



DUYGUSAL ZEKÂNIN GİRİŞİMCİLİK ÜZERİNE ETKİSİ: KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŐİLETMELER ÜZERİNE BİR ANALİZ

Doç. Dr. Metin ULUKÖY

Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İİBF, İŐİletme
mulukoy@hotmail.com

Yrd. Doç. Dr. Yakup ÜLKER

Cumhuriyet Üniversitesi, İİBF, Bankacılık ve Finans Bölümü
yulker@hotmail.com

Yrd. Doç. Dr. Recep KILIÇ

Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İİBF, İŐİletme
krecep@hotmail.com

Doç. Dr. Sedat YUMUŐAK

Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İİBF, İŐİletme
sedatyumusak@yahoo.com

Doç. Dr. Sedat AZAKLI

Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi
sazakli@gmail.com

Öz

Bu çalışma duygusal zekânın girişimcilik üzerindeki etkisini incelemektedir. Küçük ve orta ölçekli işletmelerde 344 girişimci ile yapılan anket çalışması sonucunda duygusal zekânın dört boyutu ile girişimcilik özellikleri arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte bu ilişkinin bazı girişimcilik özellikleri için zayıf olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmanın sonuçları bireylerin duygularının farkında olmalarının, duygularını kullanabilme ve yönetebilme becerilerinin girişimcilik özellikleri üzerinde etkili olduğunu gösterirken, empatik duyarlılık özelliğinin girişimcilik özellikleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Özellikleri, Duygusal Zekâ, KOBİ.

THE INFLUENCE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE ON ENTREPRENEURSHIP: AN ANALYSIS OF SMEs

Abstract

This study aims to explore the influence of emotional intelligence on entrepreneurship. Based on a survey with 344 entrepreneurs in small and medium-sized enterprises it is established that there is a positive relationship between the four dimensions of emotional intelligence and most of the entrepreneurial characteristics. However, the relationship appears to be weak for some of the entrepreneurial characteristics. The findings showed that while people's awareness of their emotions and their ability to use and manage their emotions influenced the formation of entrepreneurial characteristics, emphatic sensitivity did not appear to have a meaningful influence on entrepreneurial characteristics.

Keywords: Entrepreneurial Characteristics, Emotional Intelligence, SMEs

1. Giriş

Bir ülkenin gelişimi ekonomik faaliyetlerdeki gelişmelere, ekonomik faaliyetlerdeki gelişmeler de o ülkedeki girişimci sayısına ve bu girişimcilerin niteliklerine bağlıdır. Günümüzde toplumun farklı kesimlerinin girişimciliğe olan ilgisinin artması, devlet, sivil toplum ve özel sektörün girişimciliğe verdiği önemin artmasına neden olmuştur. Özellikle teknolojinin hızlı gelişimine bağlı olarak bilginin üretim ve yayılım hızının artması, küreselleşme, tüketici taleplerinde yaşanan olağanüstü değişimler (Koç 2015 ve 2016), işletmelerin daha fazla kar elde etme isteği, kaynak kullanımında etkinlik (Kaya, Koç ve Topçu, 2010: 2029) vb. değişimler girişimciliğe verilen önemin artmasında önemli rol oynamıştır.

Rekabete dayalı ekonomilerde girişimcilik, ülke ekonomisinin gelişiminde ve toplumsal refahın artırılmasında başat aktörlerden biridir. Bu aktörün önemli rol oynadığı ülkelerde işveren sayısı ve üretimdeki artış, ekonomideki büyüme dikkat çekicidir (Uluköy vd. 2013: 81). Dünya üzerindeki birçok ülke bu sebeplerle girişimciliğin gelişmesi ve kültür haline gelmesi için politikalar üretmekte (Koç, 2006:857; Koç, 2009: 120), girişimcilik eğitimleri vermekte ve aynı zamanda girişimciliğe çeşitli destekler sağlamaktadırlar. Yapılan araştırmalar Türkiye'nin de bu ülkeler arasında yer almaya başladığını göstermektedir. Küresel Girişimcilik Monitörü 2014 sonuçlarına göre, Türkiye'de toplam yetişkin nüfusun yüzde 53'ünün potansiyel girişimci özelliklerine sahip olduğu görülmektedir. 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 yüzde 39,8'inin yeni bir işe başlamanın hayatlarında önemli fırsat oluşturacağı inancında olduklarını göstermektedir. Bununla birlikte Dünya Ekonomik Forumu'nun hazırladığı 2015-2016 Rekabet Raporunda yer alan ülkelerin rekabet sıralaması listesinde Türkiye'nin 140 ülke arasında 53. olması (World Economic Forum, 2015) kat edilecek daha uzun bir yolun olduğunu da göstermektedir. Girişimcilik bilincinin oluşması tek başına yeterli olmayıp girişimci olmak isteyen kişilerin bazı özelliklere sahip olması da gerekmektedir. Yapılan araştırmalar, girişimciliğin başarılı olabilmesi bu özelliklerin risk alma, özgüven, kararlılık, iletişim becerisi, liderlik, vizyon ve bağımsızlık arzusu olduğunu ortaya koymaktadır (Mohanty vd., 2005). Global Entrepreneurship Monitor (GEM) tarafından yayınlanan küresel girişimcilik raporuna göre Türkiye'deki girişimcilik duygularının Avrupa Birliği ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir. Raporda, Türk insanının "pozitif fırsatlar görme"(%40), "kendi becerilerine güven" (%39), "başarısızlık korkusu" (%30), "girişimcilik niyeti" (%35), "girişimciliği iyi bir kariyer fırsatı olarak görme" (%67) gibi konularda Avrupa toplumlarından çok daha olumlu görüşlere sahip olduğu görülmektedir. Girişimcilik

özelliklerinin duygusal zekâsı yüksek olan bireylerde daha fazla olacağı düşünülmektedir. Yapılan araştırmalar, girişimcilik performansı yüksek olan kişilerin %90'ının aynı zamanda duygusal zekâlarının da yüksek olduğunu göstermektedir. Yüksek duygusal zekâyâ sahip çalışanların (ortalama olarak), daha düşük duygusal zekâyâ sahip meslektaşlarından yılda 28,000 \$ daha fazla kazandığı belirtilmiştir. Talent Smart danışmanlık firması bir milyondan fazla insan üzerinde yaptığı araştırmada insanların sadece %36'sının duygularını hissettikleri anda tanımlayabildiklerini, yüzde 64'ünün ise duygusal zekâlarının farkında olmadıkları bulgusuna ulaşmıştır (Bradberry, 2015).

Yapılan araştırmalarda duygusal zekânın, iş ortamı ile ilgili çok sayıda değişkeni etkilediği ve çalışan motivasyonu başta olmak üzere örgütün hedef ve değerlerini benimsetmede önemli rolünün olduğu görülmektedir (Cooper ve Sawaf, 1998; Gates, 1995; Goleman, 1995; Megerian ve Sosik, 1997; Gürbüz ve Yüksel, 2008: 175; Ashforth ve Humphrey, 1995; Bass, 1998; Avolio, Bass ve Jung, 1999; Conger ve Kanungo, 1998; Shamir, House ve Arthur, 1993; Güllüce ve İşcan, 2010: 11; Aslan, 2009). Bu araştırmalar aynı zamanda duygusal zekâ ile girişimcilik özellikleri arasındaki ilişkileri ortaya koyması açısından da dikkat çekici olmuştur.

