcilik türleri ölçeği maddelerinin faktör yüklerinin 0,50'nin üzerinde olduğu saptanmıştır. Ayrıca bu maddelerin komünalite değerlerinin 0,30'un üzerinde olduğu görülmüştür. Bu bulgulara göre alt boyutların varyans açıklama oranları sırasıyla 0,253, 0,226 ve 0,204 olarak elde edilmiştir. Her üç faktörün kümülatif olarak toplanan varyans açıklama oranının %68,3 olduğu görülmektedir. Bu değer kabul edilebilir değer olan %60'ın üzerinde olduğu belirlenmiştir (Karacaoğlu ve İnce, 2012: 86). AFA sonucunda elde edilen bulgulara göre kadın girişimcilik türleri ölçeğinin ölçek maddeleri, toplam %68,3 varyans açıklama oranı ile 3 faktör altında toplanmaktadır.

Tablo 3: Katılımcıların duygusal zekâ ölçeği ve kadın girişimcilik türleri ölçeğinin AFA sürecine ait temel varsayımlar

	KMO	Bartlett Küresellik testi	p
Duygusal zekâ	0.847	3846.284	<0.001
KGTÖ	0.934	4657.459	<0.001

KGTÖ: Kadın girişimci türleri ölçeği

Tablo 3'de araştırmaya katılan katılımcıların duygusal zekâ ölçeği ve kadın girişimcilik türleri ölçeğinin AFA bulgularına ait Kaiser Meier Olkin (KMO) ve Bartlett küresellik testi sonuçları gösterilmektedir. Bartlett küresellik testi incelendiğinde, katılımcıların duygusal zekâ ölçeği ve kadın girişimcilik türleri ölçeğinin maddeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir korelasyon bulunmaktadır ($p<0,05$). Ayrıca katılımcıların duygusal zekâ ölçeği ve kadın girişimcilik türleri ölçeği için KMO istatistiği 0,7'nin üzerinde bulunmaktadır. Bu bulgular ışığında, katılımcıların duygusal zekâ ölçeği ve kadın girişimcilik türleri ölçeği örneklem açısından yeterlidir.

4.3. Güvenilirlik Analizlerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde elde edilen ölçek ifadelerine verilen cevapların güvenilirlik katsayıları Cronbach Alfa katsayısı ile irdelenmiştir.

4.4 Değişkenler Arasındaki İlişkilere Ait Korelasyon Analizi

Aşağıda araştırmaya dahil edilen katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanları ile kadın girişimcilik türleri ölçeği alt boyutları ve toplam puanları arasındaki ilişkiyi gösteren Pearson korelasyon testi sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 5 : Katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanları ile kadın girişimcilik türleri ölçeği alt boyutları ve toplam puanları arasındaki ilişki

Boyut	1	2	3	4	5
1. Duygusal zekâ	1				
2. KGTÖ	0.833*	1			
3. GEKG	0.728*	0.912*	1		
4. YKG	0.829*	0.973*	0.807*	1	
5. FKG	0.825*	0.975*	0.811*	0.974*	1

* $p<0,05$, KGTÖ: Kadın girişimci türleri ölçeği, GEKG: Geleneksel-evcimen kadın girişimci, YKG: Yenilikçi kadın girişimci, FKG: Feminist kadın girişimci

Pearson korelasyon testi sonuçları değerlendirildiğinde, katılımcıların kadın girişimcilik türleri ölçeği alt boyutları ve toplam puanları ile duygusal zekâ ölçeği toplam puanları arasında pozitif yönde, yüksek düzeyde bir ilişki olduğu ve ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ($r=0,833$, $p<0,05$; $r=0,728$, $p<0,05$; $r=0,829$, $p<0,05$; $r=0,825$, $p<0,05$). Ayrıca katılımcıların kadın girişimcilik türleri ölçeği alt boyutları ve toplam puanları arasında pozitif yönde, yüksek düzeyde bir ilişki olduğu ve ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$).

