TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

OLUMLU VE OLUMSUZ DUYGULARIN GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ÇOK BOYUTLU DÜRTÜSELLİĞİN ROLÜ.

Yüksek Lisans Tezi

Burul TURKMENOVA

Ankara, 2025

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

OLUMLU VE OLUMSUZ DUYGULARIN GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ÇOK BOYUTLU DÜRTÜSELLİĞİN ROLÜ.

Yüksek Lisans Tezi

Burul TURKMENOVA

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Şenay SABAH ÇELIK
Eş Danışman
Öğr. Gör. İrem BURAN

Ankara,2025

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

OLUMLU VE OLUMSUZ DUYGULARIN GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ÇOK BOYUTLU DÜRTÜSELLİĞİN ROLÜ.

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Şenay SABAH ÇELIK
Eş Danışman
Öğr. Gör. İrem BURAN

TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ

Adı ve Soyadı

1. Prof. Dr. Alper ÖZER

2. Prof. Dr. Şenay SABAH ÇELİK

3. Doç. Dr. Sonyel OFLAZOĞLU DORA

Tez Savunma Tarihi
29.04.2025

TÜRKİYE CUMHURİYETİ

ANKARA ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Prof. Dr. Şenay SABAH ÇELİK danışmanlığında hazırladığım **"Olumlu ve Olumsuz Duygularin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Çok Boyutlu Dürtüselliğin Rolü." (Ankara, 2025)** adlı yüksek lisans tezimde, tüm bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplandığını ve sunulduğunu, başkalarına ait bilgileri metinde ve kaynakçada eksiksiz şekilde belirttiğimi, çalışma sürecinde bilimsel araştırma ve etik kurallarına uygun davrandığımı ve herhangi bir ihlal durumunda yasal sorumlulukları kabul edeceğimi beyan ederim.

29.04.2025

Burul TURKMENOVA

TEŞEKKÜR

Tez çalışmamın her aşamasında desteğini esirgemeyen, bana rehberlik eden ve bu süreci başarıyla tamamlamamda önemli rol oynayan değerli danışmanlarım Prof. Dr. Şenay Sabah Çelik'e ve Öğr. Gör. İrem Buran'na sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Sayın hocam, Prof. Dr. Şenay Sabah Çelik, bana sadece akademik anlamda değil, insani değerlerle de yol gösterdi. Her zorlukta yanımda oldunuz, umutsuzluğa düştüğüm anlarda verdiğiniz destekle bana güç verdiniz. Öğrenme ve öğretme azminiz, hayatımda hep örnek aldığım bir rehber oldu. Bu süreçte gösterdiğiniz sabır, ilgi ve güven için minnettarım.

Öğr. Gör. İrem Buran'a, tez çalışmamın her aşamasında bana gösterdiği ilgi, destek ve değerli rehberlik için en içten teşekkürlerimi sunuyorum. Her zaman yanımda oldu, sorularımı sabırla yanıtladı ve her konuda bana yol gösterdi. Göstermiş olduğu yardımlar ve anlayış için kendisine teşekkür ederim.

Yüksek lisans eğitimim boyunca, her aşamada bana rehberlik eden ve desteğini benden bir an olsun esirgemeyen Prof. Dr. Alper Özer'e en içten teşekkürlerimi sunuyorum. Zamanını ve emeğini benimle paylaşarak, akademik ve kişisel gelişimime büyük katkı sağladı. Bilgi ve deneyimlerini cömertçe paylaştığı için minnettarım. Yardımlarından dolayı kendisine sonsuz teşekkürlerimi iletiyorum.

Başlangıcından sonuna kadar her adımda bana güvenen, destek olan, sevgi ve anlayışla güç veren değerli aileme ve sevgili eşime sonsuz teşekkür ederim.

29.04.2025

Burul TURKMENOVA

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR ..... **i**
İÇİNDEKİLER ..... **ii**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **iv**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **v**
KISALTMALAR LİSTESİ ..... **vi**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM
TEORİK ARKA PLAN VE TEMEL KAVRAMLAR

1.1. DUYGULARIN DEĞERLENDIRME TEORISI 6
1.2. DUYGULAR 9
1.2.1. Olumlu Duygular 11
1.2.1.1. Şefkatlik 11
1.2.1.2. Umut 14
1.2.1.3. İyimserlik 17
1.2.2. Olumsuz Duygular 21
1.2.2.1. Sosyal Etkiyi Kaybetme Korkusu 21
1.2.2.2. Kendini Değersiz Görme Korkusu 22
1.2.2.3. Belirsiz Bir Geleceğe Sahip Olma Korkusu 23
1.2.3. Bireysel ve Sosyal Duygular 24
1.3. ÇOK BOYUTLU DÜRTÜSELLİK 27
1.4. GİRİŞİMCİLİK NİYETİ 31
1.4.1. Girişimci ve Girişimcilik Kavramları 31
1.4.2. Girişimcilik Niyeti 33

İKİNCİ BÖLÜM
ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ VE MODEL ÖNERİSİ

2.1. DUYGULARIN GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ 37
2.2. BİREYSEL DUYGULARIN GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ .. 39
2.2.1. Olumlu Duygular 39
2.2.2. Olumsuz Duygular 42

2.3. Sosyal Duyguların Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi 45
2.3.1. Olumlu Duygular 45
2.3.2. Olumsuz Duygular 46
2.4. ÇOK BOYUTLU DÜRTÜSELLİĞİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ 48
2.5. ARAŞTIRMANIN MODELİ 51

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
YÖNTEM VE BULGULAR

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI 53
3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ 55
3.2.1. Tasarım ve Veri 55
3.2.2. Örneklem 56
3.2.3. Değişkenler ve Ölçüm 56
3.3. VERİ ANALİZİ VE BULGULAR 60
3.3.1. Demografik Veriler 61
3.3.2. Ölçek İfadelerine ilişkin Temel Tanımlayıcı İstatistikler 61
3.3.3. Ortak Yöntem Yanlılığı (Varyansı) Analizi 63
3.3.4. Güvenilirlik Analizi ve Açıklayıcı Faktör Analizi 64
3.3.5. Bulgular 66

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
SONUÇ VE ÖNERİLER

4.1. SONUÇ VE ÖNERİLER 77
4.2. ARAŞTIRMA KISITLARI VE GELECEK ÇALIŞMALAR 84
KAYNAKÇA 86
EKLER 104
ÖZET 107
ABSTRACT 108

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Araştirma Modeli 52

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Ölçek İfadeleri 58
Tablo 2. Demografik İstatistikler 61
Tablo 3. İfadelere Dair Temel İstatiksel Veriler 62
Tablo 4. Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları 65
Tablo 5. Pearson Korelasyon Katsayıları 67
Tablo 6. Çoklu Regresyon Analizi Tablosu 69
Tablo 7. Düşük Çok Boyutlu Dürtüsellik için Regresyon Sonuçları 72
Tablo 8. Yüksek Çok Boyutlu Dürtüsellik için Regresyon Sonuçları 73
Tablo 9. Genel Çok Boyutlu Dürtüsellik için Regresyon Sonuçları 75

KISALTMALAR LİSTESİ

CI **:** Confidence Interval

H **:** Hipotez

KMO **:** Kaiser-Meyer-Olkin

SUPPS-P **:** UPPS Impulsive Behavior Scale

UPPS **:** UPPS Impulsive Behavior Scale

vd. **:** Ve Diğerleri

VIF **:** Variance Inflation Factor

GİRİŞ

Ekonomilerin ayakta kalabilmesi açısından en önemli unsurlardan biri, üretimin de temellerini oluşturan girişimler ve onları kuran girişimcilerdir. Girişimcilik, çeşitli psikolojik ve sosyal faktörlerden etkilenen dinamik bir süreçtir (Durak, 2011). Girişimcilik, literatürde sıklıkla rasyonel bir eylem olarak ele alınmakta ve buna uygun olarak incelenmektedir. Oysa son yıllardaki çalışmalarda duygular ve içgüdülerin de girişimcilik niyeti ve davranışı üzerinde etkili olduğu ve bu kapsamda girişimciliğin doğası gereği öznel ve duygusal belirleyicilerin etkisinde olduğu ifade edilmektedir (örneğin. Lerner vd., 2018; Timuroğlu vd., 2017; Volery vd., 2023). Duygular, bireyin motivasyonunu artıran, faaliyetin başlatılmasını ve sürdürülmesini sağlayan temel kaynaklardır (Grewal ve Salovey, 2005). Bu araştırma, duyguların ve dürtüselliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini incelemektedir.

Mevcut girişimcilik literatürü, girişimcilik niyetini yaygın olarak bireylerin rasyonel davrandıkları varsayımına dayanan kuramlar çerçevesinde ele almaktadır (örneğin. Planlı Davranış Teorisi, Bilişsel Öğrenme Teorisi, Gerekçeli Eylem Teorisi gibi). Oysa, bireyler kariyer hedeflerini gerçekleştirmede yalnızca rasyonel davranmadıkları için duygular, bireylerin düşünce ve davranışlarını şekillendirmede önemli rol oynamaktadır (Patzelt ve Shepherd, 2011). Duygular, fırsatların belirlenmesi ve değerlendirilmesini etkileyerek girişimcilik niyeti üzerinde etkiye sahip olabilmektedir (Foo, 2011). Fırsatların belirlenmesi ve ardından gelen belirlenen fırsatların değerlendirilmesi, girişimcilik için gereklidir (Davidsson, 2005; Schwartz & Teach, 2000). Hem fırsatların belirlenmesi hem de değerlendirilmesi ise girişimcinin duyguları ile doğrudan ilişkilidir (Welpe vd., 2012). Bu kapsamda girişimcilik duygusal bir bağlamda ele alınmaya uygundur (Cardon vd., 2012). Ancak girişimcilik araştırmalarında duyguların etkisi yakın tarihe kadar ihmal edilmiştir (Foo, 2011).

Literatürde duyguları ele alan çalışmalar, girişimciliği sıklıkla bireysel bir faaliyet olarak değerlendirmekte ve bu kapsamda çoğunlukla girişimcinin özellikleri ve bireysel duygularının rolüne odaklanmaktadır (Yukongdi & Lopa, 2017). Oysa girişimcilik doğası gereği sosyal bir olgu olarak değerlendirilmektedir (Ginting-Szczesny vd., 2024). Bu kapsamda, girişimcilik niyetini etkileyen sosyal duyguların da ele alınması önemlidir. Girişimcilik niyetinin belirleyicisi olarak olumlu duygular ile birlikte olumsuz duyguların da etkili olabileceği ve bir arada incelenmesi gerektiği öne sürülmektedir (Williamson vd., 2024). Duygular söz konusu olduğunda genellikle olumlu duyguların niyet üzerindeki etkisi ele alınmakta ve girişimcilik başarısını olumlu yönde etkilediği ifade edilmektedir (Baron & Tang, 2011). Olumsuz duygulara ilişkin mevcut çalışmaların ise çelişkili sonuçlar verdiği öne sürülmektedir (Diener vd., 2003). Duyguları olumlu/olumsuz'un yanında bireysel/sosyal olarak da gruplandırmak ve farklı duygu kategorilerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerine odaklanmanın, literatürdeki söz konusu tutarsızlığa bir açıklama olabileceği düşünülmektedir.

Bu kapsamda çalışmada duygular bireysel olumlu/sosyal olumlu ve bireysel olumsuz/sosyal olumsuz olmak üzere toplam dört kategoride sınıflandırılmıştır. Olumlu duygulardan bireysel olumlu duygu olarak iyimserlik ve umut; sosyal olumlu duygu olarak ise şefkatlik çalışmada ele alınmaktadır. Olumsuz duygulardan ise bireysel olumsuz duygu olarak değersizlik korkusu ve gelecek korkusu; sosyal olumsuz duygu olarak sosyal korku değişkenleri kullanılmaktadır. Bu noktada, olumlu-olumsuz ve bireysel-sosyal duyguların girişimcilik niyetinin belirlenmesinde beraber ele alınması önemlidir. Karmaşık ve çelişkili duygular, girişimcilerin risk algısının önemli bir belirleyicisidir (Podoynitsyna vd., 2012). Williamson vd. (2024)'nin de önerdiği gibi olumlu ve olumsuz duyguların aynı çalışmada yer almasının yanında, duyguların

bireysel ve sosyal olarak da ayrılması; olumsuz duygulara ilişkin çelişkili sonuçlara (Diener vd., 2003) bir mercek tutabileceği düşünülmektedir.

Buna göre, bireysel olumsuz duyguların birey üzerinde "kırbaç etkisi" yaratarak girişimcilik niyetini artırabileceği düşünülebilir. Çünkü olumsuz olarak ifade edilen bireysel duyguların da niyet üzerinde pozitif işlevsel olabileceği, başka bir ifadeyle bireysel davranışı motive edici etkilerinin bulunabileceği öne sürülmektedir (Rose vd., 2019). Oysa sosyal olumsuz duyguların girişimcilik niyetini negatif etkileyebileceği önerilmektedir. Bunun nedeni olumsuz sosyal duyguların bireysel davranış üzerinde engelleyici bir etkiye sahip olabileceğidir (Pruett vd., 2009). Buna göre, toplumsal olarak damgalanmış ve bu kapsamda olumsuz sosyal duygulara sahip bireylerin girişimci fırsatların hem belirlenmesi hem de değerlendirmesinde harekete geçmediği ifade edilmektedir (Kidney & Manning, 2012).

Dürtüsellik, bireylerin düşünmeden hareket etme, ani kararlar alma ve davranışlarını kontrol etmekte zorlanma eğilimlerini tanımlayan psikolojik bir özelliktir (Moeller, 2001). Geleneksel olarak tekil bir kişilik özelliği olarak ele alınan dürtüsellik, son yıllarda psikoloji ve davranış bilimlerinde daha bütüncül ve çok boyutlu bir yapı olarak değerlendirilmeye başlanmıştır (Whiteside ve Lynam, 2001). Çok boyutlu bu yapıyı değerlendirebilmek amacıyla geliştirilen UPPS modeli, zamanla beş boyutlu UPPS-P ölçeğine dönüştürülmüş ve pozitif duyguların etkisiyle kontrolsüz davranışları tanımlayan "pozitif aciliyet" boyutunu da içermeye başlamıştır (Pietersen ve Botha, 2021). Bu bağlamda, çalışmada her bir alt boyutun ayrı ayrı düzenleyici değişken olarak analiz edilmesi yerine, çok boyutlu dürtüsellik yapısının genel eğilimini yansıtan tek bir birleşik yapı kullanılmıştır. Bu yaklaşım, özellikle sınırlı örneklem büyüklüğüne sahip çalışmalarda çoklu düzenleyici analizlerin istatistiksel gücünü zayıflatmasının önüne geçmek ve yorumlamada tutarlılığı artırmak amacıyla tercih edilmiştir (Hayes, 2018).

Böylelikle, girişimcilik niyeti üzerinde duyguların etkisini incelerken bireylerin dürtüsel eğilimleri de ayrıntılı biçimde değerlendirilmiş ve bu doğrultuda literatüre hem teorik hem de yöntemsel katkı sunulması hedeflenmiştir.

Bu çalışmada, duyguların girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi, doğrudan değil, çok boyutlu dürtüselliğin düzenleyicilik rolüyle incelenmektedir. Dürtüsellik, davranışların olası sonuçlarını önceden ve dikkatli olarak incelemeden, içerden veya dışardan gelen uyaranlara karşı aceleci davranma eğilimi olarak tanımlanmaktadır (Moeller vd., 2001). Dürtüsellik, bireylerin belirsizlik durumlarında harekete geçmelerini sağlayan önemli bir öncüldür ve bu kapsamda belirsizliğin etkin olduğu fırsatların belirlenmesi ve değerlendirilmesini kapsayan girişimcilik niyetinin ele alınmasında uygun bir değişkendir (Wiklund vd., 2018). Dürtüselliğin girişimcilikte davranış ve niyete etki eden kritik bir etkiye sahip olmasından dolayı, mevcut çalışma dürtüselliğin girişimcilik niyeti üzerindeki çok boyutlu etkisine ilişkin önermeler geliştirmektedir. Bu kapsamda çalışmada olumlu ve olumsuz duyguların girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin, çok boyutlu dürtüselliğin rolüyle incelenmesi amaçlanmaktadır.

Bu çalışma, bireylerin girişimcilik niyetlerini etkileyen duygusal ve davranışsal faktörleri ele alınmaktadır. Özellikle bireysel ve sosyal düzeyde sınıflandırılan olumlu ve olumsuz duyguların girişimcilik niyeti üzerindeki etkileri incelenmekte ve bu etkiler çok boyutlu dürtüsellik yapısı çerçevesinde değerlendirilerek analiz edilmektedir. Girişimcilik niyetinin sadece mantıksal değerlendirmelere değil, aynı zamanda bireyin duygu durumuna ve dürtüsel tepkilerine de bağlı olarak şekillenebileceğini öne sürmektedir. Bu tez kapsamında, ilk bölümde girişimcilik niyeti, çok boyutlu dürtüsellik ile duyguların olumlu-olumsuz ve sosyal-bireysel yönelimleri gibi temel kavramlar detaylı biçimde ele alınmakta ve literatürdeki yeri

açıklanmaktadır. İkinci bölümde ise söz konusu değişkenlerin girişimcilik niyeti üzerindeki olası etkileri tartışılarak, mevcut kuramsal bilgiler ışığında araştırma modeline dayalı hipotezler geliştirilmiştir. Üçüncü bölümde, oluşturulan modelin geçerliliği nicel veri analiz yöntemleriyle test edilmekte ve elde edilen bulgulara yer verilmektedir. Son olarak, sonuç bölümünde araştırma bulguları değerlendirilmekte; hem teorik katkılar hem de uygulamaya yönelik çıkarımlar sunulmakta

BİRİNCİ BÖLÜM

TEORİK ARKA PLAN VE TEMEL KAVRAMLAR

1.1. DUYGULARIN DEĞERLENDIRME TEORISI

Uzun yıllardır duygular ve bilişler, bilimsel çevrelerde tartışmalı konular arasında yer alır ve genellikle bir ikilem olarak ele alınmaktadır. Bireylerin olaylara sadece mantık veya sadece duygularla tepki verdiği yönünde bir varsayım yaygındır. Aynı zamanda buna karşılık bilişin duyguların temel bir bileşeni olduğunu öne sürülmekte ve buna göre duygusal süreçlerin anlaşılabilmesi için bilişsel unsurların da dikkate alınması gerekmektedir (Scherer vd., 2001). Girişimcilik, literatürde çoğunlukla mantığa dayalı bir süreç olarak değerlendirilmekte ve bu doğrultuda ele alınmaktadır. Ancak son dönem araştırmalar, duyguların ve duygusal unsurların da girişimcilik niyeti üzerinde önemli etkiler oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda girişimciliğin, doğası gereği sadece bilişsel değil, aynı zamanda duygusal ve öznel etkenlerle şekillendiği vurgulanmaktadır (Timuroğlu vd., 2017).Bu kapsamda girişimcilik niyetinin incelenmesinde duyguları ele alan teorilerin verimli olabileceği düşünülmektedir.

Modern değerlendirme teorileri, duyguları bir durum yerine bir süreç olarak tanımlamaktadır. Duygusal bir olay, bir dizi bileşenden oluşur: çevre ve kişi-çevre etkileşiminin değerlendirilmesiyle ilgili bir *değerlendirme bileşeni*; eylem eğilimleri veya diğer eylem hazır olma biçimleriyle ilgili bir *motivasyonel bileşen*; çevresel fizyolojik yanıtlarla ilgili bir *somatik bileşen*; ifade ve enstrümantal davranışlarla ilgili bir *motor bileşeni* ve öznel deneyim veya hislerle ilgili bir *his bileşeni* (Moors vd.,

2013). Bu bileşenler birbirini etkileyerek sürekli bir döngü içinde değişir. Örneğin, bir değerlendirme değişikliği, fizyolojik ve davranışsal yanıtları etkileyebilir ve bu da tekrar değerlendirmeleri değiştirebilir. Bazı teoriler, bu süreçlerin tamamlanmadan birbirini etkileyebileceğini öne sürer. Değerlendirme teorileri, yalnızca duygusal bileşenlerin sınırlarını belirlemekle kalmaz, aynı zamanda bu bileşenler arasındaki çeşitliliği yapılandırmanın yöntemlerini de sunar (Matsumoto D., 2009).

Arnold "değerlendirme" kavramını ilk kez kullanarak organizmaların çevresel değişimleri, fiziksel ve zihinsel faaliyetlerini sürdürebilmek ve refahlarını korumak adına değerlendirmeleri gerektiğini savunmuştur (Gendron ve Feldman Barrett, 2009). Arnold'un yaklaşımına göre, duygular, bu değerlendirmeler sonucunda ortaya çıkar ve farklılıklar gösterir. Özellikle korku, öfke ve heyecan gibi duygular üzerine odaklanan Arnold, bu duyguların çeşitlenmesinin bilişsel süreçlerle bağlantılı olduğunu ifade etmiştir. Arnold, bireylerin durumları veya olayları olumlu ya da olumsuz şekilde nasıl değerlendirdiklerinin, duygusal tepkiler ve eylemlerle doğrudan ilişkili olduğunu savunmuştur. Duygusal değerlendirmelere müdahale edilmediği sürece, bireylerin genellikle bu değerlendirmelere dayalı eylemleri gerçekleştirdiğini belirtmiştir (Gendron ve Barrett, 2009).

Arnold'un duyguların, bireylerin çevresel değişimleri algılayarak değerlendirmeleri sonucunda şekillendiğini öne süren yaklaşımı, daha sonra Richard Lazarus tarafından kapsamlı biçimde geliştirilmiştir. Lazarus'un bakış açısına göre, duygular yalnızca değerlendirme süreçlerinden ibaret değildir; aynı zamanda bu değerlendirmelerin bireyin amaçlarına ulaşma becerisi üzerindeki olası etkilerine ilişkin algılarla da yakından ilişkilidir. Bu doğrultuda, Lazarus'un bilişsel değerlendirme teorisi, bireyin çevresindeki olayları nasıl yorumladığına ve bu yorumların bireysel iyi oluş üzerindeki etkilerine odaklanarak, duyguların oluşum sürecine daha geniş bir

perspektiften yaklaşmaktadır (Lazarus, 1991). Lazarus, duyguları yalnızca birkaç temel kategori (öfke, korku, sevinç gibi) ile sınırlı kalmamış, daha geniş bir çeşitlilik gösteren yapılar olarak ele almıştır. Bu yaklaşım, bilişsel süreçlerin çeşitliliği gibi, duyguların da benzer bir çeşitliliğe sahip olması gerektiğini öne sürmektedir. Lazarus (1991) tarafından önerilen değerlendirme modeline göre, duygular üç ana açıdan incelenir: ilişkisel, motivasyonel ve bilişsel. Bu modele göre, duygular her zaman bireyin çevresiyle olan etkileşimiyle şekillenmektedir. Buna göre, birey çevresiyle etkileşime girdikçe, potansiyel olarak zararlı olan durumlara karşı olumsuz, faydalı olan durumlara karşı ise olumlu duygular geliştirmektedir. Ayrıca, kişinin ya da çevresindeki herhangi bir değişim, kişi-çevre etkileşimini değiştirecek ve dolayısıyla duygularda da değişime yol açmaktadır. Motivasyonel açıdan, duygular, bireyin bir durumu ya da olayı hedefleri doğrultusunda değerlendirmesini içerirken, bilişsel yön ise olan biten olaylara ilişkin bilgi ve değerlendirmeleri kapsamaktadır.

Lazarus, bilişsel değerlendirme sürecini iki temel aşamada ele alır: Birincil değerlendirme: Bu aşamada, birey karşılaştığı durumun kendi üzerinde yaratacağı etkileri analiz eder. Durumun tehdit mi yoksa fırsat mı oluşturduğunu değerlendirmeye çalışır.İkincil değerlendirme: Birey, İkincil değerlendirme bireylerin, çözüm odaklı ve duygu odaklı sorun çözme stratejilerini açıklamak için kullanılmaktadır. Ayrıca, durumun ne tür zorluklar içerdiğini ve bu zorluklarla nasıl başa çıkılacağına dair bir değerlendirme yapmaktadır (Scherer, 2001).

Lazarus'un değerlendirme teorisi ile bireylerin girişimcilik fırsatlarını nasıl bilişsel olarak değerlendirdiğini ve bu bağlamda ortaya çıkan duyguların girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerini incelenmesi amaçlanmaktadır. Bireyler bir girişimcilik fırsatıyla karşılaştıklarında, bu fırsatı nasıl değerlendirecekleri, büyük ölçüde duygusal eğilimleri ve bilişsel süreçlerine bağlıdır. Birey, karşılaştığı bir girişimcilik fırsatını

olumlu bir fırsat mı yoksa olumsuz bir tehdit mi olarak algılayacağını değerlendirilmektedir. Bu değerlendirme, kişinin kendi yeteneklerini, sahip olduğu kaynakları ve sosyal desteğini, girişimi başarılı bir şekilde gerçekleştirip gerçekleştiremeyeceğini düşünerek yapmasına dayanmaktadır. Değerlendirme süreci sonucunda birey, pozitif duygular (örneğin umut, iyimserlik) veya negatif duygular (örneğin korku, belirsizlik endişesi) yaşar. Bu duygular, girişimcilik niyetini ve kararlılığını belirlemede önemli bir rol sahiptir.

1.2. DUYGULAR

Duygular insan varoluşunun temel bir parçasıdır ve düşünme, çevremizdeki dünyayı anlama ve karar alma biçimimizi etkilemektedir (Izard, 2009). Duygular, karar verme süreçlerinden ayrı değildir; aksine, mantıklı düşünme kadar önem taşımaktadır. Duygunun en önemli kısımları duygusal değer, uyarılma ve motivasyonel yönlendirmedir (Lacey vd., 2021).

Duygular, genelde olumlu ve olumsuz olarak iki ana kategoriye ayrılarak sınıflandırılmaktadır. Olumlu duygular (aktiflik, iyiymserlik, umut, dikkatlik, kararlılık, heyecan gibi), bireyin hedeflediği görevi tamamladığında ve/veya dış dünya tarafından onaylandığında oluşan iyi ve hoş bir his olarak tanımlanmaktadır (Chen vd., 2021). Olumlu duygular bireysel bilişi genişletebilir ve bireysel yenilikçi düşünmeyi teşvik edebilir (Chen vd., 2021). Aynı zamanda olumlu duygular, bireylerin dikkatlerini toplamalarına, motivasyonlarını artırmalarına ve kendilerini daha güçlü hissetmelerine katkı sağlar. Ayrıca, yüksek performans sergilemelerine ve iç huzuru deneyimlemelerine yardımcı olarak olumlu davranışları destekler (Reinke vd., 2013). Buna karşılık olumsuz duygular (korku,üzüntü, öfke, stres, endişe gibi), kişinin hoş olmayan bir durumla karşılaştığında veya hedefinden saptığını hissettiğinde ortaya

çıkmaktadır (Lazarus, 1991). Verimsizlik, işten ayrılma, motivasyon kaybı, stres, depresyon ve tükenmişlik gibi sorunlar, bireylerin yoğun olumsuz duygular yaşaması ve bu duyguların onların davranışlarını etkilemesiyle ilişkilendirilebilir.

Araştırmacılar, duygusal durumları analiz ederken genellikle bunları olumlu veya olumsuz olarak sınıflandırılmaktadır. Ancak, duygusal süreçlerin hem bireysel hem de sosyal düzeyde yaşanmasından hareketle bu sınıflandırma yeterli olmaya bilmektedir. Bireysel duygular, belirli durumların önemli zorluklar veya fırsatlar sunduğu anlarda devreye giren esnek tepki mekanizmalarının bir sonucu olarak ortaya çıkar (Tooby ve Cosmides, 1990). Tooby ve Cosmides (1990) bu duyguların, evrimsel olarak hayatta kalma ve üreme başarısını artıran stratejik tepkiler olarak geliştiğini öne sürmektedir. Empati veya şefkat gibi sosyal duygular, bireylerin toplumdaki diğerleriyle etkileşimlerini kolaylaştırabilmekte ve sosyal bağların güçlendirilmesinde rol oynamaktadır (Klimecki, 2015). Bu duygular, sosyal ilişkilerin kurulmasında, sürdürülmesinde ve derinleştirilmesinde önemli bir rol oynar.

Olumlu sosyal duygular ile birlikte olumsuz sosyal duyguların da hem bireysel hem de toplumsal düzeyde olumlu işlevsel davranışsal sonuçları olabilmektedir. Olumsuz sosyal duygular, (suçluluk, utanç, mahcubiyet ve sosyal kaygı gibi), hedefe ulaşmayı teşvik etmek, ilişkiyi geliştirici başa çıkma yöntemlerini tetiklemek ya da insanların değişen ortamlara uyum sağlamasına yardımcı olmak anlamında olumlu sonuçlar doğurabilmektedir (Bagozzi, 2006). Bu nedenle, olumsuz sosyal duyguların bireylerin ve toplumların esnekliğini ve uyum yeteneğini artırabilme bakımından pozitif işlevsel olabileceği önerilmektedir (Rose vd., 2019).

1.2.1. Olumlu Duygular

1.2.1.1. Şefkatlik

Şefkatlik başkasının acısını hafifletmek için eylem geçiren dinamik ve ilişkisel bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır (Kanov vd., 2004). Bir diüer tanımla şefkatlik, başkalarının acısını fark etmeyi, acı çekmeye karşı duygusal duygular geliştirmeyi ve bu acıyı hafifletmek amacıyla harekete geçme süreci olarak tanımlanır (Goetz vd., 2010). Bu süreç, farkındalık, duygusal bağ kurma ve eyleme geçme aşamalarını kapsar ve bireyin başkalarının acısını azaltmaya yönelik içsel bir motivasyon geliştirmesiyle karakterize edir (Dutton vd., 2014). Şefkatlik, sadece duygusal bir durum olmadığını, aynı zamanda başkalarına fayda sağlayarak onların iyiliği için harekete geçmek olarak değerlendirilebilir (Simpson vd., 2014).