Bu çalışmada duygusal zekânın girişimcilik özelliklerine olan etkisi üzerinde durulmuştur. Çalışmanın ilk bölümde duygusal zekâ ve girişimcilik kavramları tanımlanarak literatür incelenmiştir. Metodoloji kısmında duygusal zekânın girişimcilik üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla küçük ve orta ölçekli işletme sahiplerine anket çalışması yapılmıştır. Bu bölümde girişimcilik özellikleri ile duygusal zekâ arasındaki ilişki alt boyutları ile birlikte incelenerek elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir. Sonuç kısmında ise elde edilen bulgular, hem girişimcilere hem de akademik çalışmalara yol gösterecek nitelikte yorumlanarak paylaşılmıştır.

2. Literatür Taraması

2.1. Duygusal Zekâ Kavramı

Psikoloji sözlüğünde zekâ, “soyut düşünme, kavrama, problem çözme, bildiklerini yeni durumlara uygulama, akıl yürütme, bellek, geçmiş deneyimlerden kazanılan bilgileri kullanma vb. zihinsel yetilerin toplamı” olarak tanımlanmaktadır (Budak, 2000). Lam ve Kirby (2002: 142) ise zekâyı, basit bilgiyi elde edip, onu yeni durumlarda kullanma yeteneği olarak tarif etmektedirler. Bir organizasyonda yer alan bireylerin hayattaki başarısı ve mutluluklarının sağlanabilmesinde, belirli bir entelektüel zekâ düzeyi kadar, duygusal zekâyâ da sahip olmaları gerekmektedir (Gürbüz ve Yüksel:2008: 176). Duygusal zekânın ayrıca

kişilerin; iş tatmini, iş performansı, işe devamsızlık, bağlılık ve liderlik gibi birçok iş ortamı ile ilgili değişkeni de etkilediği yönünde varsayımlar bulunmaktadır (Cooper ve Sawaf, 1998; Gates, 1995; Goleman, 1995; Megerian ve Sosik, 1997; Gürbüz ve Yüksel, 2008: 175). Duygusal zekâ ile ilgili yapılan araştırmalarda başarılı yöneticilerin, çalışanları motive etmek, örgütün hedef ve değerlerini benimsetmek için duygularını kullandığını göstermektedir (Ashforth ve Humphrey, 1995; Bass, 1998; Avolio, Bass ve Jung, 1999; Conger ve Kanungo, 1998; Shamir, House ve Arthur, 1993; Güllüce ve İşcan, 2010: 11; Aslan, 2009).

Duyguları zekice kullanmak ve yönlendirmek duygusal zekânın temelini oluşturmaktadır. Duygusal zekâ; kişinin kendi hislerini bilebilmesi, onları yönetebilmesi, kendini motive edebilmesi, olaylara başkalarının penceresinden bakabilmesi ve toplumsal bir kişiliğe sahip olabilmesi yeteneğidir (Doğan ve Oğuzhan, 2015: 2).

Goleman'a (2000: 393, 394) göre duygusal zekâ, bireyin kendisinin ve başkalarının hislerini tanıma, kendisini motive etme, içindeki ve ilişkilerindeki duyguları iyi yönetme yetisini ifade eder. Duygusal zekâ, akademik zekâdan, yani akademik zekâ ile ölçülen salt bilişsel yetilerden ayrı olan, ancak onu tamamlayan yetenekleri tanımlar. Salovey ve Mayer (1990)'e göre duygusal zekâ, bireyin kendisinin ve başkalarının hislerini gözleyip denetleyebilme, onlar arasında ayırım yapabilme ve bu bilgiyi düşünce ve eylemlerinde rehber alabilme yetenekleridir. Bar-On (1988) duygusal zekâyı, "bir kişinin çevresel baskılarla baş etmede başarılı olmasını sağlayan yetenekler ve bu yoldaki kişisel, duygusal ve sosyal yeterlikler dizisi" şeklinde tanımlamıştır (Köksal, 2007; 58). Schutte vd. (1998) ise duygusal zekâyı, duyguların gücünü ve anlamını, sosyal hayatın bir kaynağı olarak görme, anlama ve duyguları etkin bir biçimde kullanma yeteneği olarak tanımlamaktadır.

Salovey ve Mayer (1990)'e göre duygusal zekâ modeli dört boyuttan oluşmaktadır; *Duyguları algılama*; kişinin kendi duygularının farkında olabilmesi ve bu duygularını başkalarına anlatabilmesidir. *Duyguları özümseme*; kişinin hissettiği değişik duyguları birbirlerinden ayırt edebilme ve bu duyguları tanımlayabilme yeteneğidir. *Duyguları anlama*; tıpkı iki duyguyu aynı anda hissetmek gibi karışık duyguları anlayabilme, birinden diğerine geçişi tanımlayabilme yeteneğidir. *Duyguları yönetebilme*; verilen durumlardan faydalı olmayan duygular ile bağlantı kurma ve kurmama yeteneğidir.

Bar-On'un duygusal zekâ yaklaşımı gerçek yaşam sonuçları ve etkili performans olgusu üzerine odaklanmaktadır. Bar-On'un Duygusal Zekâ Envanteri (*Emotional Quotient Inventory EQ-i*) "neden bazı bireyler hayatta diğerlerine göre daha başarılı olma kabiliyetine sahipler?" sorusunu temel alarak geliştirilmiştir. Ölçek beş genel duygusal zekâ (içsel iletişim, kişilerarası iletişim, stres yönetimi, uyum ve genel ruh hali) alanından oluşmaktadır. (Bar-On, 1997: 12).

Goleman vd. (2002: 24) duygusal zekâ yetkinlikleri ve sınıflandırmasını geliştirerek iki farklı boyutu içeren duygusal ve sosyal zekâ (sosyo-duygusal zekâ) kavramını ortaya atmışlardır. Buna göre kişilerarası alan (sosyal farkındalık ve ilişki yönetimi) sosyal zekâ yetkinlikleri olarak sınıflandırılırken; kişisel/işsel alan ise (kişisel farkındalık ve özyönetim) duygusal zekâ yetkinlikleri olarak sınıflandırılabilir. Sosyo-duygusal zekâ kavramı, kişisel farkındalık ve duyguların kişisel yönetiminin davranışsal boyutlarını içerir. Ayrıca diğer kişilerin duyguları, ihtiyaçları, düşünce ve algılamaları ile ilgili kişilerarası farkındalık ve sosyal çevreyi yönetme, diğerleriyle çalışma becerilerinin davranışsal boyutları arasındaki farklılıkları da kapsamaktadır.

Schutte vd. (1998:172) tarafından geliştirilen Duygusal Zekâ Ölçeği ise; duygusal farkındalık ve değerlendirme (*emotional awareness and appraisal*), duygusal düzenleme/yönetim (*regulation of emotion*), empatik duyarlılık (*empathic sensitivity*) ve duyguların kullanımı (*utilization of emotions*) olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar aşağıda açıklanmaktadır: *Empatik Duyarlılık*: Bireylerin başkalarına duygu ve düşüncelerini ifade etmedeki genel hassasiyetleri ve empati kurma durumları olarak tanımlanabilir. *Duygusal Düzenleme/Yönetim*: Bu boyut bireylerin kendi ruhsal yapısındaki olumlu bakış açıları ve beklentilerini içermektedir ve bireyin kendisinin ve başkalarının duygularını pozitif yönde etkilemesi ile ilgilidir. *Duyguların Kullanımı*: Yeni fikirler üretmek, yeni fikirleri değerlendirmek, yeni tutumlara sahip olmak ve duyguların problem çözümünde kullanılması için gereken koşulları, duyguları kullanarak sağlamak amacını içermektedir. Duyguların bu amaç kapsamında olumlu kullanımını kastetmektedir. *Duygusal Farkındalık ve Değerlendirme*: Bireylerin kendi ve başkalarının yaşadıkları duygulara dair farkındalığı, algısı, anlayışını ve ifade edebilmesini içermektedir.

