



ÖZ YETERLİLİK ALGISI BAĞLAMINDA DUYGUSAL ZEKA ÖZELLİKLERİ VE GİRİŞİMCİLİK NİYETİ¹

TRAIT EMOTIONAL INTELLIGENCE AND INTENTION OF ENTREPRENEURSHIP IN THE CONTEXT OF SELF-EFFICACY

Dr. Arş. Gör. Ülke Hilal Çelik AĞIRMAN

Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Erzurum / TÜRKİYE, ORCID: 0000-0003-1528-8548

Prof. Dr. Atılhan NAKTİYOK

Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Erzurum / TÜRKİYE, ORCID: 0000-0003-2829-0073

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, bireylerin duygusal zeka özelliklerinin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisinde öz yeterlilik algılarının aracılık rolünü değerlendirmesidir. Araştırmaya ilişkin verilere, Erzurum Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğrencisi olan 238 katılımcıya anket uygulanarak ulaşılmıştır. Çalışmaya konu olan değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla oluşturulan model yapısal eşitlik modeli ile test edilmiştir. Analiz sonuçları, katılımcıların duygusal zeka özelliklerinin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisinde öz yeterlilik algılarının tam aracılık rolü olduğunu göstermiştir. Çalışmada, girişimcilik niyeti üzerine gerçekleştirilen daha önceki araştırmalardan farklı olarak duygusal zekanın girişimcilik niyetinin ortaya çıkmasındaki etkisi ve öz yeterliliğin bu ilişkideki rolü vurgulanmakta ve elde edilen sonuçlar, ilgili literatür kapsamında tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Duygusal zeka özellikleri, öz yeterlilik, girişimcilik niyeti.

ABSTRACT

The aim of this study is to evaluate the mediating role of self-efficacy perceptions on the effects of trait emotional intelligence on entrepreneurial intentions. The data of the study was obtained by applying a questionnaire to 238 participants who were students of the Department of Business Administration of the Faculty of Economics and Administrative Sciences of Erzurum Atatürk University. The model which was created to examine the relationships between variables was tested with structural equation model. The results of the analysis showed that the self-efficacy perceptions of the emotional intelligence characteristics of the participants on the entrepreneurship intentions had a fully mediated role. In the study, the effect of emotional intelligence on the emergence of entrepreneurial intention and the role of self-efficacy in this relationship are emphasized and the results obtained are discussed in the relevant literature.

Keywords: Trait Emotional intelligence, self-efficacy, entrepreneurial intention

1. GİRİŞ VE ÇALIŞMANIN AMACI

İçinde bulunduğumuz modern dünya yenilik ve hız olguları ile birlikte anılmakta ve iş dünyası da bu doğrultuda şekil almaktadır. Bu bakımdan, iş dünyasının ve toplum hayatının vazgeçilmez bir unsuru olan işletmelerin; yenilik üreten, değişime hızla uyum gösteren ve dinamik organizasyonlar olması beklenmektedir. Söz konusu niteliklere sahip olmalarının kaynağında ise işletmelerin girişimci düşüncüyü benimsemesi yatmaktadır. Çünkü girişimci düşünce yapısı değişen çevre koşullarına hızla uyum sağlayabilen yenilik ve yaratıcılık odaklı bir yapıyı gerektirmekte bu da günümüz

¹ Bu çalışmanın özet metni 17. Uluslararası İşletmecilik Kongresinde sunulmuştur.

organizasyonlarının mevcudiyetlerini korumalarına ve büyüebilmelerine yardımcı olmaktadır. Girişimci zihin yapısının organizasyonlardaki varlığı ise elbette girişimci niyete ve yeteneğe sahip bireyler aracılığı ile ortaya çıkarılmaktadır. Bu bakımdan ekonomik, sosyolojik, kültürel ve siyasi gelişim açısından bir kilit noktası olan girişim ve girişimcilerin sayılarının artırılması, girişimcilerin desteklenmesi ve girişimcilik potansiyeline sahip bireylerin yönlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Söz konusu görüş ekseninde mevcut çalışma, girişimcilik faaliyetlerinin başlangıç noktası olan girişimcilik niyetinin ortaya çıkarılmasında hangi faktörlerin etkili olabileceği sorusuna dayanmaktadır.

Girişimcilik niyeti, içinde barındırdığı “niyet” olgusu bakımından kavrama bireye özgü bir anlam katmakta ve bu nedenle bireylerin duygusal, bilişsel ve algısal özellikleri ile ilişkili olabileceğini akla getirmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde ise girişimcilik kavramı üzerinde etkili olabilecek çok sayıda bireysel faktör incelenebilecektir. Ancak ilgili yazına katkı sağlaması bakımından mevcut çalışmada girişimcilik niyeti bireylerin sahip oldukları duygusal zeka özellikleri ile ilişkilendirilmiş ve bu ilişkide öz yeterlilik algısının aracılık rolü değerlendirilmiştir. Bilindiği üzere girişimcilik, planlı ve kasıtlı bir davranış ifade etmektedir. Söz konusu planlı ve kasıtlı davranışların temelinde ise niyet yatmaktadır. Bu bakımdan bireylerin kendi çevrelerindeki fırsatları belirlemek ve bu fırsatlardan değer yaratmak için girişimcilik niyetine sahip olmaları gerekmektedir. Girişimcilik niyeti aynı zamanda, belirlenen bir amaca dikkati yönlendiren ve söz konusu amacı gerçekleştirmek için eylemde bulunan bilinçli bir zihin halidir (Ferreira ve diğ., 2008: 428). Algıya dayalı bir olgu olması bakımından niyet, öğrenilebilir ve koşullara bağlı olarak değişkenlik gösterebilir niteliktedir (Kreuger ve diğ., 2000: 93). Dolayısıyla, girişimcilik niyetinin bireyin sahip olduğu duygusal zeka özellikleri ve öz yeterliliği ile desteklenebileceği ifade edilebilecektir. Çünkü algı ve tutumlar ne kadar güçlü ise, kasıtlı davranışa yönelik niyet de o denli güçlü olacaktır (Douglas ve Fitzsimmons, 2013: 117).

