

# GİRİŞİMCİLERİN GİRİŞİMCİLİK TİPLERİ İLE DUYGUSAL ZEKÂLARI ARASINDAKİ İLİŐİKİ: EDİRNE ÖRNEĞİ<sup>1</sup>



**Hatice CİN**

Bilim Uzmanı, Trakya Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
hatice\_cin\_@hotmail.com

**Gülsevım YUMUK GÜNAY**

Yard. Doç. Dr., Trakya Üniversitesi  
Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu  
gulsevımyumuk@trakya.edu.tr

## ÖZ

Yaşamını, sürekli kılmak isteyen girişimciler için artık işletme eylemlerinde sadece nicel verilere dayalı olarak karar vermek tek başına yeterli olmamakta ve farklı bakış açılarına ihtiyaç duyulmaktadır. “Duyguların akıllıca kullanımı” anlamındaki duygusal zekâ, bu anlamda girişimcilerin en önemli kişisel özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı Edirne ilindeki girişimcilik tipleri ile duygusal zekâ arasındaki ilişkiyi alt boyutlar bazında araştırmaktır. Çalışmada Cronbach's Alpha değeri ile boyutların güvenilirliği test edildikten sonra boyutlar arası ilişkileri test etmek için Spearman Rho's Korelasyon Analizi yöntemi kullanılmıştır. Analiz sonucunda bazı boyutlar arasında ilişkilerin varlığı ortaya konulmuştur. Bu çalışmanın gelecekte farklı bölgelerde yapılacak çalışmalara ışık tutacağına inanılmaktadır. Ayrıca söz konusu çalışmamızda boyutlar arası ilişkilerin yönleri ve nedenleri incelenmemiştir. Gelecekte yapılacak olan yeni araştırmalarda bu konuların incelenmesinin literatüre katkı sağlayacağına inanılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimci, girişimcilik, girişimci tipleri, duygusal zekâ.

1 Bu çalışma, yüksek lisans tezinin bir kısmından yararlanılarak hazırlanmıştır.

## THE RELATIONSHIP BETWEEN THE ENTREPRENEURSHIP TYPES AND EMOTIONAL INTELLIGENCE OF ENTREPRENEURS - THE CASE OF EDİRNE

### ABSTRACT

Making decisions by using quantitative data in business actions is not sufficient for entrepreneurs who wants to achieve sustainability and therefore there is a need for different perspectives. Emotional intelligence (EI), using emotions rationally, is one of the most important traits of entrepreneurs in this regard. The purpose of this study is to look for a relationship between entrepreneur types and EI in Edirne city. After reliability of the dimensions are tested by using Cronbach's Alpha Spearman Rho's Correlation analysis is conducted in order to test the relationships among the dimensions. It is found that there is a relationship among some of the dimensions. It is believed that this study will shed a light for the studies in different regions in the future. Besides, the directions and causalities of these relationships among dimenions are not examined. Examining these relationships in new studies is expected to make contribution to literature.

**Keywords:** Entrepreneur, entrepreneurship, entrepreneur types, emotional intelligence.

### GİRİŞ

Girişim; başkalarının gereksinimlerini karşılamak için pazarda fiyatı oluşan ekonomik mal ve hizmetleri ortaya koyarak sahibine kar sağlamak amacıyla olan bir işletmedir (Zeytinoğlu, 2009, s.13). Girişimciyi ekonomik gelişmenin ana temsilcisi olarak gören Schumpeter'e (Johnsson, 2005, s.3) göre girişimci, yeniliği sunarken (Aidis, 2003, s.4), eski olanı piyasadan çıkaran (Sciascia, Vita, 2004, s.6), toplumda değişimi gerçekleştiren kişi ve kurumlardır (Arkan, 2013, s.5). Girişimciliğe aday olan kişiler, son 12 ay içerisinde aktif olarak yeni bir iş kurmak için çabalayan ve harcamaları karşılayacak aylık bir nakit akışı olmayan kişilerdir (Reynolds, 2000, s.170). Zimmerer ve Scarborough (2004, s.3) girişimciyi; belirsizlik altında büyüme ve kâra ulaşma amacıyla, sermaye yaratabilmek için gerekli kaynakları toplayarak, yeni iş ya da işletme oluşturan kişi olarak tanımlamaktadırlar. Say ise girişimcileri; sağduyulu, azimli ve başarılı, deneyim eksikliğini zaman zaman bertaraf edebilmek yüksek kazanç sağlayan kişiler olarak tanımlamaktadır (Casson, 2003, s.58). Küçükaltan (2009, s.22) girişimciliği mevcut bir üretim sürecine yeni konseptler

ekleyip, ürünü pazarlayabilme, satabilme ve kâra dönüştürebilme faaliyeti, Hisrich ve Peters (2002, s.47) ise kişisel tatmin ve bağımsızlık elde ederek yeni bir değer yaratma süreci olarak görmektedirler. Chicken (2002, s.41) girişimciliği, sürekli değişen dinamik bir durum olarak ele alırken, Shane ve Venkataraman'a (2000, s.219) göre girişimcilik, yeni riskler üstlenerek gizli kalmış var olan organizasyonların ortaya çıkarılmasıdır.

Girişimci olmayı etkileyen üç önemli faktörden bahsedebiliriz. Bunlardan ilki; bireylerin cinsiyeti, eğitimi, yaşı, iş tecrübesi, girişimci bir aile çevresinden gelmesi, ailenin ilk çocuğu olması, medeni durumu, sosyoekonomik statüsü, ailenin eğitim/gelir durumu, kardeş sayısı ve rol model gibi birçok özelliği kapsayan demografik faktörlerdir (Kayış, 2010, s.23). İkincisi; çocukluk, aile ortamının ve moral destek ağlarının varlığının (akrabalar, arkadaşlar) önemine dikkat çeken sosyal ortamın etkilerini inceleyen çalışmaların yer aldığı sosyal faktörler. Son olarak da; kişisel niteliklerimiz bizim kim olduğümüzü, hangi psikolojik ve sosyal pozisyonda bulunduğümüzü önemli ölçüde açıklamaya çalışan psikolojik faktörlerdir (Aytaç, 2006, s.142).

Günümüzde artık bir işletmenin başarılı olabilmesi için ekonomik fayda ve kar elde etmesi yeterli değildir. Girişimcilerin sahip oldukları farklı niteliksel özellikler girişimciliğin artmasına yönelik uygulanacak politikalar için önem arz etmektedir. McClelland (1961) girişimciliğin gelişmesinin, ekonomik güdülerden ziyade, psikolojik bir güdü olan güç, başarı ve bağlılık ihtiyacına bağlı olduğunu belirtmektedir. Bu anlamda girişimcilerin psikolojik yaklaşım içerisinde güç odaklı, başarı odaklı ve bağlılık odaklı olarak faaliyetlerde buldukları söylenebilir.

Son yıllarda duygusal zekâ kavramı sıklıkla gündeme gelen, daha çok önem verilen ve tartışılan bir kavram olmuştur. Çalışma hayatının kurallarının değişmesi ile birlikte çalışanların motivasyonu artırılarak müşteri memnuniyetinin elde edilebilmesi için, sadece yüksek zekâ katsayısına sahip çalışanların varlığı yeterli olmamaktadır. İşletmelerde duygusal veya kişisel boyutla ilgisi olmayan işlevsel bir yapı söz konusu ise bu anlayış günümüz çalışma hayatında başarısızlıkların sebebi haline gelmektedir. Bu nedenle, duygularını bilen ve kontrol edebilen, empati yapabilen, duygusal ve sosyal kapasitesi yüksek çalışanların varlığına ihtiyaç duyulmaktadır. Yüksek duygusal zekâyâ sahip çalışanların var olduğu işletmelerde, ilişkilerin ve iletişimin daha etkin olabildiği, oluşturulan takım ruhuyla performansın artırılabilirliği, daha mutlu ve

huzurlu bir çalışma ortamının yaratılabildiği ve tüm bunların sonucunda da ekonomik fayda ve kar elde edilebildiği görülmektedir. Çalışma yaşamında bu anlamda yöneticilere ve hatta girişimcilere çok iş düşmektedir. Çünkü duygusal zekâya sahip girişimci gerek birlikte çalıştığı personelini gerekse mal ya da hizmet sunduğu müşterisini daha yakından tanıyacak, onu anlayacak ve davranışlarını ona göre gerçekleştirecektir.