4.5. Regresyon Analizi Sonuçları

Tablo 6 : Duygusal zekânın kadın girişimcilik türleri üzerindeki etkisi için yapılan regresyon analizi sonuçları

Değişken	Standardize edilmemiş		Standardize edilmiş			F	R ²
	Beta	SH	Beta	t	p		
(Sabit)	0.268	0.294	-	0.912	0.36	175.0	0.6
Duygusal zekâ	0.030	0.002	0.833	13.231	<0.001	72	95

Beta: Katsayı, SH: Standart hata, Bağımlı değişken: Kadın girişimci türleri ölçeği

Tablo 6'da katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının kadın girişimcilik türleri ölçeği toplam puanları üzerindeki etkisini belirlemek için yapılan regresyon analizi sonuçları gösterilmektedir. Belirtme katsayısı incelendiğinde, katılımcıların kadın girişimcilik türleri ölçeği toplam puanları üzerindeki değişimin yaklaşık %69,5'ini duygusal zekâ ölçeği toplam puanları açıklamaktadır. Analiz bulguları değerlendirildiğinde, katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının kadın girişimcilik türleri ölçeği toplam puanları üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Bu bulgular ışığında, katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının bir birim artması sonucunda kadın girişimcilik türleri ölçeği toplam puanları üzerinde yaklaşık 0,030'luk bir artışa sebep olacaktır.

Tablo 7: Duygusal zekânın geleneksel-evcimen kadın girişimciliğine etkisinin regresyon analizi sonuçları

Değişken	Standardize edilmemiş		Standardize edilmiş			F	R ²
	Beta	SH	Beta	t	p		
(Sabit)	0.421	0.369	-	1.140	0.258	87.0	0.53
Duygusal zekâ	0.026	0.003	0.728	9.328	<0.001	16	1

Beta: Katsayı, SH: Standart hata, Bağımlı değişken: Geleneksel- evcimen kadın girişimci

Tablo 7’de katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının geleneksel- evcimen kadın girişimci alt boyut puanları üzerindeki etkisini belirlemek için yapılan regresyon analizi sonuçları gösterilmektedir. Belirtme katsayısı incelendiğinde, katılımcıların geleneksel- evcimen kadın girişimci alt boyut puanları üzerindeki değişimin yaklaşık %53,1’ini duygusal zekâ ölçeği toplam puanları açıklamaktadır. Regresyon katsayıları incelendiğinde, katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının geleneksel- evcimen kadın girişimci alt boyut puanları üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür (p<0,05). Bu bulgulara göre, katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının bir birim artması sonucunda geleneksel- evcimen kadın girişimci alt boyut puanları üzerinde yaklaşık 0,026’lık bir artışa neden olacaktır.

Tablo 8: Duygusal zekânın yenilikçi kadın girişimciliğine etkisinin regresyon analizi sonuçları

Değişken	Standardize edilmemiş		Standardize edilmiş			F	R ²
	Beta	SH	Beta	t	p		
(Sabit)	0.190	0.317	-	0.602	0.549	168	0.686
Duygusal zekâ	0.031	0.002	0.829	12.985	<0.001	1	1

Beta: Katsayı, SH: Standart hata, Bağımlı değişken: Yenilikçi kadın girişimci

Tablo 8’de katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının yenilikçi kadın girişimci alt boyut puanları üzerindeki etkisini belirlemek için yapılan regresyon analizi sonuçları gösterilmektedir. Belirtme katsayısı incelendiğinde, katılımcıların yenilikçi kadın girişimci alt boyut puanları üzerindeki değişimin yaklaşık %68,6’sını duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının açıkladığı saptanmıştır. Analiz bulguları değerlendirildiğinde ise, katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının yenilikçi kadın girişimci alt boyut puanları üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (p<0,05). Bu bulgular ışığında, katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının bir birim artması sonucunda yenilikçi kadın girişimci alt boyut puanları üzerinde yaklaşık 0,031’lik bir artışa sebep olacağı görülmüştür.