Girişimciliğin başlangıç noktası olarak kabul edebileceğimiz girişimcilik niyetinin ortaya çıkması ve güçlenmesinin merkezinde bireyin bilişsel ve duygusal anlamda kendini yeterli görmesi yer almaktadır (McGee ve diğ., 2009: 965). Genellikle “kendine güven” kavramıyla ifade edilen öz yeterlilik, bireyin kendi kendine belirlediği hedeflere meydan okuması, zor görevler için kendini uygun görmesi, kendi kendini motive etmesi, hedefi için çabalaması ve engellerin üstesinden geleceğine inanmasıdır (Stajkovic ve Luthans, 1998a, 1998b). Bireyin öz yeterliliğinin düşük olması durumunda birey dışarıdan gelen yönlendirmelere göre davranır. Bu tarz yönlendirmeler ile gerçekleştirilen eylemler ise proaktif tutarsızlık yaratır. Bu da öz yeterliliği düşük bireylerin, dış ortamlardan gelen baskılar karşısında pasif bir duruş sergilemesine neden olur. Sonuç olarak, öz yeterlilik düzeyleri düşük bireyler olumsuz geri bildirimler, olumsuz sosyal onaylanma, engeller ve aksiliklerle karşılaştıklarında başarısızlığa daha yatkın, umutsuz ve güvenlerini kaybetmiş bir şekilde davranmaya başlarlar ve hatta kendi kendilerinden şüphe etmeye, kendi kendilerine engeller çıkararak olumsuz algı ve tutumların etkisinde kalabilirler (Bandura ve Locke, 2003: 90). Girişimcilik süreci boyunca girişimcilerin karşılaştıkları sosyal ve ekonomik engeller göz önünde bulundurulduğunda öz yeterliliği düşük bireylerin bu sürecin altından kalkamayacakları ifade edilebilir. Oysa öz yeterlilik algıları yüksek olan bireyler kendileri için zor görevler ve yüksek hedefler seçerler. Görevlerini yerine getirirken karşılarına çıkan sorunları normal karşılayıp devam ederler ve tüm süreç boyunca kendi kendilerini motive ederler. Amaçları doğrultusunda gereken gayreti gösterirken karşılaşacakları engelleri aşabileceklerine inanırlar (Luthans ve diğ., 2007: 38). Bu nedenle, yüksek öz yeterliliğe ilişkin tüm bu niteliklerin, girişimcilik sürecini destekleyeceği söylenebilecektir. Nitekim, Bandura (1997) yüksek öz yeterliliğe sahip bireylerin sahip oldukları bu nitelikler ile iş performansı arasında güçlü ve olumlu bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır. Bu nedenle öz yeterlilik algısının bireylerin girişimcilik niyetini harekete geçirecek temel faktörlerden biri olduğu ifade edilebilecektir.

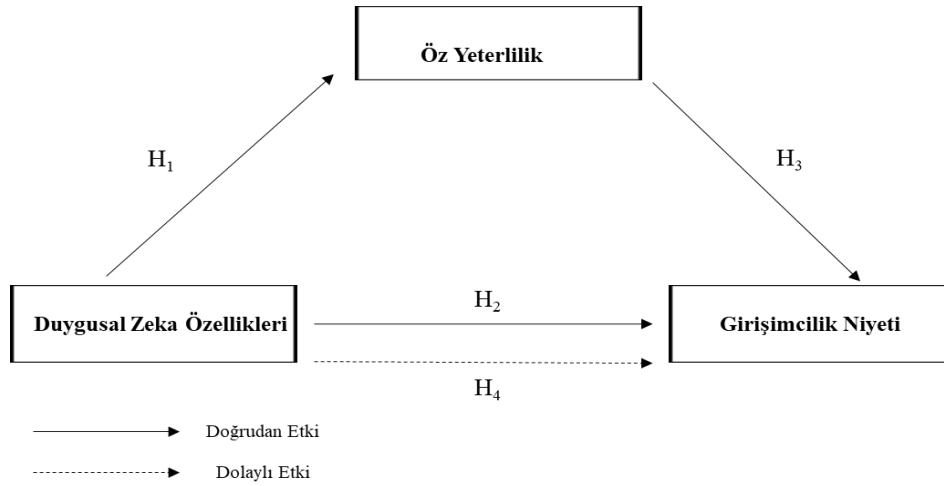
Öz-yeterlik bir bireyin hayatındaki olayları kontrol altına almak için gereken motivasyonu, bilişsel kaynakları ve davranış şekillerini harekete geçirme yetenekleridir (Wood ve Bandura, 1989: 364). Girişimciliğe yönelik öz yeterlilik algısı ise bireyin girişimciliğe ilişkin rolleri ve görevleri yerine getirme yeteneğine ilişkin sahip olduğu inançtır. (Chen ve diğ., 1998: 295). Boyd ve Vozikis (1994), öz yeterlilik algısının hem girişimcilik niyetinin gücünü hem de söz konusu niyetin girişimcilik eylemlerine neden olma ihtimalini belirlemede önemli bir açıklayıcı değişken olduğunu belirtmiştir. İlgili yazında da öz yeterlilik algısı ile girişimcilik niyeti arasındaki olumlu yönlü ilişkiyi destekler nitelikte birçok çalışma bulunmaktadır (Chen ve diğ., 1998; Jung ve diğ., 2001; Krueger ve diğ., 2000; Naktiyok ve diğ., 2010; Sequeira ve diğ., 2007; Wilson ve diğ., 2007; Zhao ve diğ., 2005).