Literatürde şefkatlik duygusu ile ilgili üç alternatif yaklaşım bulunmaktadır. İlk yaklaşım şefkatliği empatik duygusu ile aynı sadece başka adı olduğunu savunur. Şefkat, empati ve hassasiyet gibi duygular kişinin kendi durumuna odaklanma yerine başkasının durumuna duygusal tepki göstermektir (Batson & Shaw, 1991; Hoffman, 2000). Son yapılan çalışmalar şefkatlik ile empatiyi karşılaştırarak ikisinin de başkasının acısını hafiflettiğini ama farklı sonuçlara yol açtığını bulmuşlar. Empati başkasının hissettiklerini hisseden şefkatin ilk adımıdır, şefkat ise başkasının acısını azaltmak için eyleme geçmektir (Goetz vd., 2010). Bu nedenle şefkatlığin farklı kılan özelliği başkalarının acısını azaltmak niyeti ile onlara katılmaya odaklanmaktır (Baguley vd., 2022) . Şefkatlik ve empati arasındaki ayrım, girişimcilik niyeti ve girişimci karar verme üzerindeki etkisini anlamak açısından önemlidir. İkinci yaklaşım şefkatliğin kendi başına bir duygu değil üzüntü veya sevginin bir türü olduğunu savunmaktadırlar (Shaver vd., 1987; Sprecher & Fehr, 2005). Shaver vd (1987) yaptığı

çalışmada şefkatliği sevgi ve üzüntü ile beraber gruplandırılmıştır. Başka bir Sprecher ve Fehr (2005) çalışmasında sevgi türü ile ilişkilendirilerek, şefkatli sevgi diğer insanlara yönelik bir tutum olarak tanımlamaktadır. Üçüncü yaklaşım ise şefkatliğin sevgi ve üzüntüden farklı olarak onlarda ayrıt edilen tepki profiline sahip ayrı bir duygusal durum olduğunu savunmaktadırlar. Bir başka değişle şefkatlik acıya tepki verirken sevgi ve üzüntünün öncülleri farklıdır (Goetz vd., 2010).

Şefkatliğin öz şefkatlik ve başkalarına yönelik şefkatlik şeklinde iki temel türü vardır. Öz şefkatlik kişinin kendi acısını fark ederek, acıyı hafifletmek için kendisine nazik ve anlayışlı şekilde davranmasıdır (Neff, 2003). Kendisine nazik olmak özellikle zor zamanda veya başarısız olduğu durumda kendini suçlamak yerine hatalarını kabullenip desteklemesidir. Başkalarına karşı şefkatlik kişinin bir başkasının acısını hissetmek, bu acıyı hafifletmek için harekete geçmek olarak tanımlanmaktadır (Lilius vd., 2011). Başkalarına yönelik şefkatlik hem duygusal hem de davranışsaldır. Bir kişinin başka bir bireyin yaşadığı acıyı fark etmesiyle ortaya çıkan ve bu duruma karşı yardımcı olma isteğini tetikleyen bir duygusal tepki olarak tanımlanabilir.

Şefkatlik literatürde başkalarına yardım etme dürtüsü nedeniyle özellikle sosyal girişimcilik niyetini teşvik eden olumlu bir duygu olarak yer almaktadır (Satar, 2024; Stirzaker vd., 2021; Yitshaki vd., 2022). Grimes vd., (2013) şefkatliği "geleneksel girişimcilik teorilerini tamamlayan farklı bir motive edilmiş muhakeme süreci" olarak tanımlamaktadır. Şefkatlik, girişimcilerin topluma yardım etme niyetlerini anlamamıza yardımcı olur ve şefkatlı kişiler sosyal fayda sağlayabilecek girişim fırsatlarını daha kolay fark ederler (Grimes vd., 2013). Sosyal girişimciler kendi kazancında veya kişisel statüden daha çok başkasına yardım ederek sosyal etki yaratmayı hedeflemektedirler (Agafonow, 2014). Ramoglou ve Tsang'ın (2016) çalışmalarında şefkatliği sosyal girişimcilerin için önemli bir motivasyon kaynağı olabileceğini ancak bu bir şart

olmadığını ifade etmişler. Araştırmacılar, şefkatin farklı kurumsal uygulamalar ve liderlik stilleri aracılığıyla nasıl ortaya çıkabileceğini açıklamaktadır (Ramoglou & Tsang, 2015). Ayrıca, şefkatli liderliğin ekip performansını ve çalışanların moralini olumlu etkilediğine dair bulguları vurgulamaktadırlar (Lilius vd., 2011).

Son yıllarda girişimcilik alanında yapılan araştırmalarda, şefkatin bireylerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi dikkat çekici bir şekilde artmıştır. Özellikle ticari girişimcilik ve sosyal girişimcilik bağlamında, bireylerin toplumsal sorunlara duyarlılık göstermesi ve başkalarının yaşadığı sıkıntıları azaltma arzusu, girişimcilik yönelimine katkı sağlayan önemli duygusal unsurlar arasında yer almaktadır (Köllen, 2016; Simpson vd., 2014; Yitshaki ve Kropp, 2026). Bacq ve Alt (2018), bireylerin başkalarının acılarına yönelik duyarlılığının ve bu acıları hafifletme isteğinin, sosyal girişimcilik faaliyetlerine yönelmede belirleyici olduğunu ortaya koymuştur. Bu çerçevede, şefkatin yalnızca duygusal bir tepki değil, aynı zamanda eyleme geçmeyi motive eden bir faktör olduğu vurgulanmaktadır. Bununla birlikte, şefkatin sosyal girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin bireylerin sosyal girişimcilik öz-yeterlik algıları aracılığıyla dolaylı olarak da ortaya çıktığı bulunmuştur. Başka bir ifadeyle, bireylerin kendilerine duyduğu güven ve bu alandaki yeterlik algıları, şefkat duygusunun niyet düzeyinde eyleme dönüşmesinde aracı rol üstlenmektedir (Bacq ve Alt, 2018). Bu kapsamda değerlendirildiğinde, şefkatin sosyal fayda sağlama arzusu ile girişimcilik davranışları arasında bir köprü görevi gördüğü ve bireyleri sosyal girişimcilik yoluyla toplumsal sorunlara çözüm üretmeye yönlendirdiği görülmektedir.

1.2.1.2. Umut

Umut, farklı bilimsel disiplinler tarafından kendi alanlarına özgü koşullarda tanımlanan çok boyutlu bir kavramdır. Farklı tanımlar sıklıkla ayrışan ve bazen çelişkili durumlar olsa da her bir tanım doğru yönleri taşıdığını vurgulamaktadır (Pleeging vd., 2022a). Literatürde en yaygın bilinen tanım, psikolog C. R. Snyder (2000) tarafından geliştirilen Umut Teorisidir. Ona göre umut, bireyin hedeflerine ulaşmak için çeşitli yolları belirleyip bunları eyleme geçirme motivasyonunu içeren bilişsel ve bireysel bir süreç olarak tanımlamaktadır (Snyder, 2000). Hemşirelik alanında en sık kullanılan umut teorilerinden biri Herth'e aittir. Herth, umudu "umut eden kişi için gerçekçi olarak mümkün ve kişisel açıdan anlamlı olan iyiye ulaşma konusunda kendinden emin ancak belirsiz bir beklentiyle karakterize edilen çok boyutlu ve dinamik bir yaşam gücüdür " olarak tanımlar (Herth, 1992).

Bir diğer tanımla umut, gelecekteki bir arzuya ulaşma beklentisi ve arzuyu gerçekleştirebilecek yolları keşfetme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Leung vd., 2009). Bu tanım umudu sadece bir istek olmadığını aynı zamanda bu isteğe ulaşmak için çeşitli stratejik yolları geliştirmesini de içermektedir. Scioli vd., (2011) umudu "bir duygu ağı" olarak tanımlamakta ve umudu bir bişişsel, sosyal, duygusal yapı olduğunu vurgulamaktadır (Biller & Scioli, 2009). Umudu ''bir bireyin önemli ve olumlu bir gelecek sonucuna odaklandığında ortaya çıkan bir duygu'' olarak tanımlamaktadır (Bruininks & Malle, 2005). Bu bireyin gelecekte gerçekleşmesini istediği arzusuna yönelik olumlu bir duygusal tepkidir . Ayrıca umut ''farklı biçimlerde deneyimlenebilen bir insan evrensel'' olarak belirtilmektedir (Webb vd., 2007).

Umut kavramı tarihi boyunca hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle ele alınmıştır. İlk başta erken Yunan anlatıları genellikle olumsuz yönden odaklanmışlar ve

umudu, insanların gerçeklikle yüzleşmesini engelleyen bir hayalperestlik olarak görmüştür (Blöser & Stahl, 2017). 20.yüzyılın başlarında psikanalizin yükselişiyle birlikte umut, olumlu bir yönden ele alınmış; başkalarına duyulan temel güvenin bir ifadesi ve insan psikolojisinin temel bir gücü olarak değerlendirilmiştir (Ludema vd., 1997) . Ayrıca, umudun toplumsal ilerlemeye katkı sağlayabileceği, yeni gelecekler hayal etmeyi teşvik ederek statükoya meydan okuma potansiyeli taşıdığı vurgulanmıştır. 20. yüzyılın ikinci yarısında yapılan çalışmalar, umudun insan davranışı için güçlü bir motivasyon kaynağı olduğunu vurgulamış ve bu kavram çeşitli alanlarda (sağlıkk bilimi, pozitig psikoloji, tarih, örgütsel çalışmaları, çevre çalışmaları) araştırma konusu olarak popülerlik kazanmıştır (Pleeging vd., 2022a; Rand vd., 2020).

Araştırmacılar özellikle psikoloji, ekonomi ve hemşireklik alanlarda umudun daha çok bilişsel, duygusal, sosyal, motivasyonel ve kimlikle ilgili bileşenlere odaklanmıştır (Snyder, 2002; Webb vd., 2007). Literatürde umudun bileşenleriyle ilgili bilgiler genellikle umut teorisi (Hope Theory) çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu teoriye göre umudun bilişsel, duygusal ve motivasyonel bileşenleri vardır (Snyder, 2000). Umudun bilişsel bileşeni, bireyin geleceğe dair olumlu beklentileri, hedefleri ve bu hedeflere ulaşma yolları hakkındaki düşüncelerini içermektedir. Bu bileşen, bireyin gerçek bir bakış açıyla mevcut bilgileri kullanarak, olumlu sonuçlar elde edebilmek için bilinçli bir şekilde düşünme sürecidir (Pleeging vd, 2022). Çoğunlukla araştırmacılar umudu, istenilen hedefe ulaşma düşüncelerinin eşlik ettiği bir duygu olarak ele alırlar (Hornsey ve Fielding, 2016; Pleeging vd., 2022b). Umut, olumlu duygularla da yakından ilişkilidir. Umudun duygusal bileşeni, bireyin belirsizlik içinde bile geleceğe dair iyimserlik ve pozitif duygular geliştirmesiyle bağlantılıdır (Kadlac, 2015; Stevenson & Peterson, 2015). Olumlu duygular arasında umut, sonuçların belirsiz olduğu durumlarda ortaya çıkar. u durumda, bireyler genellikle sonuçların büyük ölçüde

mevcut koşullar ve durumlar tarafından şekillendiğini hissedebilirler (Smith vd., 1985). Umudun motivasyonel bileşeni, bireyin belirlediği hedeflere ulaşma sürecinde karşılaştığı zorluklara rağmen pes etmeden çaba göstermesini ifade etmektedir (Snyder, 2000). Umut, bireyi harekete geçiren bir motivasyon gücüdür. Özellikle belirsizlik ve zorluklarla karşılaştığı durumlarda, umut bireyin motivasyonunu sürdürebilmesine ve karşılaştığıı zorlukları aşmasına yardımcı olacaktır. Bu bireyin eğitim alarak, kendi işini kurarak, toplumsal sorunları ele almayarak geleceklerine yatırım yapma konusunda ilham verebilir. Bu tür umut dolu bir motivasyon bireyin hedefe olan inancından ve onu hayal edebilme yeteneğinden kaynaklanmaktadır (Elliot, 2007; Lybbert ve Wydick, 2015; Ojala, 2012) . Bu üç bileşen birbiriyle etkileşim halindedir ve umut kavramının bütünsel olarak anlaşılmasını sağlar. Örneğin, bilişsel olarak hedefler belirlemek, duygusal olarak olumlu hissetmeyi ve motivasyonel olarak harekete geçmeyi destekler. Umut, bu bileşenlerin bir arada işlemesiyle güçlü bir psikolojik kaynak haline gelir.

Bir diğer yaklaşım umudu sabit bir duygu durumundan ziyade bir döngüsel süreç olarak ele alır ve onun zaman içinde değişkenlik gösterebileceğini, bireyin umut deneyiminin kendini besleyerek dönüşebileceğini ortaya koymuşlar. Bu nedenle, umudun belirli bir başlangıç ve bitiş noktasını belirlemek oldukça güçtür (Elliott vd., 2023). Bireyin içinde bulunduğu durumu algılama biçimi, duygusal durumunu etkileyerek motivasyonunu artırabilir ve bu da onun koşulları yeniden değerlendirmesine yol açabilir.

Girişimcilik niyeti ile ilişkili psikolojik yapılar arasında umut, esneklik ve iyimserlik gibi bilişsel boyutlar son yıllarda artan bir ilgiyle ele alınmaktadır. Özellikle pozitif örgütsel davranış ve pozitif psikoloji alanlarında yapılan çalışmalar, bireylerin psikolojik sermayelerinin iş yaşamındaki çıktılar üzerindeki etkilerine odaklanmaktadır (Luthans ve Youssef, 2010; Peterson ve Byron, 2008; Youssef ve Luthans, 2007).

Psikolojik sermaye, bireylerin şimdi ve gelecekte başarılı olacaklarına dair duydukları güven, karşılaştıkları hedeflere ulaşabilmek için stratejiler geliştirme yetenekleri ve bu hedeflere yönelik kararlılıkla eyleme geçme gibi pozitif eğilimleri kapsayan bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda umut, psikolojik sermayenin temel bileşenlerinden biri olarak, bireylerin girişimcilik niyetlerini şekillendirmede kritik bir rol oynamaktadır. Umut düzeyi yüksek bireyler, sadece belirli hedeflere odaklanmakla kalmayıp, aynı zamanda bu hedeflere ulaşmak için alternatif yollar üretme konusunda da daha yetkindir (Luthans, Avey ve Patera, 2008). Bu yönüyle umut, bireylerin iş yaşamında karşılaştıkları stres faktörlerini daha düşük düzeyde hissetmelerine de katkı sağlamaktadır (Snyder vd., 1996). Snyder (2000), umudu hem bireyin belirli hedeflere ulaşmak için gerekli çabayı gösterme kapasitesi hem de bu hedeflere ulaşmak için alternatif yolları fark etme yeteneği olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla umut, girişimcilik niyetiyle doğrudan ilişkili olan ve bireyin hem içsel motivasyonunu hem de problem çözme kapasitesini destekleyen önemli bir psikolojik yapı olarak literatürde yer bulmaktadır.

1.2.1.3. İyimserlik

Türk Dil Kurumu'nun Türkçe Sözlük'ünde, iyimserlik "her şeyi en iyi yanından gören, her durumda iyi bir çıkış yolu uman dünya görüşü" olarak tanımlanır ve "nikbinlik" veya "optimizm" kavramlarıyla eş anlamlı olarak kullanılır (TDK). İyimserlik, bireyin yaşamı olumlu bir perspektiften görme eğiliminde olan bir kişilik özelliği olarak kabul edilir (Neil ve Gudmundsson, 2011). İyimserlik, bir kişinin gelecekte olumlu ve istenilen olayların gerçekleşeceğine dair inancıdır ve bu durum, süreklilik gösterdiği için çeşitli derecelerde ortaya çıkarmaktadır. İyimser insanlar, zorluklarla karşılaştıklarında bile durumu geçici ve özel nedenlere bağlayarak genel pozitif dünya görüşlerini sürdürebilirler (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000).

Biyolojik bakış açısına göre iyimserlik, bir duygu olmaktan ziyade doğuştan gelen bir özellik olarak değerlendirilir. Başka bir tanımla, iyimserlik bireyin genel dünya görüşünü ve yaşam biçimini şekillendiren bir karakter özelliğidir (Gencoğlu, 2006).

Literatürde iyiymserlik üzerine yapılan araştırmalar iki farklı açıdan yaklaşırlar: yükleme biçimi olarak ve kişilik özelliği olarak iyimserliktir. Yükleme biçimi olarak iyiymserlik yaklaşımı bireylerin kaşılaştıkları zorlukları veya olumsuz olayları değerlendirirken bunları genellikle dışsal faktörlerle atfeder. Zorluklarla karşılaşan iyiymser bireyler, bu sorunların kontrol edebileceğini, geçici olduğunu ve zamanla çözüleceğine inanırlar (Peterson, 1991; Seligman, 2006). Bir diğer kişilik özelliği yaklaşımıa göre iyiymserlik, bireylerin zorluklarla karşılaştıklarında bile geleceğe dair genel beklentilerinin olumlu olmasıdır. Olumlu beklentileri sayesinde daha az kaygı duyarak sorunlara yaklaşabilirler (Scheier & Carver, 2003).

Yapılan araştırmalara göre, iyimser bireyler, hayata genel olarak olumlu bir bakış açıyla yaklaşmakta ve stres, olumsuz yaşam koşulları ve travmatik olaylarla mücadele etmesinde koruyucu bir rol üstlenerek ruh sağlığının korunmasına katkıda bulunmaktadırlar (Segerstrom vd., 1998). Aynı zamanda iyimser bireylerin depresyon belirtilerini daha az yaşadığını ve genel olarak daha uzun ve sağlıklı bir yaşam sürdüğünü göstermektedir. Özellikle sağlık sorunlarıyla karşı karşıya kaldıklarında, bu bireylerin hastalıklarla başa çıkmada daha başarılı olduğu ve iyileşme süreçlerinin daha hızlı ilerlediği gözlemlenmiştir (Lyubomirsky, 2001). Bu durum, iyimserliğin yalnızca ruh sağlığıyla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda bireyin fiziksel sağlığı ve yaşam süresi üzerinde de anlamlı etkiler yarattığını göstermektedir. Bu sebeple, iyimserlik yalnızca geçici bir ruh hali değil, bireyin olayları değerlendirme biçimini şekillendiren kalıcı bir eğilim olarak görülmektedir (Scheier ve Carver, 1992).

Ancak iyimserlik her zaman faydalı olmayabilir. Gerçeklikle örtüşmeyen aşırı iyimser beklentiler, bireylerin ulaşılması zor hedeflere yönelmesine ve hayal kırıklığı yaşamasına neden olabilir (Haynes vd., 2006). Bunun yanı sıra, kontrolsüz iyimserlik, bireylerin sorunlarla yüzleşmek yerine gerçek dışı hayallere kapılmasına ve etkisiz başa çıkma mekanizmaları geliştirmesine yol açabilir (Neil ve Gudmundsson, 2011). Bu yüzden, iyimser bakış açısının dengeli ve gerçekçi bir temele oturtulması gerekmektedir.

Mosing ve arkadaşlarının (2009) yaptığı araştırma, iyimserliğin yaklaşık %36 oranında genetik faktörlerden etkilendiğini göstermektedir. Bununla birlikte, çevresel faktörlerin de bireyin iyimserlik düzeyini şekillendirmede önemli bir rol oynadığı belirlenmiştir (Mosing vd., 2009). Diğer yandan, Seligman (2006) ise iyimserliğin doğuştan gelen bir özellik olmaktan ziyade, bireylerin yaşantıları ve deneyimleri doğrultusunda öğrenebileceği bir beceri olduğunu öne sürmektedir (Seligman, 2006). Bu bağlamda, bireylerin geçmiş deneyimlerine dayanarak olaylara olumlu ya da olumsuz anlamlar yükleyebileceği ve bu sürecin zamanla şekillenerek iyimserliğin geliştirilebileceği belirtilmektedir. Yükleme tarzı açısından ele alındığında, iyimserlik yaşanan olayların nedenlerine odaklanırken; kişilik özelliği olarak değerlendirildiğinde, bireyin geleceğe yönelik olumlu beklentiler taşımasıyla ilişkilendirilmektedir.

Öğrenilmiş iyimserlik teorisi, Martin Seligman (2008) tarafından geliştirilmiş olup bireylerin zamanla iyimser düşünme biçimini edinebileceğini savunmaktadır. Bu yaklaşım, Seligman'ın daha önce ortaya koyduğu öğrenilmiş çaresizlik kavramına dayanmakta ve olumsuz deneyimlerin bireyler üzerindeki etkisini tersine çevirebileceğini öne sürmektedir. Öğrenilmiş iyimserlik, bireylerin olayları yorumlama biçimlerini değiştirerek daha olumlu bir bakış açısı geliştirmelerini sağlar. Bu süreç üç temel bilişsel bileşene dayanır: süreklilik, kapsayıcılık ve kişiselleştirme. İyimser

bireyler, karşılaştıkları olumsuzlukların geçici olduğunu ve zamanla değişebileceğini kabul ederken, kötümser bireyler bu durumları kalıcı olarak görme eğilimindedir. Ayrıca, iyimser kişiler başarısızlıkları hayatlarının yalnızca belirli bir alanına özgü olarak değerlendirirken, kötümserler olumsuzlukların tüm yaşamlarını etkilediğine inanabilir. Yüksek iyimserlik seviyesine sahip bireyler yaşadıkları olumsuzlukları dışsal faktörlerle ilişkilendirirken, kötümserler ise bu durumları kendi yetersizliklerinden kaynaklandığını düşünerek içselleştirebilirler. Seligman, psikolojinin geleneksel olarak akıl hastalıklarına ve olumsuzluklara odaklanmasından ziyade, bireylerin güçlü yönlerini ve erdemlerini geliştirmeye yönelmesi gerektiğini savunmuştur.

Öğrenilmiş iyimserlik, pozitif psikolojinin temel kavramlarından biri olarak, bireylerin psikolojik dayanıklılıklarını güçlendirmelerine ve stresle etkili bir şekilde başa çıkmalarına katkıda bulunur (Gazzi vd., 2023). Ayrıca, iyimserliği geliştirmeye yönelik bilişsel müdahalelerin, bireylerin durumsal iyimserlik düzeylerini artırmada etkili olduğu ortaya konmuştur. Bu durum, iyimserliğin sabit bir özellikten ziyade deneyimlerle şekillenebilen bir eğilim olduğunu göstermektedir (Shimomura & Morita, 2024).

Son yıllarda yapılan araştırmalar, iyimserliğin yaş gruplarına göre farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Yaşlandıkça bilişsel ve duygusal zorluklarla daha sık karşılaşan yaşlı bireylerin, genç yetişkinlere kıyasla daha yüksek düzeyde iyimserlik sergilediği bulunmuştur (Moroianu vd., 2024).

Pozitif psikolojik özelliklerden biri olan iyimserlik, bireylerin geleceğe yönelik olumlu beklentiler taşımasını ifade eder ve bu özelliğin girişimcilik davranışları üzerindeki etkisi literatürde giderek artan bir ilgiyle ele alınmaktadır. Scheier vd., (1994), iyimser bireyleri genellikle geleceğe dair olumlu öngörüler taşıyan kişiler olarak

tanımlamaktadır. Bu bireyler, karşılaştıkları belirsizlikler ya da zorluklar karşısında daha dayanıklı olma eğilimindedir. İyimserliğin bireylerin stres düzeyleri ve genel sağlık durumları üzerinde olumlu etkiler yarattığını gösteren çeşitli çalışmalar mevcuttur (Brissette vd., 2002). Bu pozitif etkiler, özellikle girişimciler için oldukça önemlidir çünkü girişimcilik doğası gereği yüksek düzeyde stres, risk ve belirsizlik içeren bir süreçtir. Çalışmalar, iyimser bireylerin girişimcilik sürecinde daha dirençli olduklarını ve girişimlerini sürdürme konusunda daha kararlı davrandıklarını ortaya koymuşlardır (Baron, 2008; Trevelyan, 2008; Sebora, 2011). Ayrıca McColl-Kennedy ve Anderson (2005), iyimserliğin girişimcilik sürecine olan bağlılığı artırdığını; Ottesen ve Gronhaug (2005) ise çalışanların girişimsel faaliyetlere olan aidiyet hissini güçlendirdiğini belirtmektedir. İyimserlik bu yönüyle, hem girişimcilik niyeti taşıyan bireylerde hem de yeni bir iş kurmayı planlayanlarda arzu edilen bir kişilik özelliği olarak öne çıkmaktadır.

1.2.2. Olumsuz Duygular

1.2.2.1. Sosyal Etkiyi Kaybetme Korkusu

Başarısızlık korkusu, psikoloji literatüründe ilk olarak, başarıya ulaşma arzusunun zıttı olarak, bireyin başarısızlıktan kaçınma eğilimini temsil eden bir motivasyon biçimi olarak tanımlanmıştır (Cacciotti vd., 2016). Başarısızlık, hedeflenen ve arzu edilen sonuçlardan sapma durumunu ifade edilmektedir. Genellikle olumsuz bir durum olarak değerlendirilen başarısızlık, bireyde kaçınma yönelimli bir motivasyonun oluşmasına yol açmakta. Bu tür bir motivasyonun ise büyük ölçüde sosyal çevre aracılığıyla öğrenildiği belirtilmektedir (Conroy, 2001). Geleneksel yaklaşımlardan farklı olarak, günümüz teorisyenleri başarısızlık korkusunu yalnızca bir kişilik özelliği olarak değil, bireyleri olumsuz sonuçlardan kaçınmaya yönlendiren, çok katmanlı ve

hiyerarşik bir yapı şeklinde tanımlamışlardır. Conroy ve çalışma arkadaşları tarafından geliştirilen model, başarısızlık korkusunu oluşturan temel inançları ayrıntılı bir şekilde ortaya koymuştur. Bu modele göre, başarısızlık korkusu beş temel inanca dayanmaktadır: utanç ve mahcubiyet yaşama korkusu, kişinin kendi değerini kaybetme korkusu, geleceğe dair belirsizlik korkusu, sosyal çevrenin desteğini kaybetme korkusu ve önem verdiği kişileri hayal kırıklığına uğratma korkusu (Conroy vd., 2002).

Korku henüz gerçekleşmemiş ancak olumsuz sonuçlar doğurabileceği düşünülen durumlara yönelik duyulan kaygı ya da endişe olarak da tanımlanmaktadır (Oxford, 2006) . Bireylerin başarısızlık durumunda sosyal statülerini kaybedeceklerine dair inançları, sosyal etkiyi kaybetme korkusu olarak tanımlanabilir. Bu korkuya sahip bireyler, kendi değerlerini elde ettikleri başarılarla ilişkilendirir ve başarılı olamadıklarında toplum içindeki saygınlıklarının azalacağına inanırlar (Kahraman ve Sungur, 2016). Onlara göre başarısızlık, yalnızca kişisel bir kayıp değil, aynı zamanda sosyal çevreleri tarafından daha az takdir edilme ve itibar kaybı anlamına gelmektedir.

Sosyal etkiyi kaybetme korkusu, bireylerin hızlı ve ani kararlar alarak sosyal çevrelerinden olumlu geri bildirim alma ihtiyacını artırır. Bu durum, bireylerin dürtüsel davranışlarını teşvik eder çünkü anlık kararlarla sosyal onay ve kabul arayışına girerler (DeWall vd., 2011). Baumeister ve Leary (1995)'in sosyal kabulün psikolojik iyilik hali için temel bir ihtiyaç olduğuna dair teorisi, bireylerin sosyal etkileşimlerde kabul görme arayışının, onların dürtüsel davranışlarını etkileyebileceği fikrini desteklemektedir.

1.2.2.2. Kendini Değersiz Görme Korkusu

Korku, kişinin bir tehdit veya tehlike algısına karşı gösterdiği yoğun bir duygusal tepkidir. Kendi değerini düşürme korkusu, başarısızlık korkusunun bir diğer olası sonucu olarak karşımıza çıkar ve bireylerin duyarlı oldukları zayıflıklarına yönelik

bir kaygıyı ifade eder (Yıldırım & Oruç, 2020). Bu durumda, bireyler başarısızlık nedeniyle kendilerini, yeteneklerini, zeka seviyelerini ve diğer kişisel niteliklerini eleştirirler. Sonuç olarak, başarısızlık, kişinin özsaygısında bir azalmaya yol açabilir ve bu durum, bireyin genel ruh hali üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir (Kahraman ve Sungur, 2016).

Kendini değersiz görme korkusu, bireylerin duygusal olarak tatminsizlik hissetmesine yol açar. Bu duygusal boşluğu doldurmak için bireyler hızlı tatmin ve anlık onay arayışına girebilirler. Bu da dürtüsel davranışların artmasına neden olur çünkü bireyler bu duygusal boşluğu hızlı ve ani kararlarla doldurmaya çalışırlar (Baumeister, 1990). Kendini değersiz görme korkusu, bireyin kendisini yeterli, değerli veya başarılı hissetmeme endişesidir. Anlık kararlar ve dürtüsel davranışlar, bireylerin hızlı bir şekilde kendilerini daha değerli ve kabul edilmiş hissetmelerini sağlayabilir (Leary ve Baumeister, 2000).

1.2.2.3. Belirsiz Bir Geleceğe Sahip Olma Korkusu

Korku, genellikle bireylerin hedeflerine ulaşma süreçlerini sekteye uğratan yoğun bir duygusal durumdur (Collins, 2007). Aynı zamanda, çevrede algılanan mevcut ya da olası tehditlerin değerlendirilmesi sonucunda ortaya çıkan psikolojik ve davranışsal tepkileri kapsayan özgün bir olumsuz duygu olarak tanımlanabilir (Cacciotti ve Hayton, 2015).