Araştırmacılar girişimcinin sahip olduğu kişisel özellikleri tanımlamaya çalışırken girişimcilik alanlarında yıldızlaşan bu insanların arkasındaki gizli gücü tahmin etmeye yönelik psikolojik bir perspektifle bakmaya başlamışlardır (Cross, Travaglione, 2003, s.221). Bu bağlamda girişimcilik ve duygusal zekâ kavramları uzun zamandan beri ayrı ayrı incelenmiş olmakla birlikte son dönemde araştırmacılar (Cross, Travaglione, 2003; Rhee, White, 2007; Zamptenakis, Beldekos ve Moustakis, 2009; Neghabi, Yousefi ve Rezvani, 2011, Azzadina, Sianipar ve Nuur'aini, 2012) tarafından bu iki kavram birlikte ele alınmaya başlanmış ve özellikle duygusal zekânın girişimciliğe olan etkisine yoğunlaşmıştır. Diğer taraftan Türkiye'de duygusal zekâ ile ilgili daha önce Gürsoy (2005) Türk Silahlı Kuvvetleri çalışanları, Delice ve Günbeyi (2013) Polis Teşkilatı çalışanları, Gürbüz ve Yüksel (2008) farklı iş alanlarındaki çalışanlarla, Erkuş ve Günlü (2008), Halıçınarlı ve Bender (2005), Yılmaz (2007) üniversite öğrencisiyle çalışmalar yapılmıştır.

Birçok farklı alanlar da yapılan duygusal zekâ çalışmalarından farklı olarak bu çalışma girişimcilere yönelik gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın amacı Edirne ilindeki girişimcilerin girişimcilik tipleri ve duygusal zekânın alt boyutlar bazındaki ilişkisini ortaya konulmasıdır. Çalışmanın ilk bölümünde kavramsal çerçevede girişimcilik türleri ve girişimcilik tiplerinin yanında duygusal zekâ üzerinde durularak, girişimcilik ve duygusal zekâ arasındaki ilişki literatür desteği ile açıklanmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde çalışmanın metodolojisi açıklanmıştır. Üçüncü ve son bölümde ise araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. Girişimcilik Türleri

Girişimciliği nitelik-misyon temelli kategorize ettiğimizde, orijinal, iç, kurumsal, profesyonel, teknik, girişimci ve çevreci olmak üzere yedi kategoriye ayırabiliriz. Orijinal girişimcilik; girişimcilerin öncelikle kendi güç, yetenek, algı, sezgi, beceri, ustalık, deneyim,

bilgi gibi özelliklerine dayanarak hayallerini düşlerini gerçekleştirmek üzere eyleme geçtikleri ve ilk defa sıfırdan başlayarak kurdukları girişimlerdir (Göçmen, 2007, s.19). İç girişimcilik; bireyin bir kuruluşta ücretle çalışırken, o kuruluşun yardımıyla kendi işini kurmasıdır (Titiz, 1998, s.138). Kurumsal girişimcilik; büyük işletmelerin yeni girişimlerin oluşmasına destek vermesi veya var olan küçük işletmeleri destekleyerek yeni girişimlerin oluşturulmasıdır (Tunç, 2007, s.83). Profesyonel girişimcilik; işletmenin işletme içinden ehil bir kişiye veya işletme dışından ehil bir kişiye devredilmesi veya satılmasıdır. Profesyonel boyutta bir girişimci işletmeyi terk ederken bir diğer yeni girişimci işletmeyi devir almaktadır (Çevik, 2006, s.67). Teknik girişimcilik; yüksek teknolojiye sahip, eğitim düzeyleri yüksek, bilgili ve deneyimli girişimcilerin projelerine yapılan yatırımlar olarak tanımlanmaktadır (Göçmen, 2007, s.20). Girişimci girişimciliği; girişimcilik sürecinin ardından belirli bir alanda işletmelerini kurmuş, yürütmüş ve daha sonra başkalarına devretmiş veya satmış girişimcilerin, yeni fırsatlara, yeni fikirlere yatırım yapmasını kapsayan girişimciliktir (Tunç, 2007, s.84). Çevreci girişimcilik; genellikle çevresel sorunlara eğilen ve bu sorunların yarattığı fırsatları ve yenilikleri çevre bilinci ile değerlendiren girişimcilik türüdür (Tunç, 2007, s.84).

Girişimciliği yönelim-referans olarak kategorize ettiğimizde ise, orijinal, stratejist, taktik ve geleneksel (idari) olmak üzere dört grupta inceleyebiliriz. Orjinal idealist girişimcilik; girişimcilerin hayallerini gerçekleştirmek ve amaçlarına ulaşmak üzere eyleme geçtikleri ve ilk defa sıfırdan başlayarak oluşturulan girişimlerdir (Tunç, 2007, s.83). Stratejist girişimcilik; bütüncül bir yaklaşım içinde, işin gerçekten hakkını vererek, fırsatı arayan, algılayan, tanımlayan, yakalayan ve onları gerçek hale getiren girişimciliktir (Çevik, 2006, s.70). Taktik Girişimcilik; mevcut teknolojiler altında bir işi yeniden yapılandıran, iş yöntemini değiştiren veya belli bir alanda bir ilave yenilik ve gelişme sağlayan, proje geliştiren girişimcilik stildir. Taklitçidirler ancak dar alanda hızlı esnek ve zamanla hareket eden bir girişimcilik tarzıdır (Çevik, 2006, s.70). Geleneksel (İdari) Girişimcilik; mevcut ve bilinen bir sektör içinde ve mevcut bir girişimciliği, günün şartlarına uyduran, işi yeniden yapılandıran ve devam ettiren girişimciliktir (Çevik, 2006, s.72).

Girişimciliği etkileme aracı (girişimcilik tipleri) olarak kategorize ettiğimizde ise; başarı odaklı, bağlılık odaklı ve güç odaklı olarak üç gruba ayırabiliriz. Diğer insanlardan zihinsel, ruhsal, tutumsal ve davranışsal olarak farklılık gösteren

girişimcilerin (Kirzner, 1997, s.60-85), ekonomik güdülerden ziyade, psikolojik bir güdü olan başarı, bağlılık ve güç ihtiyacına bağlı olarak faaliyette buldukları söylenebilir (McClelland, 1961, Akt: Özkul, 2008, s.115).

Raab, Stedham ve Neuner (2005, s.73) başarı güdüsünü, zorluklarla mücadele etme, kendine güven, kişisel gelişim sağlama, rekabetçilik, kaynakları yönetme, yüksek standartlara ulaşma olarak ifade etmektedirler. Yüksek ve güçlü başarı ihtiyacı ile güdülenmiş bireyler (Ören, Biçkes, 2011, s.74), rutin işlerden hoşlanmayan, yeni fikirler yaratan (Bozkurt, 2011, s.12), başarılarıyla ilgili hemen sonuca ulaşabilecekleri (Soyşekerci, Akatay, 2004, s.73) zor hedefler seçip kendi çabalarıyla sonuç almak isteyen (Bozkurt, 2007, s.100) ve başarının yalnız kendi çalışmalarından doğduğuna inanmak isteyen bireylerdir (Onaran, 1981, s.204).