Öz yeterlilik algısının yanı sıra girişimcilik niyeti üzerinde bireylerin yetenek ve kişilik özellikleri gibi bireysel faktörler de etkilidir (Lee ve Peterson, 2000: 402). Keşfetme arzusu olan, enerji dolu ve yaratıcı kişilikle ilişkilendirilen girişimcilik olgusu fırsatları farkına varan, oluşturan ve değerlendirebilen kişilere atfedilmektedir (Boren, 2010: 54). Bu nedenle girişimciyi etkileyen çevresel faktörlerden ziyade girişimcinin tutum ve davranışlarına yön veren duygusal, bilişsel ve psikolojik faktörlerin üzerinde durulması gerekmektedir. Bireyin duygusal, bilişsel ve psikolojik durumunun bir yansıması olan duygularının ve duygu yönetiminin, girişimcilik ile ilişkisine yönelik çalışmalar (Grichnik ve diğ., 2010; Patzelt ve Shepherd, 2011; Yanık ve diğ., 2017) girişimcilerin hem kendi duygularını hem de başkalarının duygularını anlama ve yönetme kapasitelerinin önemini vurgulamaktadır. Duyguları ifade eden, düşünmeyi kolaylaştırmak için duyguları kullanan, duygularla anlayan ve tartışan, duygular aracılığıyla etkili iletişim kurmayı sağlayan bir yetenek olan duygusal zekanın (Zakarevicius ve Zuperka, 2010) bu anlamda girişimcilik niyeti üzerinde etkili bir faktör olabileceği öngörülebilir. Petrides ve Furnham (2001), duygusal zekayı başkalarının duygularını anlama ve etkili bir ilişki kurma becerisi olarak tanımlamaktadır. Aynı zamanda Petrides ve Furnham (2001), öz yeterlilik ve duygusal zeka kavramlarını bütünleştirerek iki temel duygusal zeka kavramı olduğunu ve aralarında temel ayrımlar olduğunu vurgulamaktadır. Biri kişisel özellik olarak duygusal zeka; diğeri bilgiyi işleme süreci yeteneği olarak duygusal zeka olarak tanımlanmaktadır. Araştırmacıların “duygusal öz yeterlilik” şeklinde açıkladıkları kişisel özellik olarak duygusal zeka modeline göre; duygusal zekayla ilgili beceriler, gerçekte var olan değil, algılanan becerilerdir ve kişisel beyana dayalı olarak ölçümler (Petrides ve Furnham, 2001: 430). Bu yönüyle duygusal öz yeterlilik duyguya ilgili bilgiyi algılama ve düzenlemedeki bireysel farklılıklara işaret etmektedir. Duygusal zeka özelliği ise kişilik kavramı içerisine yerleştirilmekte ve bireyin kendini değerlendirme envanterleriyle ölçmektedir (Deniz ve diğ., 2013: 410). Duygusal zeka özelliğinin bireyin algısına dayanması benzer bir algısal kavram olan öz yeterlilik ile ilişkili olabileceğini düşündürmektedir. Çünkü duygusal zekaya ilişkin özellikleri taşıdığı düşünün birey hedeflerini gerçekleştirme açısından kendini yeterli görebilecektir.

Kişinin kendi hislerini ve duygularını olduğu kadar başkalarının duygu ve hislerini izleyebilme yeteneği olarak tanımlanan duygusal zeka, duyguların tanımlanması ve işlenmesine yardımcı olur. Duygusal zeka bireyin etrafındaki olan biteni daha kolay algılamasını, ilişkilerini daha etkin bir şekilde yönetmesini, kendini ve etrafındakilerin amaçlarına ulaşma hususunda motive etmesini sağlayabilecek bir kapasitedir (Boren, 2010: 56). Dolayısıyla, duygusal zeka girişimci davranış üzerinde etkili olmasının yanı sıra bireysel girişimci davranışı öngörmeye de önemli bir faktör olacaktır (Zampetakis ve diğ., 2009: 168). Neghabi ve çalışma arkadaşları (2011) duygusal zekanın yaratıcılık üzerinde pozitif bir etkisi olduğunu ifade etmektedir. Ahmetoğlu ve çalışma arkadaşları (2011) ise duygusal zekanın girişimci sonuçlarının tahmininde önemli bir faktör olabileceğini savunmaktadırlar. Benzer bir şekilde duygusal zeka ile girişimcilik arasındaki olumlu yönlü ilişkiyi destekleyen bir çok çalışma bulunmaktadır (Awwad ve Ali, 2012; Azzadına ve diğ., 2012; Cross ve Travaglione, 2003; Ghorbani ve diğ., 2012; Humphrey, 2013; Uluköy ve diğ., 2016). Araştırma modelinde yer alan değişkenlere ilişkin yukarıda ifade edilen görüş ve bulguları ışığında, mevcut araştırmaya ilişkin hipotezler şu şekildedir:

- H₁: Bireylerin duygusal zeka özelliklerine ilişkin olumlu algıları, öz yeterlilik algılarını artırmaktadır.
- H₂: Bireylerin duygusal zeka özelliklerine ilişkin olumlu algıları, girişimcilik niyetlerini artırmaktadır.
- H₃: Bireylerin yüksek öz yeterlilik algıları, girişimcilik niyetlerini artırmaktadır.
- H₄: Bireylerin duygusal zeka özelliklerine ilişkin olumlu algıları, girişimcilik niyetlerini yüksek öz yeterlilik algıları aracılığı ile artırmaktadır.

