



GİRİŞİMCİLİK NİYETİ İLE DUYGUSAL ZEKÂ VE BAZI SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŐİKENLER ARASINDAKİ İLİŐİKİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Doç. Dr. İbrahim DURAK

Pamukkale Üniversitesi İİBF, İŞletme Bölümü
idurak@pau.edu.tr

Öz

Araştırma Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İŞletme Bölümü öğrencilerini kapsamaktadır. Araştırmanın amacı öğrencilerin girişimcilik niyeti duygusal zekâ düzeyleri ve bazı sosyo-demografik değişkenler arasındaki iliŐikiyi belirlemeye yöneliktir. Çalışmada işletme bölümü öğrencilerinin tercih edilmesinin nedeni bu bölüm öğrencilerinin almış oldukları derslerin serbest piyasaya mantığına daha yakın olmasıdır. Araştırmada öğrencilerin girişimcilik niyeti ile duygusal zekâ düzeyleri arasında pozitif iliŐikinin tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Girişimcilik niyeti, Duygusal zekâ, Girişimcilik.

THE RELATIONSHIP AMONG ENTREPRENEURIAL INTENTION, EMOTIONAL INTELLIGENCE AND SOME SOCIO-DEMOGRAPHICAL VARIABLES: A CASE STUDY ON UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

The study is about defining the relationship among entrepreneurial intentions, emotional intelligence and some socio-demographical variables of students studying in the Department of Business Administration at Pamukkale University. The reason behind the selection of this department's students is that these students are more open to liberal market philosophy embedded in their curriculum. There is a positive relationship found between entrepreneurial intentions and emotional intelligence levels of the students. Besides there is also positive relationship between entrepreneurial intentions with gender, having related courses in the transcript, presence of an entrepreneur in close family ties, and got a part-time job in spring breaks, or summer holidays.

Keywords: Entrepreneurial intentions, Emotional intelligence, Entrepreneurship.

1. GiriŐ

Değerli insan "üretebilen" ama üretirken "değer yaratabilen", yarattığı değerlerle "insanları mutlu edebilen", insan yaŐamına "güzellikler" katabilen insandır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:3). Bunun yol ve yöntemlerinden biri de girişimcilik faaliyetleri ve bunu gerçekleŐtiren girişimcilerdir. Gerek kâr elde etme, büyüme, satış geliri sağlama gibi kişisel amaçların gerçekleşmesinde gerekse ülkelerin geliŐip kalkınmasında girişimci ve girişimcilik faaliyetleri çok önemli bir role sahiptir. Diğer taraftan ülkenin geneline yayılan girişimsel faaliyetler bölgelerarası geliŐmişlik farkını azaltmaktadır. Zira girişimcilik hem ülke için değer yaratmakta hem de istihdam olanakları sağlamaktadır (Durak, 2011a:241). Sanayi

devriminden itibaren ülkelerin teknolojik gelişmeleri ve ekonomik kalkınmalarının ardında en önemli güç olarak her zaman girişimcilik kültürü ve girişimcilerin varlığı görülmüştür. Bu durum sadece özel sermaye girişimciliği olarak değil aynı zamanda bireylerin ve devletin girişimci düşünce ve hareket tarzı olarak da kendini göstermiştir (İrmiş vd., 2010:5). Bu kapsamda ülkemizde özellikle son zamanlarda gittikçe artan biçimde hem yeni işletme kuracak hem de mevcut kurulu işletmelerini büyütecek girişimcilere KOSGEB'in kredi, eğitim vb. sunmuş olduğu çeşitli teşvikler önemli bir yere sahiptir. Küresel Girişimcilik Monitörü 2014 sonuçlarına göre, Türkiye'de toplam yetişkin nüfusun %53'ü potansiyel girişimci özelliklerine sahiptir. Bu sonuçlar önümüzdeki üç yıl içerisinde her 100 kişiden 35'inin girişimcilik faaliyetinde bulunma hedefinin olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırma, 18-64 yaş arasındaki yetişkin nüfusun % 39,8'inin yeni bir işe başlamanın hayatlarında önemli fırsat oluşturacağı inancında olduklarını göstermektedir. Bununla birlikte Dünya Ekonomik Forumu'nun hazırladığı 2016 Rekabet Raporunda yer alan ülkelerin rekabet sıralaması listesinde ise Türkiye 138 ülke arasında 55. sırada yer almaktadır (Dünya Ekonomik Forumu 2016). Girişimcilik söz konusu olduğunda göz önünde bulundurulması gereken önemli hususlardan biri de girişimcilik niyetidir. Çünkü girişimcilik niyeti olmadan girişimcilik faaliyetinde bulunmak mümkün olmamaktadır (Eryılmaz ve Dirik, 2016: 3).

Çalışma anket tekniği ile yapılmış olup Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğrencilerini kapsamaktadır. Çalışmada öğrencilerin girişimcilik niyeti ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca öğrencilerin girişimcilik niyetinin bazı sosyo-demografik faktörlerle ilişkisi üzerinde durulmuştur.

2. Girişimcilik ve Girişimcilik Niyeti

Girişimciliğin çok boyutlu olması ve pek çok anlamı içermesi bakımından çok çeşitli tanımları yapılmıştır (Durak, 2011b:195).). En dar anlamıyla girişimcilik, fikirleri ortaya koyma, onları ürün/hizmete dönüştürme daha sonrada pazara sunma faaliyetinden ibaret görülmektedir (Zhao, 2005:26). Bir başka tanıma göre ise girişimci, yeni şeyleri tasarlarken yaratıcılığını ortaya koyan, bunları uygulamaya dönüştürmek için ise istek ve şevkini kullanan kişidir (İrmiş vd., 2010:9). Günümüzde girişimci fırsatları gören ve yakalayan yenilikçi ve yaratıcı kişiyi tanımlamaktadır (Arıkan, 2015: 57). Microsoft'u kuran Bill Gates, otomobilde kitle üretim sürecini başlatan Henry Ford ve Amamazon.com'u kuran Jeff Bezos bugünkü dünyanın en önemli girişimci örneklerindedir (Thomberry, 2001: 256-527). Bu üç girişimcinin de ortak özelliği fırsatları belirleyip, geliştirmeleri ve bu fırsatları başarılı bir yapıya dönüştüren yapıyı oluşturmalarıdır. Girişimcinin hali hazırda yaptığı işe de girişimcilik

denmektedir. Girişimcilik doğrudan girişimsel bir süreçle ilgilidir ve girişimsel süreç ise girişimcinin ne ile meşgul olduğunu ifade etmektedir (Arıkan, 2015: 57-58).