Bağlılık güdüsü, başkaları tarafından sevilme ve kabul edilme isteği olarak gözlemlenir (Çevik, 2006, s.87). Allen ve Meyer örgütsel bağlılığın; duygusal, devamlılık ve normatif bağlılık olmak üzere birey ile örgüt arasında yaşanan üç temel ilişkiden kaynaklandığını ortaya koymuşlardır (Çöl, Gül, 2005, s.293). Duygusal bağlılık, organizasyonun hedefleri ve değerlerine yönelik bireylerin güçlü, pozitif tutumlarının bir bütünü olarak tanımlanmaktadır (Kaya, Selçuk, 2007, s.179). Bağlılık, bireyi kendini örgütle özdeşleştirip, örgütün bir parçası olarak görmesini, örgütün kendi için büyük bir anlam ve önem taşıdığını fark ederek örgütte kalmasını sağlayabilmektedir (Allen, Meyer, 1990, s.2-6). Bu bağlamsa devamlılık bağlılığı, birey için örgütten ayrılmanın maliyetinin yüksek olacağı düşüncesiyle örgüt üyeliğinin sürdürülmesi durumudur (Allen, Meyer, 1990, s.3-4). Normatif bağlılık ise bireyin örgüte karşı sorumluluğu ve görevleri olduğuna inanarak, kendini örgütte kalmaya mecbur hissetmesine dayanan bir bağlılık türüdür (Allen, Meyer, 1990, s.4).

Güç güdüsü, diğerlerinin istenilen şekilde hareket etmesini sağlayabilmek için duyulan ihtiyaç olarak tanımlanmaktadır (Çevik, 2006, s.74). Sağlam bir güç motivasyonu, disiplinli ve düzenli bir çalışma etiğini beraberinde getirir. Diğer taraftan güç bireyin insani ilişkiler kurmak yerine, zamanını başarıya ulaşma veya otoriteyi elde etme planları yapmasını da sağlayabilmektedir (Çevik, 2006, s.73-74).

## 1.2. Duygusal Zekâ

Duygusal zekâ; kendimizin ve başkalarının hislerini tanıma, kendimizi motive etme, içimizdeki ve ilişkilerimizdeki duyguları iyi yönetme yetisine gönderme yapmaktadır (Goleman, 2009, s.393). Bizi kendi potansiyel ve hedeflerimizin peşinde koşmaya sevk eden, en içten değerlerimiz ve özlemlerimizi harekete geçiren ve onları hakkında düşündüğümüz şeylerden yaşadığımız şeylere dönüştüren şey duygusal zekâdır (Kılıçarslan, 2009, s.50).

Giderek artan sayıdaki bulgular, hayattaki etik tavrın, temelinde de duygusal yeteneklerin olduğunu göstermektedir. Duygusal zekâ, müşterileri için en önemli olan şeyleri hissedebilen, onlarla güvene ve duygusal etkileşime dayalı ilişkiler kurabilen, müşterinin öfkesini yatıştırabilen, ürün ve hizmetle ilgili problemlere daha anlamlı çözümler üretebilen çalışanlara dikkat çekmektedir. Diğer taraftan da her şeyi mükemmel yapan fakat insan ilişkilerinde yetersiz zeki üst düzey yöneticilere ve onların bu yetersizliklerinden dolayı kariyerlerindeki yavaşlamalara vurgu yapmaktadır (Acar, 2001, s.22-23). İnsan ilişkileri, kurumlar için zihinsel özelliklerden daha fazla hayati öneme sahiptir. Günümüz yönetim anlayışında bireysel üstünlükler ve başarılar değil, ekiplerin üstünlükleri ve başarıları önem kazanmaktadır. Ekte birlikte çalışabilmenin, başarılı ve verimli olabilmenin yolu da, ekip üyelerinin duygusal zekâya sahip olmalarıyla yakından ilişkilidir. (Doğan ve Demiral, 2007, s.221).

Duygusal zekâ, evrim sürecinde insanla beraber gelişen bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. İkel zamanlardan itibaren bir olayla başa çıkmak ve ortama uyum sağlamak, hayatta kalmanın en önemli gerekliliği olmuştur. İnsan beyni bu inkâr edilemez gerçeği sürekli olarak yansıtmaktadır (Bal, 2007, s.9). Duygusal zekânın ortaya çıkış nedeni mantığın etkisinin azalması değil, insan kalbinin çalışmasıdır (Kılıçarslan, 2009, s.66-67). Hayatın ilk yıllarında duygusal zekâ gelişmeye başlamıştır. Çocuklar aileleri ve çevresindekilerle olan iletişimlerini sırasında birbirlerine duygusal mesajlar göndermektedirler. Bu mesajların üst üste tekrarı çocukların duygusal yapısını ve davranışlarını oluşturmaktadır (Maboçoğlu, 2006, s.94). Öğrenilebilir bir takım becerilerden oluşan duygusal zekâ (EQ), bireyin yaşı ilerledikçe gelişebilmektedir. İlerleyen yaşlarıyla birlikte bireylerin, toplumsal ilişkileri ve çevrelerindeki olayları daha dengeli değerlendirmeye başladıkları, daha uyumlu, daha kontrollü ve genel olarak etkin iletişim kurabildikleri belirtilmektedir (Doğan ve Demiral, 2007, s.218).

Özbilinç: İçinde bulunduğumuz anda neler hissettiğimizi bilmek ve bu tercihleri karar vermemize yol gösterecek biçimde kullanmak; kendi yetelerimize yönelik gerçekçi bir değerlendirmeye ve sağlam temellere dayanan bir özgüven hissine sahip olmaktır (Goleman, 2009, s.394). Ruh hallerinin farkında olan kişiler, duygusal hayatları hakkında belli bir anlayışa sahiptirler. Duygularının bilincinde olmaları, diğer bazı kişilik özelliklerini, desteklemektedir. Bu kişiler, özerk, kendi sınırlarından emin, psikolojik açıdan sağlıklı ve hayata olumlu bir gözle bakan insanlardır. Kötü bir ruh haline girdiklerinde, bunu dert edinip kafalarına takmaz ve daha kısa bir süre içinde kendilerini bu durumdan kurtarırlar (Goleman, 2009, s.111). Kısacası özbilinç, kişilerin duygularını idare etmekte kolaylık sağlamaktadır (Eymen, 2007, s.13).

Duyguları İdare Edebilme (Özyönetim): Duyguları idare edebilmek, kişinin istediği duyguyu yaşayabilmesini ve istemediği duygulardan uzaklaşabilmesini içeren bir yetenektir (Akın, 2004, s.59). Duyguları uygun biçimde idare yeteneği, özbilinç temeli üstünde gelişmektedir. Bu yeteneği kuvvetli olan kişiler, hayatın tatsız sürprizleri ve terslikleriyle karşılaştıktan sonra kendilerini daha kolay toparlayabilmektedirler (Goleman, 2000, s.61). İş yaşamında, özellikle kriz durumlarında çok ani ve sarsıcı gelişmeler olduğunda, duygularına hakim olamayan kişiler ölçsüz ve kırıci davranışlar içine girişebilmektedirler. Böyle bir durumda ortaya çıkan olumsuzlukları düzeltmek zor olabilmektedir. Bu yüzden insanların çok zor şartlar altında bile duygularının hakimi olma yeteneğini kazanmaları önemlidir (Akın, 2004, s.61).

Kendini Harekete Geçirme (Motivasyon): Motivasyon, kişilerin belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere, kendi arzu ve istekleri ile davranışları sürecidir. Bir örgüt için motivasyon ise hem örgütün hem de çalışanların ihtiyaçlarını tatmin edecek bir iş ortamı yaratarak, kişinin harekete geçmesi için isteklendirilmesi süreci olarak tanımlanmaktadır (Güney, 2001, s.225). Motivasyon doğrudan gözlenemez, ancak kişilerin davranışlarının yorumlanması yolu ile dolaylı olarak algılanmaktadır. Bu yüzden örgütler, çalışanların davranışlarını yorumlamalı ve bunun sonucunda onların motivasyonunu sağlayacak model ve yaklaşımlar geliştirerek (Çolakoğlu, 2010, s.70), çalışanları örgütsel amaçlar doğrultusunda motive etmelidirler. Diğer bir deyişle, çalışanlarının amaçlarını kendi amaçlarına hizmet edecek şekilde gerçekleştirmelidirler (Güney, 2001, s.225-226).