Yukarıdaki hipotezler ışığında araştırma, bireylerin duygusal zekâ özelliklerinin girişimcilik sürecinin başlamasına öncülük eden girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterlilik algısının aracılık rolünü irdelemeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda araştırmaya ilişkin yapısal model; girişimcilik niyeti, öz yeterlilik algısı ve duygusal zeka özellikleri ve kendi aralarındaki olası ilişki ağından oluşmaktadır. Yapısal model ve modele ilişkin hipotezler Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1: Araştırma modeli

2. YÖNTEM

2.1. Örneklem

Araştırma verileri, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümünde eğitim gören 238 öğrenciden elde edilmiştir. Araştırmanın öğrenciler üzerinde uygulanmasının temel nedeni işletme öğrencilerinin aldıkları eğitim doğrultusunda girişimcilik adına önemli bir potansiyel olmalarından kaynaklanmaktadır. Katılımcılara ilişkin veri toplama işlemleri sonucunda anket katılımcılarının %53,4'ünün kadın ve %97,1'inin bekar, %76,1'inin 17-23, %23,1'inin 24-36 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların %11,3'ünün onur, %22,3'ünün ise yüksek onur öğrencisi olduğu belirlenmiştir.

2.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket formundan yararlanılmıştır. Kullanılan anket formu, Petrides and Furnham (2006) tarafından hazırlanan iyi oluş, sosyallik, duygusallık ve öz kontrol şeklinde dört boyutlu bir yapı ortaya koyan 30 soruluk duygusal zeka özellikleri ölçeği, Cox ve çalışma arkadaşları (2002) tarafından hazırlanan 10 soruluk öz yeterlilik ölçeği, Kickul ve D'Intino'nun (2005) 4 soruluk girişimcilik niyeti ölçeği ve son olarak katılımcıların demografik özelliklerine yönelik soruların yer aldığı dört bölümden oluşmaktadır. Geliştirilen ölçeklerin yüzeysel, yakınsama ve ayrışma geçerlilikleri ve güvenilirlikleri madde analizi, açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ve içsel tutarlılık katsayısı yöntemiyle ölçülmüştür. Ölçeklere ilişkin doğrulayıcı faktör analizi uyum iyiliği indekslerine ilişkin değerler, Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Ölçeklere İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği İndeksleri

Değişkenler	CMIN/DF	GFI	AGFI	IFI	TLI	CFI	RMSEA	SRMR
DZ	1,441	,879	,851	,931	,919	,929	,043	,060
ÖY	2,056	,952	,909	,974	,959	,975	,067	,036
GN	1,752	,992	,962	,996	,989	,996	,056	,016

2.3. İşlem

Anket formları bir aylık süreçte, belirlenen örneklem grubuna bizzat araştırmacı tarafından ulaştırılarak dağıtılmış ve sonraki günlerde toplanmıştır. Elde edilen araştırma verilerine, SPSS ve AMOS programları yardımıyla güvenilirlik analizleri, açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri ve korelasyon analizleri uygulanarak araştırmaya ilişkin yapısal model test edilerek modele ait değişkenler arasındaki doğrudan ve dolaylı ilişkiler tespit edilmiştir.

3. BULGULAR

Araştırma modelinde yer alan değişkenlerle ilgili betimleyici istatistikler (ortalama ve standart sapma) ve değişkenler arasındaki korelasyonlar Tablo 2'de verilmektedir.

Tablo 2. Değişkenlerin Ortalamaları, Standart Sapmaları ve Değişkenler Arası Korelasyonlar

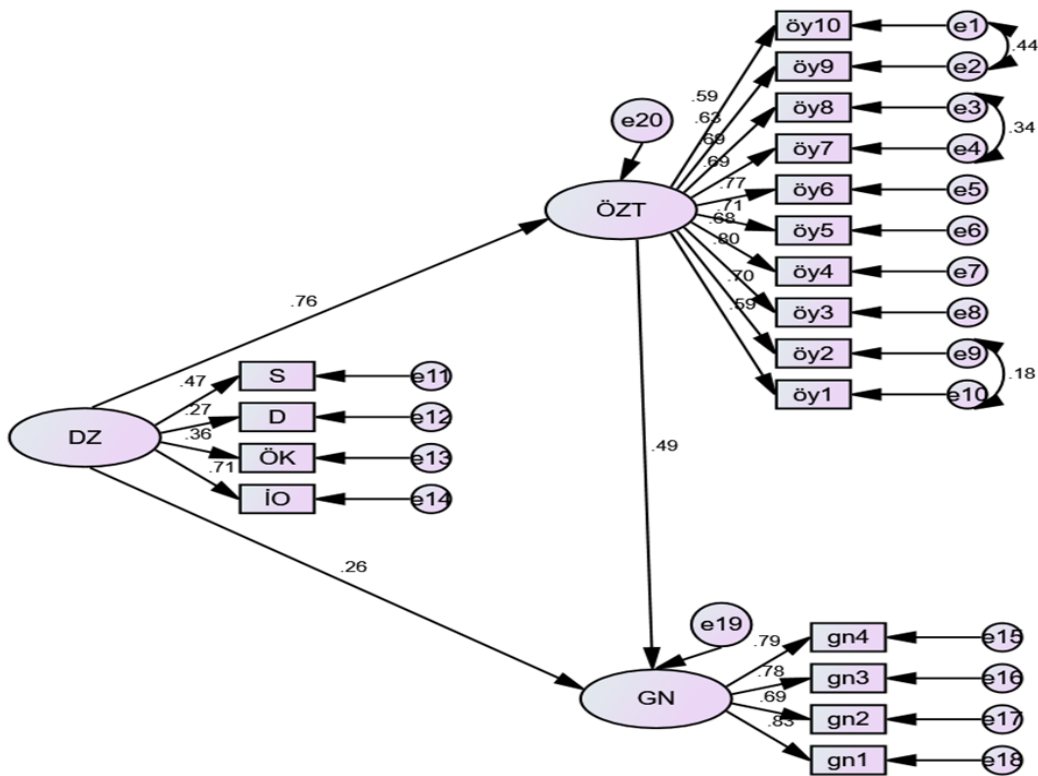
Faktör	Ort.	SS	1	2	3
1-DZ	3,42	,594	1		
2-ÖY	3,60	,760	,225**	1	
3-GN	3,64	,945	,202**	,598**	1