Özellikle 1980’li yılların başından itibaren özel sektör girişimciliğın gelişmesi ve yaygınlaşması ekonomik ve sosyo-kültürel alanlarda çeşitli kalkınma ve gelişmeleri hızlandırıcı bir etki yaratmaktadır. Bu bağlamda bir toplumda girişimcilik niyeti olan bireylerin çok olması, o toplumda potansiyel girişimci adayların çok olması anlamına gelmektedir. Girişimcilik niyeti kişinin diğer kariyer seçeneklerinden ziyade çevresindeki potansiyel fırsatları değerlendirmesini sağlayacak bir işletme kurma ve girişim başlatma düşüncesini yansıtmaktadır. Bir kişinin kendi girişimini başlatması planlı ve maksatlı bir davranış olarak kabul edilir (Karabey, 2013:147). Girişimcilik faaliyeti bireyin arzusuna, isteğine, vizyonuna ve mevcut koşulları rasyonel bir şekilde değerlendirebilme yetisine bağlı olarak ortaya çıkan planlı ve niyetli bir davranıştır (Yanık vd., 2017:463). Dolayısıyla, girişimcilik niyeti kavramının anlaşılabilmesi için bir bireyi kendi işini kurma ve girişimci olma yönünde motive eden faktörlerin neler olduğunun ortaya konulması gerekmektedir (Şeşen ve Basım, 2012: 22).

Literatürde girişimcilik niyetini belirleyen pek çok faktör olduğu tartışılmaktadır. Kişisel tutum, algılanan davranışsal kontrol ve kişilik özellikleri ile cinsiyet, yakın aile gibi demografik faktörler ve çevresel faktörler bunlar arasında sayılabilir (Kalkan, 2011:190). Nicel araştırmalarla tespit edilen ve girişimcilik niyetini etkileyen başlıca kişisel özellikler olarak başarıya ihtiyacı, risk alma belirsizliğe tolerans, kontrol odağı olma, kendine güven ve amaçlar seti oluşturma gibi özellikleri sayabiliriz (İrmiş vd., 2010:22-26). Demografik özellikler kapsamında ise yaş cinsiyet, ailenin gelir durumu ve iş deneyimi gibi özellikler üzerinde durulmuştur (Şeşen ve Basım, 2012: 22-23). Ayrıca ilgili ülkenin eğitim sistemi, kültürü, ekonomik politikaları vb. çeşitli çevresel değişkenler de girişimcilik niyetini pekiştirmekte ya da zayıflatmaktadır.

3. Duygusal Zekâ

Son yıllarda üzerinde önemle durulan ve pek çok araştırmaya konu alan kavramlardan biri de duygusal zekâdır. Duygusal zekâ gerek bireyin özel gerekse sosyal ve iş yaşamında önemli bir paya sahiptir. Günümüzün başarılı işletmelerinde, teknik bilgisi çok olan çalışanlardan daha çok iş arkadaşlarıyla ile duygudaşlık kurabilen, sağlıklı ilişkiler kurabilen, ekip çalışmasına yatkın ve kendine güveni yüksek, diğer bir ifadeyle duygusal zekâsı yüksek olan çalışanlar ön plana çıkmaktadır. Artık iş yaşamında, sadece yüksek IQ’ya sahip olmanın yeterli olmadığı, duygusal zekânın da ön planda olması gerektiği fark edilmiştir. Çünkü

duygusal zekâsı yüksek girişimci, yönetici ve çalışanlar hem kendi kendilerini hem de çalışanları motive ederek iş performansını arttırabilmektedir (Doğan ve Demiral, 2007:228).

Duygusal zekâ bireyin kendine ve başkalarına ait duyguları doğru olarak algılayıp değerlemesi ve ifade etmesi, bu duygular arasında ayırım yapıp, elde ettiği bilgileri düşünce şeklinde davranışlarında kullanması ile ilgili yetenekler toplamı olarak tanımlanmaktadır (Acar, 2002:65). Günümüz müşteri odaklı modern işletmecilik ve girişimcilik anlayışında hem işletmede çalışanların hem de müşterilerin duygularının doğru biçimde algılanıp değerlendirilmesi işletmenin performansı açısından önemli bir paya sahiptir. Modern işletmecilik anlayışında insana daha fazla yatırım yapılmakta, onun bilgi beceri yetenek ve gizil güçlerini daha fazla üretim sürecine katabilme çabaları artmaktadır. Yüksek duygusal zekânın bireysel ve örgütsel başarı açısından önemli olduğuna yönelik son zamanlarda sayıları gittikçe artan bilimsel çalışmalar akademisyenlerin ve iş dünyasındaki yöneticilerin ilgisini çekmektedir (Gürbüz, ve Yüksel, 2008:175).

Duygusal zekâ kavramı zekâ ve duygu kavramlarının bileşiminden oluşmaktadır. Zekâ insanın düşünme yeteneğinin bütünüdür. Diğer bir tanıma göre ise yeni durumlara ve uyarıcılara uyabilme yeteneği olarak ifade edilmektedir (Baltaş ve Baltaş, 2002:48). Duygusal zekânın temeli Thorndike'in 1920 yılında tanımlamış olduğu sosyal zekâ kavramına dayanmaktadır. Thorndike sosyal zekâyı bireyleri anlama ve yönetme yeteneği olarak ifade etmiştir (Doğan ve Demiral, 2007:211-212). 1980'lerin başından itibaren ise araştırmacılar duygusal zekâ düşüncesini sistematik olarak kavramsallaştırmaya başlamışlardır (Carmeli, 2003:790). Duygusal zekâ bireyin kendisinin ve diğerlerinin hislerini ve duygularını izleme, bunlar arasında ayırım yapma, bu bilgiyi düşünce ve eylemlerinde kullanma becerisini içeren sosyal zekânın bir boyutudur (Salovey ve Mayer, 2007:5). Duygusal zekâ ile ilgili birçok tanım yapılmıştır. Duygusal zekâ kavramı, ilk defa 1990 yılında Salovey ve Mayer tarafından başkalarının duyguları ve hislerini anlama becerisi olarak tanımlanmıştır (Gürbüz ve Yüksel, 2008:176). Diğer bir tanıma göre ise duygusal zekâ, bir kimsenin duygularını sosyal çevresini anlama ve yönetmede yardımcı olacak yararlı bir bilgi kaynağı olarak görmesidir (Salovey ve Grewal, 2005:281). Duygusal zekâ kişinin kendini tanıması, hislerini bilebilmesi, onları yönetebilmesi, kendini motive edebilmesi, olaylara başkalarının penceresinden bakabilmesini ifade etme yeteneğidir (Doğan ve Oğuzhan, 2015:2). Başka bir tanıma göre ise duygusal zeka, kişinin kendinin ve başkalarının duygularını yönetebilme becerisidir (Heffernan vd., 2008:187). Duygusal zekânın çeşitli tanımları olmasına karşın bu tanımların ortak özelliği başlıca üç tür yeteneği kapsamasıdır:

Bu yetenekler duyguların değerlendirilmesi ve ifade edilmesi, duyguların düzenlenmesi ve karar vermede duyguların kullanılmasıdır (Rahim ve Minors, 2003:150). Duygusal zekânın kapsamını duyguların sözlü ve sözlü olmayan biçimde ifade edilmesi ve değerlendirilmesi, kendinin ve başkalarının duygularının düzenlenmesi ve duyguların problem çözmede duygusal bağlamda kullanılması oluşturmaktadır (Mayer ve Salovey, 1993:433). Duygusal zekâ hisleri kullanma becerisi olmakla beraber sadece yönetim, psikoloji, sosyoloji ve sosyal-psikoloji alanlarında değil, hayatın her alanında dikkat çeken ve önemli görülen bir alanı kapsamaktadır. Duygusal zekâda duyguları zekice kullanmak ve yönlendirmek esastır.

Salovey, kendi temel duygusal zekâ kavramı içine Gardner'in kişisel zekâ kavramı yeteneklerini de katarak daha bütüncül bir yaklaşımla duygusal zekâ yeteneklerini beş grupta toplamıştır. Bunlar aşağıdaki biçimde gösterilebilir (Salovey ve Mayer, 1990:185-211, Aktaran: Goleman:1999:61-62, Aslan, 2013:264):

a.Özbilinç (Kendini bilme): Bir duyguyu oluşurken fark edebilme ve kendini tanıma duygusal zekanın temelini oluşturmaktadır. Duyguların farkında olma sezgi ve kendini anlama bakımından gerekli görülmektedir. Gerçek duyguların fark edilememesi bireyi duyguların insafına bırakmaktadır. Duygularını yakından tanıyan kişilerin hayatın her alanında daha fazla başarılı olmaları mümkündür.

b.Duygularını idare edebilmek (Ruh halini ayarlama): Duyguları uygun biçimde idare edebilmek özbilinç temeli üzerinde gelişmektedir. Kaygı, karamsarlık ve alınganlıktan kurtulma, kendini yatıştırma duygusal becerinin başarılı sonuçlarındandır. Bu yeteneği yüksek kişiler sürekli huzursuzluk hissederken kuvvetli olanlar ise hayattaki problemlerle daha kolay baş edebilirler.

c.Kendini harekete geçirebilmek (İç motivasyona sahip olma): Duyguları bir amaç doğrultusunda toplayabilme ve harekete geçebilme duygulara hakimiyet ve kendine hakim olabilmek için gereklidir. Kişinin duygularını kontrol edebilmesi başarı için gerekli faktörlerden biridir.

d.Başkalarının duygularını anlayabilmek (Empati): Empati yeteneği başarılı insan ilişkileri için gerekli temel becerilerden birini oluşturmaktadır. Empati yeteneği yüksek kişiler başkalarının duygu, düşünce, fikir beklenti ve ihtiyaçlarını daha yakından isabetli tahmin edebile özelliğine sahiptirler. Bu yetenek özellikle, işletmecilik, öğretmenlik, yöneticilik vb. alanlarda daha çok fonksiyoneldir.

e.İlişkileri yürütebilmek (Kişilerarası ilişki becerisi): İlişki yönetimi büyük ölçüde başkalarının duygularını yönetebilme becerisine bağlıdır. Bu tür becerisi çok gelişmiş kişiler

insanlararası çatışmasız bir etkileşim sürdürmeye dayalı kaliteli ve mutlu bir yaşam sürdürürler.

Kuşkusuz insanlar bu temel beş yeteneğe sahip olma konusunda farklılık gösterirler. Bahsedilen yeteneklere kişinin daha çok sahip olması ve kendini bu konularda geliştirmesi şüphesiz gerek iş yaşamında gerekse sosyal yaşamında başarı şansını yükseltecektir.

4. Literatür Araştırması

Girişimcilik niyeti ile ilgili yapılan ulusal ve uluslararası çalışmalardan bazı örnekleri aşağıdaki gibi belirtebiliriz:

Kâhya ve İmamoğlu (2015) Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri üzerinde bir anket tekniği ile yaptıkları araştırmada ekonomi okuryazarlığı ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir.

Gelaidan ve Abdullateef (2017), tarafından Malezya'da yapılan bir çalışmada ise, girişimcilik ve girişimcilik eğitimiyle ilgili bir takım desteklerin üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetini pozitif yönde etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır.

Diğer bir çalışma ise Çelik vd. aittir (2014). Yazarların Mersin Üniversitesi İİBF'de okuyan öğrenciler üzerinde yaptıkları araştırmada girişimcilik niyeti ile girişimci kişiliğe sahip olma, ailede girişimci birisinin olması ve ailede verilen kararlara katılma derecesi arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir.

Maresch vd.'nin (2016), Avusturyalı öğrenciler üzerinde yaptıkları bir araştırmada da girişimcilik eğitiminin işletme ve mühendislik öğrencilerinde genel olarak etkin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Başol vd. tarafından yapılan başka bir çalışmada ise (2011), dışa dönüklük kişilik boyutunun; “yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek”, “yenilikçi bir çevre oluşturmak”, “yatırımcılarla ilişkileri başlatmak”, “temel amacı tanımlamak”, “beklenmedik zorluklarla baş etmek” ve “temel insan kaynakları geliştirmek” boyutları ile pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir.

Moreno vd. (2012) tarafından İİBF öğrencileri üzerinde yaptıkları bir araştırmada ise özel sektörde çalışmayı planlayan öğrencilerin kamu sektöründe çalışmayı planlayan öğrencilerden daha fazla girişimcilik niyetine sahip olduklarını belirlemiştir.

Yıldırım ve arkadaşlarının (2016) bir üniversitede yaptıkları çalışmaya göre de, kişisel başarı hissi yükseldikçe öğrencilerin girişimcilik niyetinin de yükseldiği sonucuna ulaşılmıştır.

Kebaili vd. (2017) tarafından Katar'da öğrenciler üzerinde yapılan bir araştırmada ise erkek öğrencilerin yüksek derecede girişimcilik niyetine sahip oldukları belirlenmiştir.

Yeşilay ve Yavaş'ın (2017) Türkiye'de sivil havacılık eğitimi alan önlisans öğrencilerine yönelik yaptıkları bir çalışmada da, öğrencilerin girişimcilik niyetinin yüksek olduğu ancak maddi ve teorik desteğe ihtiyaç duydukları ortaya çıkmıştır.