Belirsizlik ortamında geleceği düşünmek, bireyde çaresizlik, kaygı ve korku gibi duygulara yol açabilir (Danylova vd., 2022). Geleceğe dair durumların belirsiz olması, bireylerde kaygı ve huzursuzluk yaratmaktadır. Bu durum, kişinin ilerleyen zamanlara ilişkin yeterli bilgiye sahip olmaması nedeniyle gelişen bir tür endişe olarak değerlendirilmektedir. Belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu, başarısızlık durumunun

yol açabileceği diğer bir endişe biçimidir. Bazı bireyler, gerçekleştirmeyi planladıkları hedeflerin başarısızlıkla sonuçlanmasının, gelecekteki beklentilerini olumsuz etkileyeceğine inanırlar. Bu durum, onların geleceğe dair belirsizlik hissetmelerine yol açar ve bu kaygı, bireylerin karar verme süreçlerini olumsuz yönde etkileyebilir (Kahraman ve Sungur, 2016).

Belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu, bireyleri daha riskli ve ani kararlar almaya itebilir. Bu durum, bireylerin gelecekteki belirsizlikleri minimize etmek için anlık ve cesur kararlar almasına neden olabilir. Girişimcilik bağlamında, bu tür davranışlar fırsatları değerlendirmek için kritik olabilir, çünkü belirsizliklerle başa çıkma ve fırsatları hızlı bir şekilde yakalama yeteneği gerektirir (Michael ve Melodi, 2021).

1.2.3. Bireysel ve Sosyal Duygular

Duygular uzun süre bireysel bir olgu olarak değerlendirilmiş ve psikoloji disiplininin bir parçası olarak incelenmiştir. Ancak 17. yüzyılda, duyguların yalnızca bireye özgü olmadığı, toplumsal ilişkilerin şekillenmesinde de önemli bir rol oynadığı görüşü ortaya çıkmıştır. 20. yüzyılda ise bireyselleşen duyguların, dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte değişime uğradığı ve ekonomik sistemlerden bağımsız düşünülemeyeceği ileri sürülmüştür (Kurt, 2021). Durkheim, birey ve toplum arasındaki ilişkiyi duygular bağlamında ele alarak "kolektif duygu" kavramını öne sürmüştür. Ona göre, "Eğer toplum belirli davranış biçimlerini ayıplıyorsa, bunun sebebi bu davranış biçimlerinin toplumun temel birtakım duygularını rencide etmesidir ve bu duygular da aynı bireyin duygularının onun fiziksel tabiatıyla ve zihinsel yapısıyla ilişkili olması gibi, toplumun yapısıyla ilişkilidir (Durkheim vd., 2014). Bu bağlamda kolektif duygular, bireylerin yalnızca kendi iç dünyalarından değil, toplumun

genel yapısından etkilendiğini ve bireylerin duygularının, diğer bireylerle olan etkileşimleri sonucu şekillendiğini ifade etmektedir.

1960'lı ve 1970'li yıllarda ise duygular bireysel perspektiften ele alınarak yeniden yorumlanmıştır. Özellikle 1960'larda bilişsel kuramlar, bireylerin olayları algılama biçimlerinin duygularını belirlediğini savunmuş ve aynı olaya farklı tepkiler veren kişilerin, değerlendirme süreçlerindeki farklılıklardan ötürü farklı duygular deneyimlediğini ileri sürmüştür(Price & Walle, 2018). Benlik kavramına ilişkin yeni bakış açıları gelişirken, duyguların bireyin varoluşunu şekillendiren en temel unsurlardan biri olduğu anlayışı da yaygınlaşmıştır. Duygular, bireyin kimliğini ve özünü oluşturma sürecinde kritik bir rol oynamakta, kişinin kendisini tanıma ve başkalarıyla etkileşim kurma biçimini etkilemektedir (Frevert, 2018).

Toplumsal yaşam içerisinde etkileşimde bulunan bireyler, yalnızca kendi bireysel duygu ve deneyimlerini hissetmekle kalmaz, aynı zamanda ortak değerler, normlar ve anlamlar çerçevesinde şekillenen sosyal duyguların da bir parçası olurlar. Bireysel duygular bireyin iç dünyasından doğarken, sosyal duygular ise bir topluluğun geneli tarafından paylaşılan ve ortak deneyimlerle pekiştirilen duygu durumlarını yansıtır (Keltner ve Haidt, 1999) . Huang (1998), mizah, hüzün, suçluluk, nostalji ve utanma gibi duyguların sosyal nitelikte olduğunu ifade etmektedir. Bu duygular, bireyin toplumsal etkileşimleri ve sosyalleşme süreci içerisinde şekillenir ve daha karmaşık bilişsel süreçler gerektirir (Huang, 1998). Örneğin, hüzün, bireylerin zorlayıcı deneyimler sonrasında birbirine yakınlaşmasına neden olan, keder ve acı gibi temel duyguların birleşimi şeklinde yorumlanabilir.

Duygular genellikle başkalarına ifade edilir ve daha geniş sosyal süreçler tarafından şekillendirilir. Bununla birlikte, bazı teorisyenler utanç, mahcubiyet,

kıskançlık ve hayranlık gibi belirli bir duygu kategorisini "sosyal duygular" olarak ayırmakta ve bunların kişiler arası ilişkiler ve toplumsal normlarla olan güçlü bağını vurgulamaktadır (Hareli & Parkinson, 2008). Bir olumlu sosyal duygu olarak şefkatlik, bireyin kendi yaşadığı ya da başkalarının deneyimlediği zorluklar ve acılar karşısında ortaya çıkan, toplumsal bağları güçlendiren ve sürdürülebilir bir duygusal tepki olarak tanımlanmaktadır (Valdesolo ve DeSteno, 2011). Sosyal duygular, yalnızca sosyal kaygılarla bağlantılıdır ve bu tür duyguların oluşumu, mevcut durumun bu kaygılarla ilişkisini anlamayı gerektirir. Bireyin korku, acı, hayal kırıklığı, utanç ve sosyal kaygı gibi duyguları deneyimlemesi, çoğunlukla çevresindeki insanların düşünce ve tepkileriyle şekillenir. Bu duygular, toplumsal normlar ve bireyin sosyal çevresiyle olan etkileşimi sonucunda ortaya çıkar ve kişinin kendini değerlendirme sürecinde önemli bir rol oynar (Hareli ve Parkinson, 2008). Sosyal çevreyi kaybetme korkusu, bireyin sosyal ilişkilerini ve toplumsal kabulünü tehdit eden bir kaygı durumudur. Bu korku, bireyin diğer insanların düşüncelerine ve değerlendirmelerine olan duyarlılığını artırarak, sosyal etkileşimlerinde belirsizlik ve endişe yaratabilir.

Duyguları genellikle kendi iç dünyamızın en özel yansımaları olarak algılıyoruz. Ancak akademik perspektiften bakıldığında, bireysel duyguların çoğu zaman örgütsel gerçekliklere karşı birer tepki veya bu gerçekliklerin ifadeleri olarak ortaya çıktığı kabul edilmektedir (Rafaeli & Worline, 2001). Bireysel duygu, kişinin kendi içsel yaşantısına ve bireysel deneyimine odaklanan bir anlayışı ifade eder. Bireysel duygular, genellikle anlık bir uyanışla başlayarak zamanla hızla azalan bir süreç izler; bu durum, onları ruh halleri ve stres tepkileri gibi diğer duygusal süreçlerden ayıran belirgin bir örüntü olarak karşımıza çıkar (Gross, 2015). Duyguların bu geçici doğası, bireylerin anlık tepkilerini ve deneyimlerini şekillendirirken, uzun vadeli ruh halleri üzerindeki etkileri de önemli bir rol oynar. Umut ve iyimserlik, bireylerin zorluklarla başa çıkma yeteneklerini

güçlendiren ve gelecekteki olası başarılar için motive eden olumlu bireysel duygulardır. Kendini değersiz hissetme korkusu ve belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu, bireylerin içsel deneyimlerini şekillendiren önemli bireysel duygulardır. Bu duygular, kişinin kendine olan güvenini ve yaşam perspektifini derinden etkileyebilir.

1.3. ÇOK BOYUTLU DÜRTÜSELLİK

Dürtüsellik bireylerin davranışını etkileyen çok boyutlu bir kavramdır ve psikiyatrik, nörolojik hastalıkların temel bileşini olarak bilinir. Literatürdeki dürtüsellik kavramının en temel tanımı, "önceden düşünmeden ya da bilinçli bir yargı olmaksızın hızlıca hareket etme" olarak tanımlanmıştır (Hinslie, 1940). Bu tanım dürtüselliğin psikiyatrik bağlamda bireylerin düşünme süreçlerinden bağımsız olarak ani bir davranışta bulunma eğilimi olarak ele almaktadır. Bireylerin duygusal ve davranışsal olarak kendi eylemlerini kontrol edememe durumunu ifade eder. Moeller vd. (2001)'e göre dürtüsellik, ''bir bireyin düşünmeden ya da olası sonuçlarını tam anlamıyla değerlendirmeden eyleme geçme eğilimi'' olarak tanımlamaktadır. Bu tanım, dürtüselliği sonucunu düşünmeden, genellikle iç veya dış uyaranlara karşı riskli davranma eğilimi olduğunu vurgulamaktadır (Moeller vd., 2001). Yani, düşünmeden karar verme ve harekete geçme, aceleci davranma ve tepkilerini kontrol edememe, uzun vadeli plan yapmama ve geleceği düşünmeme gibi farklı boyutlarda ortaya çıkmaktadır. Dürtüsellik, bireyin tatmin arayışı ve anlık arzuların karşılanmasına odaklanırken, uzun vadeli olumsuz sonuçların göz arda etmesi olarak tanımlanmaktadır (Melbye vd., 2016). Bir diğer tanımla dürtüsellik, genellikle ani ve düşünmeden yapılan eylemlerle ilişkilendirilirken, rasyonel davranış bireyin hem kısa hem de uzun vadeli sonuçları dikkate alarak hareket etmesini ifade eder. Bu bağlamda, rasyonel karar verme süreci bireyin genel refahını gözetirken, dürtüsel davranış anlık tatmine odaklanmaktadır (Wiklund vd., 2018).

Dürtüsellik kavramı, Latin kökenli impulsivus kelimesinden türemiş olup, impel fiilinden gelmektedir. Anlam olarak itici bir güce sahip olmayı ve baskıya karşı koymayı ifade eder. Çok boyutlu bir yapıya sahip olan dürtüsellik, tek bir boyut üzerinden değerlendirilmesi güç olan karmaşık bir kavramdır (Evenden, 1999). Şimdiye kadar dürtüsellik kavramının çok sayıda tanımı yapılmış ve açıklamak için çeşitli teoriler, ölçekler ortaya koyulmuştur. Bunlardan biri Patton vd, (1995) çalışmasında dürtüselliği tek boyutlu değil, farklı alt boyutlara ayırarak Barratt Dürtüsellik Ölçeği (BIS-11)'ni ortaya koymuştur. Onlara göre dürtüselliğin üç temel bileşini vardır; geleceğe yönelik plan yapmadan hareket etme (Planlama Eksikliği), ani davranışlarda buluma (Motor Dürtüsellik), düşünmeden karar verme (Dikkat Dürtüsellik) (Patton vd., 1995). Bu çalışma dürtüsellik üzerine yapılacak araştırmalara teorik bir temel sağlamıştır. Motor dürtüsellik bireyin düşünmeden ve ani tepkiler vererek hareket etme eğilimini ifade eder. Bilişsel dürtüsellik dikkatin kolay dağılması, bilişsel karar alma süreçlerinde hızlı ve değerlendirme yapmadan sonuçlara ulaşma eğilimini içerir. Planlamama, bireyin uzun vadeli düşünme ve geleceğe yönelik plan yapma konusunda eksiklik göstermesi anlamına gelir. Özellikle dürtüsel bireyler kendine zarar verme, kumar oynama ve diğer riskli davranışlarda, bireylerin sonuçlarını düşünmeden hızlı hareket etme eğilimlidirler.

Bir diğer yaklaşımda Whiteside ve Lynam'ın (2001) 4 faktörlü UPPS dürtüsellik modelini ortaya koymuşlar (Sensation seeking, Urgency, Perseverance (lack of), Premeditation (lack of)). Bu model, 'dürtüsel benzeri davranışların' dört farklı kaynağını tanımlamaktadır: aciliyet, azim eksikliği, önceden tasarlama eksikliği ve heyecan arayışı. Aciliyet, anksiyete ve korku gibi yoğun olumsuz etki yaşama ve olası sonuçlarına rağmen bu etkiyi hafifletmek için harekete geçme eğilimidir. Azim eksikliği, dikkat dağıtıcı uyaranlardan etkilenme ve ilgi çekici olmayan/sıkıcı

faaliyetlere konsantre olamama durumudur. Önceden tasarlama eksikliği, davranışların sonuçlarına ilişkin sınırlı düşünmeyi ve kişinin eylemlerinin sonuçlarını göz ardı etmesini ifade eder. Heyecan arayışı ise, heyecan verici, yeni ve potansiyel olarak riskli deneyimlerden zevk alma, bu deneyimlere ilgi duyma ve bu deneyimlerin peşinden gitme eğilimidir (Whiteside & Lynam, 2001).

Sonraki çalışmalar, UPPS ölçeğinde yer alan ve negatif durumlara ilişkin olan aciliyet boyutunu negatif aciliyet diye adlandırıp bunun yanında pozitif aciliyet boyutunu da ekleyerek beş boyutlu UPPS-P ölçeğini kullanmaktadır. Negatif aciliyet, bireyin olumsuz durumlar karşısında davranışlarını engellemede zorluk yaşamasıdır. Pozitif aciliyet, son derece olumlu bir etki deneyimlendiğinde aceleci davranma eğilimidir (Zapolski vd., 2009). Yani birey kendini mutlu hissettiği zaman düşünmeden hareket etmesidir. Ancak oldukça uzun olan UPPS-P (45 soru) ölçeği ile yapılan araştırmalarda, farklı kültür ve bağlamlarda tutarlı sonuç elde edilemediği görülmüştür (Cyders ve Smith, 2007; Lynam vd., 2006; Whiteside ve Lynam, 2001). Bu sorunları gidermek amacıyla geliştirilen ve UPPS-P ölçeğinin kısa versiyonu olan SUPPS-P ölçeği, çok boyutlu dürtüselliğin ölçümünde etkili bir ölçek olarak girişimcilik çalışmalarında sıklıkla tercih edilmektedir (Tran vd., 2023). Bireylerin girişimcilik faaliyetlerine yönelmelerinin, SUPPS-P dürtüselliğinin beş alt ölçeği üzerinden daha iyi anlaşılabileceği belirtilmektedir (Pietersen ve Botha, 2021).

Dürtüsellik, bireyin içsel ve dışsal faktörlerin etkisiyle şekillenen bir davranış eğilimidir. Dürtüsellik, biyolojik ve çevresel faktörlerin etkileşimiyle şekillenen bir özelliktir. Niv ve arkadaşları (2012) göre, hem genetik faktörler hem de aile ortamı bireyin dürtüsellik düzeyini belirleyen önemli unsurlar olduğunu belirtmektedir. Özellikle, nörolojik süreçlerle bağlantılı olduğunu ve beynin prefrontal korteks bölgesinin dürtü kontrolü ile doğrudan ilişkili olduğu vurgulamaktadır (Niv vd.,

2012). Dürtüsel özellikler arasında asabiyet, risk alma eğilimi, dikkatsizlik, heyecan ve zevk arayışı, savunmasızlık ve dışa dönüklük gibi özellikler yer almaktadır (Manasseh vd., 2017). Biyolojik faktörlerin yanı sıra, bireyin içinde bulunduğu çevre de dürtüsellik üzerinde belirleyici bir role sahiptir. L'Abate (1993), çocukların ebeveynleriyle kurdukları ilişkinin, dürtüsel davranış üzerinde etkili olduğunu belirtmektedir. Ebeveynlerin ihmalkâr, baskıcı veya duyarsız tutumları, çocukların anlık tepkiler geliştirmesine neden olabilir (L'Abate, 1993). Özellikle düşük hoşnutsuzluk toleransı ve anlık tatmin arayışı, dürtüselliğin sosyal bağlamda öğrenilen bir davranış olduğunu göstermektedir.

Dürtüsellik, bireyin sahip olduğu kişilik özellikleriyle doğrudan bağlantılıdır. Özellikle, heyecan arayışı, dışa dönüklük ve azim eksikliği gibi kişilik özelliklerine sahip bireylerin, ani ve düşünülmeden karar verme eğiliminde olduğu gözlemlenmiştir (Whiteside ve Lynam, 2001). Özellikle, stres, kaygı ve depresyon gibi psikolojik faktörlerin bireyin duygusal dengesini bozarak, dürtüsel davranışları tetikleyebileceği belirtilmektedir. Bu tür psikolojik durumlar, bireyin uzun vadeli sonuçları göz önünde bulundurmasını zorlaştırarak, düşünmeden hareket etmesine neden olabilir.

Çok boyutlu dürtüsellik literatürde uzun süre tek boyutlu bir kişilik özelliği olarak ele alınsa da, çağdaş yaklaşımlar dürtüselliği negatif aciliyet, azim eksikliği, önceden tasarlama eksikliği ve duygu arayışı gibi birbirinden farklı bileşenlere sahip çok boyutlu bir yapı olarak incelemektedir (Whiteside & Lynam, 2001). Bu alt boyutlar bireylerin çevresel uyarıcılara ve duygusal durumlara verdiği tepkiler üzerinde farklı etkiler yaratabilir. Örneğin, düşünmeden eyleme geçme eğilimi ile geleceğe dönük planlama kapasitesi birbirinden bağımsız olsa da, her ikisi de girişimsel karar süreçlerinde belirleyici rol oynayabilir (Smith vd., 2007). Bu nedenle çok boyutlu dürtüsellik modeli, belirsizlik, risk ve karar baskısının yüksek olduğu girişimcilik gibi

alanlarda bireylerin tutum ve davranışlarının analizinde önemli bir kuramsal temel sunmaktadır (Carver vd., 2008). Bu çalışmada çok boyutlu bir kavram olan dürtüsellik, analiz sürecinde birleşik bir yapı halinde ele alınmıştır. Bu yaklaşımın başlıca nedeni, alt boyutları ayrı ayrı düzenleyici değişken olarak modele dahil etmenin istatistiksel güç üzerinde yaratabileceği olumsuz etkileri en aza indirmektir. Özellikle sınırlı örneklem büyüklüğüne sahip araştırmalarda, çok sayıda etkileşim teriminin modele dahil edilmesi, anlamlılık düzeyinin düşmesine ve sonuçların yorumlanmasında karmaşıklığa neden olabilmektedir (Hayes, 2018). Buna ek olarak, UPPS-P gibi çok boyutlu ölçeklerin farklı kültürel bağlamlarda geçerliliğinin her zaman tutarlı sonuçlar vermediği, bazı alt boyutların yapısal olarak net bir şekilde ayrışmadığı literatürde ifade edilmektedir (Cyders ve Smith, 2008; Zapolski vd., 2009). Bu nedenle araştırmada daha bütüncül ve dengeli bir yöntem benimsenerek, çok boyutlu dürtüsellik tek bir düzenleyici yapı olarak analiz edilmiştir. Bu yaklaşım, teorik açıklayıcılığı korurken, yorumlama kolaylığı sağlayarak daha güvenilir ve anlamlı sonuçlara ulaşılmasını amaçlamaktadır.

1.4. GİRİŞİMCİLİK NİYETİ

1.4.1. Girişimci ve Girişimcilik Kavramları

Günümüzde girişimciler ekonominin kalkınmasına ve büyümesinde en önemli dinamik unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimci kelime kökeni Latince ‘’girmek’’ anlamına gelen “intare’’ sözcüğünden gelmekte ve İngilizce'den “enter’’ ve “pre’’ ilk giren veya ilk başlayan anlamını taşımaktadır (Korkmaz, 2000). Girişimci sözcüğü literatürde ilk kez teorik olarak Fransız Richard Cantillon tarafında (1755) 18 yüzyılda ortaya atılmıştır. Onun Ticaretin Genel Doğası Üzerine Deneme (*Essai sur la Nature du Commerce en Général*) adlı kitabında girişimcileri en çok risk alan bireyler

olarak tanımlamaktadır. Türk Dil Kurumu'nun (TDK) tanımına göre girişimci, "üretim için bir işe girişen, kalkışan kimse, müteşebbis"; "ticaret, endüstri vb. alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan kimse, müteşebbis" olarak açıklanmaktadır (https://sozluk.gov.tr/).

Literatüre baktığımızda girişimcinin birden fazla tanımı bulunmakta ve hepsi ortak bir özellikleri içermektedir. Ortak noktalar, üretim faktörlerinin bir araya getiren, yeni bir değer yaratan, bütün riskleri üstlenen, gelecekteki belirsizlikleri göze alan ve pazar fırsatlarını değerlendirerek yeni ürün ve hizmet ortaya koyan kişilerdir. Wennekers ve Thurik (1999) göre girişimci, fırsatları yakalayarak hem mevcut hem de yeni kurulacak örgüt için yeni ürün ve hizmetleri geliştiren kişidir . Ayrıca girişimciler gelecekteki belirsizlikle rağmen kendi fikrini ortaya atar, onları yerine getirecek yenilikçi insanları bir araya getirir, kaynakları toplar ve tüm süreçleri takip eder. Girişimciler, mal ve hizmet üretimi amacıyla üretim faktörlerini bir araya getiren ve yatırım sürecinde çeşitli riskleri üstlenmeyi göze alan kişiler olarak ifade edilmektedir (Bozkurt vd., 2018).

Girişimci ve girişimcilik kavramları genel olarak birbirini tamamlıyor olsa da aralarında önemli farklar bulunmaktadır. Girişimci mal ve hizmetleri üretmek amacıyla üretim kaynaklarını bir araya getiren aynı zamanda risk alan kişidir (Mucuk, 2001). Diğer bir girişimci, doğal kaynaklar, emek ve sermayeyi birleştirerek risk alan ve üretim sürecinin dördüncü faktörü olarak değerlendirilen kişidir (Demirdöğen, 2014). Günümüzde girişimciler, sanayi ve teknolojinin ilerlemesinde kilit rol oynayarak, teknolojik dönüşümün gerçekleşmesine ve işsizliğin azalmasına katkı sağlamaktadır. Girişimcilik ise karşılaşacağı bütün risklere katlanılarak girişimcinin topladığı sermaye, emek ve doğal kaynaklarla yeni bir değer yaratma sürecidir (Demirel ve Tikici, 2004). Girişimciler günümüz dünyasının toplumsal ve ekonomik anlamda en etkili güçlü bir

organdır. Yaşanan gelişmelere bağlı olarak girişimciler toplumları ürün ve hizmetleriyle değiştiriyor. Günümüzde giderek daha fazla önem kazanan girişimcilik kavramı, risk almayı, yenilik peşinde koşmayı, fırsatlar oluşturmayı ve bu sürecin tüm aşamalarını yönetmeyi içeren bir süreçtir (Aydın ve Kasap, 2019).

Girişimcilik, insanlık tarihi boyunca var olan ve sürekli gelişen dinamik bir kavramdır. Günümüzde girişimcilik sadece ekonomik alanda değil sosyolojik, teknolojik ve kültürel alanlarda da bulunmaktadır (Mokaya vd., 2012). Girişimcilik, modern ekonomilerin temel taşlarından biri olduğundan, dünya genelinde kapsamlı bir şekilde incelenmektedir. Girişimcilik, ekonomik büyümenin yanı sıra sosyal kalkınmayı da teşvik eden dinamik bir süreçtir. Girişimcilik, ekonomik büyümeyi teşvik eden, yeni iş fırsatları oluşturan ve piyasalarda yenilikçi çözümler sunarak rekabeti artıran önemli bir faktördür (Danakol vd., 2017). Bu süreç, mevcut pazarların büyümesine katkıda bulunmakla kalmaz, aynı zamanda yeni pazarlar ve sektörler yaratarak ekonomik çeşitliliği artırır. Sonuç olarak, bu durum toplumun genel refah seviyesini yükseltme potansiyeline sahiptir.

1.4.2. Girişimcilik Niyeti

Girişimcilik niyeti, bireyin kendi başına iş kurma arzusunu, bu arzuya olan motivasyonunu ve hedefe ulaşmak için sergilediği çabaya bağlılık olarak tanımlanabilir. Girişimcilik niyetini Bird (1988), bireyin yeni bir girişim başlatmayı ya da mevcut girişimlerde yenilikçi değerler oluşturmayı amaçlaması olarak tanımlamaktadır . Birçok araştırmada, girişimcilik niyeti ile bir işletme kurma arasındaki güçlü ilişki vurgulanmıştır. Bu bağlamda, bir kişinin girişimcilik faaliyetlerine katılma kararını öngörebilmek, o kişinin girişimcilik niyetinin belirlenmesiyle mümkün olabilir (Lee vd., 2018). Girişimcilik niyeti, bir kişinin istihdamını kendi kuracağı işletme aracılığıyla

sağlama arzusunu ifade eder. Bu durumda, bireyin iş aramak yerine risk üstlenerek kendi işini kurmayı ve girişimci olmayı hedefler (Jayeoba, 2015).

Girişimcilik niyeti, bireyin mevcut kariyer seçeneklerine rağmen çevresindeki fırsatları fark ederek bu fırsatları iş fikrine dönüştürme ve girişimi hayata geçirme yönündeki istekliliğidir.Bireylerin girişimci olabilmeleri, öncelikle girişimcilik niyetine sahip olmalarına bağlıdır (Torun vd., 2021). Girişimcilik niyeti, sosyal psikolojideki niyet kavramından türetilmiştir ve niyet, bireyin gelecekte girişimcilik faaliyetlerine yönelme isteğini ve bu doğrultuda geliştirdiği psikolojik durumu ifade eder (Chen vd., 2021). Bu kavram, bireyin girişimciliğe yönelik ilgisini belirleyen dikkat, beklenti, değerlendirme, kararlılık ve inanç gibi unsurları kapsamaktadır (Gupta ve Bhawe, 2007; Yuan vd., 2020). Aynı zamanda, bireyin girişimcilik niyetinin, girişimci davranışları öngörmede kritik bir rol oynadığı belirtilmektedir (Liñán vd., 2011)

Literatürde, girişimcilik niyetini açıklamak için üç temel teorinin ön plana çıktığı görülmektedir. Shapero ve Sokol'un (1982) Girişimci Olay Modeli, bireylerin girişimcilik niyetlerini şekillendiren temel faktörleri açıklarken, doğrudan yeni bir iş kurma amacını ön plana çıkarmaktadır. Bu modele göre, ilk olarak birey girişimcilik konusunda bir arzuyla hareket eder ve ardından bu arzuyu gerçekleştirme olasılığını değerlendirirken, fırsatlar, çevresel etmenler ve girişimcilik becerileri gibi unsurları dikkate alır (Shapero & Sokol, 1982). Son aşamada ise birey, elde ettiği değerlendirmeler doğrultusunda harekete geçmeye veya geçmemeye karar vermektedir. Buna göre, girişimcilik niyeti, bir bireyin karşılaştığı fırsatları çekici bulması, bu fırsatları değerlendirme konusunda yetkin olduğuna inanması ve bu fırsatları hayata geçirme isteği ile şekillenir (Miao, 2015).

Bird'ün (1988) Girişimci Niyet Modeli, girişimciliğe yönelik niyetin bilinçli ve planlı bir süreç olduğunu öne sürmektedir. Bu model, girişimcilik yönelimini etkileyen faktörleri dört ana kategoriye ayırmaktadır: bireysel, sosyo-politik, rasyonel-düşünsel ve sezgisel. Kanuni düzenlemeler sosyo-politik unsurları, bireyin yaşadığı deneyimler bireysel faktörleri, zihnindeki hedef ve amaçlar rasyonel-düşünsel bileşenleri, vizyoner bakış açısı ise sezgisel yönleri temsil etmektedir. Bu model, girişimcilik sürecinin bireysel özellikler ile çevresel faktörlerin birleşimi sonucunda oluştuğunu ortaya koymaktadır(Bird, 1998).

Ajzen'in (1991) Planlı Eylemler Modeli, bireylerin belirli bir davranışı gerçekleştirme niyetlerinin, yaşanmış deneyimler, kişisel özellikler ve bireysel motivasyonlarının birleşimiyle şekillendiğini açıklayan yaklaşımdır. Bu modele göre, birey girişimcilik eğilimi geliştirirken kişisel beklentileri ve toplumsal normlardan etkilenmektedir. Ayrıca, algıladığı davranışsal kontrol sayesinde motivasyonunu artırarak girişimci bir eylemde bulunma niyetini oluşturur. Modelin en önemli vurgusu, insan davranışının bilinçli niyetler doğrultusunda şekillendiğidir. Bu bakış açısıyla, bireyin gelecekte girişimcilik yapıp yapmayacağı, mevcut niyetleri temelinde öngörülebilir.