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

Tablo 2’ de görüldüğü gibi duygusal zeka özellikleri ile öz yeterlilik algısı ve girişimcilik niyeti arasında $p<0,01$ önem düzeyinde olumlu yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Benzer şekilde öz yeterlilik algısı ile girişimcilik niyeti arasında $p<0,01$ önem düzeyinde olumlu yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Analizin ikinci aşamasında yapısal eşitlik testi ile araştırma modeli test edilerek modele ilişkin değişkenler arasındaki ilişkiler tespit edilmiştir. Ardından yapısal modele ilişkin aracı ilişkinin belirlenmesi amacıyla değişkenler arasındaki dolaylı ilişkileri tespit edebilmek için öncelikle Baron ve Kenny’in (1994) dört aşamalı yöntemi kullanılmış ve analiz sonucuna göre kısmi ya da tam aracılık kararı verilmiştir. Daha sonra aracı etkiden söz edebilmesi için eksojen değişkenin (mediator değişken vasıtasıyla) endojen değişken üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı olup olmadığını ortaya koymak amacıyla bootstrap yönteminden yararlanılmıştır. Bootstrap yönteminin uygulanışı sırasında örneklem 1000 değerinde arttırılmış, güven aralıkları %95 seviyesinde tutulmuş ve bootfaktör değeri 1 olarak alınmıştır.

Araştırmaya konu olan değişkenlere ilişkin kuramsal alt yapı doğrultusunda oluşturulan araştırma hipotezleri, geçerliliği sınanmış ölçekler aracılığı ile araştırma modeline uygulanarak test edilmiştir. Modelde duygusal zeka özellikleri tek dışsal (egzojen) değişken olarak yer almaktadır. Öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti ise modelin içsel (endojen) değişkenleri teşkil etmektedir. Ayrıca öz yeterlilik değişkeni kuramsal çerçeve doğrultusunda aracı değişken olarak modele eklenmiştir. Araştırma modeline ilişkin yapısal test sonuçları ve değişkenler arasındaki regresyon yüklerine Şekil 2’de yer verilmektedir.

**Şekil 2:** Araştırma Modeline İlişkin Yapısal Model Testi

Yapısal modelin test edilmesiyle elde edilen uyum indeksi sonuçları Tablo 3’de verilmiştir. Tablo 3’deki veriler incelendiği takdirde elde edilen uyum indeksi sonuçlarının belirlenen referans aralıklarında olduğu görülmektedir. Dolayısıyla söz konusu araştırma modelinin kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Yapısal Modele İlişkin Uyum İndeksleri

İndeks	CMIN/DF	GFI	AGFI	IFI	TLI	CFI	RMSEA	SRMR
	2,229	,894	,851	,929	,908	,928	,072	,083

Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla gerçekleştirilen yapısal eşitlik analizi neticesinde elde edilen modele ilişkin kestirim değerleri Tablo 4’de yer almaktadır. Tablodaki veriler doğrultusunda duygusal zeka özelliklerinin girişimsel öz yeterlilik ve girişimcilik niyeti ile arasında $p<0,001$ önem düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Araştırma modelinde aracı değişken olarak alınan öz yeterlilik ile girişimcilik niyeti arasında ise $p<0,01$ önem düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla araştırma hipotezlerinden H_1 , H_2 ve H_3 desteklenmektedir.

Tablo 4. Yapısal Modele İlişkin Kestirim Sonuçları

Hipotez No.	DEĞİŞKENLER	Std. β	Std. Hata	X^2 (C.R)	P
H_1	ÖY <--- DZ	,760	,183	5,639	***
H_2	GN <--- DZ	,536	,109	4,575	***
H_3	GN <--- ÖY	,489	,215	3,392	***