Tablo 9: Duygusal zekanın feminist kadın girişimciliğine etkisinin regresyon analizi sonuçları

Değişken	Standardize edilmemiş		Standardize edilmiş			F	R ²
	Beta	SH	Beta	t	p		
(Sabit)	0.193	0.320	-	0.602	0.549	164	0.681
Duygusal zekâ	0.031	0.002	0.825	12.831	<0.001	1	1

Değişken	Standardize edilmemiş		Standardize edilmiş			F	R ²
	Beta	SH	Beta	t	p		
(Sabit)	0.193	0.320	-	0.602	0.549	164	0.681
Duygusal zekâ	0.031	0.002	0.825	12.831	<0.001	1	1

Beta: Katsayı, SH: Standart hata, Bağımlı değişken: Feminist kadın girişimci

Tablo 9’da katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının feminist kadın girişimci alt boyut puanları üzerindeki etkisini belirlemek için yapılan regresyon analizi sonuçları gösterilmektedir. Belirtme katsayısı incelendiğinde, katılımcıların feminist kadın girişimci alt boyut puanları üzerindeki değişimin yaklaşık %68,1’ini duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının açıkladığı belirlenmiştir. Regresyon katsayıları incelendiğinde, katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının feminist kadın girişimci alt boyut puanları üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (p<0.05). Bu bulgulara göre, katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının bir birim artması sonucunda feminist kadın girişimci alt boyut puanları üzerinde yaklaşık 0,031’lik bir artışa neden olacağı görülmüştür.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüzde girişimcilik eylemleri, her zamankinden daha güç ve belirsiz koşullarda gerçekleşmektedir. Girişimcinin en önemli özelliği, söz konusu belirsizlik ortamında risk üstlenmesi ve karar verme durumunda olmasıdır. Duygusal zekâ, böylesine karmaşık bir ortamda girişimcinin başarılı olmasının altında yatan temel faktörlerden birisidir (Yelkikalan, 2006: 40). Girişimcilik alanında teknik bilgiden ziyade ikili iletişim, motivasyon, özgüven, karar verme yetisi, empati gibi duygusal zekâ becerilerine sahip olmak; kişinin mesleki performansını ve başarısını olumlu yönde etkilemektedir. Kadınların yüksek duygusal zekaya sahip olmaları ve bu güçlü yanlarını kullanmaları onları erkek girişimcilerden farklı kılarak başarıya sürüklemektedir. Yapılan araştırmada duygusal zekanın kadın girişimciliği üzerindeki etkisi analiz etmeye çalışılmıştır. Araştırmaya katılan Samsun Sanayi ve Ticaret Odasının kayıtlı kadın girişimcilerin yaşı, geliri, eğitimi, medeni hali ve eğitim durumu, işyerindeki konumu frekans analizleri ile incelenmiş olup analiz sonuçları araştırıldığında;

- Katılımcıların %15,2’sinin 30 yaş ve altı, %43,0’ının 31-40 yaş, %41,8’inin ise 41 yaş ve üzeri olduğu saptanmıştır.
- Ailesinin aylık gelir durumlarına göre katılımcıların %19,0’ı 4999 TL ve altında bir gelire sahip olduklarını beyan ederken, %81,0’ı ise 5000 TL ve üzeri bir gelire sahip olduklarını ifade ettikleri görülmüştür.
- Bu katılımcıların %31,6’sı lise ve altı, %55,7’si üniversite, %12,7’sinin ise yüksek lisans mezunu olduğu belirlenmiştir.
- Medeni durumlarına göre katılımcıların dağılımları incelendiğinde; %34,2’sinin bekar, %13,9’unun boşanmış/dul, %51,9’unun ise evli olduğu saptanmıştır.
- Ayrıca bu katılımcıların %62,0’ı iş yerindeki konumunun işveren olduğu beyan ederken, %38,0’ı iş yerindeki konumunun ortak olduğunu ifade etmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların duygusal zekâ ölçeği ve kadın girişimcilik türleri ölçeği için yapılan Cronbach’s Alpha güvenilirlik analizi sonuçları gözlenmiştir. Bulgular incelendiğinde,