Gerba (2012), tarafından Etyopya'da yapılan bir araştırmada girişimcilik dersi alan işletme öğrencilerinin girişimcilik dersi almayan mühendislik öğrencilerinden daha fazla girişimcilik niyetinin olduğunu tespit edilmiştir.

Bu konuda bir başka çalışma ise Timuroğlu ve Çakır (2014) tarafından girişimciler üzerinde yapılmıştır. Bu çalışmada genel risk alma eğiliminin, sosyal risk alma eğiliminin, ekonomik risk alma eğiliminin ve kariyer riski alma eğiliminin girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Soomro ve Shah'ın (2015), gelişmekte olan ülkelerin özel ve kamu okulları öğrencileri üzerinde yaptıkları bir araştırmada da girişimcilik niyeti ile girişimcilik davranışı arasında güçlü pozitif ilişki bulunmuştur.

Ferreira, vd. 'nin (2012), orta öğretim öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada ise başarı ihtiyacı, özgüven ve kişisel tutumun girişimcilik niyetini pozitif etkilediği tespit edilmiştir.

5.Araştırma

Araştırmanın amacını, yöntemini ve bulgularını aşağıdaki biçimde belirtebiliriz:

5.1.Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğrencilerinin girişimcilik niyeti ile duygusal zekâ düzeyleri arasında ilişki olup olmadığını belirlemektir. Ayrıca öğrencilerin girişimcilik niyetinin cinsiyet, girişimcilik dersi alma, ailede ve yakın akrabada girişimci birinin olması ve okul tatillerinde ya da yarı zamanlı olarak çalışma vb. gibi bazı sosyo-demografik özellikleri arasında istatistiksel ilişki olup olmadığını tespit etmektir. Bu kapsamında aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H1:Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile duygusal zekâ düzeyleri arasında pozitif ilişki vardır.

H2: Öğrencilerin girişimcilik niyeti cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H3: Öğrencilerin girişimcilik niyeti girişimcilik dersi alıp-almama durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

H4: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ailede ya da yakın akrabalarda girişimci birinin olup-olmaması durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

H5: Öğrencilerin girişimcilik niyeti okul tatillerinde ya da yarı zamanlı olarak herhangi bir işte çalışıp-çalışmama durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

5.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın ana kütesini Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmada işletme bölümü öğrencilerinin tercih edilmesinin nedeni bu bölüm öğrencilerinin almış oldukları derslerin serbest piyasaya mantığına daha yakın olmasıdır. Araştırmada anket tekniği kullanılmıştır. Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nde yaklaşık 1420 öğrenci eğitim-öğretim görmektedir. Ana kütleyle 303 örneklem temsil etmektedir. Öğrencilere tesadüfî örneklem yöntemiyle 400 adet anket dağıtılmıştır. Toplam 352 adet anket geri dönmüştür. Anketi cevaplayanların 189'ü kız öğrencilerden, 163'ü ise erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Verilerin analizinde SPSS 20.0 paket programı kullanılmış ve girişimcilik niyeti-duygusal zeka ilişkisiyle ilgili hipotezde Korelasyon analizi yapılmıştır. Diğer hipotezlerde ise 0,05 anlamlılık düzeyinde Bağımsız Örneklem T Testi kullanılmıştır.

Öğrencilerin girişimcilik niyetinin ölçümünde Linan ve Chen (2009) tarafından geliştirilen ve Şeşen ve Basım (2012:24) tarafından Türkçeye uyarlanan 6 maddeden oluşan ölçek kullanılmıştır.

Duygusal zekâ düzeyinin ölçümünde ise Carson ve arkadaşları tarafından geliştirilen 30 maddelik Duygusal Zekâ Ölçeğinin (2000:38), Aslan (2013:264) tarafından 20 madde olarak Türkçeye uyarlanmış biçimi kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan duygusal zekâ ölçeğinin boyutları Salovey'in gruplandırmasına benzer biçimde kendini bilme, ruh halini ayarlama, iç motivasyona sahip olma, empati ve kişilerarası ilişki becerisi olmak üzere beş boyut olarak ele alınmıştır (2013:264). Ankette Kesinlikle Katılmıyorum'dan (1), Kesinlikle Katılıyorum'a (5) kadar uzanan, 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Ölçekte, duygusal zekâ özellikleri, empati (6 madde), ruh halini ayarlama (3 madde), kişilerarası ilişkiler (4 madde), iç motivasyona sahip olma (5 madde) ve kendini bilme (2 madde) alt boyutlarından oluşmaktadır. Hipotezlerde duygusal zekâ düzeyi bir bütün olarak ele alınmıştır.

Araştırmada girişimcilik niyeti ile ilgili Alpha katsayısı ise 0,70, duygusal zekâ ölçeği ile ilgili Alpha katsayısı ise 0,81 olarak bulunmuştur.

5.3. Araştırmanın Bulguları

Tablo 1. Öğrencilerin Sınıfları Açısından Dağılımları

Sınıf	Frekans	%
1	94	26,7
2	46	13,1
3	65	18,5
4	147	41,8
Toplam	352	100,0

Ankete katılan öğrencilerin %26,7'si birinci sınıf, yaklaşık %13'ü ikinci sınıf, %18,5'i üçüncü sınıf ve yaklaşık %42'si de dördüncü sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır.

Tablo 2. Öğrencilerin Cinsiyetleri Açısından Dağılımları

Cinsiyet	Frekans	%
Kız	189	53,7
Erkek	163	46,3
Toplam	352	100,0

Tablo 2'ye göre ankete katılan öğrencilerinin %53,7'sini kız öğrenciler, %46,3'ünü de erkek öğrenciler oluşturmaktadır.

Tablo 3. Ailede ya da Yakın Akrabalarda Girişimci Birinin Olma Durumuna Göre Dağılımları

Ailede ya da yakın akrabalarda girişimci birinin olma durumu	Frekans	%
Evet	192	54,5
Hayır	160	45,5

Tablo 3'e göre ankete katılan öğrencilerin %54,5'i ailesinde ya da yakın akrabalarında girişimci birinin olduğunu, % 45,5'i ise girişimci birinin olmadığını belirtmişlerdir.