Duygusal zekânın giderek önem kazanması, girişimcilikle ve üstün performansla doğrudan ilişkili oluşu, işletmelerin mevcut çalışanlarının duygusal zekâlarını arttırmaya; yeni alacakları elamanları da duygusal zekâsı yüksek kişiler arasından seçmeye yönelmektedir (Zampetakis, Beldekos ve Moustakis, 2009: 168).

2.2. Girişimcilik ve Girişimcilik Özellikleri

Girişimcilik kavramı ortaçağdan günümüze kadar pek çok araştırmacının tanımlamaya çalıştığı bir kavram olarak hem işletme hem de iktisat literatürünün en fazla ilgi çeken konularından biri olmuştur. (Demireli, vd. 2013:3). Girişimcilik kavramı ilk kez 18. yüzyılın başlarında Fransa'da Richard Cantillon tarafından tanımlanmıştır. Cantillon'a göre girişimci kısaca "kârın ya da zararın riskine katlanan kişi" olarak tanımlanmıştır (Moreland, 2004:3).

Önce vd. (2014) girişimcileri, inisiyatif alan, risk alan, müşterilerin beklentilerine yenilikler ile cevap veren girişimde bulunabilmek için kaynak bulabilen ve bu kaynakları sahip olduğu kaynaklarla birleştirerek üretime dönüştürebilen ve yönetebilen kişiler olarak tanımlamışlardır.

Özdemir vd. (2016: 570)'e göre girişimciler, bir yansıtıcı gibi sürekli piyasaları gözleyip talep boşlukları yakalayan ve yeni talepler yaratan, taleplerdeki değişimleri zamanında fark ederek gerekli uyumu sağlayan, kaynakları toplayarak yatırımları gerçekleştiren, rekabetten kaçmayan (Karadal ve Saygın, 2013), yeni şeyler ve değerler yaratmak için fiziksel, finansal ve sosyal riskler alan, gerekli zaman ve çabayı harcayan sonunda da bağımsızlık ve kar elde eden (Akpan, Effion ve Ele, 2012), ekonomik yapı içerisinde sürekli devrim yapan, eski olanı yok eden yenilikçi kişilerdir (Shumpeter, 2013).

Mohanty vd. (2005)'e göre girişimciyi ortaya çıkaran belli başlı özellikler ve nitelikler; *risk alma, özgüven, kararlılık, iletişim becerisi, liderlik, vizyon ve bağımsızlık arzusu* olmak üzere yedi grupta toplanmaktadır.

Risk Alma; Girişimci kavramı tanımlanırken her türlü riski alabilen kişi olarak tanımlanmaktadır (Küçük, 2009:23). Girişimci risk alabilmeli ve riske girmeyi varlığının bir parçası olarak görebilmeli (Örücü vd. 2007: 29-30), katlandığı riski avantaja dönüştürebilmeli ve bundan da fayda sağlamayı bilmelidir (Macko ve Tyszka, 2000, s. 470; Uluköy vd, 2014:82).

Özgüven; Girişimciler organizasyonlarının faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürebilmek için kendilerine güvenmelidirler (Örücü vd. 2007: 29-30; Yeniçeri, 2005, s. 448). Bunun için girişimci risk ve sorumluluk alma duygusunu üst noktaya taşımalıdır. Girişimci, sorumluluk aldığı konularda mücadele etme ve sorunla karşılaştığında çözüme becerisine sahip olmalıdır. Bu sayede girişimci; işleri zamanında yapma, doğru karar alma ve işleri planlandığı şekilde uygulayabilme yeteneğine sahip olabilmektedir(Napier vd.,2006, s.38; Uluköy vd, 2014:83).

Kararlılık; Girişimciliğin önemli özelliklerinden biri olan kararlılık, azim ve sebatı ifade eder (Örücü vd. 2007: 29-30). Başarılı girişimci hedeflerine ulaşma kararlılığında olan kişidir. Girişimci ısrarcı olmalı, başarısızlık ve karşılaşılan sorunlar karşısında yılmamalı, kararlarında azim ve sebat göstermelidir. Girişimci sorunları olduğu gibi kabul etmek yerine çözüm yolları arar ve karar vermekten çekinmez (Erdoğan, 2009:54, Uluköy vd, 2014:83).

İletişim Becerisi; duygu, düşünce ve becerilerin en iyi şekilde başkalarına aktarılması süreci olarak ifade edilmektedir (Karagöz ve Kösterelioğlu, 2008:82). İletişim becerisi, sosyal kabiliyet, sosyal algı, ikna ve sosyal uyum ile ilişkilidir (Henry, vd., 2003, s.45). İletişim

konusunda yapılan araştırmalar; bireylerin iletişim becerilerindeki yeterliliklerinin, özellikle insan iletişimi ile ilgili olan mesleklerde başarının önemli bir ögesi olduğu üzerinde durmaktadır (Chant, vd., 2002; Çuhadar vd., 2014:296).

Vizyon; bir örgütün geleceğe yönelik hedeflerinin belirtilmesidir. Girişimci, işletmenin değerlerini, içinde bulunduğu durumu, ulaşmak istediği hedefleri belirleyen ve çalışanları ortak bir amaç etrafında bütünleştirerek, örgütü hedeflenen geleceğe doğru yönlendiren kişi olmalıdır (Çetin, 2009:97; Uluköy vd, 2014:84). Aynı zamanda girişimci bu özelliği ile örgütün geleceğini tasarlayabilme, geliştirebilme ve paylaşabilmelidir (Tekin ve Ehtiyar, 2011:4009).

Liderlik; Girişimcilerin liderlik yeteneği olmalıdır. Girişimci lider, çalışanlarını amaçlara doğru yönlendirirken çalışanları motive eden ve çalışanlara güven veren kişidir. Liderler, çalışanları hedeflere ulaştırarak örgütsel bağlılıklarını arttırabilen kişilerdir (Örücü vd. 2007: 29-30).

Bağımsızlık Arzusu; Girişimci olmanın temelinde kendi işinin patronu olma isteği yani bağımsızlık arzusu yatmaktadır. Bağımsızlık, özgür hareket edebilme ve kendi kararlarını kendi alabilmeyi ifade etmektedir (Erdoğan, 2009:55). Araştırmacılar, bağımsızlık arzusunu girişimcinin karakteristik özellikleri arasında saymaktadırlar (Izedonmi ve Okafar, 2005:174; Kuratko ve Hodgetts, 2008:36; Mohanty, 2005:4; Duran vd., 2013:40; Uluköy vd, 2014:84).