*** $p<0,001$ ** $p<0,01$ * $p<0,05$

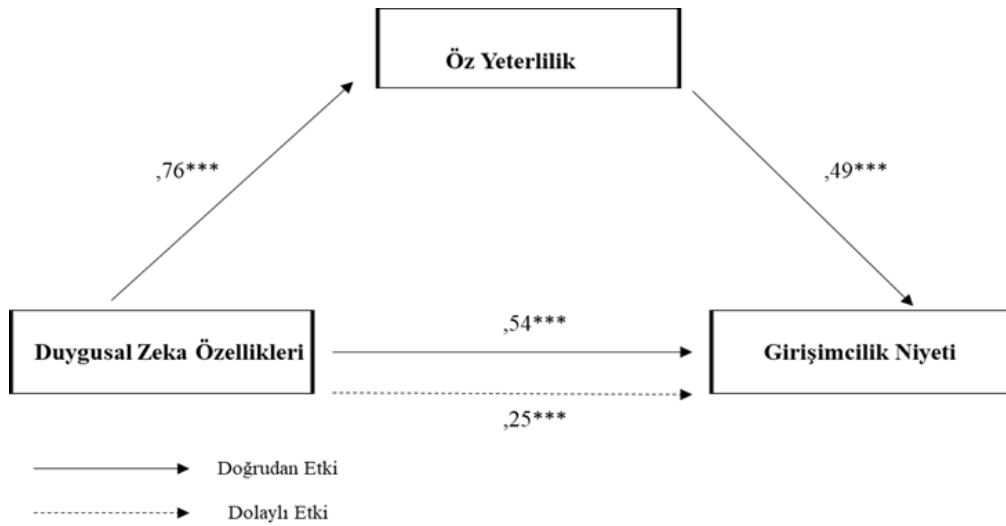
Araştırma değişkenlerinin birbirleri ile doğrudan ilişkilerinin incelenmesinin ardından dolaylı ilişkilerin incelenmesi amacıyla öncelikle aracı değişken modelden çıkarılarak bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi incelenmiştir. Daha sonra aracı değişken modele dahil edilerek bootstrap yöntemiyle aracı değişkenlerin etkileri ve anlam düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Gerçekleştirilen analiz yöntemleri ve sonuçlarına ilişkin bulgular Tablo 5’de gösterilmektedir.

Tablo 5. Yapısal Modele İlişkin Bootstrap Testi Sonuçları

Hip. No	İlişki	Doğrudan Etki (Std. β)	Dolaylı Etki (Std. β)	Baron& Kenny Yaklaşımı	Bootstrap Yöntemi ile Dolaylı Etkilerin Anlamlılığı
H_4	DZ → ÖY → GN	,536 P<0,001	,255 P=0,104	Kabul Tam Aracı	Kabul P<0,05

*** $p<0,001$ ** $p<0,01$ * $p<0,05$

Tablo 5’de görüldüğü üzere duygusal zeka özellikleri girişimcilik niyetini olumlu yönde, doğrudan ve anlamlı ($,536$; $p<0,001$) bir şekilde etkilemektedir. Aracılık testi için gerekli şartlar yerine getirildiğinden bir sonraki adımda modele girişimsel öz yeterlilik aracı değişken olarak yerleştirilmiş ve duygusal zeka özellikleri üzerindeki etkisinin ne ölçüde değiştiği incelenmiştir. Duygusal zekanın girişimsel öz yeterlilik aracılığı ile girişimcilik niyetine etkisi ve anlamlılığında doğrudan etkisinin aksine anlamını kaybetmiştir ($,255$; $p=,104$). Bu bakımdan, Baron ve Kenny yaklaşımı doğrultusunda girişimsel öz yeterliliğin tam aracılık rolü olduğu söylenebilecektir. Ancak söz konusu aracılık rolünün anlamlı olup olmadığının belirlenmesi gerekmektedir. Bu nedenle bootstrap testi aracılığı ile modele ilişkin anlamlılık tablosu incelenmiş ve öz yeterliliğin duygusal zekanın girişimcilik niyetine etkisindeki tam aracı rolünün $p<0,05$ önem düzeyinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_4 desteklenmektedir. Söz konusu analiz bulguları ışığında araştırma modelinde yer alan hipotezlere ilişkin test sonuçları Şekil 3’de gösterilmektedir.



Şekil 3: Araştırma Modeline İlişkin Değişkenler Arasındaki Regresyon Katsayıları

4. SONUÇ

Bu çalışma işletme bölümü son sınıf öğrencilerinin duygusal zeka özelliklerinin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisini ve bu etkide söz konusu öğrencilerin öz yeterlilik algılarının rolünü araştırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma verilerine ilişkin analizler neticesinde katılımcıların duygusal zeka özelliklerinin girişimcilik niyetleri üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğu ve bu etkiye öz yeterlilik algılarının aracılık ettiği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara dayanarak bireyin duygusal zeka özelliklerinin, belirli bir işi yapma konusunda kendi yetkinliğine dair inancını, artırabileceği ve bu inancın aracılığı ile girişimcilik niyeti ortaya çıkabileceği ifade edilebilecektir.

Girişimcilik olgusu, geri kalmış ekonomilerde yapılanmanın, gelişmekte olan ekonomilerde kalkınmanın ve gelişmiş ülkelerde ise refahın temelini oluşturmaktadır (Wickham, 2001: 11). Girişimciliğin katma değer oluşturma, ekonomik büyüme, sürekli iş yenilenmesi ve istihdam sağlama aracılığıyla ekonomik yapı üzerindeki bu olumlu etkisi girişimcilerin bir ülkenin gelişmesi ve kalkınmasındaki rolünü ortaya koymaktadır (Tang ve Koveos, 2004: 165). Ancak sahip oldukları bu misyon, girişimcilerin üstün özelliklere sahip olması gerektiği gibi bir yanılgıyı da beraberinde getirmektedir. Söz konusu bu yanılgı ise bireylerin girişimciliğe bakış açısını etkilemekte ve cesaretlerini kırabilmektedir. Bu nedenle girişimciliğin tanımlanması ve hangi faktörlerden etkilendiğinin bilimsel olarak incelenmesi kavrama ilişkin önyargıların ortadan kaldırılmasında etkili olabilecektir. Elbette girişimci olabilmek için çeşitli niteliklere sahip olmak gerekmektedir, fakat nihayetinde bu niteliklerin bazıları sonradan kazanılabilecek türdedir. Dolayısıyla, bireylerin girişimciliğe yönlendirilmesinde, var olan potansiyellerinin ortaya çıkarılmasının yanı sıra girişimcilik için gerekli olan niteliklerin kazandırılması da etkili olabilecektir. Örneğin araştırma bulgularında da ulaştığımız üzere bireylerin kendilerini yeterli görme seviyeleri girişimcilik niyetlerini güçlü bir şekilde etkilemektedir. Söz konusu bu bulgudan hareketle bireylerin öz yeterliliklerini artırabilecek koşulların sağlanması, bireye cesaret verilmesi dolaylı olarak girişimcilik niyetinin de artırılmasını sağlayabilecektir. Yine araştırma sonuçları bireylerin duygusal zekalarına ilişkin algılarının hem öz yeterlilikleri üzerinde hem de girişimcilik niyetleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu bakımdan bireylerin duygusal zekalarına ilişkin özelliklerinin geliştirilmesi ile öz yeterliliklerinin ve girişimcilik niyetlerin artırılmasının mümkün olacağı ifade edilebilecektir.