Tablo 4. Girişimcilik Dersi Alma Durumuna Göre Dağılımları

Girişimcilik dersi alma durumu	Frekans	%
Evet	82	23,3
Hayır	270	76,7
Toplam	352	100,0

Öğrencilerin yaklaşık %23'ü girişimcilik dersi aldıklarını %77'si ise girişimcilik dersi almadıklarını belirtmişlerdir. Araştırmayla ilgili hipotezler ve elde edilen bulgular aşağıdaki biçimde gösterilebilir:

H1: Öğrencilerin duygusal zekâ düzeyleri ile girişimcilik niyeti arasında pozitif ilişki vardır.

Tablo 5. Girişimcilik Niyeti-Duygusal Zekâ- (Korelasyon Analizi)

		Duygusal zekâ	Girişimcilik niyeti
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1	,36**
	Sig. (2-tailed)		,000
Duygusal zekâ	N	352	352

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Yapılan analizde Tablo 5’de görülebildiği üzere öğrencilerin girişimcilik niyeti ile duygusal zekâ düzeyi arasında orta düzeye yakın pozitif ilişki tespit edilmiştir. ($p<0,05$) ve ($r=0,36$). Duygusal zekâ düzeyi arttıkça girişimcilik niyeti de artmaktadır. Timuroğlu ve Akpunar (2017: 886) tarafından Erzurum Atatürk Üniversitesi ve Elazığ Fırat Üniversitesi’nde görev yapan 118 araştırma görevlisi üzerinde yapılan bir çalışmada da duygusal zekânın girişimcilik niyeti üzerinde istatistiksel olarak etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Benzer biçimde Zampetakis vd. (2008) tarafından yapılan bir çalışmada da duygusal zekânın çalışanlarda proaktif olmayı ve yaratıcılığı pozitif etkilediği ve girişimcilik niyetinin artırdığı tespit edilmiştir.

H2: Öğrencilerin girişimcilik niyeti öğrencilerin cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterir.

Tablo 6. Girişimcilik Niyeti- Cinsiyet (Bağımsız Örneklem T Testi)

Cinsiyet	N	A.Ort.	ss.	t	p
Kız	189	3,53	0,91	-2,87	,003
Erkek	163	3,88	1,23		

Tablo 6’da belirtildiği üzere $p<0,05$ olduğundan bu hipotez de kabul edilmiştir. Erkek öğrencilerin girişimcilik niyetinin kız öğrencilere nazaran daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun nedenlerinden biri, girişimcilik risk içerdiğinden dolayı kadınların risk alma eğiliminin daha düşük olmasıdır (Naktiyok ve Timuroğlu:2009:92). Benzer biçimde İrmış ve Barutçu (2012:19) tarafından Pamukkale Üniversitesi İİBF öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada da öğrencilerin cinsiyetleri ile kendilerini girişimci bir kişiliğe sahip görmeleri ve gelecekte kendi işlerini kurma niyeti arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır. Erkek öğrencilerin %83’ü, kız öğrencilerin ise %66’sı kendilerini girişimci bir kişiliğe sahip görmektedir. Dolayısıyla ankete katılan erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha fazla girişimcilik niyetine sahip oldukları söylenebilir. Çiçek ve Durna (2012:25) tarafından Niğde Üniversitesi İİBF öğrencileri üzerine yapılan bir başka çalışmada da öğrencilerin cinsiyeti ile kendi işini kurma niyeti arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu çalışmaya göre de kendi işini kurmak isteyen erkek öğrencilerin oranı (% 55), kız öğrencilerin oranından (% 21) çok daha yüksektir.

H3: Öğrencilerin girişimcilik niyeti girişimcilik dersi alıp-almama durumuna göre anlamlı farklılık gösterir

Tablo 7. Öğrencilerin Girişimcilik Niyeti- Girişimcilik Dersi Alıp-Almama Durumu (Bağımsız Örneklem T Testi)

Girişimcilik dersi alıp-almama durumu	N	A.Ort.	ss.	t	p
Evet	82	3,93	0,84	2,28	,023
Hayır	270	3,62	1,14		

Yukardaki tabloda görülebileceği üzere $p < 0,05$ olduğundan bu hipotez de kabul edilmiştir. Girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimcilik niyeti, bu dersi almayan öğrencilere göre daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuç aynı zamanda alınan girişimcilik dersinin fonksiyonel olduğunu ve ileride girişimci olma niyetine pozitif etkide bulunduğunu göstermektedir. Ayrıca öğrencilerin almış oldukları girişimcilik dersine özellikle iş dünyasından girişimcilerin davet edilerek söyleşi düzenlenmesi, öğrencilerle birlikte işletme gezileri organize edilmesi ve birtakım gözlemlerde bulunulması öğrencilerin girişimcilik niyeti olumlu etkileyerek piyasayı yakından tanımalarına katkıda bulunacaktır. Örneğin, İngiltere’de girişimcilik eğitimi bizzat devletin resmi müfredatında yer almakta olup yenilikçi yaklaşımların geliştirilmesi konusunda çeşitli teşvikler yapılmaktadır (Top, 2006:186).

H4: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ailede ya da yakın akrabalarda girişimci birinin olup-olmaması durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

Tablo 8. Öğrencilerin Girişimcilik Niyeti-Ailede ya da Yakın Akrabada Girişimci Birinin Olup-Olmaması Durumu (Bağımsız Örneklem T Testi)

Ailede yakın akrabada girişimci birinin olup-olmaması durumu	N	A.Ort.	ss.	t	p
Evet	192	3,92	1,14	4,42	,000
Hayır	160	3,42	0,94		

Öğrencilerin ailelerinde ya da yakın akrabalarında girişimci rol modelinin bulunmasıyla öğrencilerin girişimcilik niyeti arasında da 0,05 anlamlılık düzeyinde farklılık vardır. Ailesinde ya da yakın akrabalarında girişimci birinin olması öğrenciler için rol model oluşturmakta ve girişimcilik niyeti düzeyini artırabilmektedir. İrmiş ve Barutçu (2012:9-10) tarafından İİBF öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada da öğrencilerin babalarının kendi işini kurup yürütmüş olmasıyla ve ailelerinde babalarından başka girişimci rol modelinin bulunmasıyla öğrencinin gelecekte kendi işini kurma niyeti arasında 0,1 anlamlılık düzeyinde pozitif ilişki tespit edilmiştir. Benzer biçimde Çelik vd. (2014:118) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde yapılan diğer bir çalışmada da ailesinde veya yakın çevresinde girişimci olan öğrencilerle bu öğrencilerin gelecekte kendi işlerini kurma niyeti arasında anlamlı pozitif ilişki bulunmuştur. Bu kapsamda ailede ya da yakın çevrede girişimci birinin olması öğrencilerin girişimciliği, işletmeyi, pazarı ve müşterileri daha yakından gözlemleyebilmelerine ve tanıyabilmelerine imkân sağlayabilmektedir. Ayrıca girişimcilik kültürü ortamında yetişen bireylerin çevresindeki kişilerin risk üstlenmelerini örnek alarak girişimcilik konusunda cesaretlerinin artması söz konusu olabilmektedir.