Girişimcilik özelliklerinin oluşumunda ve gelişiminde duygusal zekânın etkisinin önemli olduğuna dair çok sayıda araştırma mevcuttur. Çalışmanın konusunu oluşturan duygusal zekâ ve girişimcilik özellikleri ilişkisi ile ilgili yapılan araştırmalara aşağıda yer verilmektedir.

2.3. Duygusal Zekâ ve Girişimcilik İlişkisi

Yukarıda sıralanan girişimcilik özelliklerine esneklik, fırsatçılık ve hayal gücü gibi özellikleri de ilave etmek mümkündür. Kuşkusuz başarılı bir girişimci olabilmek için olması gereken özelliklerden en önemlisi de girişimcilik ruhuna sahip olmaktır.

“Girişimcilik ruhu” girişimci olsun ya da olmasın her bireyin sahip olabileceği bir ruh halini ifade etmektedir. Türkiye’de girişimciliğin başarılı olamamasının altında yatan temel nedenlerden biri de girişimcilerin bu ruhla desteklenmeyen şekilde iş görmeleridir. Örneğin KOBİ’lerde en önemli sorun, işletme sahipleri ya da yöneticilerinin girişimcilik hisleriyle desteklenen girişimcilik potansiyeli yaratamamalarından kaynaklanmaktadır. Bu özellikleri taşımayan birey işletme kursa da aslında girişimci değildir. Girişimcilik ruhu bir duygusal zekâ özelliğidir. Zira girişimci kontrol hissi taşımakta, risk eğilimi olan ve bağımsızlık

arzusuna sahip bireydir. Bu özellikler kısaca aşağıdaki gibi açıklanabilir (Alpkan vd. 2002:2-3; Yelkikalan, 2007:47-48):

Girişimci kontrol hissi taşımaktadır: Kontrol hissi içsel ve dışsal olarak ele alınmaktadır. Girişimci içsel kontrol hissine sahip bireydir. İçsel kontrole sahip birey işini şansa bırakmaz ve daha çok çaba harcar. İçsel kontrol hissine sahip bir girişimci, her olumsuz koşulun bir fırsat içerdiğini düşünür ve yüksek çalışma güdüsüyle, sabırla, dış çevre faktörlerinin etkisini asgari seviyede tutarak amaca odaklanır. Girişimci duygusal zekâsını kullanarak bulunduğu çevreye uyumun yollarını araştırmaktadır. Bu sayede ihtiyatlı davranarak riski yönetmekte ve körü körüne riski üstlenmemektedir.

Girişimcinin risk eğilimi vardır: Girişimcinin risk eğilimi belirsiz şartlar altında karar vermeyi içermektedir. Ancak girişimcinin özelliklerinden biri de başarı güdüsüdür. Bu sebeple girişimci olan bireyler yüksek risklerden kaçınarak olabildiğince orta seviyeli riskleri üstlenmektedirler.

Girişimci bağımsızlık arzusuna sahiptir: Bağımsızlık, girişimci kişinin daha kolay yollar var iken niçin girişimciliği seçtiğine işaret etmektedir. Bütün kaynaklarını riske etmesi bu nedenledir.

Duygusal zekâyâ sahip girişimciler, fikirlerini açıklama, iş yapma ve yaptırma sürecinde daha başarılıdırlar. Girişimcilerin günümüz koşullarında iletişim becerilerinin ve imkânlarının çokluğu (Koç, 2013: 3682) daha fazla kişiyle görüşme ve onları anlama fırsatları duygusal zekâlarının gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Cansız, 2007: 67).

Duygusal zekâsı yüksek kişilerin yaratıcı oldukları, yaratıcılığın da girişimcilerin en önemli özelliklerinden biri olduğu düşünülürse duygusal zekâ özelliklerinin girişimci davranışlar üzerinde etkisi olduğu kolaylıkla söylenebilmektedir (Polat ve Aktop, 2010: 10).

Duygusal zekâ düzeyi, hem kişisel tatmini hem de iş başarısını doğrudan etkilemektedir. Duygusal zekâyâ sahip bireylerin işletmelerinin başarısında katkıları büyüktür. Kendi duygularını tanıyan ve yönetebilen, başkalarının duygularına, istek ve ihtiyaçlarına duyarlı olan yöneticiler ve çalışanlar, işyerinde güvene dayalı ilişkiler kurmakta, fikirlerini açık ve doğrudan dile getirebilmektedirler. Kendilerini ve birlikte çalıştıkları kişileri istenilen sonuca yönelik olarak harekete geçirmekte, zor şartlar altında olumlu düşünme tarzını koruyarak motivasyonun yüksek olmasını sağlamaktadırlar. Bu sayede, çatışmaları ve sorunları yapıcı ve çözümü sağlayacak şekilde sonuçlandırmaktadırlar. Duygusal zekâsı yüksek çalışanların bu özellikleri, onların daha girişimci davranabilecekleri yönündeki düşünceleri doğrular niteliktedir (Polat ve Aktop, 2010: 10; Koç, 2010: 89).

3. Araştırmanın Metodolojisi

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı; duygusal zekâ ile girişimcilik özelliklerini incelemek, küçük ve orta ölçekli işletme sahiplerinin duygusal zekâları ile girişimcilik özellikleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Araştırmada; girişimcilerin duygusal zekâları ile girişimcilik özellikleri arasında ilişki olup olmadığı ve girişimcilik özelliklerinin oluşumunda duygusal zekânın etkisi tespit edilmeye çalışılmaktadır.

3.2. Veri Toplama Araç ve Teknikleri

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik özellikler, ikinci bölümde duygusal zekâ ve üçüncü bölümde ise girişimcilik özellikleri ile ilgili sorulara yer verilmiştir. Anketin ikinci ve üçüncü bölümlerindeki sorular 5'li Likert ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır. Ölçekteki ifadeler “kesinlikle katılmıyorum (1) ile kesinlikle katılıyorum (5)” şeklinde düzenlenmiştir.

Ankete katılanların duygusal zekâ ile ilgili görüşleri Schutte (2002)'nin ölçeğinden yararlanılarak elde edilmiştir. Ölçek toplam 33 soru ve dört boyuttan (duygularının yönetimi, duygularının farkında olma, duygu kullanımı ve empatik duyarlılık) oluşmaktadır. Girişimcilik özellikleri ise Mohanty vd. (2005) tarafından geliştirilen ölçekle test edilmiştir. Girişimcilik ölçeği toplam 35 soru ve yedi boyuttan (risk alma, özgüven, kararlılık, iletişim becerisi, liderlik, vizyon ve bağımsızlık arzusu) oluşmaktadır. Anket güvenilirliği Cronbach alpha ile test edilmiş ve güvenilir ($\alpha= 0,919$) bulunmuştur.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Duygusal zekâ ve girişimcilik özellikleri üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmanın evrenini Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)'nin belirlemiş olduğu tanıma göre faaliyette bulunan küçük ve orta ölçekli işletme sahibi girişimciler oluşturmaktadır. Girişimcilerin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından araştırmada Tesadüfi Olmayan Örneklem Yöntemlerinden “Kolayda Örneklem” tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında 362 girişimciye anket uygulanmış ve kullanılabilir durumdaki 344 anket formu değerlendirmeye alınarak araştırmanın analiz aşamasına geçilmiştir.