**Başkalarının Duygularını Anlama (Empati):** Empati, insanın objektifliğini yitirmeden kendisini başkasını yerine koyabilmesi, onun düşüncelerini (Güney, 2001, s.481) ve duygularını doğru olarak anlamasıdır (Dökmen, 1998, s.135). İşletmeler, sosyal sorumluluğa ve insan onuruna ağırlık veren yönetsel uygulamalar yolu ile empatiyi teşvik etmektedirler (Güney, 2001, s.481).

**İlişkileri Yürütebilme:** Başkalarının duygularını yönetebilmek, insanlarla ilişki yürütme sanatının özünü oluşturmaktadır. İnsanlar arası ilişki becerileri, başkalarıyla ilişkide etkili olabilmeyi sağlayan sosyal yetenekler yani “insanlar arası ilişki becerileri” de olgunlaşmaktadır. Bu sosyal yetenekler, kişinin bir temasını şekillendirmesine, başkalarını harekete geçirip teşvik etmesine, yakın ilişkileri sürdürübilmesine, insanları ikna edip etkilemesine ve rahatlatmasına olanak tanımaktadır (Goleman, 2000, s.145-146).

### 1.3. Girişimcilik ve Duygusal Zekâ Arasındaki İlişki

Giriřimcilerin sahip oldukları özelliklere son zamanlarda yeni bir özellik olarak duygusal zekâyı ekleyen arařtırmalar (Zakarevičius ve Župerka, 2010, s.865-873; Chuluunbaatar ve Luh, 2010) mevcuttur.

Duygusal zekâ işyerinde başarı için kritik bir faktör olarak tanımlanmaktadır. Araştırmacılar, girişimcinin arkasındaki kişisel özellikleri tanımlama çabalarında yeni bir ürünü geliştirme, finansal ve ekonomik girişimcilik alanlarından öteye giderek, toplumda yıldızlaşan bu insanların arkasındaki gizli gücü tahmin etmek için psikolojik bir perspektifle bakmaya başlamışlardır. Gerek değişim ile başa çıkabilme ve değişime uyum sağlama gerekse kontrollü ve bilinçli hareket ederek karar verme sürecinde tutarlı davranma özelliklerine sahip olabilmek, duygusal zekâ yardımıyla kazanılan önemli özellikler olarak bilinmektedir (Erdem, 2001, s.44).

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

Başarılı girişimcinin, zor koşullar altında kendi kendini motive etme, fırsatlardan yararlanabilme ve azimle işin peşinden giderek başarıyı yakalama konusunda duygusal zekâsını doğru kullandığı, yapılan araştırmaların sonucunda da ortaya çıkmıştır

(Yelkikalan, 2007, s.48). Girişimcinin en temel özelliği risk üstlenmesidir. Risk belirsizlik demektir. Belirsizlik altında risk üstlenerek karar vermek durumunda olan girişimciler, duygusal zekâlarını kullanarak çok kritik olan bu koşullar altında başarı elde edebilmektedirler. Belirsizlik koşullarında risk alarak girişimcilik eylemlerinde bulunmak duygusal zekâ özelliği olduğu gibi, ihtiyatlı davranarak risk üstlenmemek de girişimcinin duygusal zekâsını yansıtmaktadır (Yelkikalan, 2007, s.46-48).

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

Girişimcilik ruhu, bir duygusal zekâ örneğidir ve girişimci olsun ya da olmasın her bireyin sahip olması gereken bir ruh halini ifade etmektedir. Ülkemizde başarı elde edemeyen her meslek grubundan bireyin ve girişimcinin temel başarısızlık nedeni, bu ruhla desteklenmeyen şekilde iş görmeleridir. Bu özellikleri taşımayan birey, işletme kursa da aslında girişimci olarak kabul edilmemektir (Yelkikalan, 2007, s.47-48).

Duygusal zekâ düzeyi, hem bireysel tatmini hem iş başarısını doğrudan etkilemektedir. Duygusal olgunluğa sahip çalışanların, şirketlerinin 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 getirmektedirler. 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, s.10).

Girişimcinin başarısının daha çok onun davranış örüntüsü (yönetmel eğilimleri) ya da kişilik özellikleri ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Davranışsal yaklaşım konusunda çalışan bilim adamları, girişimcinin sahip olduğu temel özellikler üzerinde durmaktadırlar. Onlara göre girişimciler, özel insanlardır ve başkalarının sahip olmadığı kişisel özellikler taşımaktadırlar (Erdem, 2001, s.44).

İletişim ve işbirliği becerisi yüksek yönetici ve çalışanların kurumsal rollerini gerçekleştirmede daha başarılı olacakları açık bir gerçektir. Bu da bireylerin duygularına ilişkin değerleri öğrenip kullanması ile mümkün olabilecektir. Böylece yüksek duygusal zekâya sahip bireyler ile kurumlarda açık bir iletişim ortamı, işbirliği, takım çalışması, çevreye uyum sağlanarak kurumsal duygusal zekâ geliştirilebilmekte ve kurumsal başarı elde edilebilmektedir (Doğan ve Demiral, 2007, s.222).

Pachulia ve Henderson (2009, s.11) tarafından İsviçre'deki ileri teknolojiye sahip küçük firmalardaki sahip-yöneticilerin girişimcilik yönelimi ile duygusal zekâları arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada, girişimcilik yöneliminin yenilik, öngörülük ve risk alma alt boyutları ile duygusal zekânın Mayer ve Salovey (1997) 'in duygusal zekâ modelinin alt boyutları (duyguları algılayış, düşünceleri yönetme, duyguları anlama ve duyguları yönetme) arasındaki korelasyon incelenmiş ve boyutlar arasında ilişki bulunamamıştır.

Girişimcilik ve duygusal zekâdan bahseden bir çalışma ise 2012 yılında Awwad ve Ali tarafından gerçekleştirilmiştir. Awwad ve Ali çalışmalarında yöneticilerin duygusal zekâlarının, örgütsel kültürün ve çalışanların yaratıcılıklarının endüstriyel KOBİ'lerin girişimcilik yönelimlerine etkisi incelenmiştir. Bu üç faktörün KOBİ'ler üzerinde pozitif yönde ve doğrudan etkisi olduğu bulunmuştur.

Ghorbani, Johari ve Moghdam (2012, s.679) duygusal zekâ için Bar-On'un geliştirmiş olduğu beş boyutu (farkındalık, ilişkiler, çevreye uyum, stres ve ruh hali), teknoparkta çalışanların girişimciliğini belirlemek için ise Scarborough ve Zimmerer (1990) anketini kullanmışlardır. Duygusal zekâ ile girişimcilik arasında zayıf bir ilişki bulunmuştur.

## 2. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu çalışma girişimcilerin girişimcilik tipleri ile duygusal zekâları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışan bir tanımlayıcı araştırmadır. Araştırmada McClelland'ın (1961) girişimcilerin psikolojik yaklaşım içerisinde güç odaklı, başarı odaklı ve bağlılık odaklı olarak faaliyette bulduklarını ileri sürdüğü girişimcilik tipleri ile girişimcilerin duygusal zekâlarına yön veren değerler arasındaki ilişki ortaya konmaya çalışılmıştır.