H5: Öğrencilerin girişimcilik niyeti okul tatillerinde ya da yarı zamanlı olarak herhangi bir işte çalışıp-çalışmama durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

Tablo 9. Öğrencilerin Girişimcilik Niyeti-Öğrencilerin Yarı Zamanlı ya da Yaz Tatillerinde Çalışıp-Çalışmama Durumu (Bağımsız Örneklem T Testi)

Okul tatillerinde ya da yarı zamanlı çalışıp-çalışmama durumu	N	A.Ort.	ss.	t	p
Evet	250	3,80	1,10	2,47	,014
Hayır	102	3,47	1,01		

Tablo 9’da görülebileceği üzere $p < 0,05$ olduğundan bu hipotez de kabul edilmiştir. Diğer bir ifadeyle yarı zamanlı ya da okul tatillerinde çalışan öğrencilerin girişimci olmak niyeti herhangi bir işte çalışmayanlara göre daha yüksek çıkmıştır. Bu durum girişimcilik niyeti açısından öğrencilerin yarı zamanlı ya da yaz tatillerinde çalışmalarının önemli olduğunu ifade etmektedir. Zira geçici de olsa herhangi bir işte çalışan öğrencilerin hayatı ve piyasayı tanınması, müşteri ilişkilerini ve para kazanmayı öğrenmesi özgüven düzeyini artırarak girişimcilik niyetinin alt yapısına katkıda bulunmakta ve bu niyetini pekiştirebilmektedir. Örneğin, Kayseri gibi girişimcilik kültürünün gelişmiş olduğu bazı illerimizde yaygın olarak çocuklarının ve gençlerin okul tatillerinde ya da yarı zamanlı olarak çalıştıkları bilinmektedir.

6. Sonuç

Ülkelerin gelişmesinde ve kalkınmasında girişimcilik önemli bir role sahiptir. Bu kapsamda girişimci sayısının ve girişimsel faaliyetlerin artırılması gerekmektedir. Girişimciliğin önem kazanması girişimci bir ruha sahip olan ve gelecekte kendi işlerini kurma niyetinde olan bireylerin de önemini artırmıştır. Özellikle işletme ve ekonomiyle ilgili eğitim alan genç girişimci adaylarının girişimcilik konusunda gerekli bilgilerle donatılması, kendi girişimcilik özelliklerini keşfedebilmesi ve bu yönde motive edilmeleri büyük bir öneme sahiptir. Bu durum önemli olmakla beraber tek başına yeterli değildir. Aynı zamanda iş kurmak ve girişimcilik faaliyetlerinde bulunabilmek için devlet tarafından uygun sosyo-ekonomik ve kültürel alt yapının hazırlanması ve girişimciliğin teşvik edilmesi gerekmektedir. Bu konuda KOSGEB gibi kuruluşların özellikle son yıllarda yaptıkları çalışmalar dikkat çekmektedir. Dünyadaki pek çok ülkeye kıyasla ülkemizin genç ve dinamik bir nüfus yapısına sahip olması da potansiyel girişimci ve girişimcilik faaliyetleri için büyük bir avantaj oluşturmaktadır.

Özellikle günümüz modern işletmecilik anlayışında müşteri odaklılık, ilişki pazarlaması, empati, müşterilerin beklentilerini anlayabilmek vb. faktörler girişimciliğin

başarısı açısından önemli bir role sahiptir. Bu kapsamda duygusal zekâ ise bir kimsenin duygularını sosyal çevresini anlamada ve yönetmede yardımcı olacak yararlı bilgi kaynağı kullanması ve empati yeteneği vardır. Özbilinç sahibi olma, duygularını idare edebilme, kendini harekete geçirebilme, empati ve kişiler arası ilişki becerisi gibi özelliklere sahip olan duygusal zeka gerek iş hayatında gerekse gerekse toplumsal hayatta önemli bir role sahiptir.

Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğrencilerine anket çalışması yapılarak gerçekleştirilen bu araştırmada işletme bölümü öğrencilerinin girişimcilik niyeti ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişki Korelasyon Analizi ile tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca öğrencilerin girişimcilik niyetinin cinsiyet, girişimcilik dersi alma durumu, ailede ya da yakın akrabalarda girişimci birinin olması ve yarı zamanlı ya da yaz tatillerinde çalışma durumuna göre farklılık gösterip göstermediği ise Bağımsız Örneklem T Testi ile tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bu kapsamda araştırmada test edilen hipotezler ve elde edilen sonuçlar Tablo 10'daki gösterilebilir:

Tablo 10. Araştırmanın Hipotezleri ve Elde Edilen Sonuçlar.

Hipotezler	Uygulanan Test	Sonuç
H1: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile duygusal zekâ düzeyleri arasında pozitif ilişki vardır.	Korelasyon	Kabul
H2: Öğrencilerin girişimcilik niyeti öğrencilerin cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterir.	Bağımsız Örneklem T Testi	Kabul
H3: Öğrencilerin girişimcilik niyeti girişimcilik dersi alıp-almama durumuna göre anlamlı farklılık gösterir	Bağımsız Örneklem T Testi	Kabul
H4: Öğrencilerin girişimcilik niyeti ailede ya da yakın akrabalarda girişimci birinin olup-olmaması durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.	Bağımsız Örneklem T Testi	Kabul
H5: Öğrencilerin girişimcilik niyeti okul tatillerinde ya da yarı zamanlı olarak herhangi bir işte çalışıp-çalışmama durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.	Bağımsız Örneklem T Testi	Kabul

Tablo 10'da belirtildiği üzere ilk hipotez öğrencilerin girişimcilik niyeti ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkiyi ölçmeye yöneliktir. Bu hipotez kabul edilmiştir. Öğrencilerin girişimcilik niyeti ile duygusal zekâ düzeyleri arasında orta düzeye yakın pozitif korelasyon bulunmuştur ($r=0,36$). Bireylerin gerek yaşamlarında gerekse girişimcilik faaliyetlerinde kendilerinin ve başkalarının duygularını doğru algılayabilme, kullanabilmeleri, anlayabilmeleri ve yönetebilmeleri büyük önem taşımaktadır. Duygusal zekâ bireylerin yaşamlarında olduğu gibi iş yaşamında da performansı yükseltici bir etkiye sahiptir. Bu kapsamda bireylerin duygusal zekâlarını keşfetmesi ve üretim sürecine daha fazla katmaları başarı için önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır

İkinci hipotez girişimcilik niyeti öğrencilerin cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterir biçimindedir ve $p < 0,05$ olduğundan bu hipotez de kabul edilmiştir. Erkek öğrencilerin girişimcilik niyeti aritmetik ortalaması (3,88) kız öğrencilerin ortalamasından (3,53) daha yüksektir. Bu farkın girişimciliğin riskli ve zorlu bir meslek olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Üçüncü hipotez girişimcilik niyeti girişimcilik dersi alıp-almama durumuna göre anlamlı farklılık gösterir biçimindedir ve $p < 0,05$ olduğundan hipotez kabul edilmiştir. Girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimcilik niyeti aritmetik ortalaması (3,93), almayanlara kıyasla (3,62) daha yüksek çıkmıştır. Bu durumda öğrencilerin aldıkları girişimcilik derslerinin fonksiyonel olduğu, öğrencilerin girişimcilik niyetini olumlu etkilediği ve pekiştirdiği söylenebilir.

Dördüncü hipotez ise, öğrencilerin girişimcilik niyeti ailede ya da yakın akrabalarda girişimci birinin olması durumuna göre anlamlı farklılık gösterip- göstermediğini tespit etmeye yöneliktir ve $p < 0,05$ olduğundan bu hipotez de kabul edilmiştir. Ailesinde ya da yakın akrabalarında girişimci biri olan öğrencilerin girişimcilik niyeti aritmetik ortalaması (3,92), olmayanlara kıyasla (3,42) daha yüksek çıkmıştır. Ailede ya da yakın akrabalarda girişimci birinin olması öğrenciler için rol model oluşturmaktadır. Dolayısıyla öğrencilerin müşteriye, pazarı, işletmeciliği, para kazanmayı vb. yakından tanıma imkânına daha fazla sahip olabileceği söylenebilir.

Son hipotez ise, öğrencilerin girişimcilik niyeti okul tatillerinde ya da yarı zamanlı olarak herhangi bir işte çalışıp-çalışmama durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği biçimindedir ve $p < 0,05$ olduğundan bu hipotez de kabul edilmiştir. Yapılan analiz sonunda yarı zamanlı ya da okul tatillerinde çalışan öğrencilerin girişimci olmak niyeti aritmetik ortalaması (3,80) herhangi bir işte çalışmayanlara göre (3,47) daha yüksek çıkmıştır. Bu durum öğrencilerin yarı zamanlı ya da yaz tatillerinde çalışmasının girişimcilik niyeti olumlu etkilediğini göstermektedir. Böylece öğrencilerin iş dünyasını daha yakından tanıması kolaylaşmakta ve özgüvenleri artabilmektedir.

Sonuç olarak duygusal zekâ ile ilgili becerilerin geliştirilebilmesi noktasında öncelikle bireyin kendini ve duygularını doğru tanıması ve yönetebilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda kendini harekete geçirebilme, başkalarının duygu ve düşüncelerini doğru anlayabilme ve kişiler arası ilişki becerisi gibi özelliklerin geliştirilmesi bireyin başarı şansını artıracaktır. Günümüzde kişisel gelişimle ilgili yapılan çeşitli eğitim programları, seminer ve konferanslar vb. birtakım çalışmaların bu konuda yardımcı olabileceği düşünülmektedir.

Bu kapsamda girişimcilik niyetinin güçlendirilebilmesi için de bir takım çalışmaların yapılabileceğini söylemek mümkün gözükmemektedir. Potansiyel girişimci sayısının artırılabilmesi için öğrencilerin girişimciliğe teşvik edilmesi ve girişimcilik niyetini güçlendirici bir takım faaliyetlerin yapılması, girişimci ve girişimcilik faaliyetlerine önemli katılımlar sağlayacaktır. Özellikle ekonomiyle ilgili eğitim veren İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri başta olmak üzere diğer bazı fakültelerde girişimcilik dersinin gittikçe yaygınlaştığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda ilgili fakülte öğrencilerine işletmelerde staj imkânlarının sunulması ve iş dünyasını daha yakından tanıyabilme imkânının verilmesi de önemli bir role sahiptir. Ayrıca özellikle son zamanlarda KOSGEB ve İŞKUR gibi kamu kuruluşlarının, sanayi ve ticaret odaları gibi çeşitli sivil toplum kuruluşlarının genç girişimci adaylarına yönelik kredi desteği ve girişimcilik eğitimi gibi bir takım destekleri artırmasının girişimcilik niyetini güçlendirici bir etki yapabileceği söylenebilir.

Kaynakça

- Acar, F. (2002), Duygusal Zekâ ve Liderlik, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 53-68.
- Arıkan, S. (2015), Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Yaklaşımlar, 4.Baskı, Ankara, Siyasal Kitabevi
- Aslan, Ş. (2013), Duygusal Zekâ Dönüşümcü ve Etkileşimci Liderlik, Konya, Eğitim Yayınevi
- Baltaş, A. ve Baltas, Z. (2002), Stres ve Başa çıkma Yolları, 21. Baskı, İstanbul, Remzi Kitabevi.
- Başol, O., Dursun, S., Aytaç, S., (2011), “Kişiliğin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Üniversiteli Gençler Üzerine Bir Uygulama”, *İŞ, GÜÇ Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 13 (4), 7-22.
- Carmeli, A. (2003), “The Relationship Between Emotional Intelligence and Work Attitudes, Behavior and Outcomes an Examination Among Senior Managers”, *Journal of Managerial Psychology*, 18(8),788-813.
- Carson, K., D., Carson, P. PBirkenmeier, B. J. (2000), “Measuring Emotional Intelligence: Development and Validation of an Instrument”, *Journal of Applied and Behavioral Management*, 2(1), 33-46.
- Çiçek, R. Durna, U. (2012), “Meslek İdealleri ve Girişimcilik Niyetleri”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (17), 17-31.
- Çelik, A. , İnce, M., Bozyiğit, S. (2014), “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma”, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (3) 113-124
- De Jorge-Moreno, J., Castillo, L.,L., Triguero, M.,S., (2012), “The Effect of Business And Economics Education Programs on Students’ Entrepreneurial Intention”, *European Journal of Training And Development* 36(4), 409-425.
- Doğan, S. ve Demiral, Ö. (2007), “Kurumların Başarısında Duygusal Zekânın Rolü ve Önemi”, *Yönetim ve Ekonomi*, (14) 1, **Celal Bayar Üniversitesi İİBF**, 209-230.
- Doğan, S., Oğuzhan, Y.S. (2007), “Çalışanların Duygusal Zekâ Düzeylerinin İşten Ayrılma Niyetlerine Etkisi Üzerine Bir Çalışma”, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* : 8 (2), 1-12.
- Durak, İ. (2011a), “KOBİ Girişimcilerinin Tek Başına İşletme Sahibi Olmak ya da Ortaklık Kurmakla İlgili Yaklaşımları: Bir Alan Araştırması”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*,9(1), 238-256.
- Durak, İ. (2011b), “Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9 (2), 190-213.
- Dünya Ekonomik Forumu 2016 (<http://ref.sabanciuniv.edu/tr/node/20>, Erişim tarihi:07.11.2017)
- Eryılmaz, İ. ve Dirik, D. (2016), “Girişimcilik Niyeti Üzerine Nitel Bir Araştırma: Manisa Celal Bayar Üniversitesi Örneği, 3. Ululararası Öğrenci Kongresi”, Celal Bayar Üniversitesi, 1-9.
- Gelaidan, H.,M., Abdullateef , A., O. (2017), “Entrepreneurial Intentions of Business Students in Malaysia The Role of Self-Confidence, Educational And Relation Support”, *Journal of Small Business And Enterprise Development*, 24(1), 54-67.
- Gerba, D.T. (2012), “Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of Business And Engineering Students in Ethiopiaafrican”, *Journal of Economic And Management Studies* 3 (2), 258-277.