3.4. Araştırmanın Kısıtları

Bu araştırmanın en önemli kısıtı evreninin oldukça geniş bir alana yayılması ve tamamına ulaşılmasının mümkün olmamasıdır. Araştırmanın uygulamasının zaman alıcı ve maliyetli olması, araştırmaya katılım konusunda işletme yöneticilerinin isteksiz olmaları ve

araştırmanın yapıldığı dönemde işletmelerin faaliyetlerine devam etmeleri gibi sınırlayıcı faktörlerle istenilen sayıda katılımcıya ulaşılmamıştır.

3.5 Araştırma Hipotezleri

Araştırmanın amacı duygusal zekânın girişimcilik özellikleri üzerinde etkisinin olup olmadığını tespit etmektir. Öncelikle duygusal zekâ ve alt boyutları (empatik *duyarlılık*, *duygu yönetimi*, *duygu kullanımı* ve *duygusal farkındalık*) ile girişimcilik özellikleri (*bağımsızlık arzusu*, *risk alma*, *özgüven*, *kararlılık*, *iletişim*, *liderlik*, *vizyon*) arasında bir ilişkinin olup olmadığını ve eğer varsa ilişkinin yönünü tespit etmek amacıyla Hipotez 1 geliştirilmiştir.

Hipotez 1: Duygusal zekâ ve alt boyutları ile girişimcilik özellikleri arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

Duygusal zekânın girişimcilik üzerinde herhangi bir etkisinin olup olmadığını tespit etmek ve eğer varsa bu etkinin derecesini belirleyebilmek amacıyla Hipotez 2 geliştirilmiştir.

Hipotez 2: Duygusal zekâ ve alt boyutlarının girişimcilik üzerinde etkisi vardır.

Araştırmanın amacına yönelik olarak belirlenen hipotezlere ilişkin test sonuçlarına araştırma bulguları kısmında yer verilmektedir.

3.5. Araştırma Bulguları ve Yorumlar

Araştırmada küçük ve orta ölçekli işletmeye sahip girişimcilerin duygusal zekâları ile girişimcilik özellikleri arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. Girişimcilerin sosyo-demografik özellikleri, hem iş kurma hem de işi sürdürme süreçlerinde önemli faktörlerdendir.

3.5.1 Demografik Veriler

Araştırmaya katılan girişimcilerin demografik özellikleri ile ilgili bilgilere Tablo 1’de yer verilmektedir.

Araştırmaya katılan girişimciler incelendiğinde çoğunluğunun 41 yaş ve üzerinde oldukları görülmektedir. Eğitim düzeyinde ise çoğunluğu lise mezunları oluşturmaktadır. Girişimci profilinin büyük bir kısmı erkeklerden oluşmaktadır. Yaklaşık yüzde altmışı aile işletmesi şeklindedir. Girişimcilerin kendi sektörlerindeki deneyimleri incelendiğinde büyük bir kısmı on altı yıl ve üzeri deneyime sahip kişilerdir. Katılımcıların işletme sahipliğine bakıldığında ise beş yılın üzerinde işletme sahipliği olan girişimcilerin çoğunlukta oldukları görülmektedir. Girişimcilerin işletmelerinde istihdam ettikleri personel sayısı incelendiğinde % 43,9’u mikro işletme, %47,4’ü küçük işletme ve %8,7’si ise orta büyüklükteki işletme kategorisinde yer aldığı tespit edilmiştir. Anket uygulamasına katılan girişimcilerin büyük çoğunluğu sermaye biriktirerek işletmesini kurmuş, diğer çoğunluk ise sermayeyi ailesinin

katkısı ile elde etmiştir. İşletmesini kurarken girişimcilik projesi hazırlayanların sayıları oldukça düşüktür. Büyük bir kısmı hibe ve krediden yararlanmamıştır. Ailesinde girişimci yakını olan katılımcıların sayısı oldukça yüksektir. Ankete katılan girişimcilerin çoğunluğu girişimcilik ile ilgili herhangi bir eğitim almadan işletmelerini kurmuşlardır.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Girişimcilere Yönelik Demografik Veriler

YAŞ	KİŞİ	YÜZDE (%)	EĞİTİM DÜZEYİ	KİŞİ	YÜZDE (%)
20-30	73	21,2	İlköğretim	57	16,6
31-40	126	36,6	Lise	135	39,2
41+	145	42,2	Ön Lisans	50	14,5
			Lisans	92	26,7
			Lisansüstü	10	2,9
Toplam	344	100,0	Toplam	344	100,0
CİNSİYET			AİLE İŞLETMESİ		
Kadın	53	15,4	Evet	204	59,3
Erkek	291	84,6	Hayır	140	40,7
TOPLAM	344	100,0	TOPLAM	344	100,0
SEKTÖRDE DENEYİM	KİŞİ	YÜZDE (%)	İŞLETME SAHİPLİĞİ	KİŞİ	YÜZDE (%)
0-5 Yıl	63	18,4	0-5 Yıl	75	21,8
6-10 Yıl	51	14,9	6-10 Yıl	130	37,8
11-15 Yıl	56	16,3	11-15 Yıl	50	14,5
16-20 Yıl	98	28,6	16-20 Yıl	26	7,6
21 +	75	21,9	21 +	63	18,3
Toplam	343	100,0	Toplam	344	100,0
PERSONEL SAYISI			SERMAYE TEMİNİ		
1-10 Kişi	151	43,9	İşletme Babadan Kalma	119	34,6
11-49 Kişi	163	47,4	Devlet Kredisi	33	9,6
50-249 Kişi	30	8,7	Banka Kredisi	57	16,6
			Sermaye Biriktirerek	135	39,2
Toplam	344	100,0	Toplam	344	100,0
GİRİŞİMCİLİK PROJESİ HAZIRLADINIZ MI?			HİBE VEYA KREDİ ALDINIZMI		
Evet	88	25,6	Evet	145	42,2
Hayır	256	74,4	Hayır	199	57,8
Toplam	344	100,0	Toplam	344	100,0
AİLEDE GİRİŞİMCİ YAKININIZ VAR MI?			GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ ALDINIZMI?		
Evet	212	61,6	Evet	131	38,1
Hayır	132	38,4	Hayır	213	61,9
Toplam	344	100,0	Toplam	344	100,0

Duygusal zekâ ile girişimcilik özellikleri arasındaki ilişkinin ortaya konulması için korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi, değişkenlerin bağımlı veya bağımsız olması dikkate alınmaksızın aralarındaki ilişkinin derecesi ve yönünü belirlemek amacıyla kullanılan bir analiz yöntemidir (Kılıç 2015: 66). Analiz sonucu elde edilen bulgular Tablo 2’de özet olarak sunulmaktadır.