- Katılımcıların duygusal zekâ ölçeği genel Cronbach's Alpha katsayısının 0,976 olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların kadın girişimcilik türleri ölçeği genel ve alt boyutları için Cronbach's Alpha katsayıları 0,971, 0,860, 0,966 ve 0,966 olarak bulunmuştur. Bu katsayılar, duygusal zekâ ölçeği ve kadın girişimcilik türleri ölçeği için toplanan verilerin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Araştırma grubunu oluşturan kadın girişimcilerin yaşı, geliri, eğitimi, medeni hali ve eğitim durumu, işyerindeki konumu ile araştırma değişkenleri düzeyleri arasındaki farklılaşmalarını incelemek için yapılan analizlerin sonuçları irdelendiğinde;

- Ailesinin aylık geliri 5000 TL ve üzeri olan katılımcıların kadın girişimcilik türleri ölçeği alt boyutları ve toplam puanları ailesinin aylık geliri 4999 TL ve altında olan katılımcılara göre daha yüksektir.
 - Lise ve altı, üniversite ve yüksek lisans mezunu olan katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanları ve kadın girişimcilik türleri ölçeği alt boyutları ve toplam puanları birbirine yakın bulunmuştur.
 - Bekar ve evli olan katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanları ve kadın girişimcilik türleri ölçeği alt boyutları ve toplam puanları birbirine yakındır.
 - İş yerindeki konumu işveren ve ortak olan katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanları ve kadın girişimcilik türleri ölçeği alt boyutları ve toplam puanlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir.
 - Katılımcıların kadın girişimcilik türleri ölçeği alt boyutları ve toplam puanları arasında pozitif yönde, yüksek düzeyde bir ilişki olduğu ve ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir ($p < 0,05$).
 - Katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının bir birim artması sonucunda kadın girişimcilik türleri ölçeği toplam puanları üzerinde yaklaşık 0,030'luk bir artışa sebep olacaktır.
 - Katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının bir birim artması sonucunda geleneksel-vecimen kadın girişimci alt boyut puanları üzerinde yaklaşık 0,026'lık bir artışa neden olacaktır.
 - Katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının bir birim artması sonucunda yenilikçi kadın girişimci alt boyut puanları üzerinde yaklaşık 0,031'lik bir artışa sebep olacağı görülmüştür.
 - Katılımcıların duygusal zekâ ölçeği toplam puanlarının bir birim artması sonucunda feminist kadın girişimci alt boyut puanları üzerinde yaklaşık 0,031'lik bir artışa neden olacağı görülmüştür.
- Regresyon analizi bulgularının genel değerlendirilmesi sonucunda;
- Duygusal zekâ düzeyinin kadın girişimci türleri ölçeği toplam puanları üzerinde pozitif yönlü doğrusal etkisi olduğu,
 - Duygusal zekâ düzeyinin geleneksel-vecimen kadın girişimci alt boyut puanları üzerinde pozitif yönlü doğrusal etkisi olduğu,
 - Duygusal zekâ düzeyinin yenilikçi kadın girişimci alt boyut puanları üzerinde pozitif yönlü doğrusal etkisi olduğu,
 - Duygusal zekâ düzeyinin feminist kadın girişimci alt boyut puanları üzerinde pozitif yönlü doğrusal etkisi

olduğu tespit edilmiş ve “H_{1.1}, H_{1.2}, H_{1.3}“ hipotezleri kabul edilmiştir.

Girişimcilerin birden çok ortak karakteristik özellikleri mevcuttur. Bu özelliklerin birleşmesi işlerini kurma noktasında kendilerini harekete geçirmektedir. Girişimcileri harekete geçiren bu etkenler arasında başarıya ihtiyacı, risk alabilme eğilimi ve bağımsız olma isteği sayılabilir. Bu süreçte kişilerin bilişsel zekalarının ileri düzeyde olması bugün başarı için yeterli değildir. Girişimcilik sürecinde önemli bir özellik olarak yerini alan duygusal zekâ, “girişimcilerin kendi duygularının yanı sıra çalışanlarının da duygularının farkında olması, anlaması, ilişkiler kurması, duygularını yönetiyor olması ve gerek iş anlamında gerekse kişiler arası ilişkilerde etkin olarak faydalanan olması şeklinde açıklanabilir.