- 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.
- Ferreira, J., Raposo, M., Rodrigues, R., Dinis, A., Do Paco, A., (2012), “A Model of Entrepreneurial Intention An Application of The Psychological And Behavioral Approaches,” *Journal of Small Business And Enterprise Development* 19 (3), 424-440.
- Heffernan, T., O’Neill, G., Travaglione, T. ve Droulers, M. (2008), “Relationship Marketing, The Impact of Emotional Intelligence and Trust on Bank Performance”, *International Journal of Bank Marketing*, 26 (3), 183-199.
- İrmiş, A., Durak, İ. ve Özdemir, L. (2010), *Girişimcilik Kültürü Anadolu Girişimciliğinden Örnekler*, Bursa, Ekin Yayınevi.
- İrmiş, A. ve Barutçu, E. (2012), “Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26 (2), 1-25.
- Francisco Liñán, F., Chen, Y.-W. (2009) , *Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions*, Entrepreneurship Theory And Practice, Baylor University
- Kahya, C. ve İmamoğlu, İ.K., (2015), “Ekonomi Okuryazarlığının Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Rolü”, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 39, 139-156.
- Kalkan, A. (2011), “Kişisel Tutum, Öznel Norm ve Algılanan Davranış Kontrolünün Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (14), 189-206.
- Karabey, C. N. (2013), “Girişimsel Düşünceyi Anlamak: Düşünme Tarzı Ve Risk Tercihinin Girişimsel Özyetkinlik ve Girişimcilik Niyeti İle İlişkisi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (3), 143-159.
- Kebaili, B., Al-Subyae, S.S., Al-Qahtani, F. (2017), “Barriers of Entrepreneurial Intention Among Qatari Male Students”, *Journal of Small Business And Enterprise Development* 24 (4), 833-849.
- Liñán, F. ve Chen, Y. W. (2009), “Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (3), 593-617.
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., Wimmer-Wurm, B. (2016), “The Impact of Entrepreneurship Education on The Entrepreneurial Intention of Students in Science And Engineering Versus Business Studies University Programs”, *Technological Forecasting & Social Change*, 104, 172-179.
- Mayer, J. D. ve Peter, S. (1993), “The Intelligence of Emotional Intelligence”, *Intelligence*, 17, 433-442.
- Müftüoğlu, T. ve Durukan, T. (2004), *Girişimcilik ve KOBİ’ler*, Ankara, Gazi Kitabevi.
- Naktiyok, A., İmuroğlu, M. K. (2009), “Öğrencilerin Motivasyonel Değerlerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23 (3), 5-103.
- Rahim, M.A. ve Patricia M. (2003), “Effects of Emotional Intelligence on Concern for Quality and Problem Solving”, *Managerial Auditing Journal*, 18 (2), 105-155.
- Salovey, P. ve Mayer, J. D. (1990), *Emotional Intelligence, Imagination, Cognition and Personality*, 9, Aktaran: Daniel Doleman, Neden Duygusal Zeka, IQ’dan Daha Önemlidir?, Çev.: Banu Seçkin Yüksel, İstanbul 1999, Varlık Yayınları.
- Salovey, P., Grewal, D. (2005), “The Science of Emotional Intelligence,” *Current Directions in Psychological Science*, 14(6), 281-285.
- Salovey, P. ve Mayer, J. D. (2007), *Emotional Intelligence*, Emotional Intelligence, Key Readings on the Mayer and Salovey Model, Ed.: Peter S., Marc A. Brackett, John D. Mayer Dude Publishing, New York
- Soomro, B., A., Shah, N. (2015), “Developing Attitudes And Intentions Among Potential Entrepreneurs”, *Journal of Enterprise Information Management*, 28 (2), 304-322.
- Şeşen, H., Basım, H.N. (2012), “Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, *Ege Akademik Bakış*, 12, 21-28.
- Thomberry, N. (2001), “Corporate Entrepreneurship Antidote or Oxymoron?”, *European Management Journal*, 19 (5), 526-533
- Timuroğlu, M. K., Çakır, S. (2014), “Girişimcilerin Yeni Bir Girişim Yapma Niyetlerinin Risk Alma Eğilimi ile İlişkisi”, *AKÜ İİBF Dergisi*- 16 (2), 119-13.
- Timuroğlu, M. K., Akpunar, E.N. (2017), “Duygusal Zekânın Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31 (4), 875-894
- Top, S. (2006), *Girişimcilik, Keşif Süreci*, İstanbul, Beta Yayınevi
- Yanık, O., Timuroğlu, M., K., Naktiyok, A. (2017), “Duyguların Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9 (2), 461-477.
- Yeşilay, R.B., Yavaş, V. (2017), “Öğrencilerin Girişimcilik Niyetinin Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde İncelenmesi: Sivil Havacılık Alanında Öğrenim Gören Önlisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 6 (1), 145-172.

- Yıldırım, F., Naktiyok, S., Kula, M.E. (2016), “ Tükenmişlik Düzeyinin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(4), 15-33.
- Zampetakis, L. A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T., Vassilis S. Moustakis, V.S. (2008), “On The Relationship Between Emotional Intelligence And Entrepreneurial Attitudes And Intentions, International” *Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 15 (6), 595-618.
- Zhao, Fang (2005),” Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation, International”, *Journal of Entrepreneurial Behaviour And Research*, 11 (1), 25-41.