Araştırmada ölçüm aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci grupta 8 adet soru,

cevaplayıcının demografik özelliklerini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. İkinci grupta ise 41 adet soru, cevaplayıcıların duygusal zekâya yönelik tutumlarını belirlemeye yöneliktir. Duygusal zekâ anketi olarak, Reuven Bar-On'un geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarını yaptığı Bar-On EQ anketi (2006) kullanılmıştır. Bar-On duygusal zekânın beş alt boyut (farkındalık, ilişkiler, çevreye uyum, stres ve ruh hali) altında incelenmesi gerektiğini belirtmektedir (Moller, 1999, s.268). Üçüncü grupta da 37 adet soru, cevaplayıcıların girişimcilik tiplerini belirlemek amacıyla literatüre dayalı olarak düzenlenen ve Çevik'in 2006'daki çalışmasında kullandığı anketten yararlanarak hazırlanmıştır. McClelland (1961) girişimciliğin gelişmesinin, ekonomik güdülerden ziyade, psikolojik bir güdü olan güç, başarı ve bağlılık ihtiyacına bağlı olduğunu belirtmektedir (Çevik, 2006, s.116). Girişimcilerin psikolojik yaklaşım içerisinde faaliyette buldukları düşünülerek bu bölümde McClelland'ın (1961) güç odaklı, başarı odaklı ve bağlılık odaklı girişimcilik tipleri kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında Edirne'de faaliyet gösteren ve kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılan küçük ve orta ölçekli 340 işletme sahibine anket uygulanmıştır. Anket çalışması 15.11.2011 ile 15.01.2012 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Girişimcilerden elde edilecek bilgilerin sağlıklı olmasını sağlamak amacıyla görüşmeler yüz yüze yapılmış ve anket ile ilgili gerekli açıklamalar yapıldıktan sonra anket soru-cevap şeklinde doldurulmuştur. Anketlerin 308 tanesi çalışma kapsamı için uygun görülmüş ve araştırma kapsamına alınmıştır.

### 3. ARAŞTIRMA BULGULARI

#### 3.1. Demografik Özellikler

Araştırmaya katılan girişimcilere ilişkin veriler incelendiğinde; 308 girişimcinin 114'ü kadın, 194'ü erkektir. Ayrıca, girişimcilerin 210'u evli, 98'i bekârdır. Girişimcilerin yaşlarına bakıldığında %36.4 oranıyla 112 kişi 35-44 yaş aralığında, % 32.5 oranıyla 100 kişi 25-34 yaş aralığında bulunmaktadır. Bu durum girişimcilerimizin çoğunun (% 68.9) orta yaş grubu olarak nitelendirdiğimiz aralıkta olduğunu göstermektedir. Eğitim düzeyleri incelendiğinde % 41.2 ile 127 kişinin lise mezunu, % 28.6 ile 88 kişinin üniversite mezunu görülmektedir. Çalışma kapsamındaki girişimcilerin işletmelerinin büyüklüklerinin tespiti açısından çalışan sayıları öğrenilmiş ve % 65.3 ile 201 işletmenin 1-10 arasında çalışana sahip olduğu görülmüştür. Bu durum girişimcilerin küçük işletmelere sahip olduğunu göstermektedir.

Girişimcilerin alışma hayatlarına bakıldığında oldukça yüksek bir tecrübeye sahip oldukları anlaşılmıştır.

**Tablo 1:  
Demografik zellikler**

Demografik zellik	Frekans	%	Demografik zellik	Frekans	%
<i>Cinsiyet</i>			<i>Faaliyet Alanı</i>		
Kadın	114	37	Tekstil	33	10.7
Erkek	194	63	İnşaat	13	4.2
<i>Medeni Durum</i>			Sağlık	29	9.4
Evli	210	68.2	Gıda	30	9.7
Bekar	98	31.8	Hukuk	3	1.0
<i>Yaş</i>			Elektrik	6	1.9
18-24	23	7.5	Ayakkabı	10	3.2
25-34	100	32.5	Makine-Parça	4	1.3
35-44	112	36.4	Finans	6	1.9
45-54	56	18.2	Otomotiv	8	2.6
55-64	16	5.2	Bilgisayar	4	1.3
65 ve st	1	0.3	Temizlik	1	0.3
<i>Eğitim Durumu</i>			Eğitim	8	2.6
İlkokul	37	12	Ticaret	15	4.9
Ortaokul	53	17.2	Mobilya-Beyaz Eşya	8	2.6
Lise	127	41.2	Hizmet	53	17.2
Üniversite	88	28.6	Kuyumculuk-Hediyelik Eşya	15	4.9
Yüksek Lisans	3	1.0	Fotoğraflık	9	2.9
<i>alışan Sayısı</i>			Diğer	53	17.2
Sadece kendim	59	19.2	<i>Son alışma Hayatları</i>		
1-10	201	65.3	0-1 yıl	25	8.1
11-50	42	13.6	1-3 yıl	41	13.3
51-100	6	1.9	3-5 yıl	46	14.9
<i>alışma Hayatları</i>			5-10 yıl	56	18.2
0-1 yıl	12	3.9	10-15 yıl	61	19.8
1-3 yıl	14	4.5	15+ yıl	79	25.6
3-5 yıl	22	7.1			
5-10 yıl	56	18.2			
10-15 yıl	73	23.7			
15+ yıl	131	42.5			

unk 131 kişi % 42.5 ile 15+ yıldan fazla çalışma hayatlarının olduğu hatta yine 15+ yıldan fazla bu kendi işini yapanların 79 kişi (% 25.6), 10-15 yıldır bu son işte olanların 61 kişi (%19.8) olduğu görülmüştür. Demek ki insanların kendi işlerini kurmaları için belirli bir yaş ve iş tecrübesine ihtiyaçları olduğu

görülmüştür. Son olarak, çalışma kapsamındaki girişimcilerin sahip oldukları işletmelerin, 53 adedi % 17.2 ile hizmet sektöründe, ardından 33 adedi % 10.7 ile tekstil sektöründe ağırlıklı oldukları görülmektedir.

### 3.2. Güvenirlilik Analizi Sonuçları

#### 3.2.1. Girişimcilik Tiplerinin Güvenirlilik Analizi

Güvenirlilik analizi sonucunda  $\alpha$  değeri, 823 olarak bulunmuştur. Faktörün güvenirliliğinin yüksek bir değer olduğu görülmektedir. Bu çerçevede 37 maddenin ölçülmek istenen olguyu başarıyla ölçtüğü anlaşılmaktadır.

**Tablo 2:**  
**Girişimcilik Tiplerinin Güvenirlilik Analizi**

Güvenirlilik Analizi	
Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
,823	37

#### 3.2.2. Duygusal Zekânın Güvenirlilik Analizi

Analiz sonucunda  $\alpha$  değeri ilk olarak, 611 olarak bulunmuş ancak güvenirliliği düşürdüğü görülen sorular analizden çıkarılarak  $\alpha$  değeri, 704'e yükseltilmiştir. Uma Sekaran (2006)' a göre Cronbach Alpha değeri 700 ve üzeri kabul edilebilmektedir (Yunus, Ishak, Razak, 2010, s.123). Bu çerçevede kalan 25 sorunun ölçülmek istenen olguyu başarıyla ölçtüğü belirtilebilir.

**Tablo 3:**  
**Duygusal Zekânın Güvenirlilik Analizi**

Güvenirlilik Analizi	
Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
,704	25

### 3.3. Duygusal Zekâ ile Girişimci Tipleri Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler

H1a: Farkındalık ile başarı odaklılık arasında ilişki vardır.

H1b: Farkındalık ile bağlılık odaklılık arasında ilişki vardır.

H1c: Farkındalık ile güç odaklılık arasında ilişki vardır.  
H2a: İlişkiler ile başarı odaklılık arasında ilişki vardır.  
H2b: İlişkiler ile bağlılık odaklılık arasında ilişki vardır.  
H2c: İlişkiler ile güç odaklılık arasında ilişki vardır.  
H3a: Çevreye uyum ile başarı odaklılık arasında ilişki vardır.  
H3b: Çevreye uyum ile bağlılık odaklılık arasında ilişki vardır.

H3c: Çevreye uyum ile güç odaklılık arasında ilişki vardır.  
H4a: Stres ile başarı odaklılık arasında ilişki vardır.  
H4b: Stres ile bağlılık odaklılık arasında ilişki vardır.  
H4c: Stres ile güç odaklılık arasında ilişki vardır.  
H5a: Ruh hali ile başarı odaklılık arasında ilişki vardır.  
H5b: Ruh hali ile bağlılık odaklılık arasında ilişki vardır.  
H5c: Ruh hali ile güç odaklılık arasında ilişki vardır.