Girişimcilik niyeti, bireyin kendi işini kurma yönünde karar almasıyla başlayan bir süreçtir ve bu süreç yalnızca ekonomik, politik, sosyal ve demografik çevresel faktörlerden değil, aynı zamanda bireyin kişilik özelliklerinden de etkilenmektedir. Ajzen'in (1991) Planlı Eylem Teorisine göre, niyet, davranışın en önemli belirleyicilerinden biridir ve bireyin tutumları, değerleri, inançları, arzuları ve öz yeterlilik algısı gibi içsel güdüleyiciler tarafından şekillenir. Önceki araştırmalarda girişimcilik niyetini etkileyen faktörler arasında algılanan yaratıcılık (Anjum vd., 2020), kişisel özellikle (Başol vd., 2011), aile geçmişi ve öz yeterlilik (Farrukh vd., 2017),

girişimcilik eğitimi (Barba-Sánchez ve Atienza-Sahuquillo, 2018), demografik faktörler (Şeşen ve Basım, 2012) ve çevresel etkenler (Çelik vd., 2014) öne çıkmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ VE MODEL ÖNERİSİ

2.1. DUYGULARIN GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Davranışın gerçekleşmesinde niyetin belirleyici bir unsur olduğu düşünülmektedir. Niyet oluştuktan sonra, bu niyetin bireyin davranışına yansıması beklenmektedir (Bae, 2014). Niyet geliştirme süreci, bireyde bir tür içsel motivasyon oluşturarak, kişinin gerçekleştireceği eylemlere daha kolay odaklanmasını sağlamaktadır. Bu motivasyonel destek sayesinde birey, hedeflerine yönelik daha stratejik bir tutum geliştirebilmektedir ((Sezer vd., 2013). Girişimcilik niyeti, bireyin gelecekte bir iş kurma yönündeki isteğini ve bu doğrultuda bilinçli olarak eyleme geçmeye yönelik düşünsel hazırlığını ifade etmektedri (Krueger vd., 2000). Bu kavram, girişimci davranışların ortaya çıkmasında planlı ve kasıtlı bir yönelim olarak değerlendirilmekte; bireyin girişimcilik sürecine dair zihinsel bir yönelimi ve kararlılığını yansıtmaktadır (Ajzen, 1991; Bird, 1988).

Güncel araştırmalar girişimcilik davranışlarının çoğunlukla bilinçli ve mantıklı süreçlerle şekillendiğini kabul etmekle birlikte, bu davranışların belirli bir kısmının da rasyonel düşünme süreçlerinden geçmeden meydana gelebileceğini göstermektedir (Kautonen ve vd., 2015). Girişimcilik davranışı, geleneksel olarak mantığa dayalı karar alma süreçleriyle açıklanırken, son dönem araştırmalar bireyin psikolojik özelliklerinin de bu süreçte etkili olduğunu göstermektedir. Bu çerçevede, duyguların girişimcilik niyeti üzerindeki rolü, akademik alanda artan bir dikkatle ele alınmaktadır.

Girişimcilik süreci, doğası gereği yoğun duygusal deneyimlerle şekillenmektedir. Yeni bir iş girişimini başlatmak ve bu girişimi sürdürülebilir şekilde büyütmek; yüksek düzeyde belirsizlik, risk, uzun ve yoğun çalışma saatleri ile stres gibi unsurları içeren zorlu bir süreçtir (Volery vd., 2023). Girişimcinin duyguları, girişimcilik sürecine bireysel ya da ekip düzeyinde eşlik eden ruh hali ve duygusal durumları kapsar. Bu duygular, girişimcilik sürecinden önce var olabileceği gibi, sürecin ilerleyişiyle de ortaya çıkabilir (Cardon vd., 2012). Bu kadar çok duygusal öğe barındırmasına rağmen, 2000'li yılların başına kadar girişimcilik bağlamında duyguların akademik çalışmalarda yeterince yer bulamamış olması dikkat çekici bir durumdur.

Duyguların etkisi, özellikle belirsizliğin yoğun olduğu ve bireylerin sürece aktif olarak katıldığı durumlarda daha da öne çıkar. Bu tür ortamlarda, bireyler duygularını, hangi adımı atmaları gerektiğine karar verirken yönlendirici bir kaynak olarak kullanabilirmektedir (Baron, 2008). Bununla birlikte, çeşitli çalışmalar; tutku, sevinç, mutluluk, korku ve öfke gibi duygusal durumların girişimcilik faaliyetleri üzerinde önemli bir rol oynadığını göstermiştir (Cardon vd., 2009; Grichnik vd., 2010; Welpe vd., 2012). Son yıllarda yapılan çeşitli araştırmalar, girişimcilerin karşılaştığı olumlu ve olumsuz duyguların farklı yönlerini ele alarak; bu duyguların girişimcinin motivasyonunu, içsel güdülenmesini, yenilikçi düşünme kapasitesini, başarısını ve daha nadiren de olsa başarısızlık süreçlerini nasıl etkilediğini ortaya koymuştur.

2.2. BİREYSEL DUYGULARIN GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

2.2.1. Olumlu Duygular

İyimserlik

Mevcut çalışmalarda iyimserlik girişimciliğin temel faktörü olduğuna inanmaktadır (Lee vd., 2018). Girişimciliğin öngörülemeyen ve belirsiz doğası nedeniyle girişimciler diğerlerine göre daha iyimser oldukları öne sürülmektedir (Baron, 2008; Sebora, 2011; Storey, 2011). Genellikle iyimser bireyler, önemli bir öz güvene sahip, fikirlerini hayata geçirme konusunda istekli ve iş dünyasında bağımsız başarıyı hedefleyen risk alıcılar olarak algılanırlar (Anjum vd., 2021). Trevelyan (2008) araştırmalarına göre, iyimserlik, aşırı özgüven ve girişimcilik arasında güçlü bir ilişki bulunurken, Bernoster vd (2018), iyimser girişimcilerin zihinsel halleri daha olumlu olduğu için, daha pozitif niyetler ve davranışlar sergileme eğilimindedirlєк.

İyimser insanlar, girişimcilikte girişimci olmayanlara göre daha iyi sonuçlar almayı bekler ve bu da daha iyi iş kurma niyetini ortaya çıkarır. Bu bakış açısı, girişimcilerin karşılaştıkları kısıtlamaları psikolojik olarak aşmalarına katkı sağlayabilir (Giacomin vd., 2016). Storey (2011) çalışmasında, iyimserliğin girişimciliğin temel bir unsuru olduğunu ve yeni firma oluşumunun, iyimser bireyleri çeken tesadüfi bir olay olduğunu belirterek, girişimciliği bir kumar olarak tanımlar; bu bağlamda, iyimserlik düzeyinin iş kurma, sürdürme ve bırakma kararlarını etkilediğini savunur. İyimser tutum, girişimcilerin öz güvenini ve girişimcilik niyetlerini artırarak, onları daha kararlı ve hedef odaklı hale getirir (Dushnitsky, 2009).

Lee ve arkadaşlarının (2018) çalışması, iyimserliğin öğrenci başarısı ve özgüveni üzerindeki olumlu etkilerini incelemiştir. İyimser öğrenciler, zorluklarla karşılaştıklarında daha az pes etme eğiliminde olabilirler ve kendilerine olan güvenleri sayesinde hedeflerine ulaşma konusunda daha kararlı olabilirler. ABD merkezli üniversitede yapılan örneklende üniversite öğrencilerin büyük bir kızmı (%70) iyimserliğe sahip olduğunu göstermektedir (Svanum ve Bigatti, 2006). Giacomin vd (2016) yaptığı araştırmada üniversite öğrencilerin iş kurma konusunda daha iyimser olduklarını bulmuşlar (Giacomin vd., 2016).

İyiymserlik, özgün ve etkili fikirler geliştirmenin başlangıç notasıdır. Örneğin; bir şeyin eksikliğini veya yoluğunu görerek, o boşluğu doldurmak için hayal etme, fırsat yaratma ve gerçeğe dönüştürme sürecidir (TDK, 2020). Diğer yandan iyimser girişimcilerin, kendi işlerini kurma konusunda daha fazla motive oldukları gözlemlenmiştir (Taormina & Kin- Mei Lao, 2007). Bu durumu destekleyerek, iyimserliğin girişimci motivasyonlarını artırarak ve girişimci davranış seçimlerini etkileyerek bireylerin girişimci niyetlerini olumlu yönde etkileyebileceğini inanmaktayız. Bu doğrultuda, araştırma kapsamında aşağıdaki hipotezin ileri sürülmesi uygun görülmüştür.

H1: İyimserlik ile girişimcilik niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır.

Umut

Umut, bireyin geleceğe dair olumlu beklentiler taşıması ve bu beklentilere ulaşabilmek için çeşitli stratejiler geliştirme yeteneğiyle ilişkilidir. Bu kavram, kişinin hedeflerine ulaşma isteğiyle birlikte, bu hedeflere ulaşmak için gerekli yolları üretebilme becerisini de içmektedir (Snyder, 2002). Leung ve arkadaşlarının (2009) yaptığı tanımda umut "gelecekte kişisel olarak önemli bir iyi duruma ulaşma beklentisi"

olarak tanımlanmaktadır. Umut, bireylerin karşılaştıkları yüksek belirsizlik ve riskle ilgili algılarına bağlı olarak, davranışlarının sonuçları hakkında daha fazla belirsizlik yaşadıklarında önemli bir rol oynamaktadır (Foo, 2011).

Umut düzeyi yüksek olanlar, hedefleri umut düzeyi düşük olanlara göre daha hızlı belirlemektedir (Ünlü vd., 2022). Bunun yanında umut, bireylerin hedeflerine ulaşmalarını destekleyerek, karşılaştıkları zorluklar karşısında hem motivasyonlarını artıran hem de psikolojik dayanıklılıklarını güçlendiren önemli bir kavramdır (Ulukan, 2020) . Badran ve Youssef-Morgan (2015) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmanın bulgularına göre, umut duygusunun bireylerin kararsızlık, erteleme ve ilgisizlik gibi olumsuz tutumlarla başa çıkmalarında önemli bir rol oynayabileceği ifade edilmektedir.

Yapılan araştırmalar, girişimcilik niyetini şekillendiren psikolojik etmenler arasında umut duygusunun belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Son yapılan çalışmalarda da, umut duygusunun bireylerin girişimcilik niyetlerini şekillendiren temel motivasyon kaynağı olduğunu ortaya koymuştur (Jin, 2017; Mahfud, 2020). Umut, bireyin yaratıcılığını, yenilikçiliğini ve motivasyonunu artırarak sorunlara etkili çözümler bulma sürecini kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, umut duygusu, hedeflere ulaşmada yaşanan engeller karşısında bireylerin yetersizlik ve hayal kırıklığı duygularına kapılmalarını önleyerek daha olumlu değerlendirmeler yapmalarına ve daha yüksek bir doyum seviyesine ulaşmalarına katkı sağlamaktadır (Badran ve Youssef-Morgan, 2015) .

Bireylerin geleceğe dair olumlu beklentiler taşıması ve bu beklentilere ulaşmak için stratejik yollar oluşturabilme kapasitesi – yani umudun temel unsurları olan "yol bulma" (pathways) ve "başarma arzusu" (agency) – girişimcilik davranışıyla ilişkilendirilmektedir (Contreras vd., 2017). Bu doğrultuda, umut düzeyi yüksek

bireylerin, girişimcilik faaliyetlerine yönelme konusunda daha güçlü bir eğilim sergilemeleri beklenmektedir. Bu bağlamda, araştırmada test edilmek üzere aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H2: Umut ile girişimcilik niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır.

2.2.2. Olumsuz Duygular

Kendini değersiz görme korkusu

Korku, belirlenen bir tehdit ya da tehlikeye karşı gelişen rahatsız edici fiziksel ve duygusal tepkiler bütünüdür (Dobson, 2006). Kendini değersiz hissetme korkusu, bireyin kendini yetersiz, değerli ya da başarılı hissetmeme kaygısı olarak tanımlanabilir(Harrison vd., 2022). Kendini değersiz görme korkusu, bireylerin duygusal olarak tatminsiz hissetmesine yol açmaktadır. Bu duygusal boşluğu doldurmak için bireyler hızlı tatmin ve anlık onay arayışına girebilmekte, bu da bireylerin bu duygusal boşluğu hızlı ve ani kararlarla doldurmaya çalışmaları nedeniyle dürtüsel davranışlarının artmasına neden olmaktadır (Baumeister, 1990). Bunun yanında söz konusu tatminsizlik kaynaklı değersizlik korkusu bireylerde sürekli bir stres kaynağı oluşturmaktadır (Courtemanche vd., 2024).

Literatürde girişimcilik niyetini etkileyen bir dizi psikolojik faktörler vardır. Bu faktörler, bireylerin girişimcilik yolunda atacakları adımları belirleyen kişisel tutumlar, inançlar, motivasyonel faktörler ve duygusal durumlar gibi çeşitli bileşenleri içermektedir. Bu psikolojik unsurlar, girişimcilik yaklaşımlarını, risk alma eğilimlerini ve fırsatları değerlendirme becerilerini şekillendirebilir. Yıldırım ve Oruç (2020) tarafından yapılan bir çalışmaya göre, kendini değersiz görme korkusu, bireyin başarısızlıkla özdeşleşmesi ve bu durumun sosyal veya içsel değer kaybına neden

olacağına dair bir endişe taşımaktadır. Bu korku, bireylerin karar verme süreçlerini ve özellikle girişimcilik niyeti gibi kritik psikolojik süreçleri etkileyebilmektedir.

Bir işe girişmeden önce bireylerin, sahip oldukları yetenek ve bilgiyle başarılı olabileceklerine ve belirledikleri hedeflere ulaşabileceklerine dair güçlü bir güven duygusu geliştirmeleri önemlidir. Bu inanç, girişim sürecinde karşılaşılabilecek zorluklara karşı daha kararlı ve motive bir şekilde ilerlemelerine katkı sağlamaktadır. Biraglia ve Kadile (2017) tarafından yapılan araştırmalar, girişimcilik sürecine adım atmaktan kaçınan bireylerin, başarısızlık durumunda sadece finansal kayıplardan değil, aynı zamanda "yetersiz biri" olarak görülmekten de korktuklarını göstermektedir (Biraglia vd., 2017). Bu korku, bireylerin öz-değerine yönelik tehdit olarak algılanmakta ve girişimcilik kararlarını etkileyebilmektedir. Bu çerçevede, çalışma kapsamında aşağıdaki hipotez ortaya konulmaktadır.

H3: Kendini değersiz görme korkusu ile girişimcilik niyeti arasında negatif bir ilişki vardır.

Belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu

Girişimcilik, sadece rasyonel değil, aynı zamanda duygusal bir deneyimdir ve bu süreçte tutku, iyimserlik ve umut gibi olumlu duygular, girişimcilik davranışlarıyla yakından ilişkilidir. Girişimciler genellikle girişimlerine karşı yüksek düzeyde bağlılık sergilemektedirler. Bununla birlikte, üzüntü, kuşku ve korku gibi olumsuz duygular da girişimsel eylemleri sekteye uğratabilmekte. Korku, bireyin kendisi için önemli ve tehdit edici bir durumu algılaması sonucunda ortaya çıkan yüksek düzeyde bir duygusal uyarılma hali olarak tanımlanmaktadır. Bu duygu, içinde bulunulan koşullara bağlı olarak hem koruyucu hem de olumsuz tepkilere yol açabilmektedir (Thongsukmag, 2003).Korkular, bireylerin davranışlarını doğrudan etkileyebilmektedir. Girişimcilik

çerçevesinde ele alındığında ise korku, girişimcilik faaliyetlerine başlamayı ya da bir işletme kurmayı engelleyebilecek algılanan risk unsurlarıyla ilişkilidir ve bu yönüyle oldukça önemlidir (Cacciotti ve Hayton, 2014). Özellikle korku, girişimcilik sürecinin farklı aşamalarında etkili olarak bireyin kararlarını ve hareketlerini şekillendirmektedir (Baron, 2000; Cacciotti ve Hayton, 2015).

Belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu, insanların geleceklerine dair algıladıkları öngörülemezlik olarak ifade edilebilir (Kahraman ve Sungur, 2016). Araştırmalar, belirsizlik korkusunun kaygıdan ziyade endişe ve depresyon üzerinde daha etkili olduğunu ve bu korkunun, daha yoğun endişe ve depresif belirtilere yol açtığını ortaya koymaktadır (Adıgüzel & Demir, 2023). Gelecek kaygısı düzeyi yüksek bireylerin – başarısızlık kaygısının bir alt boyutu olarak – girişimsel kararlar alırken daha kontrollü davrandıklarını ortaya koymuştur (Hanif vd., 2023).

Gürbüz ve arkadaşları (2024), geleceğe yönelik duyulan kaygının girişimcilik isteğini önemli ölçüde azalttığını ortaya koyarken; Cacciotti ve Hayton (2015), bu tür endişelerin bireylerin girişimcilik yönelimlerini hayata geçirmelerini engelleyebileceğini belirtmektedir. Girişimcilik niyeti, bireylerin belirsizlik içeren durumlarda riskleri yönetebilme ve ortaya çıkan fırsatları değerlendirme kapasiteleri doğrultusunda şekillenmektedir. Bu bağlamda, belirsizlikle baş etmede zorlanan bireyler artan kaygı seviyeleri nedeniyle girişimcilik niyetlerinden uzaklaşabilmektedir (Zhao vd., 2010).

Bu bilgiler ışığında araştırmada öne sürülen hipotez şu şekildedir:

H4: Belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu ile girişimcilik niyeti arasında negatif bir ilişki vardır.

2.3. Sosyal Duyguların Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi

2.3.1. Olumlu Duygular

Şerkatlik

Şefkat, başkalarının acısını fark etmeyi, acı çekmeye karşı duygusal duygular geliştirmeyi ve bu acıyı hafifletmek amacıyla harekete geçme süreci olarak tanımlanır (Goetz vd., 2010). Bu süreç, farkındalık, duygusal bağ kurma ve eyleme geçme aşamalarını kapsar ve bireyin başkalarının ıstırabını azaltmaya yönelik içsel bir motivasyon geliştirmesiyle karakterizedir (Dutton vd., 2014). Şefkat, sadece duygusal bir durum olmadığını, başkalarına fayda sağlayarak aynı zamanda yardım etme, destek sağlama ve başkalarının iyiliği için harekete geçme olarak değerlendirilebilir (Simpson vd., 2014).

Girişimcilik niyeti, bir kişinin girişimcilik faaliyetlerine başlama kararı almadan önceki zihinsel hazırlık aşamasını temsil eder ve kişinin kendi işini kurma yönündeki kararlılığını göstermektedir (Ajzen, 1991). Bu süreç, yalnızca rasyonel düşüncelerle şekillenmekle kalmaz, aynı zamanda bireyin duygusal ve sosyal faktörlerden de etkilenmektedir. Bu çerçevede, son yıllarda girişimcilik niyetini etkileyen duygusal unsurlar arasında sosyal duygu olan şefkatta önemli bir yer almaktadır (Engel vd., 2020; Satar, 2024; Yitshaki vd., 2022). Şefkatli bireyler, toplumsal sorunlara duyarlılıkları sayesinde, topluma fayda sağlayacak girişimlerde bulunma eğilimindedirler. Girişimcilik alanındaki çalışmalarda, şefkat kavramı; empati, toplumsal hassasiyet ve etik sorumluluk gibi değerlerle birlikte ele alınmakta ve bireylerin yalnızca ekonomik kazanç değil, aynı zamanda sosyal fayda üretme isteğinin de önemli bir itici güç olduğu vurgulanmaktadır (Stirzaker vd., 2021).

Toplumların ciddi krizler yaşadığı ya da sosyal sorunların yoğunluk kazandığı dönemlerde, şefkatli bireylerin bu problemlere çözüm üretme arzusuyla girişimcilik faaliyetlerine yönelme eğiliminde oldukları gözlemlenmektedir. Bu bireyler, sosyal fayda üretme amacıyla hareket ederek girişimcilik yolunu bir çözüm aracı olarak değerlendirmektedir (Williams & Shepherd, 2018). Sosyal girişimciler, kişisel kazançları veya statüden ziyade, başkalarına yardım ederek toplumsal bir etki yaratmayı amaçlamaktadır (Agafonow, 2014). Sonuç olarak, girişimcilik niyetinin sadece ekonomik boyutlarla sınırlı kalmayıp, duygusal ve sosyal faktörlerle de şekillendiği görülmektedir. Şefkatli bireyler, insanlara yardım etme isteği ve çevresine karşı duyduğu sorumlulukları doğrultusunda girişimcilik yolunu tercih etmekte, bu durum özellikle sosyal girişimcilik alanında dikkat çeken bir eğilim olarak öne çıkmaktadır.Bu nedenle, araştırmanın temel önermelerinden biri olarak aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H5: Şefkatlik ile girişimcilik niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır.

2.3.2. Olumsuz Duygular

Sosyal etkiyi kaybetme korkusu

Başarısızlık korkusuna yönelik literatürde yapılan çalışmalarda, bu kavram genellikle performans kaygısının bir alt boyutu olarak ele alınmıştır. Utanç ve kaygı gibi duygular, başarısızlık korkusunun temel bileşenleri arasında yer almakta ve bu korkunun duygusal yönünü ön plana çıkarmaktadır (Conroy, 2001). Başarısızlık korkusu, yaşamın kaçınılmaz bir parçası olarak, doğuştan gelen ve bireylerin önem verdikleri konular üzerinde etkili olma çabalarıyla yakından ilişkilidir (Vealey, 2008) . Pek çok durumda başarısızlık, girişimcinin öz güveni, kendine olan inancı ve risk alma eğilimini olumsuz yönde etkileyebilir. Bu duygu, bireyin daha girişimde dahi bulunmadan önce, başarılı olamayacağına dair inanç geliştirerek, umutsuzluğa

kapılmasına neden olabilir (Cacciotti ve Hayton, 2015). Bu nedenle girişimcilik sürecinde yaşanan başarısızlık, hem maddi hem de manevi açıdan yıpratıcı ve maliyetli bir deneyim olarak değerlendirilmektedir (Cope, 2011).

Başarısızlığın bir alt boyutu olan sosyal etkiyi kaybetme korkusu bireyin hayatındaki önemli kişilerin ilgisini kaybetme korkusu olarak tanımlanmakta ve sosyal onay ile ilişkilendirilmektedir (Conroy vd., 2002). Yani sosyal etkinin kaybına yönelik duyulan korku, bireyin toplum içinde kabul görme ve saygı kazanma arzusunun, çevresinden alacağı onay ve takdirin azalması ya da tamamen yok olması endişesiyle ilişkilidir. Sosyal etkiyi kaybetme korkusu yaşayan kişiler, değerlerinin başarılarına bağlı olduğuna inanmakta ve başarı sağlayamadıklarında değerlerinin düşeceğini düşünmektedirler (Kahraman ve Sungur, 2016). Van ve Laenen (2017), sosyal ilişkilerin destekleyici rolüne dikkat çekerek bu ilişkilerin, bireylerin gelecekteki başarılarına ulaşmalarında teşvik edici bir unsur olduğunu vurgulamaktadır (Van ve Laenen, 2017). Özellilkle girişimcilik yöneliminde, aile, arkadaşlar ve iş çevresi gibi sosyal çevre öğeleri önemli bir rol oynamaktadır. Bu doğrultuda, yürütülen bu araştırma kapsamında aşağıdaki hipotez ileri sürülmektedir.

Bu bağlamda, sosyal etkiyi kaybetme korkusu ile girişimcilik niyeti arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu varsayılmakta olup, bu doğrultuda yürütülen çalışmada aşağıda yer alan hipotez öne sürülmektedir.

H6: Sosyal etkiyi kaybetme korkusu ile girişimcilik niyeti arasında negatif bir ilişki vardır.

2.4. ÇOK BOYUTLU DÜRTÜSELLİĞİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ

"Dürtüsellik, rasyonel karar verme eksikliği olarak tanımlanırken, rasyonel davranış, dürtüsel eylemlerin aksine yalnızca anlık memnuniyete odaklanmak yerine uzun vadeli yararları dikkate alan eylemler olarak değerlendirilmektedir" (Wiklund vd., 2018). Özellikle dürtüselliğin, girişimcilerde diğer insanlara göre daha yaygın görünen bir özellik olduğu ve bu kapsamda girişimcilik niyetini etkilediği öne sürülmektedir (Wiklund vd., 2018). Ayrıca, dürtüsel bireyler girişimcilik alanında ilgi gösterebilir ve bu alanda başarılı olma potansiyeline sahip olabilirler, çünkü belirsizlikten hoşlanırlar ve analiz etmek yerine eyleme geçmeyi tercih ederler (Hofmann vd., 2009; Verheul vd., 2015). Girişimcilik, belirsizliklerle başa çıkma ve fırsatları hızlı bir şekilde yakalama yeteneği gerektirdiğinden, bu tür davranışlar fırsatları değerlendirmek için kritik olabilmektedir (Michael ve Melodi, 2021). Dahası, dürtüsel davranma eğilimi yüksek bireylerin böyle riskli ve belirsiz durumları korku veya tehlikeden ziyade olumlu bir deneyim kaynağı olarak çerçevelemelerinden hareketle, girişimcilik niyeti olumlu etkilenmektedir (Berg vd., 2015). Özellikle, araştırmacılar UPPS dürtüsellik ölçeğinin dört alt boyutunun—duygu arayış, önceden tasarlama eksikliği, azim eksikliği ve aciliyet—ADHD semptomları gösteren bireylerin girişimcilik faaliyetlerine yönelme tercihlerini açıklamaya yardımcı olabileceğini ortaya koymuşlardır (Pietersen ve Botha, 2021). Son araştırmalar, dürtüselliğin çeşitli boyutlarının girişimciliğin erken aşamalarındaki belirli sonuçları olumlu yönde etkileyebileceğini göstermiştir (Doan vd., 2021; Pietersen ve Botha, 2021; Wiklund vd., 2017).

Lerner vd., (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, bireylerin dürtüsellik boyutlarının girişimcilik niyetleri ve davranışları üzerindeki olumlu etkilerini inceleyerek, dürtüselliğin girişimcilik açısından sağladığı avantajları ortaya koymuştur. Özellikle, bu dürtüsellik özellikleri, girişimcilerin risk alma ve fırsatları değerlendirme

yeteneklerini artırmakta ve yenilikçi düşünme ile yaratıcı çözümler geliştirme konusunda cesaretlendirmektedir. Bir diğer çalışma, girişimci öz yeterlilik ve niyetlerin oluşumunda çok boyutlu dürtüsellik özelliklerinin etkisini vurgulamaktadır. Çalışmada, UPPS dürtüselliği ile girişimcilik arasında olumlu bir bağlandı olduğu tespit edilmiştir ve bu dürtüsellik özelliklerinin, bireylerin girişimciliği bir kariyer seçeneği olarak değerlendirmelerinde nasıl etkili bir faktör olabileceği ele alınmıştır. Elde edilen bulgular, mesleki yönelim ve kariyer planlaması açısından önemli sonuçlar ortaya koymaktadır (Pietersen ve Botha, 2021).

SUPPS-P dürtüsel davranışı, olumsuz aciliyet, olumlu aciliyettir, azim eksikliği, önceden tasarlama eksikliği ve heyecan arayışı olmak üzere beş boyutta ele almaktadır. Aciliyet, girişimcilerin fırsatları hızlı bir şekilde değerlendirmesini ve karar vermesini sağlamaktadır. Dürtüsel bireylerin fikir üretme konusunda da yetenekli oldukları görülmektedir (Furst, 2014). Pozitif aciliyet son derece olumlu bir ruh halindeyken, negatif aciliyet ise son derece olumsuz bir ruh halindeyken gerçekleştirilen riskli davranışlarla ilişkilidir (Cyders ve Smith, 2007). Azim eksikliği ile girişimcilik arasında pozitif bir ilişkinin bulunduğu ifade edilmektedir (Doan vd., 2021). Heyecan arayışı, bireylerin yeni, heyecan verici ve ödüllendirici deneyimlere yönelik duyduğu arzudur. Bu özellik, risk almayı ve yeni deneyimler yaşamayı teşvik eden bir dürtüdür, ancak genellikle olumlu ve yapıcı bir şekilde ortaya çıkmaktadır (Wiklund vd., 2017). Heyecan arayışı ve önceden tasarlama eksikliği yüksek bireylerin girişimcilik sürecine içkin olan belirsiz durumlara karşı yüksek toleransının bulunduğu belirtilmektedir (Teoh ve Foo, 1997).

Yukarıda belirtilen teorik ve ampirik bilgiler doğrultusunda aşağıdaki hipotez ortaya atılmıştır.

H7: Çok boyutlu dürtüsellik; şefkatlik, umut, iyimserlik, kendini değersiz görme korkusu, belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu ve sosyal etkiyi kaybetme korkusu girişimcilik niyetini arasındaki ilişkide düzenleyici rol oynamaktadır.

Çok boyutlu dürtüsellik, bireyin düşünmeden davranma, ani karar verme, dikkat eksikliği, heyecan arayışı gibi çeşitli alt boyutlarını kapsamaktadır (Whiteside ve Lynam, 2001). Dürtüselliği yüksek bireyler genellikle hızlı karar alma ve anlık dürtülere göre hareket etme eğilimindeyken, düşük dürtüselliğe sahip bireyler daha çok planlı davranma ve riskleri değerlendirme becerisi gösterir. Bu kapsamda çok boyutlu dürtüselliğin yüksek seviyeleri için iyimserlik ile girişimcilik niyeti ilişkisinin (H1a; H6b) anlamsız olacağı beklenmektedir. Düşük çok boyutlu dürtüsellik seviyelerinde şefkatlik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkinin (H2a; H3a; H4a; H5a) pozitif yönde anlamlı olması düşünülmektedir. Bu bağlamda, Çok Boyutlu Dürtüselliğin düzenleyici rolü dikkate alındığında, araştırmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde yeniden ifade edilebilir.