Tablo 2: Duygusal Zekâ ile Girişimcilik Özellikleri Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi

DUYGUSAL ZEKÂ		Empatik Duyarlılık	Duygu Yönetimi	Duygu Kullanımı	Duygusal Farkındalık	DUYGUSAL ZEKÂ
Bağımsızlık Arzusu	Pearson Correlation	.271**	.482**	.363**	.368**	.480**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
Risk alma	Pearson Correlation	.014	.140**	.209**	.257**	.189**
	Sig. (2-tailed)	.800	.009	.000	.000	.000
Özgüven	Pearson Correlation	.275**	.383**	.293**	.329**	.403**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
Kararlılık	Pearson Correlation	.299**	.394**	.295**	.339**	.415**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
İletişim	Pearson Correlation	.355**	.577**	.354**	.521**	.572**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
Liderlik	Pearson Correlation	.364**	.552**	.400**	.479**	.572**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
Vizyon	Pearson Correlation	.241**	.549**	.400**	.423**	.525**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
GİRİŞİMCİLİK	Pearson Correlation	.389**	.672**	.507**	.592**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000

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

Tablo 2, girişimcilerin sahip oldukları duygusal zekâ boyutları (*duyguların yönetimi, duygularının farkında olma, duygu kullanımı ve empatik duyarlılık*) ile girişimcilik özellikleri (*risk alma, özgüven, kararlılık, iletişim becerisi, liderlik, vizyon ve bağımsızlık arzusu*) arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Korelasyon analizi sonucunda, duygusal zekâ boyutları ile girişimcilik özellikleri arasında $p < 0,01$ anlamlılık seviyesinde, pozitif yönlü ilişkilerin olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2’de duygusal zekâ ile girişimcilik özellikleri arasındaki ilişki genel olarak değerlendirildiğinde pozitif yönlü nispeten güçlü ($r=0,686$) bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Duygusal zekâ boyutlarından *empatik duyarlılığın* girişimcilik özellikleri ile ilişkisi incelendiğinde, *bağımsızlık arzusu* ($r=0,271$), *özgüven* ($r=0,275$), *kararlılık* ($r=0,299$), *iletişim* ($r=0,355$), *liderlik* ($r=0,364$) ve *vizyon* ile ($r=0,241$) pozitif yönlü zayıf bir ilişki olduğu görülmüştür. Empatik duyarlılık ile *risk alma* girişimcilik boyutu arasında ilişki olmadığı saptanmıştır.

Duygusal zekânın bir başka boyutu olan *duyguların yönetimi* ile girişimcilik özellikleri incelendiğinde; *bağımsızlık arzusu* ($r=0,482$), *risk alma* ($r=0,140$), *özgüven*

($r=0,383$) kararlılık ile ($r=0,394$) pozitif yönlü zayıf ve iletişim ($r=0,577$), liderlik ($r=0,552$) ve vizyon ile ($r=0,549$) pozitif yönlü nispeten güçlü bir ilişki olduğu görülmüştür.

Duygu kullanımı boyutu ile girişimcilik özellikleri değerlendirildiğinde, bağımsızlık arzusu ($r=0,363$) risk alma ($r=0,209$), özgüven ($r=0,293$), kararlılık ($r=0,295$), iletişim ($r=0,354$) ve liderlik ile ($r=0,479$) pozitif yönlü zayıf, diğer taraftan vizyon ile pozitif yönlü nispeten daha güçlü ($r=0,592$) bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Duygusal zekânın dördüncü boyutu olan **duygusal farkındalık** ile girişimcilik özellikleri incelendiğinde; bağımsızlık arzusu ($r=0,368$), risk alma ($r=0,257$), özgüven ($r=0,329$), kararlılık ($r=0,339$), liderlik ($r=0,479$) ve vizyon ($r=0,423$) ile pozitif yönlü zayıf bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Duygusal farkındalığın girişimcilik özelliklerinden iletişim ile pozitif yönlü nispeten daha güçlü ($r=0,521$) bir ilişki olduğu görülmektedir.

Veriler genel olarak değerlendirildiğinde açık bir şekilde görülmektedir ki, duygusal zekâ ve alt boyutları, girişimcilik özellikleri ile pozitif yönlü bir korelasyona sahiptir. Dolayısıyla benzer çalışmalar incelediğinde duygusal zekâ ile girişimcilik özellikleri arasında anlamlı ilişkilerin olduğu görülmektedir. Zakarevičius, ve Župerka, (2010:871) yaptıkları çalışmada duygusal zekâ alt boyutları ile girişimcilik tipleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ifade etmişlerdir. Cin ve Günay (2013) yaptıkları çalışmada duygusal zekâ alt boyutları ile girişimcilik tipleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ifade etmişlerdir. Ghorbani, Johari ve Moghodom (2012) yaptıkları çalışmada ise duygusal zekâ alt boyutları ile girişimcilik özellikleri arasında anlamlı fakat zayıf bir ilişki olduğunu belirtmişlerdir.

Bu sonuçlar açık bir şekilde göstermektedir ki duygusal zekânın girişimcilik özellikleri ile pozitif yönlü bir korelasyona sahiptir. Dolayısıyla duygusal zekânın alt boyutları ve girişimcilik özellikleri birbirleri ile karşılıklı etkileşim içinde oldukları söylenebilir.

Tablo 3’de duygusal zekânın girişimcilik özellikleri üzerindeki etkisinin belirlenmesi için yapılan çoklu regresyon analizi sonuçlarına yer verilmektedir.

Tablo 3: Duygusal Zekâ ile Girişimcilik özellikleri Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Regresyon Analizi

	R ²	Düzeltilmiş R ²	F Değeri (Anova)	Beta	t Değeri	p Değeri	Durbin Watson Testi
Girişimcilik	.513	.507	87.701 (Sig.=0,000)	1.139 (Sabit terim)	8.602	.000	1.700
Empatik Duyarlılık				-.017	-.467	.641	
Duygu Yönetimi				.371	8.737	.000**	
Duygu Kullanımı				.069	1.809	.071	
Duygusal Farkındalık				.198	5.325	.000**	

* $p < 0,05$ ** $p < 0,01$

Çoklu regresyon analizi için önemli varsayımlardan birisi olan bağımsız değişkenler arasında otokorelasyonu belirlemek amacıyla Durbin Watson testi yapılmıştır. Test sonucunda Durbin Watson değeri 1.700 bulunmuş ve değişkenler arasında otokorelasyon olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 3’de de görüldüğü üzere duygusal zekânın girişimcilik özellikleri üzerindeki etkisi istatistiksel olarak saptanmıştır ($F=87.701$; $p<0.05$). Duygusal zekânın alt boyutlarından oluşan *bağımsız değişkenlerin (empatik duyarlılık, duygu yönetimi, duygu kullanımı, duygusal farkındalık)* bağımlı değişkeni (*girişimcilik*) açıklama oranı olarak R^2 değeri .513 bulunmuştur. Duygusal zekânın girişimcilik üzerinde yaklaşık %51,3 değerinde etkisi olduğu görülmektedir.

Duygusal zekânın alt boyutlarından *empatik duyarlılığın* girişimcilik üzerinde bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir ($\beta= -.017$, $p= .641$).

Duygularının yönetiminin %37 düzeyinde ($\beta= .371$, $p= .000$), *duygu kullanımının* %0,6 ($\beta= .069$, $p= .071$) ve *duygusal farkındalığın* ise yaklaşık % 20 ($\beta= .198$, $p= .000$) düzeyinde girişimcilik üzerinde etkisinin olduğu görülmektedir. Regresyon analizi sonuçlarına göre duygusal zekânın girişimcilik özelliklerini pozitif yönde etkilediği ve bu etkinin istatistiki olarak güçlü anlamlılığa sahip olduğu saptanmıştır. Duygusal zekâ boyutlarından *duyguların yönetimi, duygusal farkındalık ve duygu kullanımı* girişimcilik özelliklerinin oluşumunu etkilediği saptanmış ancak *empatik duyarlılığın* girişimcilik özellikleri üzerine bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Benzer çalışmalar incelendiğinde, Polat ve Aktop (2010)’un da duygusal zekâ alt boyutlarının girişimcilik davranışları üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaştıkları görülmüştür.