Çalışmanın bu kısmında duygusal zekâ alt boyutları (farkındalık, ilişkiler, çevreye uyum, stres ve ruh hali) ile girişimci tipleri alt boyutları (başarı, bağlılık ve güç) arasında korelasyon analizi yapılmıştır.

Duygusal zekânın farkındalık alt boyutu ile girişimcilik tiplerinden başarı odaklılık (-0.140\*) ve güç odaklılık (-0.176\*\*) arasındaki negatif yönde, çok zayıf bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda, farkındalık ile başarı ve güç odaklılık arasındaki ilişkinin oldukça düşük açıklayıcılığa sahip olduğu ancak güç odaklılığın başarı odaklılığa göre biraz daha yüksek açıklayıcılığa sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Girişimcileri motive eden başarı ve güce ait güdüler arttıkça yani girişimcilerin kişilikleri üzerinde daha baskın olduğunda bağımsızlık, kararlılık, kendine saygı, kendini gerçekleştirme ve duygusal benlik bilinci olarak tanımlayacağımız kişisel farkındalık bundan olumsuz etkilenmektedir.

Buna karşılık farkındalık ile bağlılık odaklılık arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

“H1a: Farkındalık ile başarı odaklılık arasında ilişki vardır.”

“H1c: Farkındalık ile güç odaklılık arasında ilişki vardır.”  
Hipotezleri kabul edilmiş H1b Hipotezi ise red edilmiştir.

Duygusal zekânın ilişkiler alt boyutu ile girişimcilik tiplerinden sadece başarı odaklılık (-0.174\*) arasında negatif yönde, çok zayıf bir ilişki olduğu belirlenmiş ve bu ilişkinin oldukça düşük açıklayıcılığa sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Girişimcilerin kişilikleri üzerinde de başarı faktörünün etkisi arttıkça empati,

sosyal sorumluluktan oluşan kişiler arası ilişkiler bundan olumsuz etkilenmektedir.

**Tablo 4:**  
**Duygusal Zekâ ile Girişimcilik Tipleri Alt Boyutları Arasındaki Spearman Rho's Korelasyon Sonuçları**

		BAŞARI ODAKLILIK	BAĞLILIK ODAKLILIK	GÜÇ ODAKLILIK
FARKINDALIK	Korelasyon Katsayısı	-,140*	,081	-,176**
	Anlamlılık Düzeyi	,014	,154	,002
	N	308	308	308
İLİŞKİLER	Korelasyon Katsayısı	-,174**	,074	,010
	Anlamlılık Düzeyi	,002	,198	,855
	N	308	308	308
ÇEVREYE UYUM	Korelasyon Katsayısı	-,172**	-,082	-,189**
	Anlamlılık Düzeyi	,003	,149	,001
	N	308	308	308
STRES	Korelasyon Katsayısı	-,083	-,023	,021
	Anlamlılık Düzeyi	,145	,689	,720
	N	308	308	308
RUH HALİ	Korelasyon Katsayısı	,235**	,155**	,180**
	Anlamlılık Düzeyi	,000	,006	,001
	N	308	308	308

\*\* Korelasyon %1 düzeyinde anlamlıdır.

\* Korelasyon %5 düzeyinde anlamlıdır.

Buna karşılık ilişkiler ile bağlılık ve güç odaklılık arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

“H2a: İlişkiler ile başarı odaklılık arasında ilişki vardır.” Hipotezi kabul edilmiş, H2b ve H2c hipotezleri ise red edilmiştir.

Duygusal zekânın çevreye uyum alt boyutu ile girişimcilik tiplerinden başarı odaklılık (-0.172\*) ve güç odaklılık (-0.189\*\*) arasında negatif yönde, çok zayıf bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu



doğrultuda, çevreye uyum ile başarı ve güç odaklılık arasındaki ilişkinin oldukça düşük açıklayıcılığa sahip olduğu ancak güç odaklılığın başarı odaklılığa göre biraz daha yüksek açıklayıcılığa sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Problem çözme, gerçeklilik ve esneklikten oluşan şartlar ve çevreye uyum alt boyutuna ait etki arttıkça girişimcilerin kişilikleri üzerindeki başarı ve güç güdüsünün etkisi azalmaktadır.

Buna karşılık çevreye uyum ile bağlılık odaklılık arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

“H3a: Çevreye uyum ile başarı odaklılık arasında ilişki vardır.”

“H3c: Çevreye uyum ile güç odaklılık arasında ilişki vardır.” Hipotezleri kabul edilmiş, H3b Hipotezi ise red edilmiştir.

Duygusal zekânın stres alt boyutu ile üç girişimcilik tipi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu durumda H4a, H4b ve H4c hipotezleri red edilmiştir.

Duygusal zekânın ruh hali alt boyutu ile girişimcilik tiplerinden başarı odaklılık (0.235\*\*), bağlılık odaklılık (0.155\*\*) ve güç odaklılık (0.180\*\*) arasında pozitif yönde, çok zayıf bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda, ruh hali ile başarı, bağlılık ve güç odaklılık arasındaki ilişkinin oldukça düşük açıklayıcılığa sahip olduğu ancak başarı odaklılığın bağlılık ve güç odaklılığa göre daha yüksek açıklayıcılığa sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Genel ruh halini oluşturan mutluluk ve iyimserliğin girişimcilerin üzerinde olumlu etki yapması aslında “pozitif düşün pozitif şeyler olsun” felsefesini doğrulamakta ve başarıyı, bağlılığı ve gücü artırıcı yönde etki etmektedir.

“H5a: Ruh hali ile başarı odaklılık arasında ilişki vardır.”

“H5b: Ruh hali ile bağlılık odaklılık arasında ilişki vardır.”

“H5c: Ruh hali ile güç odaklılık arasında ilişki vardır.” Her üç hipotezde %1 anlamlılık düzeyinde kabul edilmiştir.

Bir başka açıdan bakıldığında duygusal zekâ ile girişimcilik tiplerinden başarı ve güç odaklı arasındaki ilişkilerin çoğunlukla daha yüksek açıklayıcılığa sahip olduğu dikkat çekmektedir. Bu anlamda en yüksek korelatif ilişkinin ruh hali ile başarı odaklılık arasında olduğu görölmektedir.

Ayrıca, başarı odaklı girişimcilik tipi için en yüksek ilişkinin ruh hali arasında; bağlılık odaklı girişimcilik tipi ile sadece ruh hali

arasında; güç odaklı girişimcilik tipi için en yüksek korelatif ilişkinin çevreye uyum arasında ortaya çıktığı görülmüştür.

## SONUÇ

Günümüzde yeniliğin, kalitenin, verimliliğin ve istihdamın dolayısıyla ekonomik kalkınmanın hızlanması girişimciliğin artması ile gerçekleşebilmektedir. Bu nedenle girişimciliğin artması beraberinde girişimcilerin artması veya girişimcilerin niteliklerinin artırılmasını zorunlu kılmaktadır. Kişisel gelişim girişimcilerin nitelikleri üzerinde olumlu etki yaratmakla birlikte girişimci tiplerinin oluşmasında da önemli bir rol üstlenmektedir. Kişilerin kendilerinin ve başkalarının hislerini tanıma, kendilerini motive etme, içindeki ve ilişkilerindeki duyguları iyi yönetme yetisi olarak nitelendirilen duygusal zekânın da girişimci düşüncenin oluşumunda ve gerçekleştirilmesinde etkisi olabileceği düşünülmektedir.