H1a: *Çok Boyutlu Dürtüsellik seviyesi için şefkatlik ile girişimcilik niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır***.**

H1b: *Çok Boyutlu Dürtüsellik seviyesi için şefkatlik ile girişimcilik niyeti arasında negatif bir ilişki vardır***.**

H2a: *Çok Boyutlu Dürtüsellik seviyesi için iyimserlik ile girişimcilik niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır***.**

H2b: *Çok Boyutlu Dürtüsellik seviyesi için iyimserlik ile girişimcilik niyeti arasında negatif bir ilişki vardır***.**

H3a: *Çok Boyutlu Dürtüsellik seviyesi için umut ile girişimcilik niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır.*

H3b: *Çok Boyutlu Dürtüsellik seviyesi için umut ile girişimcilik niyeti arasında negatif bir ilişki vardır.*

H4a: *Çok Boyutlu Dürtüsellik seviyesi için kendini değersiz görme korkusu ile girişimcilik niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır.*

H4b: *Çok Boyutlu Dürtüsellik seviyesi için kendini değersiz görme korkusu ile girişimcilik niyeti arasında negatif bir ilişki vardır.*

H5a: *Çok Boyutlu Dürtüsellik seviyesi için belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu ile girişimcilik niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır.*

H5b: *Çok Boyutlu Dürtüsellik seviyesi için belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu ile girişimcilik niyeti arasında negatif bir ilişki vardır.*

H6a: *Çok Boyutlu Dürtüsellik seviyesi için sosyal etkiyi kaybetme korkusu ile girişimcilik niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır.*

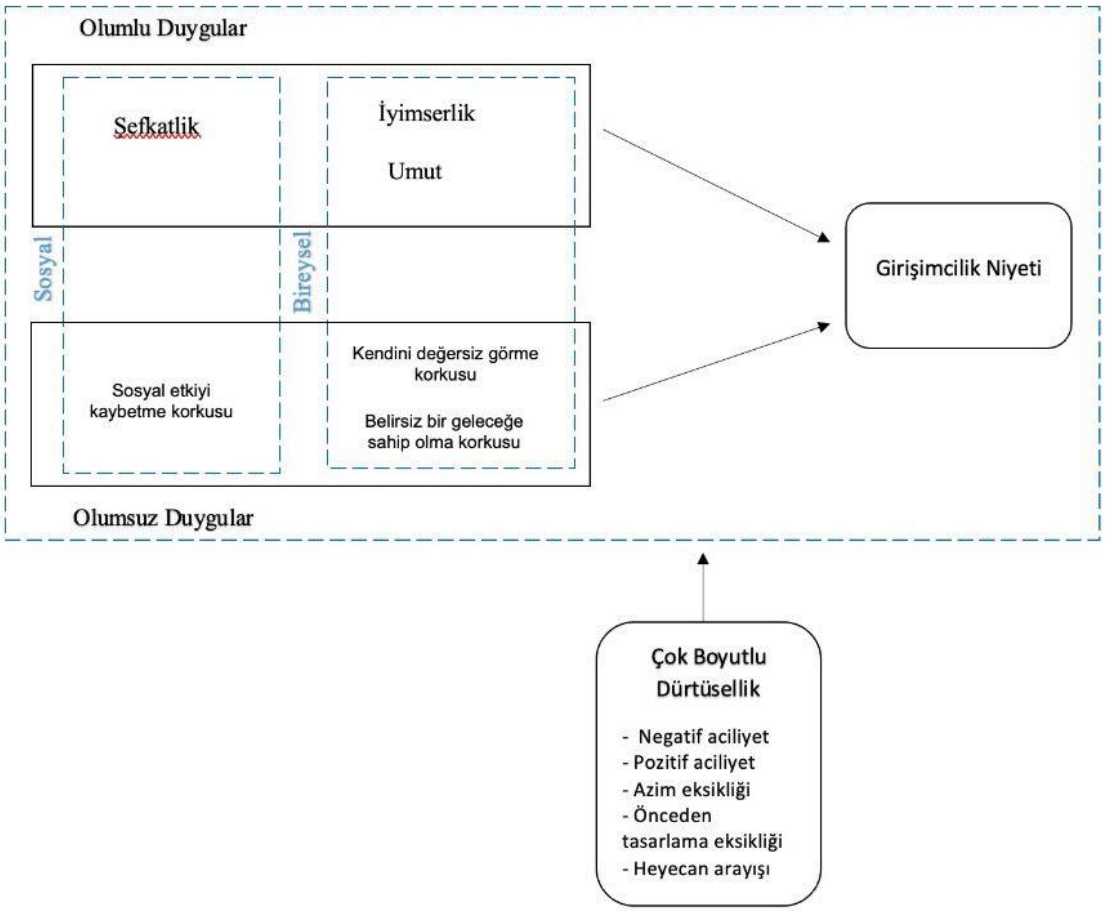
H6b: *Çok Boyutlu Dürtüsellik seviyesi için sosyal etkiyi kaybetme korkusu ile girişimcilik niyeti arasında negatif bir ilişki vardır.*

2.5. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Bu araştırma, bireylerin olumlu ve olumsuz, bireysel ve sosyal duyguların girişimcilik sürecinin başlamasına öncülük eden girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde çok boyutlu dürtüselliğin rolünü irdelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma amacına uygun olarak yukarıda belirtilen ilişkileri açıklayan bir araştırna modeli geliştirildi. Araştırmaya ilişkin yapısal model; olumlu-bireysel (iyimserlik ve umut), olumlu-sosyal

(şefkatlik); olumsuz-bireysel (değersizlik korkusu ve gelecek korkusu) ve olumsuz-sosyal (sosyal korku), çok boyutlu dürtüsellik ve girişimcilik niyeti ve kendi aralarındaki olası ilişki ağından oluşmaktadır.

Şekil 1. Araştırma Modeli



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM VE BULGULAR

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmada hem olumlu hem de olumsuz duyguların yanı sıra bireysel ve sosyal duyguların çok boyutlu dürtüselliğin etkisi yoluyla girişimcilik niyetini etkileyebileceği öne sürülmektedir. Girişimcilik niyeti, bireyin gelecekte kendi işini kurma yönündeki isteğini ve eğilimini ifade eder. Bu bireyin yeni bir işletme kurma planı yapmasıdır ve girişimcilik sürecinin önemli bir öncülü olarak kabul edilmektedir (Engle vd., 2010). Duyguların karar verme süreçlerine olan etkisi dikkate alındığında, olumlu duyguların bireylerin girişimcilik niyetini artırabileceği, olumsuz duyguların ise bu niyeti engelleyebileceği öne sürülmektedir (Baron, 2008). Bununla birlikte, olumsuz duygularla ilgili mevcut literatürdeki çalışmalar, çelişkili sonuçlar ortaya koymakta ve bu durumun daha fazla araştırma gerektirdiği vurgulanmaktadır (Diener vd., 2003). Girişimciliğin rasyonel bir karar sürecinden ziyade duygular ve dürtüsellik gibi rasyonel tercih dışı faktörlerle ele alınması önemlidir.

Günümüzde, ekonomik kararlar da dahil olmak üzere bireylerin davranışlarında ve niyetlerinde rasyonel süreçlerin yanında hatta kimi zaman rasyonel süreçlere rağmen, bireysel ve sosyal duyguların da etkili olduğu savunulmaktadır (Timuroğlu vd., 2017). Bireylerin en rasyonel olması beklenen kararlarında dahi duyguların etkisinden söz edilmektedir. Bu kapsamda kimi çalışmalar girişimciliği duygusal bir yolculuk olarak ele almaktadır (Cacciotti & Hayton, 2015; Morris vd., 2013). Dahası, bireysel düzeyde girişimcilik niyetinin sadece ekonomik bir karar değil, doğası gereği sosyal olduğu

(Bernadetta ve Ginting 2023) ve bireysel ve sosyal duyguları da içerdiği öne sürülmektedir (Cacciotti ve Hayton, 2015; Morris vd., 2012). Ancak, bireylerin duygularına bağlı olarak ani ve dürtüsel kararlar alabileceği de bilinmektedir (Shane, 2003). Bu noktada, çok boyutlu dürtüsellik, bireylerin duygularına dayalı olarak girişimcilik niyetlerini nasıl şekillendirdiğini anlamada kritik bir değişken olarak görülmektedir (Baum, Frese & Baron, 2014) . Bu kapsamda, girişimcilikte farklı duygu kategorilerine odaklanarak bireylerin duygularının davranışsal sonuçlarla nasıl etkileşime girdiğini anlamaya yönelik bilgi üretmek hedeflenmektedir.

Böylece, çok boyutlu dürtüselliğin düzenleyici rolüne odaklanarak, şefkatlik, iyimserlik, umut, değersizlik korkusu, gelecek korkusu ve sosyal korku gibi duyguların girişimcilik niyetini nasıl etkilediğini araştırmak amaçlanmaktadır. Özellikle dürtüsellik, girişimciler arasında, girişimci olmayanlara göre daha yaygın görünen bir özellik olarak kabul edilmekte ve bu kapsamda araştırmada bunun girişimcilik niyetini nasıl etkilediğini ele alan bir çerçeve geliştirilmesi hedeflenmektedir. Bu kapsamda araştırmada üniversitelerin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde, İşletme bölümünde öğrenim gören öğrenciler ile araştırma yürütülecektir. İşletme eğitimi, finans, yönetim, pazarlama ve girişimcilik gibi alanları kapsayarak öğrencilerin girişimcilik niyetlerini etkileyebilecek önemli unsurlar sunmaktadır. Girişimcilik niyeti çalışmalarının, kariyerlerinin başında olan üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilmesi literatürde sıklıkla karşılaşılan bir durumdur (Korkmaz, 2012; Nabi vd., 2017). Ayrıca, mezuniyet sonrası kariyer yolculuklarında girişimcilik veya kurumsal bir iş arasında seçim yapma sürecinde olmaları, onları bu tür bir araştırma için ideal hale getirmektedir Bununla birlikte, gelecek belirsizliğinin getirdiği olumlu ve olumsuz duyguların, gençlerde dürtüsel davranma ihtimalini artırdığı öne sürülmektedir (Kessler vd., 2006) ve söz konusu kavramlar mevcut çalışmanın temel kavramlarındandır.

3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.2.1. Tasarım ve Veri

Bu araştırmada, öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin şekillenmesinde olumlu ve olumsuz duygular ile çok boyutlu dürtüselliğin rolünü incelemek amacıyla veriler, Türkiye'de çevrim içi anket yöntemiyle toplanmıştır. Anket formundaki sorular, daha önce yapılmış çalışmalarda geçerliği ve güvenirliği onaylanmış ölçeklerden uyarlanmıştır. İngilizce olarak geliştirilen ölçekler önce Türkçeye çevrilmiş, ardından anlam bütünlüğünü koruyup korumadığını değerlendirmek için farklı akademisyenler tarafından tekrar İngilizceye çevrilmiştir. Ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği sağlandıktan sonra tüm maddeler, 1 (Kesinlikle Katılmıyorum) ile 7 (Kesinlikle Katılıyorum) arasında değişen 7'li Likert tipi derecelendirme formatında düzenlenmiştir. Anket, katılımcıların gizliliğini ve anonim kalmalarını sağlayacak şekilde tasarlanmış olup, veri toplama sürecinde herhangi bir teşvik verilmemiştir.

Araştırmada kullanılan anket formları, çevrimiçi uygulama olan "Google Formlar" kullanılarak oluşturulmuştur ve demografik bilgileri içeren maddeler de dahil olmak üzere tüm soruların yanıtlanması katılımcıların tercihine bırakılmıştır. Araştırmada çevrimiçi anket, iki temel bölüm halinde oyapılandırılmıştır. İlk bölümde, demografik değişkenlere ilişkin veri, ikinci bölümde ise, literatürden alınan güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiş ölçeklerle değişkenlere ilişkin veri toplanacaktır. Anket bağlantısı Türkiye'de yaşayan Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olan işletme bölümü öğrencilerine çevrimiçi olarak gönderilmiştir. Anket formu, demografik sorular haricinde, bağımlı ve bağımsız değişkenlere yönelik toplamda 62 ifadeden oluşmaktadır. Katılımcıların anketi tamamlaması ortalama 8-12 dakika sürmüştür.

Anketin ortasında, katılımcıların dikkatini test etmek amacıyla "Bu bir kontrol sorusudur. Bu soruyu okuyorsanız 2yi işaretleyiniz" şeklinde bir dikkat kontrol sorusu eklenmiştir. Bu soruda katılımcılardan, "(2)" seçeneğini işaretlemeleri istenmiştir. Dikkat kontrolünde başarısız olan katılımcılar, veri analizinden çıkarılmıştır. Bu süreçlerin ardından toplam 207 anket toplanmış ve kontrol ile uç değerlerin göz önünde bulundurulmasıyla çıkarılan anketler 172 katılımcıya ulaşılmıştır.

3.2.2. Örneklem

Gelecek belirsizliğinin getirdiği olumlu ve olumsuz duyguların, gençlerde dürtüsel davranma ihtimalini artırdığı öne sürülmektedir (Kessler vd., 2005). Bu kapsamda, araştırma örneklemi, Türkiye'deki üniversite lisans İşletme bölümünde eğitim gören öğrencilerinden oluşmaktadır. İşletme öğrencilerin alan derslerinin bir kısmının girişimcilik ile ilişkili olması sebebiyle tercih edilmiştir (Jena, 2020). Anket, ilk olarak 16.10.2024 ile 25.12.2024 tarihleri arasında yapılan ön araştırmada, 36 katılımcıdan toplanan verilerle ön test edilmiştir. Ön testlerin tamamlanmasının ardından nihai haline getirilen anket toplamda kota örneklem yöntemiyle belirlenmiş 207 üniversite öğrencisine uygulanmıştır. Sekiz değişkene dayalı olarak oluşturulan anket formlarından elde edilen geçerli veriler doğrultusunda, araştırmada belirlenen hipotezlerin tespiti gerçekleştirilmiştir.

3.2.3. Değişkenler ve Ölçüm

Çalışmanın modelinde olumlu duygular (şefkatlik, umut ve iyimserlik), olumsuz duygular (sosyal etkiyi kaybetme korkusu, kendini değersiz görme korkusu ve belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu), çok boyutlu dürtüsellik ve girişimcilik niyetine ilişkin 8 değişken bulunmaktadır.

Şefkatliği ölçmek için Hwang vd., (2008) tarafından geliştirilen 5 sorudan oluşan Santa Clara Kısa Şefkat Ölçeği kullanılmıştır(Hwang vd., 2008). Subaşı vd., (2024) bu ölçek ifadeleri için geçerlilik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu Santa Clara Kısa Şefkat Ölçeği, bireylerin şefkat düzeylerini ölçmek amacıyla kullanılan güvenilir bir ölçektir.

Bireylerin geleceğe yönelik olumlu beklentilerini ölçmek amaçıyla kullanılan "iyimserlik Niyeti" ölçeği Scheier vd., (1994) tarafından hazırlanmış ve Gökçe (2017) tarafından Türkçeye geçerlilik ve güvenilirliği uyarlanmıştır (Scheier ve Carver, 1992). Ölçek 6 maddeden oluşmaktadır.

Snyder vd., (1991) tarafından 15 yaş ve üzerindeki bireylerin sürekli umut düzeylerini ölçmek amacıyla geliştirilmiştir(Snyder vd., 1991). Ölçeğin Türkçe'ye uyarlama çalışması Sinem ve Hasan (2015) tarafından yapılmıştır. Sürekli Umut Ölçeği 12 ifadeden oluşmaktadır (Sinem Tarhan ve Hasan Bacanlı, 2015).

Bu çalışma kapsamında Conroy vd., (2002) tarafından geliştirilen beş boyut olarak ele alınan (utanç ve mahcubiyet korkusu, kendini değersiz görme korkusu, belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu, sosyal etkiyi kaybetme korkusu ve önemli kişilerin hayal kırıklığına uğratma korkusu) Çok Boyutlu Başarısızlık Korkusu ölçeği kullanılmıştır (Conroy vd., 2002). Çok Boyutlu Başarısızlık Korkusu ölçeği Mustafa Engür (2011) tarafından Türkçeye çevrilip uyarlanan şekli olan "Performans Başarısızlık Değerlendirme Envanteri" geçerliliği ve güvenilirliği yine Mustafa Engür (2011) tarafından test edilmiştir (Mustafa Engür, 2011) .

Çok boyutlu dürtüselliğin ölçümünde Whiteside ve Lynam'ın (2013) 20 sorudan oluşan kısaltılmış UPPS-P (SUPPS-P) ölçeği kullanılmştır (Whiteside ve Lynam, 2001). Bu ölçek, dürtüselliğin beş farklı boyutunu değerlendirmekte olup, bireylerin dürtüsel

eğilimlerini belirlemek için güveniliği ve geçerliği tespit edilmiş bir ölçüm aracı olarak kabul edilmektedir.

Girişimcilik niyetini değerlendirmek amacıyla, Liñán ve arkadaşları (2009) tarafından geliştirilen ve toplamda altı ifadeden oluşan ölçüm aracı kullanılmıştır. İlgili ölçek, Türkçe'ye Şeşen ve Basım (2012) tarafından uyarlanmış olup, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri bu çalışma kapsamında gerçekleştirilmiştir. Bu ölçek, bireylerin girişimcilik yönelimlerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Ölçekten elde edilen yüksek puanlar, katılımcının girişimcilik niyetinin yüksek olduğunu ifade etmektedir. Çalışmada yer alan tüm ölçekler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Ölçek İfadeleri

Değişken	**İfadeler**
Olumlu Duygular	
• Şefkatlik	Tanımasam bile birinin zor bir dönemden geçtiğini duyduğumda ona karşı büyük bir merhamet hissederim. Hayatımda bana en çok anlam katan faaliyetlerden biri, yardıma ihtiyacı olan diğer insanlara yardım etmektir. Hayatımda bana en çok anlam katan faaliyetlerden biri, yardıma ihtiyacı olan diğer insanlara yardım etmektir. Tanımasam bile başkalarına yardım edecek eylemlerde bulunmayı kendi çıkarıma hareket etmeye tercih ederim. İhtiyacı varmış gibi görünen insanlara karşı genellikle şefkatli duygular beslerim.
• Umut	Sıkıntılı bir durumdan kurtulmak için pek çok yol düşünebilirim. Enerjik bir biçimde amaçlarıma ulaşmaya çalışırım. Nadiren kendimi yorgun hissederim. Herhangi bir problemin pek çok çözüm yolu vardır. Tartışmalarda genellikle galip çıkarım. Benim için önemli olan şeylere ulaşabilmek için çeşitli yollar düşünebilirim. Sağlığım için endişe duymam. Başkalarının pes ettiği durumlarda bile, sorunu çözecek bir yol bulabileceğimi bilirim. Geçmiş yaşantılarım beni geleceğe iyi biçimde hazırladı. Hayatta oldukça başarılıyım. Genellikle endişeli hareket etmem. Kendim için koyduğum hedeflere ulaşırım.

Tablo 2. Ölçek İfadeleri (Devamı)

Değişken	İfadeler
• İyimserlik	Belirsiz zamanlarda genellikle en iyisini beklerim. Benim için her şey yolunda gider. Geleceğim konusunda her zaman iyimserimdir. İşlerin her zaman istediğim gibi gitmesini beklerim. Başıma iyi şeyler geleceğine güvenirim. Genel olarak başıma kötüden çok iyi şeylerin gelmesini beklerim. Belirsiz zamanlarda genellikle en iyisini beklerim. Benim için her şey yolunda gider.
Olumsuz Duygular	
• Sosyal Etkiyi Kaybetme Korkusu	Başarılı olamadığım zaman insanlar benimle daha az ilgileniyor. Başarısız olduğumda insanlar bana daha az yardım etmek istiyor gibi görünüyor. Başarısız olduğumda insanlar beni yalnız bırakma eğiliminde oluyor. Başarısız olduğumda bazı insanlar artık benimle ilgilenmiyor. Başarısız olduğumda bazı insanlar artık benimle ilgilenmiyor.
• Kendini Değersiz Görme Korkusu	Başarısız olmamın nedeni genellikle yeterince zeki olmamamdır. Başarısız olduğumda yeteneksizliğimi suçluyorum. Başarısız olduğumda yeterli yeteneğe sahip olmadığımdan korkuyorum. Başarısız olduğumda performansımın kontrolünün bende olmadığını hissediyorum.
1. Belirsiz Bir Geleceğe Sahip Olma Korkusu	Başarısız olduğumda geleceğim belirsiz görünüyor. Başarısız olduğumda gelecek planlarımın değişeceğine inanıyorum. Başarısız olduğumda bu benim gelecekle ilgili "planımı" bozuyor. Başarısız olduğumda gelecek planlarımın etkilemesinden korkuyorum.
Çok Boyutlu Dürtüsellik	
• Negatif Aciliyet	Kendimi kötü hissettiğimde, çoğu kez o anda iyi hissettiren fakat sonradan yaptığıma pişman olduğum şeyler yaparım. Kendimi kötü hissettiğim bazı zamanlarda, kendimi kötü hissettirse bile yapmakta olduğum şeyi durduramam. Üzgün olduğum zamanlarda çoğu kez düşünmeden hareket ederim. Reddedildiğimi hissettiğim zamanlarda, çoğu kez sonradan pişman olduğum şeyler söylerim.
• Azim Eksikliği	Genellikle olayları sonuna kadar takip etmeyi severim. Bitmemiş, yarım kalan işler canımı sıkar. Bir şey yapmaya başladığımda, durmaktan nefret ederim. Başladığım işi bitiririm.

Tablo 3. Ölçek İfadeleri (Devamı)

Değişken	İfadeler
• Önceden Tasarlama Eksikliği	Düşüncelerim ölçülü ve bir amaca yöneliktir. Harekete geçmeden önce biraz durup yapacağım şey üzerine düşünürüm. Karşılaştığım sorunları mantıklı bir biçimde değerlendirerek "makul" bir yaklaşımda bulunma eğilimindeyim. Herhangi bir şey yapmadan önce genellikle iyice düşünürüm. Düşüncelerim ölçülü ve bir amaca yöneliktir.
• Heyecan Arayışı	Risk almaktan hoşlanırım. Biraz korkutucu ya da gelenekdışı dahi olsalar, yeni deneyimler ve duygular yaşamaya açığımdır. Uçak kullanmayı öğrenmek hoşuma gidebilir. Yüksek bir dağın tepesinden aşağıya hızla kayarken hissedilen duygular bana keyif verebilir.
• Pozitif Aciliyet	Kendimi iyi hissettiğimde, bana sorun çıkarabilecek durumlara girme eğilimindeyim. Kendimi iyi hissettiğimde, kontrolü kaybetme eğilimindeyim. Çok heyecanlı hissettiğimde, yaptığım şeyler başkalarını şaşırtır veya endişelendirir. Çok heyecanlandığımda, düşünmeden hareket etme eğilimindeyim.
• Girişimcilik Niyeti	Girişimci olmak için her şeyi yapmaya hazırım. Profesyonel hedefim bir girişimci olmaktır. Kendi işimi kurmak ve işletmek için elimden gelen her şeyi yapacağım. Gelecekte kendi işimi kurma konusunda kararlıyım. Bir işletme kurmayı ciddi olarak düşünüyorum. Bir gün kendi işimi kurmaya gerçekten niyetliyim.

3.3. VERİ ANALİZİ VE BULGULAR

Çalışmanın bulgular bölümünde, öncelikle katılımcıların temel demografik özelliklerine dair tanımlayıcı istatistikler sunulmuştur. Ayrıca, araştırma verisinin normal dağılım gösterip göstermediği, değişkenler arasındaki korelasyon ilişkileri ve ölçeklerin güvenilirlik ile geçerliliğine yönelik analizler yapılmıştır. Bunun yanı sıra, araştırma modeli ile toplanan verinin uyumunu gösteren analiz sonuçları ve hipotez testlerine ilişkin bulgular detaylandırılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 25 yazılımı kullanılmıştır.

3.3.1. Demografik Veriler

Çalışmada elde edilen verilere ait demografik bilgiler Tablo 2'de sunulmuştur. Katılımcıların %75'i kadın, %25'i ise erkektir. Katılımcıların ailesinin aylık toplam %25'inin geliri 20,001 - 40,000 TL, %30,2'sının geliri 40,001 - 60,000 TL arası, %22,7'ünün geliri 60,001 - 80,000 TL arası, %9,3'inin geliri 80,001 - 100,000 TL arası ve %12,2'sının geliri □□100,001 TL ve üzeridir. Katılımcıların %39,5'nin çekirdek ailenizde (anne, baba, kardeş) girişimci varken, %60,5'nin girişimci yakını yoktur.

Tablo 4. Demografik İstatistikler

Cinsiyet	Sıklık	%
Kadın	129	75
Erkek	43	25
Toplam	172	100
Aylık Gelir		
20,001 - 40,000 TL	43	25.0
40,001 - 60,000 TL	52	30.2
60,001 - 80,000 TL	39	22.7
80,001 - 100,000	16	9.3
100,001 TL ve üzeri	21	12.2
Toplam	172	100
Eğitim Düzeyi		
İşletme	168	97.7
Vd,.	4	2.3
Toplam	172	100
Aile girimci		
Var	68	39.5
Yok	104	60.5
Toplam	172	100

3.3.2. Ölçek İfadelerine ilişkin Temel Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin tanımlayıcı istatistikler, Tablo 3'te yer almaktadır. Verilerin normal dağılıma uygunluğu, çarpıklık ve basıklık değerleri

üzerinden değerlendirilmiştir. Elde edilen çarpıklık değerleri –1.538 ile +0.630, basıklık değerleri ise –1.147 ile +8.522 aralığında yer almaktadır. Bu değerlerin, sınır değer olarak kabul edilen 2 ve 7'nin altında olması (West, 1995) verilerin normal dağılıma uygun olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda, normallik varsayan analizler için verilerin uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 5. İfadelere Dair Temel İstatiksel Veriler

	Aritmetik Ortalama	**Standart Sapma**	**Çarpıklık**	**Basıklık**
Olumlu Duygular				
Şefkat1	5.3488	1.57664	-.972	.499
Şefkat2	4.5988	1.71904	-.484	-.467
Şefkat3	4.9128	1.63244	-.633	-.251
Şefkat4	5.6860	1.34870	-1.162	1.306
Şefkat5	5.4327	1.44282	-.957	.680
Umut1	3.6453	1.79239	.127	-.945
Umut2	5.5698	1.40209	-1.040	.794
Umut3	4.8953	1.31593	-.366	.105
Umut4	2.3372	1.07181	3.098	8.522
Umut5	5.6198	1.26188	-1.051	1.176
Umut6	5.2616	1.48526	-.817	.171
Umut7	5.5000	1.53897	-1.125	.734
Umut8	4.7384	1.27785	-.450	.403
Umut9	4.5087	1.57231	-.153	-.600
Umut10	5.1287	1.34462	-.515	-.262
Umut11	5.0000	1.44287	-.674	.312
Umut12	4.4360	1.49521	-.194	-.223
İyimser1	4.8721	1.54690	-.522	-.286
İyimser2	5.1163	1.40940	-.500	-.062
İyimser3	5.2151	1.48883	-.924	.458
İyimser4	5.1570	1.57235	-.847	.223
İyimser5	4.7721	1.64389	-.483	-.459
İyimser6	3.6512	1.82104	.177	-.930
Olumsuz Duygular				
Kendini1	3.8314	1.72378	-.041	-.900
Kendini2	4.4186	1.81910	-.392	-.788
Kendini3	4.0349	1.69587	-.041	-.829
Kendini4	4.1628	1.59942	-.139	-.440
Gelecek1	3.5814	1.78011	.129	-.984
Gelecek2	4.2558	1.73499	-.211	-.913
Gelecek3	3.4593	1.99812	.345	-1.147
Gelecek4	3.5756	1.83854	.170	-1.104
Sosyal1	3.3779	1.90173	.343	-1.059
Sosya2	3.1221	1.89248	.566	-.921
Sosyal3	3.3198	1.97264	.462	-1.062
Sosyal4	4.7965	1.75699	-.470	-.518
Sosyal5	4.6395	1.91585	-.519	-.863

Tablo 6. İfadelere Dair Temel İstatiksel Veriler (Devamı)

	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Çok Boyutlu Dürtüsellik				
NegatifA1	3.6163	1.89285	.273	-1.005
NegatifA2	3.5349	1.82701	.368	-.795
NegatifA3	5.4942	1.47691	-.876	.166
NegatifA4	5.8953	1.40200	-1.538	2.314
AzimE1	5.2849	1.44902	-.696	.053
AzimE2	5.8256	1.31293	-1.273	1.648
AzimE3	5.4186	1.37194	-.873	.636
AzimE4	5.6570	1.40334	-1.309	1.872
ÖncedenTE1	5.5523	1.40286	-1.118	1.165
ÖncedenTE1	5.5988	1.36652	-1.010	.815
ÖncedenTE3	4.7791	1.59606	-.549	-.102
ÖncedenTE4	5.1163	1.52882	-.834	.330
DuyguA1	4.9477	2.00077	-.734	-.664
DuyguA2	4.7209	1.94155	-.579	-.675
DuyguA3	3.6490	1.76209	.282	-.788
DuyguA4	3.0174	1.62752	.630	-.350
PozitifA1	3.5465	1.79119	.365	-.877
PozitifA2	3.4651	1.85874	.293	-.944
PozitifA3	5.3837	1.52307	-.982	.508
PozitifA4	5.4211	1.61442	-1.130	.826
Girişimcilik Niyeti				
GNiyet1	5.1163	1.80913	-.721	-.502
GNiyet2	5.2616	1.76255	-.794	-.379
GNiyet3	5.1628	1.79903	-.704	-.557
GNiyet4	5.4360	1.75768	-.942	-.216
GNiyet5	3.8081	1.83957	.161	-.839
GNiyet6	4.0174	1.85584	-.004	-1.074

3.3.3. Ortak Yöntem Yanlılığı (Varyansı) Analizi

Araştırmada, verilerin tek bir zaman diliminde ve tek bir kaynaktan toplanması nedeniyle değişkenler arasında yapay bir ilişki oluşma olasılığı dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda, ortak yöntem yanlılığının (varyansının) araştırma sonuçlarını etkilememesi için gerekli analizler hem veri toplama öncesinde hem de sonrasında gerçekleştirilmiştir (Podsakoff vd., 2003). Anketin ifadeleri, katılımcılar tarafından kolayca anlaşılabilir ve açık olacak şekilde özenle hazırlanmıştır. Veri toplama sürecinden önce, katılımcılara yanıtlarının gizli tutulacağı ve soruların doğru ya da yanlış cevabının bulunmadığı açıkça belirtilerek ortak yöntem varyansı riskinin azaltılması hedeflenmiştir. Bu

doğrultuda, anket sorularının netliği sağlanmış ve katılımcıların gönüllü olarak verdikleri yanıtların anonim kalacağı vurgulanmıştır (Özer, 2022). Veri toplama sürecinin ardından, ortak yöntem varyansı sorununu değerlendirmek amacıyla Harman'ın Tek Faktör Testi uygulanmıştır (Podsakoff vd., 2003). Bu test kapsamında, ölçek içerisindeki tüm ifadelerin aynı anda faktör analizine tabi tutulmasıyla, ilk faktörün toplam varyansın %50'sinden fazlasını açıklayıp açıklamadığı incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre, faktör değeri 1'e eşitlenerek gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizinde ortak yöntem varyansı sorununa dair bir risk tespit edilmemiştir (Özer, 2022; Podsakoff vd., 2003).