Girişimciler; fırsatları fark edip değerlendiren, yoğun çaba ve yetenekleri ile bu fırsatları işleyebilir ve pazarlanabilir fikirlere dönüştüren ve bu bakımdan değer yaratan bireyler olarak tanımlanmaktadır (Naktiyok, 2004: 277). Bu nedenle girişimcilerin yüksek duygusal zekalarının bir göstergesi olarak kendilerini kontrol edebilen, sosyal ilişkileri güçlü, duygularını etkili bir şekilde yönetebilen, iyi oluş düzeyi yüksek, enerjik ve dinamik bir kişilik ortaya koymaları gerekmektedir. Sıralanan bu özelliklere birey doğuştan sahip olup sergileyebilir ya da sahip olduğunun farkında olmayabilir. İşte, girişimciliğe ilişkin eğitim ve yönlendirmenin önemi bu ikinci durumda ortaya çıkmaktadır. Bireyin kendinin bile haberdar olmadığı yeteneklerinin ve özelliklerinin ortaya çıkarılması, bireye öz güven ve yeterlilik algısı kazandırılmasını ve bu sayede girişimcilik niyeti geliştirebilmesini sağlayabilecektir. Bu bakımdan

girişimcilere ilişkin niteliklerin ulaşılmazmış gibi gösterilmesi yerine bu yetenek ve niteliklerin hangi yollarla geliştirilmesi gerektiği üzerinde durulması bir bakıma girişimcilik fikrinin yayılması sağlayabilecektir.

Girişimcinin işi ve rolü; girişim yapmak için gerekli olan maddi ve maddi olmayan faktörleri bir araya getirme, fırsatları görme, pazar etkinliği sağlama, risk üstlenme, yenilik yapma, örgüt içi ve dışındaki tüm ilgili grupların desteğini alma, bilgiyi yönetme, çevreyi değerlendirme gibi ekonomik, sosyal ve yönetsel içeriği olan kompleks konularla ilgilidir (Naktiyok, 2004: 277). Bu nedenle, girişimcilik bugünün ekonomik sistemi açısından değer taşımakta ve ekonomik kalkınmanın ana itici gücü olarak düşünülmektedir. Ekonomik ve sosyolojik faydaları açısından değerlendirildiğinde girişimcilik faaliyetlerinin desteklenmesi ve artırılması gerekmektedir. Ülkenin ekonomik geleceği ve refahı açısından büyük bir potansiyel olan üniversite öğrencilerinin girişimciliğe ilgilerinin artırılması bu açıdan değer taşımaktadır. Dolayısıyla, mevcut eğitim sisteminin öğrencilerini yönlendirebilecek nitelikte olması gerekmektedir. Analiz sonuçları araştırmaya katılan öğrencilerin önemli bir kısmının girişimcilik niyetine sahip olduklarını göstermektedir. Benzer şekilde konu ile ilgili daha önce ülkemizdeki öğrenciler üzerine yapılmış çalışmalarda da öğrencilerin önemli bir kısmının girişimcilik niyeti taşıdığını ortaya koyan çalışmalar da mevcuttur. Ancak elde edilen bu bulgular ile ülkemizdeki girişimci sayısındaki artışın çok fazla örtüşmediği görülmektedir. Öğrenci iken sahip olunan niyetin öğrencilik sonrasında neden bir girişime dönüşmediği bir başka çalışmaya konu olabilir. Ancak mevcut çalışma kapsamında öğrencilerin duygusal zekaları ve öz yeterlilik algılarını olumlu yönde etkileyecek, kendilerinde var olan potansiyeli gösterebilecek daha pratiğe dayalı metotlarının eğitim veren kurumlar tarafından benimsenmesinin girişimci sayısının artırılmasında etkili olacağı ifade edilebilecektir. Bunun yanı sıra, çalışmanın bazı kısıtlara sahip olması nedeni ile ileride yapılacak olan çalışmaların daha büyük örneklemelerle daha genellenebilir sonuçlara ulaşılacağı ve duygusal zeka özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerinde etkisinde farklı değişkenlerin aracılık etkilerinin ölçülebileceği önerilebilecektir.

KAYNAKÇA

- Ahmetoglu, G., Leutner, F., & Chamorro-Premuzic, T. (2011). EQ-nomics: Understanding the relationship between individual differences in trait emotional intelligence and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 51, 1028–1033.
- Arbuckle, J. L. (2003).
- Awwad, Mohammad Suleiman and Ali, Hanane Kada (2012). “Emotional Intelligence and entrepreneurial orientation: The moderating role of organizational climate and employees’ creativity”, *Journal of Research in marketing and Entrepreneurship*, 14(1), 115-136.
- Azzadına, İrna, Sianıpar, Corinthias P.M. and NUUR’AINI, Enny (2012). “Measuring the Direct and Significant Influence of Emotional Intelligence Competencies to Entrepreneurial Characteristics”, *Indonesia International Conference on Innovation, Entrepreneurship and Small Business*, 4(4), 16-25.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- Bandura, A., & Locke, E. A. (2003). Negative Self-Efficacy and Goal Effects Revisited. *Journal of Applied Psychology*, 88, 87-99.
- Boren E. A., (2010), Emotional Intelligence: The Secret of Successful Entrepreneurship?, *Faculty Publications: Agricultural Leadership, Education & Communication Department*. Pages: 55, 56.
- Baron R M and Kenny D. A. 1986. “The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations”, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 51, No. 6, 1173-1182.
- Boyd, N. G. & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63–77.
- Chen, C.C., Greene, P.G., Crick, A. 1998. Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs From Managers?. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316.