Kadın girişimciler işletmelerinin yönetimi sırasında kaliteli çalışma ortamına, değişime ve yeniliğe önem verirken insanı yaklaşımları ön planda tutarlar. Bunun yanı sıra sosyo-kültürel amaçlara da finansal amaçlar kadar değer veren bir yapıya sahiptirler. Günümüzde duygusal zekanın aile, iş ve sosyal hayattaki başarının temel belirleyici faktörler arasında yer aldığı ortaya koyulmaktadır. İnsan zekâsı oldukça zor değişkenlik gösteren bir yapıya sahip olsa da duygusal yapının zaman içerisinde değişimi mümkün olabilir.

Duygusal zekâ kavramı kişinin kendisinin ve başkalarının hissettiklerini gözlemleyerek, bu hisleri düşünce ve eyleme yol gösterecek şekilde kullanma yetisidir. Duygusal zekaya sahip kişiler kendisinin ve başkalarının hislerini tanıma, motive etme ve ilişkilerdeki duyguları iyi yönetme becerisine sahip olmaktadır. Kişinin başkalarının duygularını hissedebilmesi için ise önce kendi duygularını tanıması sonrasında bunun üzerinden gitmek, onları diğer insanların düşüncü şekli benzer zevk ve uygun görüşlerde bir araya getirmektedir.

21. yy. itibari ile iş hayatında evrensel değerlerin bugüne kadar değişiminin geçirdiği evrim gözler önündedir. Kavramlar değişmeye de iş modelleri değişti, içerikleri yeniden şekillendi. Günümüzde duygusal zekaya sahip kadın girişimcilere bakıldığında, düşüncelerini açık ve net bir şekilde ifade edebilen, çalışanlarını beklenen sonuç için basit bir şekilde harekete geçirebilen kişilerdir. Kendisinin ve çevresindekilerin duygularının farkında olan, duygularını yönetebilen, duygularıyla yönlendirebilen ve kendi etkisi altına aldığı çalışma arkadaşlarını dinleyen, kişiler arası ilişkileri ve iletişimi iyi olan kadın girişimcilerin yaptıkları işte verimliliği ve etkinliği artıracaktır. Kadın girişimciler, kadın olmanın gereği olan farklılık ve hassasiyet ile duygusal zekalarını iş yaşamlarına aktarabilmekte ve genellikle olumlu sonuçlar sağlamaktadırlar.

Girişimcilik alanında özellikle hizmet sektöründe EQ özelliği müşterinin anlaşıldığını, önemsendiğinin ve yardımcı olarak yanında olunacağını hissettirilmesini açısından şarttır. Kadınlar karşısındakileri daha çok dinlemek, iletişim kurmak gibi özelliklere daha çok sahiptirler. Özellikle bu sektörde kadın girişimcilerin yoğunlukta olduğunu görebiliyoruz. Belki de bu sektörde kadın yoğun girişimcilerin olması kadınların girişimcilik özelliklerinin duygusal zekâları ile birleşmesine bağlayabiliriz. Girişimcilik alanında kadın veya erkek başarısını ayırt etmek söz konusu olmasa da kadınları erkek

girişimcilerden ayıran en önemli farkın duygusal zekâları olduğu söylenebilir.

Bu bilgiler ışığında çalışmada kadın girişimciliğin duygusal zekâ üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla 79 katılımcının yer aldığı bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya ilişkin kurulan hipotezlerden duygusal zekâ düzeyinin, kadın girişimci türleri ölçeği üzerinde etkisi olduğu ve duygusal zekanın kadın girişimci türleri alt boyutlarından, geleneksel-vecimen kadın girişimci, yenilikçi kadın girişimci ve feminist kadın girişimci üzerinde doğrusal etkisi olduğu kabul görülmüşken, duygusal zekâ düzeyinin kadın girişimci alt boyut ve genel puanları üzerinde etkisi olmadığına dair H₀ hipotezi reddedilmektedir.