4. Sonuç

Son dönemlerde Türkiye’de girişimci sayısı hızla artmaktadır. Bu artışın nedenleri arasında, hükümet politikaları, mevzuat düzenlemeleri, vergi indirimleri, hibe ve kredi destekleri sayılabilir. Girişimciliği teşvik amacıyla hükümetin uygulamalarının başında KOSGEB uygulamalı girişimcilik eğitimleri gelmektedir.

Girişimciliğin başarılı olmasında devlet teşvikleri kadar girişimcilerin özellikleri de önem arz etmektedir. Başarılı bir girişimcide bulunması gereken özellikler ile duygusal zekâ ilişkisinin araştırıldığı bu çalışmada, duygusal zekâ ile girişimcilik özellikleri arasında güçlü ilişkiler bulunmuştur.

Duygusal zekâ ile girişimcilik özellikleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi için yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre, duygusal zekâ değişkenleri; duyguların yönetimi,

duygularının farkında olma, duygu kullanımı ve empatik duyarlılık ile girişimcilik özellikleri olan; bağımsızlık arzusu, risk alma, özgüven, kararlılık, iletişim becerisi, liderlik ve vizyon arasında pozitif yönlü ilişkilerin olduğu belirlenmiştir.

Ulaşılan bu sonuç Literatürde daha önce yapılmış olan çalışmalarda [Zakarevičius, ve Župerka, (2010:871); Ghorbani, Johari ve Moghdam (2012); Cin ve Günay (2013)] ortaya konulan duygusal zekâ ile girişimcilik özellikleri arasındaki pozitif ilişkiyi destekler niteliktedir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre duygusal zekânın girişimcilik özelliklerini pozitif yönde etkilediği ve bu etkinin istatistiki olarak güçlü anlamlılığa sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre duygularını yönetebilen, duygularının farkında olan ve duygularını kullanabilen kişilerin girişimcilik özelliklerinin oluşumunda etkili olduğu, buna karşılık empatik duyarlılık özelliğinin ise girişimcilik özellikleri üzerinde bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Benzer çalışmada Polat ve Aktop (2010)'da duygusal zekâ alt boyutlarının girişimcilik davranışları üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Duygularını iyi yönetebilme ve olumlu bakış açısına sahip olma girişimcilik özellikleri üzerinde olumlu yönde etkisi olan bir duygusal zekâ boyutudur. Kendi duygularını pozitif anlamda iyi yönetebilen ve bunu çalışanlarına aktarabilen girişimcilerin başarılı olması kaçınılmaz olmaktadır.

Duygularını kullanabilen, yeni fikirler üretebilen, yeni fikirleri değerlendirerek duygularını problem çözümede kullanabilen girişimcilerin vizyoner olma ve liderlik özelliklerini daha başarılı şekilde uygulayabilecekleri düşünülmektedir.

Duygusal farkındalığı yüksek olan girişimcilerin iletişim, liderlik ve vizyoner özelliklerini başarılı bir şekilde kullanabildikleri görülmektedir. Duygularının farkında olan ve bu olumlu duyguları karşı tarafa yansıtabilen, girişim hedeflerini çalışanları ve etrafındakiler ile paylaşabilen kişilerin girişimcilik özelliği taşımakta oldukları söylenebilir.

Sonuç olarak; kaynak taraması sonucu elde edilen bilgiler ve araştırmadaki bulgular ışığında girişimcilik özelliklerinin oluşumunda duygusal zekânın önemli etkisinin olduğu belirlenmiştir. Girişimci olmak isteyen ya da çalışanlarının girişimcilik yeteneklerini arttırmayı düşünen bireylerin duygusal zekâyı daha fazla önem vermeleri gerektiği görülmüştür. Türkiye'de son beş yıl içerisinde kurulan işletmelerin beşte üçünün iflas ettiği/kapandığı düşünüldüğünde, bunda en önemli etkenlerden birisi de duygusal zekâdan yoksun olan bireylerin iş yaşamında girişimci olarak yer almalarıdır. Girişimcilerin başarılı olmasında duygularını iyi kullanabilmeleri, duygularını yönetebilmeleri, kendini iyi ifade edebilmeleri, empati kurabilmeleri ve hem çalışanları ile hem de müşterileri ile iyi iletişim

kurabilmeleri önemli rol oynamaktadır. Girişimcilik eğitimlerinin planlanması ve uygulanmasında bu çalışma çıktılarının yön gösterici özelliği olduğu görülmektedir.

Kaynakça

- Akpan, E. I. Effiong, S. A. & Ele, A. A. (2012). Entrepreneurship Education Policy: An Intervention Strategy For Economic Development In Nigeria. *Business & Entrepreneurship Journal*, 101-110.
- Alpkan L. Keskin, H. & Zehir, C. (2002). Girişimcilik Hisleriyle Girişimcilik Potansiyeli Arasındaki İlişki: Gebze ve Civarındaki Girişimciler Üzerine Bir Saha Araştırması, 21. Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri, *Doğu Akdeniz Üniversitesi İşletme Fakültesi*, K.K.T.C.
- Ashforth, B. E. & Humphrey, R. H. (1995). Emotion in the Workplace: A Reappraisal. *Human Relations*, 48(2), 97-125.
- Aslan, Ş. (2009). *Duygusal Zekâ ve Dönüşümcü, Etkileşimci Liderlik*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Avolio, B. J. Bass, B. M. & Jung, D. I. (1999). Reexamining the Components of Transformational and Transactional Leadership Using the Multifactor Leadership. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 72(4), 441-462.
- Bar-On, R. (1997). *The Emotional Intelligence Inventory (EQ-I): Technical Manual*. Toronto, Canada: Multi-Health Systems.
- Bass, B. M. (1998). *Transformational Leadership: Industry, Military and Educational Impact*. Majah.
- Bradberry, T. (2015), 15 Habits of Mentally Tough People, <https://www.entrepreneur.com/article/248234>, Erişim Tarihi:15.05.2016
- Budak, S. (2000). *Psikoloji Sözlüğü*. Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Cansız, E. (2007). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cin, H. & Günay, Y. (2013), Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri ile Duygusal Zekâları Arasındaki İlişki: Edirne Örneği, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 7-32.
- Conger, J. A. & Kanungo, R. N. (1998). *Charismatic Leadership in Organizations*. Sage Publications.
- Cooper, R. K. & Sawaf, A. (1998). *Executive EQ: Emotional Intelligence in Leadership and Organizations*. Penguin.
- Chant, S., Jenkinson, T., Randle, J., & Russell, G. (2002). Communication Skills: Some Problems in Nursing Education and Practice. *Journal of Clinical Nursing*, 11(1), 12-21.
- Çetin, S., (2009), Vizyon Yönetimi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22: 95-103.
- Çuhadar, C., Özgür, H., Akgün, F. & Gündüz Ş., (2014), Öğretmen Adaylarının İletişim Becerileri ve İletişimci Biçimleri, *Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15 (1), S295-311
- Demireli, C., Uluköy, M., Kahya, V. & Demirağ, F., (2014) Farklı Öğrenim Düzeyindeki Öğrencilerin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Vol.3, No.9, ss.1-17
- Doğan, S. & Oğuzhan, Y. S. (2015). Çalışanların Duygusal Zekâ Düzeylerinin İşten Ayrılma Niyetlerine Etkisi Üzerine Bir Çalışma. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 1-12.
- Duran C., Büber, H. & Gümüştekin G.E., (2013) , Girişimcilik Hislerine Eğitimin Katkısı: MYO Makine Programı Örneği, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2),33-56
- Erdoğan, B.Z. (2009). Girişimcilik ve Kobiler Teori ve Uygulama, Bursa, Ekin Yayıncılık.
- Gates, G. (1995). A Review of Literature on Leadership and Emotion: Exposing Theory, Posing Questions, and Forwarding an Agenda. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 2(4), 98-110.
- Ghorbani, M., Johari, S., & Moghadam, A. A. (2012). Analysis of the Relationship Between Emotional Intelligence and Entrepreneurship. *Middle-East Journal Of Scientific Research*, 11(5), 679-689.
- Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence*. New York: Bantam.
- Goleman, D. (2000). *İş Başında Duygusal Zekâ*. Varlık Yayınları, İstanbul.
- Goleman, D. Boyatzis, R. & McKee, A. (2002). *Primal Leadership: Realizing the Power of Emotional Intelligence*. Boston: Harvard Business School Press.
- Güllüce, A. Ç. & İşcan, Ö. F. (2010). Mesleki Tükenmişlik ve Duygusal Zekâ Arasındaki İlişki. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2), 7-29.
- Gürbüz, S. & 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.
- Izedonmi, F., & Okafar, C. (2005). Assessment of The Entrepreneurial Characteristic and Intentions Among, *Academic IFE Psychologist*, 16, (2): 153-168.