Modelde yer alan ifadeler üzerinde döndürme işlemi yapılmadan gerçekleştirilen faktör analizinde, toplam açıklanan varyans 71,821 olarak belirlenirken, ilk faktörün açıklanan varyansı 25,257 olarak hesaplanmıştır. İlk faktörün açıkladığı varyans oranının %50'nin altında kalması, ortak yöntem yanlılığı sorununun olmadığını göstermektedir.

3.3.4. Güvenilirlik Analizi ve Açıklayıcı Faktör Analizi

Bu araştırma çerçevesinde, modele dahil edilen değişkenlere ait ölçeklerin faktör yapısını değerlendirmek amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) gerçekleştirilmiştir. Bu analiz, her bir ölçekte yer alan maddelerin aynı faktör altında toplanıp toplanmadığını, yani ölçeklerin tek boyutlu olup olmadığını incelemek üzere uygulanmıştır. Analize başlamadan önce, verilerin faktör analizine uygunluğunu belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve Bartlett küresellik testi yapılmıştır. KMO testi, değişkenler arasındaki korelasyonlara dayanarak analiz için örneklem büyüklüğünün yeterliliğini değerlendirirken, bu değerin .50'nin altında olması durumunda ilgili değişkenin analiz dışında bırakılması tavsiye

edilmektedir (Hair, 1998). Öte yandan, Bartlett küresellik testinin anlamlı ($p < .01$) çıkması, değişkenler arasında yeterli ilişki bulunduğunu ve faktör analizinin gerçekleştirilebileceğini göstermektedir.

Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) sonuçlarına ilişkin bulgular Tablo 4'te detaylı biçimde verilmiştir. Ayrıca, çalışmada kullanılan ölçeklerin içsel tutarlılığını değerlendirmek amacıyla Cronbach Alfa güvenilirlik katsayıları analiz edilmiştir. Literatürde bu katsayının 0.70 ve üzeri değerlerde olması, ölçeklerin güvenilirliğini göstermek açısından yeterli kabul edilmektedir (Hair, 2010). Araştırma bulguları incelendiğinde, kullanılan tüm ölçeklerin Cronbach Alfa değerlerinin 0.69 ile 0.95 arasında değiştiği görülmekte ve bu da ölçeklerin güvenilirlik düzeylerinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 7. Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	KMO Değeri	**Faktör Yükleri**	**Açıklanan Varyans**	**Cronbach's Alfa**
Olumlu Duygular				
Şefkat1		.722		
Şefkat2		.511		
Şefkat3	0,754	.493	56,83	0,868
Şefkat4		.624		
Şefkat5		.492		
Umut1		.514		
Umut2		.536		
Umut3		.360		
Umut4		.605		
Umut5		.694		
Umut6	0,882	.602	40,07	0,870
Umut7		.647		
Umut8		.631		
Umut9		.445		
Umut10		.594		
Umut11		.459		
Umut12		.552		
İyimser1		.703		
İyimser2		.547		
İyimser3	0,756	.736	42,52	0,865
İyimser4		.612		
İyimser5		.509		
İyimser6		.712		

Tablo 8. Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları (Devamı)

	KMO Değeri	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Cronbach's Alfa
Olumsuz Duygular				
Kendini1		.632		
Kendini2		.725		
Kendini3	0,754	.548	61,81	0,698
Kendini4		.542		
Gelecek1		.534		
Gelecek2		.623		
Gelecek3	0,654	.699	62,84	0,866
Gelecek4		.658		
Sosyal1		.801		
Sosya2		.830		
Sosyal3	0,642	.795	84,67	0,932
Sosyal4		.904		
Sosyal5		.905		
Çok Boyutlu Dürtüsellik				
NegatifA1		.771		
NegatifA2		.687		
NegatifA3		.599		
NegatifA4		.729		
AzimE1		.639		
AzimE2		.689		
AzimE3		.676		
AzimE4		.765		
ÖncedenTE1	0,827	.776	69,61	0,853
ÖncedenTE1		.717		
ÖncedenTE3		.626		
ÖncedenTE4		.578		
DuyguA1		.736		
DuyguA2		.664		
DuyguA3		.618		
DuyguA4		.743		
PozitifA1		.701		
PozitifA2		.662		
PozitifA3		.794		
PozitifA4		.755		
Girişimcilik Niyeti				
GNiyet1		.809		
GNiyet2		.919		
GNiyet3	0.799	.921	59,46	0,945
GNiyet4		.878		
GNiyet5		.811		
GNiyet6		.810		

3.3.5. Bulgular

Güvenilirlik testinin tamamlanmasının ardından, bağımsız değişkenler arasındaki ilişkileri daha ayrıntılı bir şekilde incelemek amacıyla korelasyon testi

yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon değerlerinin, -0,035 ile 0,659 arasında değiştiği gözlemlenmiştir. Bu sonuçlar, değişkenler arasında genel olarak düşük ve orta düzeyde ilişkiler olduğunu göstermektedir. Korelasyon katsayılarının .80'in altında kalması, modelde çoklu bağlantı (multicollinearity) sorununun bulunmadığını ortaya koymaktadır. Roth (1995) tarafından belirtilen bu durum, analizdeki doğruluğun ve güvenilirliğin artmasına katkı sağlamaktadır. Korelasyon testi sonuçları Tablo 5'te yer almaktadır. Ayrıca, çoklu bağlantı sorununu daha fazla doğrulamak amacıyla varyans artış faktörü (VIF) ve tolerans değerlerinin yanı sıra koşul indeksi (CI) değerleri de kontrol edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, VIF ve tolerans değerlerinin, değişkenler arasında çoklu bağlantı sorununu işaret etmediğini ortaya koymuştur. Bunun yanında, koşul indeksi (CI) değeri de çoklu bağlantı sorununun varlığına dair herhangi bir bulguya rastlanmadığını desteklemektedir. Tüm bu bulgular, güvenilirlik ve doğruluk açısından önemli bir gösterge olup, analizlerde herhangi bir veri hatası ya da sorun oluşturmadığını doğrulamaktadır. Bu bulgular, Tablo 6, Tablo 7 ve Tablo 8 'de detaylı bir şekilde sunulmaktadır.

Tablo 9. Pearson Korelasyon Katsayıları

	Girişim	**Şefkat**	**İyimser**	**Umut**	**Değersiz**	**Gelecek**	**Sosyal**	**CBD**
Girişim	1							
Şefkat	.430*	1						
iyimser	.338**	.550	1					
Umut	.289	.519*	.588*	1				
Değersiz	.144	.189	.231	-.016	1			
Gelecek	.147	-.008	.148	-.035	.629*	1		
Sosyal	.533*	.205	.284	.268	.324**	.659*	1	
CBD	.418*	.485*	.441*	.366*	.227	.218	.322**	1

** 0,01 düzeyinde anlamlı; ** 0,05 düzeyinde anlamlı.*

Bu araştırmada, bireylerin olumlu duyguları (şefkat, iyimserlik, umut) ile olumsuz duygulara dayalı korkularının (sosyal etkiyi kaybetme korkusu, belirsiz bir

geleceğe sahip olma korkusu ve kendini değersiz görme korkusu) girişimcilik niyeti üzerindeki etkileri, çoklu doğrusal regresyon analizi yöntemiyle ele alınmıştır. Regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F(6, 165) = 22.409$, $p < .001$). Modelin girişimcilik niyetine ilişkin toplam açıklayıcılığı %44,9 düzeyindedir ($R^2 = .449$) ve düzeltilmiş R^2 değeri .429 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, bağımsız değişkenlerin girişimcilik niyeti üzerindeki varyansın yaklaşık %43'ünü açıkladığını göstermektedir. İlgili verilere Tablo 6'da yer almaktadır. Çoklu doğrusal regresyon analizinde, Varyans Şişirme Faktörü (VIF) değerlerinin 1.695 ile 3.096 arasında değiştiği gözlemlenmiştir. Elde edilen bu değerler, kabul edilebilir sınır olan 10'un oldukça altında kalmaktadır. Dolayısıyla, modelde değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı (multicollinearity) sorununun bulunmadığı söylenebilir.

Analiz sonucuna göre, iyimserlik değişkeni ile girişimcilik niyeti arasında pozitif yönlü bir ilişki gözlemlenmiş olsa da, bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı belirlenmiştir ($\beta = .086$, $p = .276$; $t = 1.093$). Elde edilen %95 güven aralığı [–.091, .318] şeklindedir. Bu sonuç doğrultusunda, H1 hipotezi desteklenmemektedir. Umut değişkeninin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin negatif yönde olduğu gözlemlenmiştir. Ancak bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir ($\beta = –.106$, $p = .180$; $t = –1.346$). %95 güven aralığı [–.369, .070] aralığında yer almaktadır. Bu bulgular doğrultusunda H2 hipotezi desteklenmemektedir. Kendini değersiz görme korkusunun girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi pozitif yönde olsa da, bu ilişkinin istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı belirlenmiştir ($\beta = .084$, $p = .295$; $t = 1.050$). Elde edilen %95 güven aralığı [–.069, .225] olup, bu bulgu doğrultusunda H3 hipotezi desteklenmemektedir.H4**:** Belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusunun girişimcilik niyeti üzerindeki etkisine ilişkin hipotez analizinde, bu değişkenin girişimcilik niyetiyle negatif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki içinde olduğu

görülmüştür (β = –.387, p < .001; t = –3.809). %95 güven aralığı [–.526, –.167] arasında hesaplanmıştır. Elde edilen bulgular, bireylerin geleceğe ilişkin duyduğu belirsizlik korkusunun, girişimcilik niyetlerini azaltıcı bir etki yarattığını ortaya koymaktadır. Bu nedenle H4 hipotezi desteklenmiştir.

H5: Şefkatin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisine ilişkin analiz sonuçlarına göre, şefkat değişkeni girişimcilik niyeti üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etki göstermektedir (β = .274, p < .001; t = 3.637). %95 güven aralığı [.140, .474] aralığında yer almaktadır. Bu sonuç, bireylerin şefkat düzeyleri yükseldikçe girişimcilik niyetlerinde de artış olduğunu ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda H5 hipotezi desteklenmiştir. H6 hipotezinde, sosyal etkiyi kaybetme korkusunun girişimcilik niyeti üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu öne sürülmüştür. Ancak, analiz sonuçları sosyal etkiyi kaybetme korkusunun, girişimcilik niyetini pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuştur (β = .709, p < .001; t = 8.271). Güven aralığı [.530, .863] olarak hesaplanmış olup, bu bulgu sosyal etkiyi kaybetme korkusunun girişimcilik niyetini artırıcı bir etkisi olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, H6 hipotezi bu sonuçlara göre reddedilmiştir.

Tablo 10. Çoklu Regresyon Analizi Tablosu

	Beta/Sig. (t-değeri)	**VIF (Tolerans değeri)**	**CI**	
Şefkatlik	β = .274, p < .001 (**t** = 3.637)	VIF = 1.695 (T = .590)	[.140, .474]	
İyimserlik	β = .086, p = .276 (**t** = 1.093)	VIF = 1.867 (T = .536)	[–.091, .318]	
Umut	β = –.106, p = .180 (**t** = –1.346	VIF = 1.862 (T = .537)	[–.369, .070]	
Sosyal Etkiyi Kaybetme Korkusu	β = .709, p < .001 (**t** = 8.271)	VIF = 2.199 (T = .455)	[.530, .863]	
Belirsiz Bir Geleceğe Sahip Olma Korkusu	β = –.387, p < .001 (**t** = –3.809)	VIF = 3.096 (T = .323)	[–.526,–.167]	
Kendini Değersiz Görme Korkusu	β = .084, p = .295 (**t** = 1.050)	VIF = 1.920 (T = .521)	[–.069, .225]	
R^2				0.449
Düzeltilmiş R^2				0 .429
Sig. F				0 .001

Y= Girişimcilik Niyeti

"Çok Boyutlu Dürtüsellik" (CBD) değişkeninin modeldeki düzenleyici etkisinin anlamlı olup olmadığını belirlemek için, yedi bağımsız değişkenin (Sefkat, İyim, Umut, Değersiz, Gelecek, Sosyal ve CBD) ve CBD değişkeninin diğer bağımsız değişkenlerle olan çarpımlarının yer aldığı bir regresyon analizi yapılmıştır. Bu süreçte, ilk olarak bağımsız değişkenler (Sefkat, İyim, Umut, Değersiz, Gelecek, Sosyal ve CBD) modele dahil edilmiştir, ardından bu bağımsız değişkenlerin birbirleriyle etkileşim oluşturduğu terimler (çarpım terimleri) modele eklenmiştir. Bu adım, CBD değişkeninin, diğer bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi nasıl etkilediğini daha net bir şekilde anlamamıza olanak tanımaktadır.

Regresyon analizi sonuçları, etkileşim terimlerinin anlamlı bir şekilde modele dahil edilmesinin ardından elde edilen $\Delta R^2 = 0{,}535$ ve sig. $< 0{,}001$ değerleriyle desteklenmiştir. Bu değerler, CBD değişkeninin modeldeki diğer bağımsız değişkenlerle olan etkileşimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir düzenleyici (moderator) etkisinin bulunduğunu göstermektedir. Sharma vd., (1981) çalışmalarında da benzer şekilde, düzenleyici etkilerin analize dahil edilmesinin, daha doğru ve kapsamlı sonuçlar elde edilmesini sağladığı ifade edilmektedir (Sharma vd., 1981). Bu bulgular, CBD değişkeninin, girişimcilik niyeti ile ilişkili diğer faktörlerin etkilerini belirlemede önemli bir rol oynadığını ve bu faktörler arasındaki ilişkiyi yönlendiren bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu analiz, hipotezlerin test edilmesi aşamasında önemli bir katkı sağlamış ve modelin doğru şekilde test edilmesini mümkün kılmıştır.

Araştırma kapsamında test edilen H7 hipotezi, Çok Boyutlu Dürtüsellik değişkeninin şefkatlik, iyimserlik, umut, kendini değersiz göre korkusu, belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu, sosyal etkiyi kaybetme korkusu ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide düzenleyici (moderator) bir role sahip olduğunu ileri sürmektedir.

Gerçekleştirilen analizler sonucunda, Çok Boyutlu Dürtüsellik'in bu ilişkiler üzerinde anlamlı bir şekilde düzenleyici etki gösterdiği tespit edilmiş ve böylece H7 hipotezi istatistiksel olarak desteklenmiştir. Bu bulgu, bireylerin dürtüsellik düzeylerinin, duygusal ve bilişsel faktörlerle girişimcilik niyeti arasındaki etkileşimleri şekillendirdiğini ortaya koymaktadır.

Buna ek olarak, Çok Boyutlu Dürtüsellik'in etkisini daha derinlemesine incelemek amacıyla değişkenin farklı düzeyleri analiz edilmiştir. Bu kapsamda, örneklemdeki bireyler, Çok Boyutlu Dürtüsellik düzeylerine göre "düşük" ve "yüksek" olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Her bir grup için ayrı ayrı regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu ayrıştırma, Çok Boyutlu Dürtüsellik'in yüksek ya da düşük düzeyde olmasının, diğer değişkenler ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi nasıl farklılaştırdığını görmeye olanak sağlamıştır. Elde edilen bulgular, düşük dürtüsellik düzeyine sahip bireyler ile yüksek dürtüsellik düzeyine sahip bireylerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkileyici faktörlere verdikleri tepkilerin farklılık gösterebildiğini göstermektedir.

Bu sonuçlar, girişimcilik niyetini etkileyen psikolojik süreçlerin daha iyi anlaşılmasına katkı sunarken, özellikle bireysel farklılıkların dikkate alındığı psikolojik temelli girişimcilik modellerinin geliştirilmesine de ışık tutmaktadır. Ayrıca, girişimcilik alanında politika yapıcılar ve eğitim programı geliştiricileri için, bireylerin dürtüsellik düzeylerini gözeten daha özelleştirilmiş yaklaşımların önemini vurgulamaktadır.

Tablo 11. Düşük Çok Boyutlu Dürtüsellik için Regresyon Sonuçları

	Beta/Sig. (t-değeri)	**VIF (Tolerans değeri)**	**CI**	
Şefkatlik	β = .253, *p* = .022 (2.348)	VIF = 1.685 (T = .593)	[.051, .629]	
İyimserlik	β = –.193, *p* = .114 (–1.599)	VIF = 2.102 (T = .476)	[–.622, .068]	
Umut	β = –.099, *p* = .454 (–.753)	VIF = 2.505 (T = .399)	[–.529, .239]	
Sosyal Etkiyi Kaybetme Korkusu	β = .797, *p* < .001 (6.543)	VIF = 2.148 (T = .466)	[.775, 1.454]	
Belirsiz Bir Geleceğe Sahip Olma Korkusu	β = –.352, *p* = .023 (–2.323)	VIF = 3.333 (T = .300)	[–.956,–.073]	
Kendini Değersiz Görme Korkusu	β = .174, *p* = .145 (1.473)	VIF = 2.021 (T = .495)	[–.092, .616]	
R^2				0.489
Düzeltilmiş R^2				0 .448
Sig. F				0 .001

Y= Girişimcilik Niyeti

Çok Boyutlu Dürtüsellik (CBD) düzeyi düşük olan bireyler için gerçekleştirilen regresyon analizine ait sonuçlar incelendiğinde (Tablo 6), modelin genel açıklayıcılık düzeyi anlamlı bulunmuştur ($R^2 = 0.489$, Düzeltilmiş $R^2 = 0.448$, $p < .001$). Bu bulgu, bağımsız değişkenler olan şefkatlik, iyimserlik, umut, kendini değersiz göre korkusu, belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu ve sosyal etkiyi kaybetme korkusu değişkenlerinin, girişimcilik niyeti üzerinde belirli bir düzeyde etkili olduğunu göstermektedir. Analiz sonucunda elde edilen bu açıklayıcılık oranı, söz konusu değişkenlerin modelin %44,8'sini açıkladığını ifade etmektedir ve bu açıklama gücü istatistiksel olarak anlamlıdır.

Analiz sonucuna göre, şefkat değişkeni ile girişimcilik niyeti arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (β = .253, p = .022). Bu bulgu, H1a hipotezinin bu grup için desteklendiğini göstermektedir. İyimserlik değişkeni negatif yönde bir ilişki göstermesine rağmen, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (β = –.193, p = .114). Dolayısıyla H2a hipotezi, düşük CBD düzeyindeki bireyler açısından

desteklenmemiştir. Umut ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır (β = –.099, p = .454). Bu sonuç, H3a hipotezinin de bu grup özelinde geçerliliğini yitirdiğini ortaya koymaktadır. Sosyal etkiyi kaybetme korkusu, girişimcilik niyetini pozitif yönde en güçlü şekilde etkileyen değişken olarak öne çıkmıştır (β = .797, p < .001). Bu durum, H4a hipotezinin desteklendiğini göstermektedir. Belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu ile girişimcilik niyeti arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur (β = –.352, p = .023). Bu bulgu, H5a hipotezini desteklemektedir. Son olarak, kendini değersiz görme korkusunun girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı değildir (β = .174, p = .145). Bu nedenle, H6a hipotezi düşük CBD grubundaki bireyler için doğrulanamamıştır.

Tablo 12. Yüksek Çok Boyutlu Dürtüsellik için Regresyon Sonuçları

	Beta/Sig. (t-değeri)	**VIF (Tolerans değeri)**	**CI**	
Şefkatlik	β = .177, *p* = .059 (1.912)	VIF = 1.221 (T = .819)	[–0.010, 0.495]	
İyimserlik	β = .353, ***p*** < **.001** (3.671)	VIF = 1.326 (T = .754)	[0.189, 0.634]	
Umut	β = –.071, *p* = .458 (–0.745)	VIF = 1.294 (T = .773)	[–0.276, 0.125]	
Sosyal Etkiyi Kaybetme Korkusu	β = .533, ***p*** < **.001** (4.471)	VIF = 2.029 (T = .493)	[0.317, 0.824]	
Belirsiz Bir Geleceğe Sahip Olma Korkusu	β = –.533, ***p*** < **.001** (–3.668)	VIF = 3.019 (T = .331)	[–0.799, –0.237]	
Kendini Değersiz Görme Korkusu	β = .073, *p* = .523 (0.642)	VIF = 1.862 (T = .537)	[–0.147, 0.286]	
R^2				0 .413
Düzeltilmiş R^2				0.371 %37.1
Sig. F				0. 001

Y= Girişimcilik Niyeti

Yüksek Çok Boyutlu Dürtüsellik düzeyine sahip bireyler üzerinde yapılan regresyon analizinin sonuçları incelendiğinde, modelin anlamlı ve açıklayıcı bir yapıya

sahip olduğu görülmektedir ($R^2 = 0.413$, Düzeltilmiş $R^2 = 0.371$, $p < .001$). Bu sonuç, ele alınan bağımsız değişkenlerin (şefkat, iyimserlik, umut, sosyal etkiyi kaybetme korkusu, belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu ve kendini değersiz görme korkusu) girişimcilik niyeti üzerindeki toplam etkisinin %37.1 düzeyinde olduğunu ve bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı kabul edildiğini göstermektedir.

Analiz sonuçlarına göre, şefkat değişkeni ile girişimcilik niyeti arasında pozitif yönlü ancak sınırda anlamlı bir ilişki belirlenmiştir ($\beta = .177$, $p = .059$). Bu bulgu, H1b hipotezinin yüksek CBD grubunda kısmen desteklendiğine işaret etmektedir. İyimserlik değişkeni, girişimcilik niyetini anlamlı ve pozitif yönde yordayan bir unsur olarak öne çıkmıştır ($\beta = .353$, $p < .001$). Bu durum, H2b hipotezinin bu grup için geçerli olduğunu göstermektedir. Umut ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki gözlemlenmemiştir ($\beta = –.071$, $p = .458$). Bu bulgu, H3b hipotezinin yüksek CBD düzeyine sahip bireylerde desteklenmediğini ortaya koymaktadır. Sosyal etkiyi kaybetme korkusu, bu grupta da girişimcilik niyetini anlamlı şekilde ve pozitif yönde etkileyen güçlü bir yordayıcı olarak öne çıkmıştır ($\beta = .533$, $p < .001$). Bu sonuç, H4b hipotezinin desteklendiğini göstermektedir. Belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu ise girişimcilik niyeti üzerinde negatif ve anlamlı bir etkiye sahiptir ($\beta = –.533$, $p < .001$). Bu durum, H5b hipotezinin de bu grup için geçerli olduğunu ve desteklendiğini göstermektedir. Son olarak, kendini değersiz görme korkusu değişkeni ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişki anlamlı bulunmamıştır ($\beta = .073$, $p = .523$). Dolayısıyla H6b hipotezi, yüksek CBD düzeyindeki bireyler için desteklenmemiştir.

Tablo 13. Genel Çok Boyutlu Dürtüsellik için Regresyon Sonuçları

		Beta/Sig. (t-değeri)	**VIF (Tolerans değeri)**	**CI**
Yüksek Dürtüsellik	Şefkatlik	β = .177, *p* = .059 (1.912)	VIF = 1.221 (T = .819)	[–0.010, 0.495]
	İyimserlik	β = .353, ***p* < .001** (3.671)	VIF = 1.326 (T = .754)	[0.189, 0.634]
	Umut	β = –.071, *p* = .458 (–0.745)	VIF = 1.294 (T = .773)	[–0.276, 0.125]
	Sosyal Etkiyi Kaybetme Korkusu	β = .533, ***p* < .001** (4.471)	VIF = 2.029 (T = .493)	[0.317, 0.824]
	Belirsiz Bir Geleceğe Sahip Olma Korkusu	β = –.533, ***p* < .001** (–3.668)	VIF = 3.019 (T = .331)	[–0.799,-0.237]
	Kendini Değersiz Görme Korkusu	β = .073, *p* = .523 (0.642)	VIF = 1.862 (T = .537)	[–0.147, 0.286]
Düşük Dürtüsellik	Şefkatlik	β = .253, *p* = .022 (2.348)	VIF = 1.685 (T = .593)	[.051, .629]
	İyimserlik	β = –.193, *p* = .114 (–1.599)	VIF = 2.102 (T = .476)	[–.622, .068]
	Umut	β = –.099, *p* = .454 (–.753)	VIF = 2.505 (T = .399)	[–.529, .239]
	Sosyal Etkiyi Kaybetme Korkusu	β = .797, *p* < .001 (6.543)	VIF = 2.148 (T = .466)	[.775, 1.454]
	Belirsiz Bir Geleceğe Sahip Olma Korkusu	β = –.352, *p* = .023 (–2.323)	VIF = 3.333 (T = .300)	[–.956,–.073]
	Kendini Değersiz Görme Korkusu	β = .174, *p* = .145 (1.473)	VIF = 2.021 (T = .495)	[–.092, .616]

Y= Girişimcilik Niyeti

Bu araştırmada, bireylerin sahip oldukları olumlu duygular (şefkat, umut, iyimserlik) ile olumsuz duyguların (sosyal etkiyi kaybetme korkusu, belirsiz gelecek sahip olma korkusu ve kendini değersiz görme korkusu) girişimcilik niyeti üzerindeki etkileri çoklu regresyon analiziyle incelenmiştir. Analiz bulguları, modelin anlamlı olduğunu ve girişimcilik niyetine yönelik toplam varyansın yaklaşık %43'ünü açıkladığını göstermiştir. Şefkat değişkeni, girişimcilik niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etki göstererek bireylerin empatik ve duyarlı yaklaşımlarının girişimcilik eğilimlerini desteklediğine işaret etmiştir. Bununla birlikte, sosyal etkiyi kaybetme

korkusu da beklenmedik biçimde pozitif ve güçlü bir etki ortaya koymuş, bireylerin sosyal çevrelerinde statü kaybı yaşama endişesinin girişimcilik kararlarını teşvik edebileceğini göstermiştir. Öte yandan, umut, iyimserlik ve kendini değersiz görme korkusu gibi değişkenler anlamlı bir etkide bulunmamış; belirsiz bir geleceğe dair korkular ise girişimcilik niyetini önemli ölçüde azaltmıştır.

Araştırmanın diğer bir boyutunda, katılımcılar çok boyutlu dürtüsellik düzeylerine göre gruplandırılarak, girişimcilik niyeti üzerindeki etkili duygusal faktörler karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.Düşük dürtüsellik düzeyine sahip bireylerde şefkat ve sosyal etkiyi kaybetme korkusu, girişimcilik niyetini anlamlı şekilde artırırken; umut ve iyimserlik gibi diğer duyguların anlamlı bir etkisi gözlemlenmemiştir. Öte yandan, yüksek dürtüsellik düzeyine sahip bireylerde sosyal etkiyi kaybetme korkusu yine en güçlü belirleyici olarak öne çıkarken, belirsiz bir gelecek korkusu girişimcilik niyetini olumsuz yönde ve iyimserlik anlamlı ve olumlu yönde etkilemiştir. Bu grupta şefkat ve iyimserliğin etkileri ise anlamlılık eşiğinde yer almakta, bu da dürtüselliği yüksek bireylerde duygusal faktörlerin girişimcilik niyetine etkisinin farklılaşabileceğini göstermektedir. Bulgular, bireysel dürtüsellik düzeylerinin, duygularla şekillenen girişimcilik kararlarında belirleyici bir rol oynadığını göstermektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

4.1. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzün karar alırken sadece rasyonel düşünceyle mümkün olmamakle birlikte karar alma süreçlerine duyguların da dâhil edilmesi, bireyin karşılaştığı sorunlara daha bütüncül ve gerçekçi bir şekilde yaklaşmasını sağlamaktadır. Duygusal faktörlerle mantıklı düşünce birlikte değerlendirildiğinde, bireylerin hem daha sağlıklı kararlar alması hem de başarıya ulaşması kolaylaşmaktadır. Ayrıca, duygulara yer verilmediğinde, bireyin içinde saklı olan ve çoğu zaman mantık yoluyla ortaya çıkarılamayan potansiyel gücü de açığa çıkamamaktadır. Bir girişimcinin yalnızca ekonomik göstergeler ve çevresel faktörlerle hareket ederek, duygularını tamamen dışlayan bir yaklaşım benimsemesi, insan doğasıyla çelişen bir durumdur. Bu bağlamda girişimcilik, tamamen mantıkla yürütülebilecek teknik bir süreçten ziyade, insanın iç dünyasıyla doğrudan ilişkili duygusal bir yönü de olan bir olgudur.

Girişimcilik, doğası gereği yoğun duyguların eşlik ettiği bir süreçtir. Yeni bir iş kurmak ve bu işi sürdürülebilir şekilde büyütmek; risk, belirsizlik, uzun çalışma saatleri ve yüksek düzeyde stres içeren dinamik ve zorlu bir süreç olarak değerlendirilebilir. 2000'li yılların ilk dönemlerine dek girişimcilik alanında yapılan araştırmalar, duyguların sürece olan etkisini büyük ölçüde ihmal etmiş olsa da, son dönemde yapılan çalışmalar bu eksikliği gidermeye yönelik önemli katkılar sunmuştur (Volery vd., 2023). Özellikle olumlu ve olumsuz duyguların girişimcilerin motivasyonu, dürtüselliği,

yaratıcılığı, başarıya ulaşma süreçleri ve zaman zaman da başarısızlık deneyimleri üzerindeki etkilerine dikkat çekilmiştir.