Araştırmanın amacı duygusal zekanın kadın girişimciliği üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Araştırmanın sonuçlarına göre, duygusal zekanın kadın girişimciliği üzerinde pozitif yönlü etkileri bulunmaktadır. Bulunan bu etkiler sonucunda araştırmanın hipotezleri kabul görülmektedir. Yapılan araştırmalar neticesinde ilgili alanyazında benzer sonuçların bu hipotezleri destekler nitelikte olduğu görülmektedir. Bu araştırmalardan bazıları aşağıdaki şekilde açıklanabilir.

Cinel ve Oğan'ın (2021) çalışan bireylerin duygusal zekâ becerileri ve kariyer uyum yetenekleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacı ile yaptıkları çalışmada; duygusal zekanın kariyer uyum yeteneğini pozitif yönde etkilediği ortaya konulmuştur. Durak (2018) Girişimcilik niyeti ve duygusal zekâ düzeyi arasında ilişkinin olup olmadığını belirlemeye yönelik yaptığı araştırmasında, duygusal zekâ ile ilgili becerilerin geliştirilebilmesi için öncelikle kendi duygularını doğru tanıması ve yönetebilmesi gerekmektedir. Bu değerlendirmede harekete geçirebilme, başkalarının duygu ve düşüncelerini doğru anlayabilme ve ilişki becerisi gibi özelliklerin geliştirilmesi bireyin başarı şansını artıracak yönde bulgulara varılmıştır. Benzer bir çalışmada, Timuroğlu ve Akpunar (2017) tarafından araştırma görevlilerinin duygusal zekân düzeylerinin girişimcilik niyeti üzerine etkisini araştırmaya yönelik olarak yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; Duygusal zekâ ile girişimcilik niyeti arasında olumlu yüksek düzeyde bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Araştırma görevlilerinin duygusal zekâ düzeyleri girişimcilik niyetlerini anlamlı bir şekilde açıkladığı görülmüştür.

Araştırma olanakları kapsamında belirli örnekleme, araştırma modellerinin değerlendirilmesinde çeşitli kısıtlamalara yol açmıştır. Bu nedenledir ki araştırma modellerinin farklı şehirlerde uygulanması, farklı sonuçlarla karşılaşılmasına olanak tanıyacaktır ve modellerin değerlendirilmesi için geniş bir bakış açısı kazandıracaktır. Benzer şekilde, araştırma modellerini farklı olarak erkek girişimcilere uygulamak, araştırma modellerine dayalı farklılıkları değerlendirebilecektir. Aynı zamanda bu etkinin bir kamu kurumunda yönetici, müdür pozisyonunda çalışan kadınlar arasında gerçekleştirildiğinde, araştırmalarda daha farklı sonuçlar elde edilebileceği öngörülmektedir.