- Karadal, H. & Saygın, M. (2013). Girişimcilerde Beşeri Sermaye Özelliklerinin Kobi'lerin İnovasyon Yeteneklerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(2), 132-141
- Kaya, N., Koc, E. & Topcu, D. (2010), An Exploratory Analysis of the Influence of HRM Activities and Organizational Climate on Job Satisfaction in Turkish Banks, *International Journal of HRM*, 21 (11), 2028-2048.
- Kılıç, R. (2015), İşgörenlerin Duygusal Zekâları İle Örgütsel Sinizm Algıları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13(2).
- Koc, E. (2006). The Implications of all-Inclusive Pricing System on Internal and External Customer Satisfaction in the Turkish Tourism market. *Total Quality Management & Business Excellence*, 17(7), 857-77.
- Koc, E. (2009), A Review of Country Competitiveness, Tourism Industry Performance and Research Performance Relationships, *Competitiveness Review*, 19 (2), 119-133.
- Koc, E. (2010), Services and Conflict Management: Cultural and European Integration Perspectives, *International Journal of Intercultural Relations*, 34 (1), 88-96.
- Koc, E. (2013), Power Distance and its Implications for Upward Communication and Empowerment: Crisis Management and Recovery in Hospitality Services, *International Journal of Human Resource Management*, 24 (19), 3681-3696.
- Koc, E. (2015), *Hizmet Pazarlaması ve Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Koç, E. (2016), *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri (Global ve Yerel Yaklaşım)*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Köksal, A. (2007). *Üstün Zekâlı Çocuklarda Duygusal Zekâyı Geliştirmeye Dönük Program Geliştirme Çalışması*. Yayınlanmamış Doktora tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Küçük, O. (2009). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi* (3. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kuratko, F.D., & Hodgetts, M.R. (2009). *Entrepreneurship Theori Process Practice*. (4 rd ed.). Canada: Congage Learning Products
- Lam, L. T. & Kirby, S. L. (2002). Is Emotional Intelligence an Advantage? An Exploration of the Impact of Emotional and General Intelligence on Individual Performance. *The Journal of Social Psychology*, 142(1), 133-143.
- Macko, A., & Tyszka, T. (2000), Entrepreneurship and Risk Taking, *Applied Psychology*, 58, (3), 469-487.
- Megerian, L. E. & Sosik, J. J. (1997). An Affair of The Heart: Emotional Intelligence and Transformational Leadership. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 3(3), 31-48.
- Moreland, N. (2004). *Entrepreneurship and Higher Education; an Employability Perspective; Learning and Employability Series 6*; Learning and Teaching Support Network Publish; New York.
- Napier, H. A., Rivers, N. O., Wagner, W. S., & Napier J. B. (2006). *Creating A Winning E-Business*. (2rd. Ed.). USA: Cengage Learning
- Önce, A. G. Marangoz, M. & Erboy, N. (2014). Ekonomik Büyüme ve Kalkınmada Girişimciliğin Rolü ve Önemi. *International Conference On Eurasian Economies*, Skopje – Macedonia.
- Örücü, E. Kılıç, R. & Yılmaz, Ö. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Ailesel Faktörlerin Etkisi Üzerine Bir Uygulama. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(2), 27-47.
- Özdemir, Ş. Yılmaz, N. Arsu, T. & Polat, Y. (2016). A Review on Entrepreneurship Education in Turkey. *International Journal of Human Sciences*, 13(1), 569-581.
- Polat, S. & Aktop, E. (2010). Öğretmenlerin Duygusal Zekâ ve Örgütsel Destek Algılarının Girişimcilik Davranışlarına Etkisi. *Akademik Bakış Dergisi*, 22, 1-20.
- Salovey, P. & Mayer, J. D. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185-211.
- Schumpeter, J. A. (2013). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Routledge.
- Schutte, N. S. Malouff, J. M. Hall, L. E. Haggerty, D. J. Cooper, J. T. Golden, C. J. & Dornheim, L. (1998). Development and Validation of a Measure of Emotional Intelligence. *Personality and Individual Differences*, 25(2), 167-177.
- Shamir, B. House, R. J. & Arthur, M. B. (1993). The Motivational Effects of Charismatic Leadership: A Self-Concept Based Theory. *Organization Science*, 4(4), 577-594.
- Tekin, Y. & Ehtiyar R., (2011) , Başarının Temel Aktörleri: Vizyoner Liderler Visionary Leaders: The Major Actors Of Success, *Journal of Yasar University*, 24(6) 4007-4023
- Uluköy, M. & Demireli, C., (2014) , Cinsiyetin Girişimcilik Özellikleri Üzerine Etkisi, Erkek Girişimcilik ve Kadın Girişimciliğin Karşılaştırmalı Analizi, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* , 22, 47-55
- Uluköy, M. & Demireli, C. & Kahya, V. (2013), KOSGEB Girişimcilik Eğitimi Kurslarına Katılan Katılımcıların Girişimcilik Profili, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2).

- World Economic Forum. "Competitiveness Report – 2015-2016" <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/competitiveness-rankings/> (03.06.2016)
- Yelkikalan, N. (2007). 21. Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zekâ, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 39-51.
- Yeniçeri, Ö.& İnce, M., (2005). *Bilgi Yönetim Stratejileri ve Girişimcilik*, I.Baskı, İstanbul, IQ Kültür Sanat Yayıncılık
- Zakarevičius, P. & Župerka, A. (2010), Expression of Emotional Intelligence in Development of Students' Entrepreneurship, *Economics Management Journal*, 15, 865-873.
- Zampetakis, L. A., Beldekos, P. & Moustakis, V. S. (2009). "Day-to-Day" Entrepreneurship Within Organisations: The Role of Trait Emotional Intelligence and Perceived Organisational Support, *European Management Journal*, 27(3), 165-175.