Girişimcilik duyguları üzerine yapılan güncel bir derleme çalışmasında, Javadian ve arkadaşları (2022), duyguların özellikle bireysel ve sosyal öncüllerinin hâlâ yeterince araştırılmadığını ortaya koymuştur. Ayrıca, beklenen duyguların daha fazla incelenmesi gerektiği ve girişimcilerin duygusal durumları üzerinde paydaşların etkisinin genellikle göz ardı edildiği vurgulanmaktadır (Javadian vd., 2022). Literatürde olumsuz duygulara ve duygusal yeterliliklere ilişkin yapılan çalışmaların da sınırlı sayıda olması, bu alanda önemli bir boşluk olduğunu göstermektedir. Bu çalışmada, bireysel olumlu/bireysel olumsuz ve sosyal olumlu/olumsuz duyguların çok boyutlu dürtüselliğin etkisi yoluyla girişimcilik niyetini etkisini inceleyerek bu boşluğu doldurmayı hedeflenmektedir.

Araştırmanın örneklemini ise farklı üniversitelerde öğrenim gören işletme öğrencilerinden oluşan 207 kişilik bir katılımcı grubu meydana getirmiştir. Katılımcıların %75'ini kadınlar, %25'ini ise erkekler oluşturmakta olup aile geçmişine bakıldığında, %39,5'inin çekirdek ailesinde (anne, baba veya kardeş) girişimci bir bireyin bulunduğu, buna karşılık %60,5'inin ailesinde girişimci bir yakınının bulunmadığı belirlenmiştir. Araştırma çerçevesinde, girişimcilik niyetini etkileyen değişkenleri incelemek amacıyla toplamda 6 temel hipotez oluşturulmuştur. Bu temel hipotezler; iyimserlik, umut, şefkat, kendini değersiz görme korkusu, belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu ve sosyal etkiyi kaybetme korkusu gibi değişkenlerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerini test etmeye yöneliktir. Ayrıca, çalışmanın kapsamını genişletmek ve değişkenler arası ilişkilerin daha derinlemesine analizini gerçekleştirebilmek amacıyla 12 alt hipotez de yapılandırılmıştır. Bu alt hipotezler, çok boyutlu dürtüsellik düzeyinin etkisini ortaya koymak üzere modellenmiştir. Böylece,

girişimcilik niyetine etki eden psikolojik, duygusal ve bilişsel faktörler detaylı bir biçimde ele alınmıştır.

İyimserlik bireyleri girişimciliğe yönlendiren bir unsur olarak öne çıkmakta; özellikle girişimcilerin proaktif davranışları ve risk alma eğilimleriyle bağlantılı olarak, onların piyasadaki konumları üzerinde etkili olmaktadır (Bernoster vd., 2018). Araştırma kapsamında elde edilen bulgular doğrultusunda, olumlu bireysel duygu olan iyimserlik ile girişimcilik niyeti arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmekle birlikte, bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı düzeyde olmadığı saptanmıştır. Bu iyimserliğin girişimcilik niyetini tek başına anlamlı şekilde yordamadığını ortaya koymaktadır. Bir diğer olumlu bireysel duygusu umut değişkeninin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin negatif yönde olduğu tespit edilmiş olsa da, bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuç, literatürde umudun genellikle olumlu bir psikolojik kaynak olarak ele alınmasına rağmen (örneğin Snyder, 2002), girişimcilik bağlamında bireylerin umut düzeylerinin doğrudan etkili olmadığını göstermektedir. Bu bulgu, umutlu bireylerin girişimcilik niyeti geliştirmek yerine mevcut durumlarını iyileştirme yönünde daha temkinli stratejiler izleyebileceklerini düşündürmektedir. Benzer şekilde, olumsuz bireysel duygusu, kendini değersiz görme korkusunun girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin pozitif yönde olduğu gözlemlenmiş, ancak bu bulgu da istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu sonuç, bireyin kendilik değerine yönelik olumsuz algısının girişimcilik gibi riskli ve yüksek özgüven gerektiren bir alana yönelmede yeterli bir itici güç oluşturmadığını ortaya koymaktadır. Buna karşılık, olumsuz bireysel duygulara ilişkin analizde, belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusunun girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı ve negatif bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu, bireylerin geleceklerine yönelik duyduğu endişe ve güvensizlik duygularının, belirsizlikle iç içe olan girişimcilik faaliyetlerinden uzak durmalarına

neden olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, özellikle ekonomik krizler veya istikrarsız sosyal ortamların girişimcilik niyetini baskılayabileceği yönündeki önceki çalışmalarla (örneğin, Lüthje ve Franke, 2003)örtüşmektedir.

Olumlu sosyal duygu olan şefkatin girişimcilik niyeti üzerindeki pozitif ve anlamlı etkisi, girişimciliğin sadece ekonomik kazanç odaklı bir süreç olmadığını, toplumsal fayda üretme motivasyonunun da bu sürece katkı sağlayabileceğini göstermektedir. Bu bulgu, sosyal girişimcilik literatüründe sıkça vurgulanan değer temelli yaklaşımlarla da uyumludur. Olumsuz sosyal duygulardan araştırmada en dikkat çekici bulgulardan biri,sosyal etkiyi kaybetme korkusunun girişimcilik niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin bulunmasıdır. Bu durum, bireylerin sosyal çevreleri tarafından kabul görme ve değerli bulunma arzularının, onları girişimcilik yönünde motive ettiğini göstermektedir. Bu sonuç, başlangıçta öne sürülen hipotezin tersine olsa da, özellikle toplumsal onay ihtiyacının yoğun olduğu kültürel bağlamlarda girişimcilik niyetinin sosyal faktörlerden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, sosyal sermaye ve toplumsal statü beklentilerinin girişimcilik niyetine yön verici bir rol üstlendiği ifade edilebilir.

Araştırmada, çok boyutlu dürtüsellik düzeyine göre öğrenciler "düşük" ve "yüksek" dürtüsellik olmak üzere iki gruba ayrılmış ve girişimcilik niyeti üzerindeki etkiler karşılaştırılmıştır. Analizler sonucunda, **yüksek düzeyde dürtüselliğe sahip bireylerde** sosyal etkiyi kaybetme korkusu ve şefkat gibi sosyal duyguların girişimcilik niyetini pozitif yönde etkilediği, belirsiz bir geleceğe dair korkunun ise negatif yönde anlamlı ve iyiymerliğin pozitif yönde anlamlı bir etkide bulunduğu görülmüştür. Öte yandan, **düşük dürtüselliğe sahip bireylerde** özellikle iyimserlik duygusu güçlü bir pozitif etkide bulunurken, yine sosyal etki korkusu pozitif, belirsizlik korkusu ise negatif yönde anlamlı etki göstermiştir. Bu bulgular, dürtüsellik düzeyine göre

duyguların girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerinin farklılaştığını ortaya koymaktadır. Genel olarak, çalışma sonuçları bireyin duygusal ve bilişsel durumlarının girişimcilik niyeti üzerinde önemli bir rol oynadığını ve bu etkilerin bazı durumlarda varsayılanın aksine işleyebileceğini göstermektedir. Ayrıca, girişimcilik niyetini belirleyen faktörlerin yalnızca bireysel değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel dinamikler çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği de açıkça ortaya konmuştur.

Literatüre Katkılar

Bu çalışma, girişimcilik niyeti literatürüne yeni bir teorik çerçeve sunarak önemli bir katkı sağlamaktadır. Özellikle Planlı Davranış Teorisi (Theory of Planned Behavior – TPB) gibi yaygın teorilerde girişimcilik niyeti daha çok bilişsel faktörlerle açıklanırken, bu çalışma duygular ve dürtüsellik gibi daha az incelenen psikolojik değişkenleri bu çerçeveye entegre etmektedir. Böylece, girişimcilik niyetine dair mevcut teorik modellerin duygusal ve kişilik temelli faktörlerle zenginleştirilmesi sağlanmakta, girişimsel davranışların sadece rasyonel değil, aynı zamanda duygusal ve tepkisel yönlerinin de dikkate alınması gerektiği vurgulanmaktadır.

Mevcut literatürde, girişimcilik niyeti üzerinde olumlu ve olumsuz duyguların etkileri genellikle ayrı ayrı incelenmiştir. Girişimcilik psikolojisine yönelik güncel çalışmalar incelendiğinde, duyguların bireysel ve sosyal öncüllerine dair araştırmaların sınırlı kaldığı görülmektedir. Nitekim Javadian ve arkadaşları (2022), girişimcilik duygularının özellikle bireylerin içsel deneyimleri ve sosyal çevrelerinden kaynaklanan etkiler bağlamında yeterince derinlemesine ele alınmadığını belirtmiştir. Bu tez çalışması, bu boşluğu doldurmayı amaçlayarak hem bireysel (umut, iyimserlik, kendini değersiz görme korkusu ve belirsiz geleceğe sahip olma korkusu) hem de sosyal yönelimli duygulara (şefkat ve sosyal etkiyi kaybetme korkusu) odaklanmakta; ayrıca

olumsuz duyguların da girişimcilik niyetindeki işlevsel rolünü tartışmaya açmaktadır. Bulgular olumsuz duyguların girişimcilik niyeti üzerinde yalnızca engelleyici değil, aynı zamanda işlevsel ve motive edici bir rol oynayabileceğine dair teorik bir katkı sunmaktadır. Özellikle sosyal etkiyi kaybetme korkusu gibi olumsuz sosyal duygular, bireyleri harekete geçmeye ve girişimcilik yönünde adım atmaya iten bir motivasyon kaynağı olarak işlev görmektedir.

İkinci olarak, çok boyutlu dürtüsellik kavramının düzenleyici rolü bu çalışmanın önemli bir yeniliğidir. Literatürde dürtüsellik genellikle tekil bir özellik olarak değerlendirilirken, bu tez dürtüselliği negatig aciliyet, azim eksikliği, önceden tasarlama eksikliği,duygu arayışı ve pozitig aciliyet alt boyutları bir arada ele almış ve bu özelliklerin duygularla girişimcilik niyeti arasındaki ilişkileri nasıl biçimlendirdiğini analiz etmiştir. Bu yaklaşım, bireylerin duygusal tepkileriyle girişimsel karar alma süreçleri arasındaki karmaşık dinamikleri daha ayrıntılı şekilde ortaya koymaktadır. Bu noktada, dürtüsellik ile duygular arasındaki ilişkilerin psikoloji literatüründe sıklıkla ele alındığı ve bu ilişkinin bireylerin ani kararlar alma ya da davranışlarını duygulara göre düzenleme eğilimleri üzerinde etkili olduğu bilinmektedir. Örneğin, duyguya bağlı dürtüsellik, hem olumlu hem de olumsuz duygular karşısında kontrolsüz davranış eğilimini artırmakta ve karar alma süreçlerini şekillendirmektedir (Carver vd., 2008; Pearlstein vd., 2022). Bu bağlamda, çalışmanın teorik katkılarından biri de, psikolojide yer bulan bu içgörüleri girişimcilik alanına taşıması ve duygusal deneyimlerin bireylerin girişimsel eğilimlerine etkisini çok boyutlu dürtüsellik bağlamında değerlendirmesidir.

Ayrıca, girişimcilik literatüründe genellikle olumsuz duyguların girişimsel faaliyetler üzerinde caydırıcı etki yarattığı kabul edilirken, bu çalışma sosyal etkiyi kaybetme korkusu gibi bazı olumsuz duyguların girişimcilik niyetini artırıcı etkisini vurgulayarak mevcut yaklaşımlara farklı bir bakış açısı getirmektedir. Bu bulgu,

duyguların bağlama bağlı olarak farklı işlevler üstlenebileceğini ve tek yönlü etkilerden ziyade dinamik roller oynayabileceğini ortaya koyarak literatürdeki ikili yaklaşımlara eleştirel bir katkı sunmaktadır.

Son olarak, çalışmanın örnekleminde Türkiye'deki genç üniversite işletme öğrencilerinin yer alması, gelişmekte olan ülkelerdeki bireylerin girişimcilik niyeti üzerindeki psikolojik ve duygusal belirleyicilerinin anlaşılmasına olanak tanımaktadır. Bu yönüyle tez, mevcut bilgi birikimine yalnızca teorik değil, aynı zamanda kültürel bağlamda da katkı sağlamaktadır.

Uygulayıcılara Katkılar

Bu çalışma, girişimciliği destekleyen eğitim programları, politika geliştirme süreçleri ve uygulayıcılar açısından dikkate değer çeşitli çıkarımlar sunmaktadır. Özellikle bireylerin girişimcilik niyetini şekillendiren duygusal ve kişilik temelli faktörlerin daha derinlemesine anlaşılması, eğitim programlarının içeriğinin daha etkili biçimde yapılandırılmasına imkân tanımaktadır. Öncelikle, çalışmada elde edilen bulgular doğrultusunda şefkat gibi prososyal duyguların ve sosyal etkiyi kaybetme korkusu gibi sosyal yönelimli motivasyonların girişimcilik niyetini olumlu yönde etkileyebileceği görülmektedir. Bu doğrultuda, girişimcilik eğitimlerine duygusal zekâ, empati geliştirme ve sosyal sorumluluk gibi temaların entegre edilmesi, bireylerin hem kendi potansiyellerini fark etmelerini hem de toplumsal etki yaratma motivasyonlarını artırmalarını sağlayabilir. Ayrıca olumsuz duygularla başa çıkma becerilerinin kazandırılması, girişimcilik yolculuğunun kaçınılmaz bir parçası olan belirsizlik, stres ve başarısızlık korkusu gibi durumlara karşı bireyleri daha dirençli hale getirebilir. Bu nedenle, stres yönetimi, öz düzenleme ve duygusal dayanıklılık gibi konuların eğitsel süreçlerde yer alması kritik önemdedir

Ayrıca, bu tez çalışması bireylerin çok boyutlu dürtüsellik düzeylerinin girişimsel karar verme süreçlerinde farklılık yarattığını göstermektedir. Bu bağlamda, uygulayıcılar (eğitmenler, politika yapıcılar, kurumlar) bireyleri yönlendirirken sadece genel kişilik özelliklerine değil, azim eksikliği, önceden tasarlama eksikliği ya da negatig aciliyet eğilimleri gibi alt boyutlara da odaklanmalıdır. Kişiye özgü yapılandırılmış girişimcilik eğitimi programları, bireysel dürtüsellik seviyelerine uygun stratejiler geliştirerek daha başarılı sonuçlar verebilir.

Bu çalışma, girişimciliği teşvik eden uygulayıcıların, bireylerin duygusal ve bilişsel profillerine dayalı bütüncül ve kişiselleştirilmiş programlar tasarlamalarını önermektedir. Bu yaklaşım, sadece girişimcilik niyetini artırmakla kalmayacak, aynı zamanda girişimcilerin uzun vadeli başarı ve sürdürülebilirlik düzeylerini de yükseltecektir.

4.2. ARAŞTIRMA KISITLARI VE GELECEK ÇALIŞMALAR

Bu araştırmada kullanılan veriler, yalnızca Türkiye'deki üniversitelerde eğitim gören lisans düzeyindeki işletme bölümü öğrencilerinden elde edilmiştir. Bu durum, ulaşılan sonuçların tüm topluma genellenebilirliğini sınırlandırmakta ve farklı yaş grupları, eğitim seviyeleri içerisinde farklı bulguların ortaya çıkabileceğine işaret etmektedir. Bu nedenle, gelecekte gerçekleştirilecek çalışmalarda daha geniş ve çeşitli demografik özelliklere sahip bireylerden örneklemler seçilerek analizler yapılması literatüre önemli katkılar sağlayabilir.

Bu çalışma kapsamında geliştirilen teorik model, olumlu ve olumsuz duyguların girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerini çok boyutlu dürtüsellik etkisiyle açıklamayı hedeflenmiştir. Bununla birlikte, modele yalnızca belirli değişkenler dâhil edilmiş olup; risk alma eğilimi, psikolojik dayanıklılık veya sosyal destek gibi diğer bireysel ve

çevresel faktörler değerlendirme dışında tutulmuştur. İlerleyen çalışmalarda bu tür değişkenlerin de analize katılması, daha kapsamlı ve derinlemesine yapısal modellerin geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

Agafonow, A. (2014). Toward A Positive Theory of Social Entrepreneurship. On Maximizing Versus Satisficing Value Capture. *Journal of Business Ethics*, *125*(4), 709-713.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179-211.

Anjum, T., Farrukh, M., Heidler, P., & Tautiva, J. A. D. (2020). Entrepreneurial Intention: Creativity, Entrepreneurship, and University Support. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity 2021, Vol. 7, Page 11*, *7*(1), 11.

Avey, J. B., Luthans, F., & Youssef, C. M. (2010). The additive value of positive psychological capital in predicting work attitudes and behaviors. *Journal of Management*, 36(2), 430–452.

Aydın, Z. B., & Kasap, G. C. (2019). Demografik Özelliklerin Ve Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: U.Ü. Teknik Bilimler Yüksek Okulu Örneği. *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, *15*(1), 97-118.

Bacq, S., & Alt, E. (2018) Yetenekli ve değerli hissetmek: Empati ve sosyal girişimcilik niyetleri arasındaki bağlantıya prososyal bir bakış açısı. Journal of Business Venture, 33(3), 333–350. DOI:https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.01.004

Bagozzi, R. P. (2006). The role of social and self-conscious emotions in the regulation of business-to-business relationships in salesperson-customer interactions. Içinde *Journal of Business and Industrial Marketing* (C. 21, Sayı 7, ss. 453-457).

Baguley, S. I., Pavlova, A., & Consedine, N. S. (2022). More than a feeling? What does compassion in healthcare 'look like' to patients? *Health Expectations*, *25*(4), 1691-1702.

Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, *24*(1), 53-61.

Baron, R. A. (2008). The Role of Affect in the Entrepreneurial Process. *https://doi.org/10.5465/amr.2008.31193166*, *33*(2), 328-340.

Baron, R. A., & Tang, J. (2011). The role of entrepreneurs in firm-level innovation: Joint effects of positive affect, creativity, and environmental dynamism. *Journal of Business Venturing*, *26*(1), 49-60.

Başol, O., Dursun, Araş. Gör. S., & Aytaç, Prof. Dr. S. (2011). Kişiliğin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Üniversiteli Gençler Üzerine Bir Uygulama. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, *13*(4), 7-22.

Batson, C. D., & Shaw, L. L. (1991). Evidence for Altruism: Toward a Pluralism of Prosocial Motives. *Psychological Inquiry*, *2*(2), 107-122.

Baumeister, R. F. (1990). Suicide as escape from self. *Psychological Review*, *97*(1), 90-113.

Berg, J., Latzman, R., … N. B.-P., & 2015, undefined. (2015). Parsing the heterogeneity of impulsivity: A meta-analytic review of the behavioral implications of the UPPS for psychopathology. *psycnet.apa.orgJM Berg, RD Latzman, NG Bliwise, SO LilienfeldPsychological assessment.*

Bernoster, I., Rietveld, C. A., Thurik, A. R., & Torrès, O. (2018). Overconfidence, Optimism and Entrepreneurship. *Sustainability*, *10*(7), 2233. https://doi.org/10.3390/su10072233

Biller, H. B., & Scioli, Anthony. (2009). *Hope in the age of anxiety*.

Biraglia, A., management, V. K.-J. of small business, & 2017, undefined. (2017). The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American homebrewers. *KadileJournal of small business management.* 170-188.

Bird, B. J., & G. Page West, I. (1998). Time and Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *22*(2),

Blöser, C., & Stahl, T. (2017). Fundamental Hope and Practical Identity. *Philosophical Papers*, *46*(3), 345-371.

Bozkurt, Ö., Ercan, A., & Yurt, İ. (2018). Bireysel Değerler İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Düzce Üniversitesi Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, *13*(1), 43-55.

Bruininks, P., & Malle, B. F. (2005). Distinguishing Hope from Optimism and Related Affective States. *Motivation and Emotion*, *29*(4), 324-352.

Cacciotti, G., & Hayton, J. C. (2015). Fear and Entrepreneurship: A Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, *17*(2), 165-190.

Cacciotti, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R., & Giazitzoglu, A. (2016). A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, *31*(3), 302-325.

Carver, C. S., & Scheier, M. F. (1998). *On the self-regulation of behavior*. Cambridge University Press.

Cardon, M. S., Foo, M. Der, Shepherd, D., & Wiklund, J. (2012). Exploring the Heart: Entrepreneurial emotion is a hot topic. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, *36*(1), 1-10.

Carver, C. S., Johnson, S. L., & Joormann, J. (2008). Serotonergic function, two-mode models of self-regulation, and vulnerability to depression: what depression has in common with impulsive aggression. *Psychological bulletin*, *134*(6), 912.

Chen, B. S., Yuan, C. H., Yin, B., & Wu, X. Z. (2021). Positive Emotions and Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of Entrepreneurial Cognition. *Frontiers in Psychology*, *12*, 760328.

Collins, D. (2007). *Entrepreneurial success: The effect of fear on human performance*.

Conroy, D. E. (2001). Progress in the development of a multidimensional measure of fear of failure: The performance failure appraisal inventory (PFAI). *Anxiety, Stress and Coping*, *14*(4), 431-452.

Conroy, D. E., Willow, J. P., & Metzler, J. N. (2002). Multidimensional fear of failure measurement: The performance failure appraisal inventory. *Journal of Applied Sport Psychology*, *14*(2), 76-90.

Cope, J. (2011). Entrepreneurial learning from failure: An interpretative phenomenological analysis. *Journal of Business Venturing*, *26*(6), 604-623.

Cyders, M. A., & Smith, G. T. (2007). Mood-based rash action and its components: Positive and negative urgency. *Personality and Individual Differences*, *43*(4), 839-850.

Danakol, S. H., Estrin, S., Reynolds, P., & Weitzel, U. (2017). Foreign direct investment via M&A and domestic entrepreneurship: blessing or curse? *Small Business Economics*, *48*(3), 599-612.

Danylova, T., Kuźma, I. B., Sushyi, O., Matviienko, I., Bezhnar, A., Poperechna, G., & Honcharenko, K. (2022). On War, Uncertainty, And Future: Lessons Learned From The Eastern Philosophy. *Wiadomosci lekarskie (Warsaw, Poland : 1960)*, *75*(8 pt 1), 1914-1919.

Davidsson,P. (2005). *Researching Entrepreneurship*. International Studies in Entrepreneurship

Demirel, E. T., & Tikici, M. (2004). KÜLTÜRÜN GİRİŞİMCİLİĞE ETKİLERİ. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, *2*(3), 49-58.

DeWall, C. N., Deckman, T., Pond, R. S., & Bonser, I. (2011). Belongingness as a Core Personality Trait: How Social Exclusion Influences Social Functioning and Personality Expression. *Journal of Personality*, *79*(6), 1281-1314.

Diener, E., Oishi, S., & Lucas, R. E. (2003). Personality, Culture, and Subjective Well-being: Emotional and Cognitive Evaluations of Life. *Annual Review of Psychology*, *54*, 403-425.

Doan, X. H., Le, T. T., Duong, C. D., Nguyen, T. P. L., Tran, D. D., & Tran, T. P. H. (2021). Impulsivity traits and the rational cognitive process of entrepreneurship: empirical evidence from Vietnam. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, *13*(4), 497-519.

Doç Oya Korkmaz, Y. (2012). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştirma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği*.

Durkheim, E., Doğan, O., & Coşkun, Ufuk. (2014). *Sosyolojik yöntemin kuralları*. 172.

Dushnitsky, G. (2009). Entrepreneurial Optimism in the Market for Technological Inventions. *https://doi.org/10.1287/orsc.1090.0454*, *21*(1), 150-167.

Dutton, J. E., Workman, K. M., & Hardin, A. E. (2014). Compassion at Work. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, *1*(Volume 1, 2014), 277-304.

Elliott, M. V., Johnson, S. L., Pearlstein, J. G., Muñoz Lopez, D. E., & Keren, H. (2023). Emotion-related impulsivity and risky decision-making: A systematic review and meta-regression. Içinde *Clinical Psychology Review* (C. 100). Elsevier Inc.

Engel, Y., Ramesh, A., & Steiner, N. (2020). Powered by compassion: The effect of loving-kindness meditation on entrepreneurs' sustainable decision-making. *Journal of Business Venturing*, *35*(6).

Evenden, J. L. (1999). Varieties of impulsivity. *Psychopharmacology*, *146*(4), 348-361. https://doi.org/10.1007/PL00005481

Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, *67*(5), 663–666. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024

Farrukh, M., Khan, A. A., Shahid Khan, M., Ravan Ramzani, S., & Soladoye, B. S. A. (2017). Entrepreneurial intentions: the role of family factors, personality traits and self-efficacy. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, *13*(4), 303-317.

Foo, M. Der. (2011). Emotions and Entrepreneurial Opportunity Evaluation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, *35*(2), 375-393.

Frevert, U. (2018). Historicizing emotions.ISRE's Sourcebook for Research Emotion and Affect . *USE:ISRE Press.*, 34-49.

Furst, A., G. P., & L. T. (2014). "The role of impulsivity in creative thinking: Insights from a study of divergent thinking and idea generation.". *Creativity Research Journal*, 292-299.

Gazzi, D., Pitiruț, B., & Hendreș, D. M. (2023). Factors Favorable for the Learned Optimism in Preadolescence. *Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala*, *15*(1), 533-550.

Gencoğlu, C. (2006). *Üniversite öğrencilerinin iyimserlik düzeyleri ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi

Gendron, M., & Feldman Barrett, L. (2009). Reconstructing the Past: A Century of Ideas About Emotion in Psychology. *Emotion Review*, *1*(4), 316-339. https://doi.org/10.1177/1754073909338877

Giacomin, O., Janssen, F., & Shinnar, R. S. (2016). Student entrepreneurial optimism and overconfidence across cultures. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, *34*(7), 925-947.

Ginting-Szczesny, B. A., Kibler, E., Cardon, M. S., Kautonen, T., & Hakala, H. (2024). The role of passion diversity, compassion, and self-compassion for team entrepreneurial passion. *Small Business Economics*, *62*(3), 987-1007.

Goetz, J. L., Keltner, D., & Simon-Thomas, E. (2010). Compassion: An evolutionary analysis and empirical review. *Psychological Bulletin*, *136*(3), 351-374.

Grewal, D., & Salovey, P. (2005). Feeling Smart: The Science of Emotional Intelligence. *American Scientist*, 330-339. www.americanscientist.org

Grimes, M. G., McMullen, J. S., Vogus, T. J., & Miller, T. L. (2013). Studying the Origins of Social Entrepreneurship: Compassion and the Role of Embedded Agency.

Gross, J. J. (2015). Emotion Regulation: Current Status and Future Prospects. *Psychological Inquiry*, *26*(1), 1-26.

Hair, J. F., A. R. E., T. R. L. & B. W. C. (1998). Multivariate Data Analysis, 5th. . *Prentice-Hall, New Jersey*.

Hair, J. F., B. W. C., B. B. J. & A. R. E. (2010). Multivariate Data Analysis, Upper Saddle River. *Prentice Hall.*

Hanif, M. S., Yunfei, S., Hanif, M. I., & Junaid, D. (2023). Dynamics of Late-Career Entrepreneurial Intentions in Pakistan - Individual and Synergistic Application of Various Capital Resources and Fear of Failure. *Entrepreneurship Research Journal*, *13*(2), 439-501.

Hareli, S., & Parkinson, B. (2008). *What's Social About Social Emotions? Journal for the theory of social behaviour*, *38*(2), 131-156.

Hayes, A. F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach* (2nd ed.). The Guilford Press.

Haynes, T. L., Ruthig, J. C., Perry, R. P., Stupnisky, R. H., & Hall, N. C. (2006). Reducing the academic risks of over-optimism: The longitudinal effects of attributional retraining on cognition and achievement. *Research in Higher Education*, *47*(7), 755-779.

Herth, K. (1992). Abbreviated instrument to measure hope: development and psychometric evaluation. *Journal of Advanced Nursing*, *17*(10), 1251-1259.

Hinslie L, S. J. (1940). *Psikiyatrik Sözlük*. Oxford University Press.

Hoffman, M. L. (2000). *Empathy and Moral Development*. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511805851

Hofmann, W., Friese, M., & Strack, F. (2009). Impulse and Self-Control From a Dual-Systems Perspective. *Perspectives on Psychological Science*, *4*(2), 162-176.

Hornsey, M. J., & Fielding, K. S. (2016). A cautionary note about messages of hope: Focusing on progress in reducing carbon emissions weakens mitigation motivation. *Global Environmental Change*, *39*, 26-34.

Huang, M. H. (1998). Exploring a new typology of advertising appeals: basic, versus social, emotional advertising in a global setting. *International Journal of Advertising*, *17*(2), 145-168.

Hwang, J. Y., Plante, T., & Lackey, K. (2008). The development of the santa clara brief compassion scale: An abbreviation of Sprecher and Fehr's compassionate love scale. *Pastoral Psychology*, *56*(4), 421-428.

Izard, C. E. (2009). Emotion theory and research: Highlights, unanswered questions, and emerging issues. *Annual Review of Psychology*, *60*(Volume 60, 2009), 1-25.

James, N., & Gudmundsson, A. (2011). Exploring the impact of entrepreneur optimism on the new venture process. *Regional Frontiers of Entrepreneurship Research: Proceedings of the 8th AGSE International Entrepreneurship Research Exchange*.

Javadian, G., Gupta, A., Foo, M.-D., Batra, S., & Gupta, V. K. (2022). Taking the Pulse: State of the (He)art of Entrepreneurial Emotion Research. *Group & Organization Management*, *47*(2), 255-299.