Teşekkür

Bu çalışma yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

KAYNAKLAR

- AKPINAR, F. ve ALKIŞ, H. (2019), Duygusal Zeka ve Girişimcilik Eğilimi: Adıyaman Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12 (32), s. 341-379.
- BRADBERRY, T. ve GREAVES, J. (2017), *Duygusal Zeka 2.0*, İstanbul: Sola Yayınları.
- CARUSO, D. ve SALOVEY, P. (2007), *Duygusal Zekâ Yöneticisi*, İstanbul: Crea Yayıncılık.
- CİNEL, M.O. ve OĞAN, E. (2021), İş Hayatında Duygusal Zekâ ve Kariyer Uyum Yeteneği Arasındaki İlişki, *Alanya Akademik Bakış*, 5 (1), s. 369-391.
- CİNEL, M.O., KANDEMİR, H. ve KARADEMİR, D. (2018), Sosyal Zekanın Kadın Girişimciliği Üzerine Etkisi: Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Kadın Çalışmalarında Güncel Konular*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- ÇALIŞIR, G. (2016), İletişim ve Halkla İlişkiler Bağlamında Girişimcilik: Kadın Girişimcilik, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), s. 89-103.
- DAVIS, M. (2008), *Duygusal Zekanızı Ölçün*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- DOĞAN, S. ve OĞUZHAN, Y. (2015), Çalışanların Duygusal Zekâ Düzeylerinin İşten Ayrılma Niyetlerine Etkisi Üzerine Bir Çalışma, *Niğde Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (2), s. 1-12.
- DURAK, İ. (2018), Girişimcilik Niyeti ile Duygusal Zekâ ve Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (1), s. 281-297.
- ECEVİT, Y. (1993), Kadın Girişimcilerin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi, *Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar* (s. 15-35). Ankara.
- ERTÜRK, Y. (1993), Girişimcilikte Örgütlü Dayanışma Yaklaşımı: Hindistan'dan Bir Örnek, *Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar* (s. 43-47). Ankara.
- GOFFEE, R. ve SCASE, R. (1992), *Kadınlar İş Başında*, İstanbul: Eti Yayıncılık.
- GOLEMAN, D. (2018), *İşbaşında Duygusal Zekâ*, İstanbul: Varlık Yayınları.
- GOLEMAN, D. (2019), *Duygusal Zeka Neden IQ'dan Daha Önemlidir?*, İstanbul: Varlık Yayınları.
- GÜRBÜZ, S. ve YÜKSEL, M. (2008), Çalışma Ortamında Duygusal Zekâ: İş Performansı, İş Tatmini, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bazı Demografik Özelliklerle İlişkisi, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9 (2), 174-190.
- İSMEN, E. (2004), Duygusal Zekâ ve Aile İşlevleri Arasındaki İlişki, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (11), s. 55-75.
- KAGİDER, (2008), *Türkiye'de Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği: Sorunlar, Öncelikler ve Çözüm Önerileri*, Temmuz, Yayın No: TÜSİAD-T/2008-07/468.

KAHRAMAN, Ü.G. (2017), *Kadın Girişimciler Üzerinde Ulusal Kültürel Etki: Batı Akdenizli Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Burdur: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

MERLEVEDE, P., VANDAMME, R. ve BRIDOUX, D. (2006), *7 Adımda Duygusal Zekâ*, İstanbul: Omega Yayınları.

MORÇİN, S. E. (2013), Türk Kültüründe Kadın Girişimciliği: Kavramsal Bir Değerlendirme, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8 (2), s. 167-190.

R Core Team R: (2020), *A Language and Environment for Statistical Computing*. R Foundation for Statistical Computing, Vienna. Austria.

ROSSEEL, L. (2012), An R Package For Structural Equation Modeling And More. Version 0.5–12 (BETA), *Journal of Statistical Software*, 48 (2), s. 1-36.

SABANCI, G. (2009). *Duygusal Zeka ve Kadınlar*, 12 Ekim 2022 tarihinde Hürriyet Gazetesi: <https://www.hurriyet.com.tr/duygusal-zeka-ve-kadinlar-12289231> adresinden alındı.

SABUNCUOĞLU, Z. ve TÜZ, M. (2013), *Örgütsel Davranış*, Bursa: Aktüel Yayınları.

SALOVEY, P. ve MAYER, J. (1990), Emotional Intelligence, *Imagination, Cognition And Personality*, 9 (3), s. 185-211.

SARTORIUS, M. (1999), *Kadınlarda Duygusal Zekâ*, İstanbul: Varlık Yayınları.

TATAR, A., TOK, S., TEKİN B. M. ve SALTUKOĞU, G.. (2017), Asıl Form Schutte Duygusal Zekâ Testinin Türkçe'ye Çevirisi ve Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 18 (2), s. 139-146.

TİMUROĞLU, K. ve AKPUNAR, E. (2017), Duygusal Zekânın Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31 (4), s. 875-894.

YELKİKALAN, N. (2006), 21. Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zekâ, *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), s. 39-51.

YILMAZ, A. ve KURŞUN, B. (2017). İstanbul Kadın Girişimcilik: Türkiye'de Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Sebepler, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Kongresi (Uzak'17) Bildiri Kitapçığı*.

YORULMAZ, N. (2022). *Kadın Girişimcilerin Toplum Kalkınmasındaki Önemi*, 26 Eylül 2022 tarihinde Egeninsesi Gazetesi: <http://www.egeninsesi.com/> adresinden alındı.