- Cox, L.W., Mueller, S.L., & Moss, S.E. (2002). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial self-efficacy. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(2), 229–245.
- Cross, Bernadette and Travaglione, Anthony (2003). “The untold story: is the entrepreneur of the 21st century defined by emotional intelligence?”, *The International Journal of Organizational Analysis*, 11(3), 221-228.
- Deniz, M.E., Özer, E. ve Işık, E. 2013. Duygusal Zekâ Özelliği Ölçeği–Kısa Formu: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Eğitim ve Bilim*, Cilt: 38, Sayı:169, 407-419.
- Douglas, E.J. and Fitzsimmons, J.R. 2013. Intrapreneurial Intentions Versus Entrepreneurial Intentions: Distinct Constructs With Different Antecedents. *Small Business Economics*, 41(1), 115-132.
- Ferreira, J.J., Raposo, M.L., Rodrigues, R.G., Dinis, A., Paço, 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.
- 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.
- Grichnik, D., Smeja, A. ve Welp, I. (2010). “The importance of being emotional: How do emotions affect entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation?”, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76, 15-29.
- Humphrey, R.H. 2013. The Benefits of Emotional Intelligence and Empathy to Entrepreneurship. *Entrepreneurship Research Journal*, 3(3), 287-294.
- Jung, D. I., Ehrlich, S. B., De Noble, A. F., & Baik, K. (2001). Entrepreneurial self-efficacy and its relationship to entrepreneurial action: a comparative study between the US and Korea. *Management International*, 6(1), 41–53.
- Kickul, J. ve R. D'Intino (2005) “Measure for measure: modeling Entrepreneurial Self-Efficacy onto instrumental tasks within the new venture creation process,” *New England Journal of Entrepreneurship*, Vol. 8 No. 2, 9-47.
- Krueger, N.F. and Brazeal D.V. 1994. Entrepreneurial Potential And Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 91-104.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432.
- Lee, S. M. & Peterson, S. J. (2000). Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness. *Journal of World Business*, 35(4):402-403.
- Luthans, F., Avey, J. B., & Avolio, B. J. (2007). “The impact of psychological capital interventions on performance outcomes”. Working paper, Gallup Leadership Institute, University of Nebraska.
- McGee, J.E., Peterson, M., Mueller, S.L., Sequeira, J.M. 2009. Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 33(4), 965-988.
- Naktiyok, A., (2004), *İç Girişimcilik*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Naktiyok, A., Karabey, C. N. ve Güllüce, A.C., (2010). “Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case”, *International Entrepreneurship Journal*, DOI 10.1007/s11365-009-01236,6, s:419-435.
- Neghabi, S., M. Yousefi and M. Rezvani, “Emotional intelligence and entrepreneurial behaviour: Development of personal aspects of intentions model”. *International Conference on Information and Finance*, IPEDR, 2011.
- Patzelt, H. P. ve Shepherd, D. A. (2011). “Negative emotions of an entrepreneurial career: Self-employment and regulatory coping behaviors”, *Journal of Business Venturing*, 26, s.226-238.
- Petrides, K. V., & Furnham, A. (2001). Trait emotional intelligence: Psychometric investigation with reference to established trait taxonomies. *European Journal of Personality*, 15(6), 425-448.

- Petrides, K. V. & Furnham, A. (2006). The role of trait emotional intelligence in a gender-specific model of organizational variables. *Journal of Applied Social Psychology*, 36, 552-569.
- Sequeira, J., Mueller, S. L., & McGee, J. E. (2007). The influence of social ties and self-efficacy in forming entrepreneurial intentions and motivating nascent behavior. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(3), 275-293.
- Stajkovic, A. D., & Luthans, F. (1998a). "Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis". *Psychological Bulletin*, 124: 240-261.
- Stajkovic, A. D., & Luthans, F. (1998b). "Social cognitive theory and self-efficacy: Going beyond traditional motivational and behavioral approaches". *Organizational Dynamics*, 26: 62-74.
- Tang, L. and Koveos, P.E. (2004), "Venture entrepreneurship, innovation entrepreneurship and economic growth", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 3, pp. 161-71.
- Uluköy, M., Ülker, Y., Kılıç, R., Yumuşak, S. ve Azaklı, S. 2016. Duygusal Zekânın Girişimcilik Üzerine Etkisi: Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmeler Üzerine Bir Analiz. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 5, 119-136.
- Wichham, Philip A., (2001), *Strategic Entrepreneurship*, Prentice Hall Inc., U. K.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.
- Wood, R. and Bandura, A. 1989. Social Cognitive Theory of Organizational Management. *Academy of Management Review*, 14(3), 361-384.
- Yanık, O., Timuroğlu, M.K., Naktiyok, A., 2017. Duyguların Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9/2, 461-477.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.
- Zakarevičius, P. and Župerka, A. 2010. Expression Of Emotional Intelligence In Development Of Students' Entrepreneurship. *Economics And Management*, 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, 165-175.