Gerçekleştirilen çalışmada Duygusal Zekâ ile Girişimcilik Tipleri Arasındaki ilişki “Spearman Rho’s Korelasyon” analizi ile alt boyutlar bazında ölçülmeye çalışılmış ve ilişkinin varlığı gözlenmiştir. Duygusal zekânın farkındalık alt boyutu ile girişimcilik tiplerinden başarı odaklılık ve güç odaklılık arasındaki ilişki negatif yöndedir. Ayrıca duygusal zekânın ilişkiler alt boyutu ile girişimcilik tiplerinden sadece başarı odaklılık arasında negatif yönde, duygusal zekânın çevreye uyum alt boyutu ile girişimcilik tiplerinden başarı odaklılık ve güç odaklılık arasında negatif yönde ilişki bulunmuştur. Söz konusu sonuçlar girişimciliğin bireysellik varsayımına dayanmasından ve duygusal zekânın ise çoğulculuk varsayımına dayanmasından kaynaklanmaktadır. Diğer bir deyişle, elde edilen bu araştırma bulguları ortak çıkarların önemini farkına varan girişimcilerin daha az bireysel düşündüklerini ortaya koymaktadır. Duygusal zekânın ruh hali alt boyutu ile girişimcilik tiplerinden başarı odaklılık, bağlılık odaklılık ve güç odaklılık arasında ise pozitif yönde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Duygusal zekânın genel ruh hali alt boyutu bireysel duygular olan mutluluk ve iyimserlikten oluşmaktadır. Bu anlamda söz konusu bireysel duyguların (mutluluk ve iyimserliğin) artması yine bireyselliğe dayanan başarı, bağlılık ve güçten oluşan girişimcilik özelliklerini pozitif yönde etkilemesi gayet doğal bir sonuçtur.

Literatürdeki çalışmalar duygusal zekâ ile girişimcilerde olması istenen liderlik özelliği arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğunu gösterse de (Delice ve Günbeyi, 2013, s.226) bu çalışma Edirne ilindeki girişimcilerin girişimcilik tipleri (alt boyutları) ile

duygusal zekâ boyutları arasında negatif ilişkilerin çokluğuna dikkat çekmektedir. Gerek duygusal zekânın gerekse girişimcilik tiplerinin alt boyutları bazındaki analizlerde düşük de olsa olumsuz (farkındalık/başarı-güç) (ilişkiler/başarı), (çevreye uyum/başarı-güç) ve olumlu (ruh hali/başarı-bağlılık-güç) ilişki gözlemlenmektedir. Edirne ilindeki 340 girişimciye kolayda örnekleme yöntemiyle ulaşılarak gerçekleştirilen bu çalışmanın geçerlilik ve güvenilirlikleri kabul edilebilir sınırlarda olsa da bu çalışmanın sonuçlarını genellemeyeceğimizi ancak Edirne ilinin girişimci profilinin tespitinde yararlı sonuçlar ortaya koyduğunu belirtebiliriz.

Çalışmamız sadece Edirne ilini kapsamaktadır. Bu anlamda gelecekte Türkiye'nin değişik bölgelerinde benzer çalışmaların yapılması araştırma sonuçlarının dışsal geçerliliğini arttıracakđı gibi yeni araştırma bulguları ile genellemenin yapılmasına da katkı sağlanacaktır. Ayrıca çalışmada elde edilen ilişkilerin yönlerini ve nedenlerini tespit etmeye yönelik yeni araştırmaların da literatüre katkı sağlanması umulmaktadır. Girişimcilik tipleri ile duygusal zekâ arasında istatistiki olarak anlamlı fakat düşük korelasyonların bulunması araştırmamızın bulgularından birisidir. Gelecekte Edirne'de ve farklı bölgelerde yapılacak araştırmalarda fokus gruplar yoluyla girişimcilik tipleri ve duygusal zekânın alt boyutları ve elementlerinde iyileştirmeler yapılabilir. Böylece iyileştirilmiş ölçek yardımıyla yapılan yeni çalışmalarda söz konusu korelasyon yükseltilebilir. Bu şekilde farklı bir kültürde oluşturulmuş olan ölçeğin eksiklikleri giderilmiş olacaktır.

## KAYNAKÇA

- ACAR, Füsün (2001). Duygusal Zekâ Yeteneklerinin Göreve Yönelik ve İnsana Yönelik Liderlik Davranışları ile İlişkisi: Banka Şube Müdürleri Üzerine Bir Alan Araştırması, yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- AIDIS, Ruta (2003). *"Entrepreneurship and Economic Transition"*, Tinbergen Institute Discussion Paper, Amsterdam.
- AKIN, Mahmut (2004). İşletmelerde Duygusal Zekânın Üst Kademe Yöneticiler ile Astları Arasındaki Çatışmalar Üzerindeki Etkileri: Kayseri'de Büyük Ölçekli İşletmelerde Bir Uygulama, yayınlanmamış doktora tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- ALLEN, Natalie J. and MEYER, John P. (1990). *"The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization"*, **Journal of Occupational Psychology**, 63(1), pp: 1-18.
- ARIKAN, Canan (2013). Kadın Girişimcilikte Başarı ve Başarıyı Etkileyen Faktörler: Bursa Örneği, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- 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), pp:115-136.
- AYTAÇ, Ömer (2006). *"Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif"*, **Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi**, (15), s: 139-160.
- AZZADINA, İrna, SIANIPAR, 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), pp: 16-25.
- BAL, Soner (2007). Takım Çalışmasında Duygusal Zekânın Önemi, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BAR-ON, Reuven (2006). *"The Bar-On Model of Emotional-Social Intelligence (ESI)"*, **Psicothema**, (18), pp: 13-25.
- BOZKURT, Özlem (2007). *"Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi"*, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 1(2), s: 93-111.
- BOZKURT, Özlem Ç. (2011). **Dünyada ve Türkiye'de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler**, Ankara, Detay Yayıncılık.
- CANSIZ, Emine (2007). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- CASSON, Mark (2003). **The Entrepreneur An Economic Theory**, Edward Elgar Publishing, 2. b. , Cheltenham, UK.
- CHICKEN, John C (2002). **Yönetim ve Girişimcilik**, İstanbul, Epsilon Yayıncılık.
- CHULUUNBAATAR, Enkhbold, LUH, Ottavia, Ding-Bang (2010). *“Entrepreneurship start-up Process The role of emotional intelligence”*, **International Conference On Kansei Engineering And Emotion Research**, March 2-4, Paris.
- 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), pp: 221-228.
- ÇEVİK, Evrim (2006). Girişimcilerin, Girişimcilik Tipleri ile Çalışma Amaçları Arasındaki İlişki, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÇOLAKOĞLU, Tanju (2010). Çalışma Hayatında Duygusal Zekâ, Algılama ve Motivasyon İlişkisi: Çomü Örneği, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Çanakkale: Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÇÖL, Güner ve GÜL, Hasan (2005). *“Kişisel Özelliklerin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkileri ve Kamu Üniversitelerinde Bir Uygulama”*, **İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 19(1), s: 291-306.
- DELİCE, Murat ve GÜNBEYİ, Murat (2013). *“Duygusal Zekâ ve Liderlik İlişkisinin İncelenmesi”*, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 27(1), s: 209-239.
- DOĞAN, Selen ve DEMİRAL, Özge (2007). *“Kurumların Başarısında Duygusal Zekânın Rolü ve Önemi”*, **Celal Bayar Üniversitesi İ. İ. B.F.Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, 14(1), s: 218-222.
- DÖKMEN, Üstün (1998). **İletişim Çatışmaları ve Empati**, İstanbul, Sistem Yayıncılık.
- ERDEM, Ferda (2001). *“Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım”*, **Akdeniz Üniversitesi İ. İ. B.F Dergisi**, 1(2), s: 43-61.