Jayeoba, F. (2015). Entrepreneurial Intention and Entrepreneurial Abilities. *IFE PsychologIA*, *23*(1), 219-229.

Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, *107*, 106275.

Jin, Y. (2017). The relationship between hope and entrepreneurial intention of college students: The mediating effect of positive psychological capital. . *Open Journal of Social Sciences*, 128-137.

Kadlac, A. (2015). The Virtue of Hope. *Ethical Theory and Moral Practice*, *18*(2), 337-354. https://doi.org/10.1007/s10677-014-9521-0

Kahraman, N., & Sungur, S. (2016). Adaptation of the Performance Failure Appraisal Inventory (PFAI) into Turkish *. Içinde *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD) Cilt* (C. 17).

Kanov, J. M., Maitlis, S., Worline, M. C., Dutton, J. E., Frost, P. J., & Lilius, J. M. (2004). Compassion in Organizational Life. *American Behavioral Scientist*, *47*(6), 808-827.

Keltner, D., & Haidt, J. (1999). Social Functions of Emotions at Four Levels of Analysis. *Cognition and Emotion*, *13*(5), 505-521. https://doi.org/10.1080/026999399379168

Kessler, R. C., Berglund, P., Demler, O., Jin, R., Merikangas, K. R., & Walters, E. E. (2005). Lifetime Prevalence and Age-of-Onset Distributions of DSM-IV Disorders in the National Comorbidity Survey Replication. *Archives of General Psychiatry*, *62*(6), 593.

Kidney, E., & Manning, J. (2012). The Lavender Traveller. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, *13*(2), 135-142.

Klimecki, O. M. (2015). The plasticity of social emotions. *Social Neuroscience*, *10*(5), 466-473. https://doi.org/10.1080/17470919.2015.1087427

Koçak Kurt, Ş. (2021). Duyguların Tarihsel Serüveni ve Tarihte Duygular. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*.

Korkmaz, S. (2000). Girişimcilik Ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştirma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *18*(1 Special Issue), 163-179.

Köllen T. Şefkat, egoizm ve kötülükten hareket etmek: KSS ve çeşitlilik yönetimi uygulamalarının ahlaki değeri üzerine Schopenhauercı bir bakış açısı. İş Etiği Dergisi. 2016;138(2):215–229.

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, *15*(5-6), 411-432.

L'Abate, L. (1993). A family theory of impulsivity. Içinde *The impulsive client: Theory, research, and treatment.* (ss. 93-117). American Psychological Association. https://doi.org/10.1037/10500-006

Lacey, M. F., Wilhelm, R. A., & Gable, P. A. (2021). What is it about positive affect that alters attentional scope? *Current Opinion in Behavioral Sciences*, *39*, 185-189.

Lazarus, R. S. (1991). *Progress on a Cognitive-Motivational-Relational Theory of Emotion*.

Leary, M. R., & Baumeister, R. F. (2000). The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. *Advances in Experimental Social Psychology*, *32*, 1-62. https://doi.org/10.1016/S0065-2601(00)80003-9

Lee, Y., Kreiser, P. M., Wrede, A. H., & Kogelen, S. (2018). University-Based Education and the Formation of Entrepreneurial Capabilities. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, *1*(4), 304-329.

Lerner, D. A., Hunt, R. A., & Dimov, D. (2018). Action! Moving beyond the intendedly-rational logics of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, *33*(1), 52-69.

Lilius, J. M., Kanov, J., Dutton, J. E., Worline, M. C., & Maitlis, S. (2011). Compassion Revealed: What We Know About Compassion at Work (and Where We Need to Know More). *The Oxford Handbook of Positive Organizational Scholarship*.

Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *7*(2), 195-218.

Ludema, J. D., Wilmot, T. B., & Srivastva, S. (1997). Organizational Hope: Reaffirming the Constructive Task of Social and Organizational Inquiry. *Human Relations*, *50*(8), 1015-1052.

Luthans, F., Avey, J. B., & Patera, J. L. (2008). Experimental analysis of a web-based training intervention to develop positive psychological capital. *Academy of Management Learning & Education*, 7(2), 209–221.

Lüthje, C., & Franke, N. (2003). the 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, *33*(2), 135-147.

Lyubomirsky, S. (2001). Why are some people happier than others? The role of cognitive and motivational processes in well-being. *American Psychologist*, *56*(3), 239-249.

Mahfud, T., T. M. B., S. P., & M. Y. (2020). The influence of entrepreneurship education on entrepreneurial intention, self-efficacy, and self-employment readiness. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 14-21.

Matsumoto D., E. P. (2009). *Basic emotions.Oxford companion to affective sciences* (In Sander D. & Scherer K. R., Ed.). Oxford University Press.

Mehmet, Ö. (2022). *Ünlülere bağlanmanın benlik-uyumu ve markaya bağlanma üzerindeki etkisi: Kültürler arası bir karşılaştırma, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Ankara.*

Melbye, E. L., Bergh, I. H., Hausken, S. E. S., Sleddens, E. F. C., Glavin, K., Lien, N., & Bjelland, M. (2016). Adolescent impulsivity and soft drink consumption: The role of parental regulation. *Appetite*, *96*, 432-442.

Miao, C. (2015). Individual Traits and Entrepreneurial Intentions: The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy and Need for Cognition. *Theses and Dissertations*.

Moeller, F. G., Barratt, E. S., Dougherty, D. M., Schmitz, J. M., & Swann, A. C. (2001). Psychiatric aspects of impulsivity. *American Journal of Psychiatry*, *158*(11), 1783-1793.

Mokaya, S. O., Namusonge, M., & Sikalieh, D. (2012). *The Concept of Entrepreneurship; in pursuit of a Universally Acceptable Definition*. International Journal of Arts and Commerce.

Moors, A., Ellsworth, P. C., Scherer, K. R., & Frijda, N. H. (2013). Appraisal Theories of Emotion: State of the Art and Future Development. *Emotion Review*, *5*(2), 119-124.

Moroianu, L.-A., Curis, C., Moroianu, M., Stefanescu, C., & Ciubara, A. (2024). Optimism as a Resource and Form of Manifesting Positive Affectiveness in the Elderly and Young Adults Pre-Pandemic vs Pandemic — Comparative Study. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, *15*(1), 240-257.

Morris, M. H., Webb, J. W., Fu, J., & Singhal, S. (2013). A Competency-Based Perspective on Entrepreneurship Education: Conceptual and Empirical Insights. *Journal of Small Business Management*, *51*(3), 352-369.

Mosing, M. A., Zietsch, B. P., Shekar, S. N., Wright, M. J., & Martin, N. G. (2009). Genetic and environmental influences on Optimism and its relationship to mental and self-rated health: A study of aging twins. *Behavior Genetics*, *39*(6), 597-604.

Mucuk, İsmet. (2001). *Modern işletmecilik*. Türkmen Kitap evi.

Mustafa Engür. (2011). Performans Başarısızlık Değerlendirme Envanteri. *UHBAB Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*.

Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The Impact of Entrepreneurship Education in Higher Education: A Systematic Review and Research Agenda. *Academy of Management Learning & Education*, *16*(2), 277-299.

NEFF, K. (2003). Self-Compassion: An Alternative Conceptualization of a Healthy Attitude Toward Oneself. *Self and Identity*, *2*(2), 85-101.

Niv, S., Tuvblad, C., Raine, A., Wang, P., & Baker, L. A. (2012). Heritability and Longitudinal Stability of Impulsivity in Adolescence. *Behavior Genetics*, *42*(3), 378-392.

OED. (2010). *Oxford English Dictionary: "good, adj., n., adv., and int."* 1-2112. http://www.oed.com/view/Entry/79925?rskey=7y1OHS&result=1&isAdvanced=false

Patton, J. H., Stanford, M. S., & Barratt, E. S. (1995). Factor structure of the barratt impulsiveness scale. *Journal of Clinical Psychology*, *51*(6), 768-774.

Patzelt, H., & Shepherd, D. A. (2011). Negative emotions of an entrepreneurial career: Self-employment and regulatory coping behaviors. *Journal of Business Venturing*, *26*(2), 226-238.

Pearlstein, J. G., Johnson, S. L., Madole, J. W., & Modavi, K. (2022). Emotion-related impulsivity: Testing a model of arousal effects on cognitive control. *Brain and Neuroscience Advances*, *6*, 23982128221079572.

Pietersen, M. L., & Botha, M. (2021). Impulsivity and entrepreneurial behaviour: Exploring an unreasoned pathway. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, *39*(8), 755-780.

Pleeging, E., van Exel, J., & Burger, M. (2022a). Characterizing Hope: An Interdisciplinary Overview of the Characteristics of Hope. *Applied Research in Quality of Life*, *17*(3), 1681-1723.

Pleeging, E., van Exel, J., & Burger, M. (2022b). Characterizing Hope: An Interdisciplinary Overview of the Characteristics of Hope. *Applied Research in Quality of Life*, *17*(3), 1681-1723.

Podoynitsyna, K., Van der Bij, H., & Song, M. (2012). The Role of Mixed Emotions in the Risk Perception of Novice and Serial Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *36*(1), 115-140.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, *88*(5), 879-903.

Price, C., & Walle, E. A. (2018). *Emotion Researcher ISRE's Sourcebook for Research on Emotion and Affect*. http://emotionresearcher.com

Pruett, M., Shinnar, R., Toney, B., Llopis, F., & Fox, J. (2009). Explaining entrepreneurial intentions of university students: A cross-cultural study. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, *15*(6), 571-594.

Rabia Adıgüzel, & Demir, V. (2023). Belirsizliğe Tahammülsüzlük Ve Endişe İle İlgili Olumlu İnançlar Arasindaki İlişkide Akilci Olmayan İnançlarin Araci Rolü. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Araştırma Makalesi*, *7*(2).

Rafaeli, A., & Worline, M. (2001). Individual emotion in work organizations. *Social Science Information, 40*(1), 95-123. https://doi.org/10.1177/053901801040001006

Ramoglou, S., & Tsang, E. W. K. (2015). A Realist Perspective of Entrepreneurship: Opportunities As Propensities. *https://doi.org/10.5465/amr.2014.0281, 41*(3), 410-434.

Rand, K. L., Shanahan, M. L., Fischer, I. C., & Fortney, S. K. (2020). Hope and optimism as predictors of academic performance and subjective well-being in college students. *Learning and Individual Differences*, *81*.

Reinke, W. M., Herman, K. C., & Stormont, M. (2013). Classroom-Level Positive Behavior Supports in Schools Implementing SW-PBIS. *Journal of Positive Behavior Interventions*, *15*(1), 39-50.

Rose, A. L., Leisyte, L., Haertel, T., & Terkowsky, C. (2019). Emotions and the liminal space in entrepreneurship education. *European Journal of Engineering Education*, *44*(4), 602-615.

Satar, M. S. (2024). Compassion, value creation and digital learning orientation in social entrepreneurs. *Management Decision*. https://doi.org/10.1108/MD-12-2023-2356

Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1992). Effects of optimism on psychological and physical well-being: Theoretical overview and empirical update. *Cognitive Therapy and Research, 16*(2), 201-228.

Scherer, K. R. (2001). Appraisal Considered as a Process of Multilevel Sequential Checking. Içinde *Appraisal Processes in Emotion* (ss. 92-120). Oxford University PressNew York, NY.

Scherer, K. R., Schorr, A., & Johnstone, T. (2001). *Appraisal Processes in Emotion: Theory, Methods, Research*. https://philpapers.org/rec/SCHAPI-5

Schwartz, R. G., & Teach, R. D. (2000). Research Note: Entrepreneurship Research: An Empirical Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *24*(3), 77-81.

Sebora, T. C. (2011). *(PDF) Psychological Capital and the Entrepreneurial Intention of College Students*.

Segerstrom, S., Taylor, S., M. K.-J. (1998). Optimism is associated with mood, coping, and immune change in response to stress. *psycnet.apa.orgSC Segerstrom*.

Seligman, M. E. P. (t.y.). *Learned Optimism: How to Change Your Mind and Your Life - PDFDrive.com*.

Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, *55*(1), 5-14. https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.5

Sezer İ. (2013). Kariyer Olarak Girişimcilik ve Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörlerin İçerik Analizi ile Belirlenmesi. *MANAS Journal of Social Studies*, *2*(2), 49-60.

Shane, S. (2003). A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus. *A General Theory Of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*, 1-327.

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). *The Social Dimensions of Entrepreneurship*. https://papers.ssrn.com/abstract=1497759

Sharma, S., Durand, R. M., & Gur-Arie, O. (1981). Identification and Analysis of Moderator Variables. *Journal of Marketing Research*, *18*(3), 291-300.

Shaver, P., Schwartz, J., Kirson, D., & O'Connor, C. (1987). Emotion Knowledge: Further Exploration of a Prototype Approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, *52*(6), 1061-1086.

Shimomura, K., & Morita, K. (2024). *State optimism as a state-dependent prior about rewarding outcome*.

Simpson, A. V., Clegg, S., & Pitsis, T. (2014). Normal Compassion: A Framework for Compassionate Decision Making. *Journal of Business Ethics*, *119*(4), 473-491.

Smith, C., social, P. E.-J. of personality and, & 1985, undefined. (1985). Patterns of cognitive appraisal in emotion. *psycnet.apa.orgCA Smith, PC EllsworthJournal of personality and social psychology, 1985•psycnet.apa.org*.

Smith, G. T., Fischer, S., Cyders, M. A., Annus, A. M., Spillane, N. S., & McCarthy, D. M. (2007). On the validity and utility of discriminating among impulsivity-like traits. *Assessment*, *14*(2), 155-170.

Snyder, C. R. (2002). TARGET ARTICLE: Hope Theory: Rainbows in the Mind. *Psychological Inquiry*, *13*(4), 249-275.

Snyder, C. R., Harris, C., Anderson, J. R., Holleran, S. A., Irving, L. M., Sigmon, S. T., Yoshinobu, L., Gibb, J., Langelle, C., & Harney, P. (1991). The Will and the Ways: Development and Validation of an Individual-Differences Measure of Hope. *Journal of Personality and Social Psychology*, *60*(4), 570-585.

Sprecher, S., & Fehr, B. (2005). Compassionate love for close others and humanity. *Journal of Social and Personal Relationships*, *22*(5), 629-651.

Stevenson, K., & Peterson, N. (2015). Motivating Action through Fostering Climate Change Hope and Concern and Avoiding Despair among Adolescents. *Sustainability*, *8*(1), 6.

Stirzaker, R., Galloway, L., Muhonen, J., & Christopoulos, D. (2021). The drivers of social entrepreneurship: agency, context, compassion and opportunism. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, *27*(6), 1381-

Storey, D. J. (2011). Optimism and chance: The elephants in the entrepreneurship room. *International Small Business Journal*, *29*(4), 303-321.

Taormina, R. J., & Kin- Mei Lao, S. (2007). Measuring Chinese entrepreneurial motivation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *13*(4), 200-221.

Teoh, H. Y., & Foo, S. L. (1997). Moderating effects of tolerance for ambiguity and risktaking propensity on the role conflict-perceived performance relationship: Evidence from singaporean entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, *12*(1), 67-81.

Thongsukmag, J. (2003). *Fear in the workplace: The relationships among sex, self-efficacy, and coping strategies*.

Timuroğlu, M. K., Naktiyok, A., & Yanık, O. (2017). Duyguların Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi - The Effect of Emotions on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Research - Turk*, *9*(2), 461-477.

Tooby, J., & Cosmides, L. (1990). The past explains the present: Emotional adaptations and the structure of ancestral environments. *Ethology and Sociobiology*, *11*(4-5), 375-424

Torun, Y., Çakar, H., & Budak, S. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Temel Benlik Değerlendirmeleri ile Kariyer Stresleri. *Bir vakıf üniversitPamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *53*, 280-304.

Tran, T. V. H., Duong, C. D., Nguyen, T. H., Tran, T. S. L., & Vu, T. N. (2023). UPPS impulsivity, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intentions among university students: ADHD symptoms as a moderator. *Journal of Applied Research in Higher Education*, *15*(2), 473-495.

Uncu, A. (2018). Duygularin Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi: Girişimcilik Dersi Alan Öğrenciler Üzerinde Bir Araştirma. *International Journal of Trade, Economics and Business Studies*.

Valdesolo, P., & DeSteno, D. (2011). Synchrony and the social tuning of compassion. *Emotion*, *11*(2), 262-266. -

Van Audenhove, S., & Vander Laenen, F. (2017). Future expectations of young people leaving youth care in Flanders: the role of personal and social capital in coping with expected challenges. *Child & Family Social Work*, *22*(1), 256-265.

Verheul, I., Block, J., Burmeister-Lamp, K., Thurik, R., Tiemeier, H., & Turturea, R. (2015). ADHD-like behavior and entrepreneurial intentions. *Small Business Economics*, *45*(1), 85-101.

Volery, T., Richomme-Huet, K., & Vial, V. (2023). Editorial: Emotions and entrepreneurship. *Frontiers in Psychology*, *14*, 1255607.

Webb, D., Bloch, E., Marcel, G., Rorty, R., & Snyder, R. (2007). Modes of hoping. *History of the Human Sciences*, *20*(3), 65-83.

Welpe, I. M., Spörrle, M., Grichnik, D., Michl, T., & Audretsch, D. B. (2012). Emotions and Opportunities: The Interplay of Opportunity Evaluation, Fear, Joy,

and Anger as Antecedent of Entrepreneurial Exploitation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *36*(1), 69-96.

Whiteside, S. P., & Lynam, D. R. (t.y.). *The Five Factor Model and impulsivity: using a structural model of personality to understand impulsivity*. www.elsevier.com/locate/paid

Whiteside, S. P., & Lynam, D. R. (2001). The five factor model and impulsivity: Using a structural model of personality to understand impulsivity. *Personality and Individual Differences*, *30*(4), 669-689.

Wiklund, J., Yu, W., & Patzelt, H. (2018). Impulsivity and Entrepreneurial Action. *Academy of Management Perspectives*, *32*(3), 379-403.

Wiklund, J., Yu, W., Tucker, R., & Marino, L. D. (2017). ADHD, impulsivity and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, *32*(6), 627-656.

Williams, T. A., & Shepherd, D. A. (2018). To the Rescue!? Brokering a Rapid, Scaled and Customized Compassionate Response to Suffering after Disaster. *Journal of Management Studies*, *55*(6), 910-942

Williamson, A. J., Drencheva, A., & Wolfe, M. T. (2024). When do negative emotions arise in entrepreneurship? A contextualized review of negative affective antecedents. *Journal of Small Business Management*, *62*(1), 209-253.

Yildirim, M. H., & Oruç, Ş. (2020). Çalişanlarin Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle Başarisizlik Korkulari Arasindaki İlişkinin İncelenmesi. *3. Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*.

Yitshaki, R., Kropp, F., & Honig, B. (2022). The Role of Compassion in Shaping Social Entrepreneurs' Prosocial Opportunity Recognition. *Journal of Business Ethics*, *179*(2), 617-647.

Yukongdi, V., & Lopa, N. Z. (2017). Entrepreneurial intention: a study of individual, situational and gender differences. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *24*(2), 333-352.

Zapolski, T. C. B., Cyders, M. A., & Smith, G. T. (2009). Positive Urgency Predicts Illegal Drug Use and Risky Sexual Behavior. *Psychology of Addictive Behaviors*, *23*(2), 348-354.

Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review. *Journal of Management*, *36*(2), 381-404.

EKLER

Anket soruları

Girişimcilik Niyeti

1. Girişimci olmak için her şeyi yapmaya hazırım.
2. Profesyonel hedefim bir girişimci olmaktır.
3. Kendi işimi kurmak ve işletmek için elimden gelen her şeyi yapacağım.
4. Gelecekte kendi işimi kurma konusunda kararlıyım.
5. Bir işletme kurmayı ciddi olarak düşünüyorum.
6. Bir gün kendi işimi kurmaya gerçekten niyetliyim.

Çok Boyutlu Dürtüsellik

1. Kendimi kötü hissettiğimde, çoğu kez o anda iyi hissettiren fakat sonradan yaptığıma pişman olduğum şeyler yaparım.
2. Kendimi kötü hissettiğim bazı zamanlarda, kendimi kötü hissettirse bile yapmakta olduğum şeyi durduramam.
3. Üzgün olduğum zamanlarda çoğu kez düşünmeden hareket ederim.
4. Reddedildiğimi hissettiğim zamanlarda, çoğu kez sonradan pişman olduğum şeyler söylerim.
5. Genellikle olayları sonuna kadar takip etmeyi severim.
6. Bitmemiş, yarım kalan işler canımı sıkar.
7. Bir şey yapmaya başladığımda, durmaktan nefret ederim.
8. Başladığım işi bitiririm.
9. Düşüncelerim ölçülü ve bir amaca yöneliktir.
10. Harekete geçmeden önce biraz durup yapacağım şey üzerine düşünürüm.
11. Karşılaştığım sorunları mantıklı bir biçimde değerlendirerek "makul" bir yaklaşımda bulunma eğilimindeyim.
12. Herhangi bir şey yapmadan önce genellikle iyice düşünürüm.
13. Risk almaktan hoşlanırım.
14. Biraz korkutucu ya da gelenekdışı dahi olsalar, yeni deneyimler ve duygular yaşamaya açığımdır.
15. Uçak kullanmayı öğrenmek hoşuma gidebilir.

16. Yüksek bir dağın tepesinden aşağıya hızla kayarken hissedilen duygular bana keyif verebilir.
17. Kendimi iyi hissettiğimde, bana sorun çıkarabilecek durumlara girme eğilimindeyim.
18. Kendimi iyi hissettiğimde, kontrolü kaybetme eğilimindeyim.
19. Çok heyecanlı hissettiğimde, yaptığım şeyler başkalarını şaşırtır veya endişelendirir.
20. Çok heyecanlandığımda, düşünmeden hareket etme eğilimindeyim.

Şefkatlik

1. Tanımasam bile birinin zor bir dönemden geçtiğini duyduğumda ona karşı büyük bir merhamet hissederim.
2. Tanımasam bile insanlara karşı merhamet hissetme eğilimindeyim.
3. Hayatımda bana en çok anlam katan faaliyetlerden biri, yardıma ihtiyacı olan diğer insanlara yardım etmektir.
4. Tanımasam bile başkalarına yardım edecek eylemlerde bulunmayı kendi çıkarıma hareket etmeye tercih ederim.
5. İhtiyacı varmış gibi görünen insanlara karşı genellikle şefkatli duygular beslerim.

Umut

1. Sıkıntılı bir durumdan kurtulmak için pek çok yol düşünebilirim.
2. Enerjik bir biçimde amaçlarıma ulaşmaya çalışırım.
3. Nadiren kendimi yorgun hissederim.
4. Herhangi bir problemin pek çok çözüm yolu vardır.
5. Tartışmalarda genellikle galip çıkarım.
6. Benim için önemli olan şeylere ulaşabilmek için çeşitli yollar düşünebilirim.
7. Sağlığım için endişe duymam.
8. Başkalarının pes ettiği durumlarda bile, sorunu çözecek bir yol bulabileceğimi bilirim.
9. Geçmiş yaşantılarım beni geleceğe iyi biçimde hazırladı.
10. Hayatta oldukça başarılıyım.
11. Genellikle endişeli hareket etmem.

12. Kendim için koyduğum hedeflere ulaşırım.

İyimserlik

1. Belirsiz zamanlarda genellikle en iyisini beklerim.
2. Benim için her şey yolunda gider.
3. Geleceğim konusunda her zaman iyimserimdir.
4. İşlerin her zaman istediğim gibi gitmesini beklerim.
5. Başıma iyi şeyler geleceğine güvenirim.
6. Genel olarak başıma kötüden çok iyi şeylerin gelmesini beklerim.

Kendini değersiz görme korkusu

1. Başarısız olmamın nedeni genellikle yeterince zeki olmamamdır.
2. Başarısız olduğumda yeteneksizliğimi suçluyorum.
3. Başarısız olduğumda yeterli yeteneğe sahip olmadığımdan korkuyorum.
4. Başarısız olduğumda performansımın kontrolünün bende olmadığını hissediyorum.

Belirsiz bir geleceğe sahip olma korkusu

1. Başarısız olduğumda geleceğim belirsiz görünüyor.
2. Başarısız olduğumda gelecek planlarımın değişeceğine inanıyorum.
3. Başarısız olduğumda bu benim gelecekle ilgili "planımı" bozuyor.
4. Başarısız olduğumda gelecek planlarımın etkilemesinden korkuyorum.

Sosyal etkiyi kaybetme korkusu

1. Başarılı olamadığım zaman insanlar benimle daha az ilgileniyor.
2. Başarısız olduğumda insanlar bana daha az yardım etmek istiyor gibi görünüyor.
3. Başarısız olduğumda insanlar beni yalnız bırakma eğiliminde oluyor.
4. Başarısız olduğumda bazı insanlar artık benimle ilgilenmiyor.
5. Başarısız olduğumda bazı insanlar için değerim azalıyor.

ÖZET

Girişimcilik niyeti, bireyin bağımsız olarak iş kurma arzusunu ve bu yönde adım atma eğilimini yansıtmaktadır (Fayolle ve Liñán, 2014). Duygular ise, bireyin riskleri göze alma, fırsatları fark etme ve karar alma süreçlerinde belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır (Baron, 2008). Olumlu duygular (örneğin umut, coşku, sevgi), bireyin öz yeterliliğini ve fırsatları değerlendirme isteğini artırarak girişimcilik niyetini olumlu yönde etkileyebilirken; olumsuz duygular (örneğin korku, kaygı, üzüntü), risk algısını yükselterek girişimcilik niyetini olumsuz etkileyebilmektedir (Uncu, 2018). Çalışmada dürtüsellik, Tran vd., (2023) 5 faktörlü SUPPS-P dürtüsellik ölçeği temel alınarak çok boyutlu bir yapı olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda dürtüsellik; negatif aciliyet, pozitif aciliyet, azim eksikliği, önceden tasarlama eksikliği ve duygu arayışı gibi boyutlardan oluşmaktadır(Tran vd., 2023). Dürtüsel bireyler düşünmeden hızlıca harekete geçebilir, bu da fırsatlara yönelmelerini kolaylaştırabilir; ancak bu durum sürdürülebilirlik açısından bazı riskler barındırmaktadır (Carver ve Scheier, 1998).

Bu çalışma, olumlu ve olumsuz duyguların girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerini ve bu etkide çok boyutlu dürtüselliğin rölünü açıklamayı amaçlamaktadır. Duygular bireysel olumlu/bireysel olumsuz ve sosyal olumlu/olumsuz olmak üzere dört kategoride sınıflandırılmıştır. Bireysel olumlu duygu olarak iyimserlik ve umut; sosyal olumlu duygu olarak ise şefkatlik ele alınmaktadır. Olumsuz duygulardan ise bireysel olumsuz duygu olarak değersizlik korkusu ve gelecek korkusu; sosyal olumsuz duygu olarak sosyal korku değişkenleri kullanılmaktadır. Belirlenen araştırma hedefleri çerçevesinde oluşturulan model, ilgili analizler aracılığıyla değerlendirilmiştir. Çalışmada Türkiye'deki üniversite işletme öğrencilerinden oluşan bir örneklem üzerinden 207 anket toplanmış ve toplanan anketler regresyon analizi ile test edilmiştir. Bulgular, sosyal duyguların (şefkat ve sosyal etkiyi kaybetme korkusu) girişimcilik niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etki yarattığını; buna karşın bireysel duyguların (iyimserlik, umut, kendini değersiz görme korkusu ve gelecek korkusu) ise ya negatif yönde ya da istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, çok boyutlu dürtüselliğin bu ilişkide anlamlı bir rolü üstlendiği belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar, girişimcilik eğitimi, psikolojik destek ve bireysel farkındalık açısından önemli çıkarımlar sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: olumlu ve olumsuz duygular, çok boyutlu dürtüsellik, girişimcilik niyeti

ABSTRACT

Entrepreneurial intention reflects an individual's desire to start a business independently and the tendency to take steps in this direction (Fayolle & Liñán, 2014). Emotions, on the other hand, stand out as a determining factor in the individual's risk-taking, opportunity recognition and decision-making processes (Baron, 2008). Positive emotions (e.g., hope, enthusiasm, love) can positively affect entrepreneurial intention by increasing self-efficacy and willingness to seize opportunities, while negative emotions (e.g., fear, anxiety, sadness) can negatively affect entrepreneurial intention by increasing risk perception (Uncu, 2018). In the study, impulsivity was considered as a multidimensional structure based on Tran et al. (2023) 5-factor SUPPS-P impulsivity scale. In this context, impulsivity consists of dimensions such as negative urgency, positive urgency, lack of perseverance, lack of premeditation, and emotion seeking. Impulsive individuals can act quickly without thinking, which may facilitate their orientation towards opportunities; however, this situation poses some risks in terms of sustainability (Carver & Scheier, 1998).

This study aims to explain the effects of positive and negative emotions on entrepreneurial intention and the role of multidimensional impulsivity in this effect. Emotions were classified into four categories: individual positive/individual negative and social positive/negative. Optimism and hope are considered as individual positive emotions and compassion as social positive emotions. As for negative emotions, fear of worthlessness and fear of the future are used as individual negative emotions and social fear as social negative emotions. The model created within the framework of the determined research objectives was evaluated through relevant analyses. In the study, 207 questionnaires were collected from a sample of university business students in Turkey and the collected questionnaires were tested with regression analysis. The findings revealed that social emotions (compassion and fear of losing social influence) had a positive and significant effect on entrepreneurial intention, whereas individual emotions (optimism, hope, fear of self-devaluation and fear of the future) had either a negative or statistically insignificant effect. In addition, multidimensional impulsivity was found to play a significant role in this relationship. The results have important implications for entrepreneurship education, psychological support and self-awareness.

Keyword: Positive and Negative emotions, multidimensional impulsivity, entrepreneurial intention