- ERKUŞ, Ahmet ve GÜNLÜ, Ebru (2008). *“Duygusal Zekanın Dönüşümcü Liderlik Üzerine Etkileri”*, **İşletme Fakültesi Dergisi**, 9(2), s: 187-209.
- EYMEYEN, Erman (2007). **Duygusal Zekâ**, İstanbul, Kaliteofisi Yayınları.
- GHORBANI, Mahmood, JOHARI, Samaneh and MOGHADAM, Atefeh Abasi (2012). *“Analysis of the Relationship Between Emotional Intelligence and Entrepreneurship”* **Middle-East Journal Of Scientific Research**, 11(5), pp: 679-689.
- GOLEMAN, Daniel (1995). **Emotional Intelligence**, New York: Bantam.
- GOLEMAN, Daniel (2000). **Duygusal Zekâ**, İstanbul, varlık yayınları.
- GOLEMAN, Daniel (2009). **İş Başında Duygusal Zekâ**, İstanbul, varlık yayınları.
- GÖÇMEN, Selin (2007). *İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Destekleyen Faktörler: İç Girişimcilik*, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- GÜNEY, Salih (2001). **Yönetim ve Organizasyon**, İstanbul, Nobel Yayın.
- GÜRBÜZ, Sait ve YÜKSEL, Murad (2008). *“Çalışma Ortamında Duygusal Zeka: İş Performansı, İş Tatmini, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bazı Demografik özelliklerle ilişkisi”*, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 9(2), s: 174-190.
- GÜRİSOY, Ali (2005). *“Liderlikte Duygusal Zekâ (Liderlik Özellikleri ile Duygusal Zekâlı Liderlere Ulaşılması) Türk Silahlı Kuvvetlerinde Örnek Bir Uygulama”*, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul: Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- HALIÇINARLI, Emine ve BENDER, Merih Tekin (2005). *“Kadında Duygusal Zekâ(eq) ve Bir Saha Çalışması”*, [http://cws.emu.edu.tr/en/conferences/2nd\\_int/pdf/Emine%20Halicinarli,%20Merih%20ekin%20Bender.pdf](http://cws.emu.edu.tr/en/conferences/2nd_int/pdf/Emine%20Halicinarli,%20Merih%20ekin%20Bender.pdf), (Erişim: 27.04.2012).
- HISRICH, Robert D. and PETERS, Michael (2002). **Entrepreneurship**, USA, Mc Graw-Hill Irwin.

- JOHNSON, Richard C. B. (2005). “*Entrepreneurship and Self-Finance*”, Sweden, January 2.
- KAYA, Nihat ve SELÇUK, Seçil (2007). “*Bireysel Başarı Güdüsü Organizasyonel Bağlılığı Nasıl Etkiler?*”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 8(2), s: 175-190.
- KAYIŞ, Ali (2010). Girişimcilik ve İç Girişimciliğin Önündeki Engeller: Yazılım Sektöründe Bir Uygulama, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gebze: Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KILIÇARSLAN, Fatih (2009). **10 Adımda Duygusal Zekâ**, İstanbul, İkarus Yayın.
- KIRZNER, Israel M. (1997). “*Entrepreneurial Discovery and The Competitive Market Process: An Austrian Approach*”, **Journal of Economic Literature**, (35), pp: 60-85.
- KÜÇÜKALTAN, Derman (2009). “*Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik*”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 4(1), s: 21-28.
- MABOÇOĞLU, Firdevs (2006). Duygusal Zekâ ve Duygusal Zekânın Gelişimine Katkıda Bulunan Etkenler, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- MAYER, John D., SALOVEY, Peter and CARUSO, David R. (2004). “*A Further Consideration of the Issues of Emotional Intelligence*”, **Psychological Inquiry**, 15(3), pp: 249-255.
- McCLELLAND, David C. (1961). **The Achieving Society**, Free Press, New York.
- MOLLER, Claus (1999). **Hearthwork**, Hillerod: TMI.
- NEGHABI, Saeed, YOUSEFI, Mohsen and REZVANI, Mehran (2011). “*Emotional Intelligence and Entrepreneurial Behavior; Development of Personal Aspects of Intentions Model*”, **International Conference on Information and Finance IPEDR**, (21), pp: 27-31.
- ONARAN, Oğuz (1981). **Çalışma Yaşamında Güdülenme Kuramları**, Ankara, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- ÖREN, Kenan ve BİÇKES, Mehmet (2011). “*Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri (Nevşehir’deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir*

*Araştırma*”, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16(3), s: 67-86.

- ÖZKUL, Gökhan (2008). Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri: Antalya-Burdur-Isparta İllerinde (İBBS Düzey 2 TR61 Bölgesinde) İmalat Sanayi KOBİ'lerindeki Girişimciler Üzerine Bir İnceleme, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- PACHULIA, Gocha and HENDERSON, Laura (2009). The relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Orientation; Observed within owner-managers who lead small, high-tech firms in Sweden, Master Thesis within Business Administration: Entrepreneurship, Jönköping: International Business School Jönköping University.
- POLAT, Soner ve AKTOP, Ergin (2010). “Öğretmenlerin Duygusal Zekâ ve Örgütsel Destek Algılarının Girişimcilik Davranışlarına Etkisi”, *Akademik Bakış Dergisi*, (22), s:1-20.
- RAAB', Gerhard, STEDHAM, Yvonne and NEUNER, Michael (2005). “Entrepreneurial Potential: An Exploratory Study of Business students in the US and Germany”, *Journal of Business and Management*, 11(2), pp: 71-88.
- REYNOLDS, Paul D. (2000). “National Panel Study of U.S. Business Startups: Background and Methodology”, *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, (4), pp: 153-227.
- RHEE, Kenneth S. and WHITE, Rebecca J. (2007). “The Emotional Intelligence of Entrepreneurs”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 20(4), pp: 409-426.
- SCARBOROUGH, Norman M. and ZIMMERER, Thomas W.(1990). **Effective Small Business Management**, Columbus; Merrill.
- SCIASCIA, Salvatore and DE VITA, Riccardo (2004). “The Development of Entrepreneurship Research”, *Liuc Papers*, N: 146, Serie Economia Aziendale 19.
- SEKARAN, Uma (2006). **Research Method for Business: A Skill Building Approach**, United Kingdom: John Wiley & sons, Inc.



- SHANE, Scott and VENKATARAMAN, Sankaran (2000). “*The Promise of Entrepreneurship as A Field of Research*”, **Academy of Management Review**, pp: 217-226.
- SHAPIRO, Lawrence E. (1998). **Yüksek EQ’lu Bir Çocuk Yetiştirmek**, İstanbul, Varlık Yayınları.
- SOYŞEKERCİ, Serhat ve AKATAY, Ayten (2004). “*Girişimcilik Paradigmalarında Kaymalar ve Girişimcilikte Profil Eksenleri*”, **Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 8(2), s: 63-77.
- TİTİZ, Tınaz (1998). **Genç Girişimcilere Öneriler**, İstanbul, İnkılâp Kitabevi.
- TUNÇ, Barbaros (2007). İşletmelerde Yaratıcılık Yenilikçilik Girişimcilik Yönetimi, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- WEISINGER, Hendrie (1998). **Emotional Intelligence at Work**, San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- YELKİKALAN, Nazan (2007). “*21. Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zekâ*” **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 1(2), s: 39-51.
- YILMAZ, Sevda (2007). Duygusal Zekâ ve Akademik Başarı Arasındaki İlişki, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- YUNUS, Nek Kamal Yeop, ISHAK, Salomawati and RAZAK, Ahmad Zainal Abidin Abdul (2010). “*Motivation, Empowerment, Service Quality and Polytechnic Students’ Level of Satisfaction in Malaysia*”, **International Journal of Business and Social Science** 1(1), pp: 120-128.
- ZAKAREVIČIUS, Povilas and ŽUPERKA, Aurimas (2010). “*Expression of Emotional Intelligence in Development of Students’ Entrepreneurship*”, **Economics and Management**, (15), pp: 865-873.
- ZAMPETENAKIS, Leonidas A., BELDEKOS, Panagiotis and MOUSTAKIS, Vassilis S. (2009). “*Day-to-day entrepreneurship within organisations: The role of trait Emotional Intelligence and Perceived Organisational Support*”, **European Management Journal**; (27), pp: 165-175.

- ZEYTİNOĞLU, Güneş N. (2009). **Genel İşletme**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Web-Ofset.
- ZIMMERER, Thomas W. and SCARBOROUGH, Norman M. (2004). **Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management**, Fourth Edition, Prentice Hall, Inc.