

Duyguların Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi¹

The Effect of Emotions on Entrepreneurial Intentions

Oktay YANIK

Yüksek İhtisas Üniversitesi,
Sağlık Bilimleri Fakültesi
Sağlık Yönetimi Bölümü,
Ankara, Türkiye
oyanik@atauni.edu.tr

M. Kürşat TİMURÖĞLU

Atatürk Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri
İlişkileri Bölümü, Erzurum,
Türkiye timuroglu@atauni.edu.tr

Atılhan NAKTİYOK

Atatürk Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi, İşletme Bölümü,
Erzurum, Türkiye
anakti@atauni.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın amacı potansiyel bir girişimci grubunu teşkil eden üniversite öğrencilerinin sahip olduğu duyguların girişimcilik niyetleri üzerindeki rolünü aydınlığa kavuşturmadır. Bu kapsamda, Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. işletme bölümünde öğrenim gören 343 öğrencinin sahip olduğu duygular ile girişimcilik niyetleri ele alınmıştır. Araştırma sonuçları uyarınca girişimcilik niyetinin yüksek olduğu grupta yer alan öğrencilerin girişimcilik niyetinin düşük olduğu gruptakilerden bazı olumlu duygular açısından farklılaştığı tespit edilmiştir. Bireylerin sahip olduğu birtakım olumlu duyguların girişimcilik niyeti üzerindeki belirleyici rolü, girişimci karaktere sahip bir toplum yaratabilme açısından bu tür olumlu duyguların teşvik edilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir.

Anahtar kelimeler: girişimcilik, duygular, girişimcilik niyeti

Abstract

The goal of this study is to clarify the role of emotions of university students, who are constitute potential entrepreneurs, on entrepreneurial intention. In this context, the emotions and entrepreneurial intentions of 343 university students who are studying at Atatürk University Faculty of Economics Administrative Sciences are discussed. According to the results, it is identified that in terms of some positive emotions there is difference between the group with high entrepreneurial intention and the group with low entrepreneurial intention. The determining role of individual's some positive emotions on the entrepreneurial intention pointed out that this kind of positive emotions should be encouraged in order to create an entrepreneur society.

Keywords: entrepreneurship, emotions, entrepreneurial intention.

¹ Bu çalışmanın sonuçlarından bir kısmı 11. Ulusal İşletmecilik Kongresinde bildiri olarak sunulmuştur.

1. Giriş

Duygu (emotion) kelimesinin kökü Latince'de yer alan harekete geçme anlamındaki 'motere' sözcüğüne 'e-' ön eki getirilmesi vasıtasıyla uzağa doğru ilerlemek anlamı kazandırılmasına dayanmaktadır (Goleman, 2009, s. 6). Kelimenin kökeni insanı harekete geçiren içgüdülerin ve insan davranışlarının temelinde duyguların yattığı fikrini akla getirmektedir. Gerçekten de duygu ağıyla sarılmış olan insanın kendisini her an değişebilen duygularından soyutlayabilmesi mümkün değildir. Bu nedenle duyguların neredeyse bireyin tüm tutum ve davranışlarına yön verdiğini öne sürebilmek mümkündür. Duyguların kaynağı ve sonuçları hakkında ise kesin bir yargıya varabilecek kadar derin bilgi birikimi ve bilim adamlarının üzerinde büyük ölçüde uzlaştığı herhangi bir görüş bulunmamaktadır. Günümüzde duyguların bilişin kaynağı olduğunu ileri süren görüşlerin (Zajonc, 1985, s. 18) yanı sıra bilişsel ve bilişsel olmayan sinir sistemlerinin etkileşimini içerdiği yönündeki değerlendirmelerle ortaya çıkan görüşler de bulunmaktadır (Bloom vd., 1985, s. 81). Duygular bazıları tarafından ise -geleneksel ve akılcı yaklaşımlarla ele alındığının aksine- harekete geçiren, insan davranışını şekillendiren, insan davranışının yönünü, sürekliliğini ve yoğunluğunu etkileyen, ilham veren ve mantığın sınırlarını zorlayabilen ruh halleri olarak ele alınabilmektedir (Henke vd., 1993, s. 216; DeCarlo, 1999, s. 91). Aristo (1941)'ya göre duygu, kendi muhakeme tarzını etkileyecek şekilde bireyi değiştiren ve -insan davranışlarına yön verdiği düşünülen- zevk ile acı kavramlarının beraberinde gelen bir olgudur. Goleman'a (2009, s. 6) göre duygular harekete geçirici nitelikteki dürtüler, genlerimiz vasıtasıyla içimize işlemiş olan ve hayatla başa çıkabilmeye yarayan anlık planlardır ve insan davranış biçimlerine olan eğilimler gerçekte duygularla örtülüdür. Farklı bir bakış açısı uyarınca ise duygular, çevredeki uyarıcıların harekete geçirdiği davranışsal tepkilere yol açan bilinçli hislerdir (Davis ve Palladino, 1997, s.135). Buna göre, bireyin yaşadığı olayların sonucuna veya algılanmasına bağlı olarak ortaya çıkan farkına varma, anlama ve tepki verme gibi unsurları olan bir olay, bedensel, davranışsal ve zihinsel özellikleri içeren algısal süreç şeklinde tanımlanmaktadır (Mayer vd., 2000, s. 267; Young, 1982, s. 381).

Yukarıdaki tanımların ortak noktaları incelendiğinde bireyin sahip olduğu duygular ile düşünce ve davranışlarının karşılıklı olarak birbirlerini etkilediği görülmektedir. Nitekim Goleman (2009, s. 9) rasyonel düşünce ile duygular arasında birbirini dengeleyici nitelikte bir denge olduğunu öne sürmektedir. Buna göre, rasyonel düşünce duygulara temel teşkil eden girdileri süzgeçten geçirerek ayıklarken, duygular rasyonel düşüncenin faaliyetlerine önemli düzeyde bilgi sağlamaktadır ve düşünceleri beslemektedir. Duygular, insan hayatında öylesine önemli bir konuma sahiptir ki; sırf sahip olunan duygulardan kaynaklı nedenlerle aynı koşullar altında bireylerce farklı kararlar alınabilmektedir ya da aynı kararları alan bireylerce bu kararlar farklı şekillerde uygulanabilmektedir. Bu nedenle, duyguların bir faaliyetin başlatılması ve sürdürülmesi konusunda bireyi motive eden temel kaynaklardan birisi olduğunu öne sürebilmek mümkündür (Grewal ve Salovey, 2005, s. 334).

Bireyler kariyer şekillendirme, yatırım ve köklü değişim gibi önemli kararlarının birçoğunu sadece rasyonel düşüncelere dayanarak almamaktadır. Alınan kararlar üzerinde bireyin sahip olduğu olumlu ve olumsuz ruh halinin de önemli derecede etkisi olabilmektedir. Olumlu ve olumsuz duygular adeta düşünceleri şekillendirmektedir. Duygu temelli düşünceler ise davranışa yansımaktadır. Bu nedenle, girişimsel niyetin seviyesini ve uygulamaya konma olasılığını belirleyecek şekilde gelişim gösteren ve

bireyin iç dünyasını temsil eden duygulardan girişimci ruha sahip olan bireyler ile olmayanları birbirinden ayırt etmede faydalanılabileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca, bahsi geçen belirleyici rolün olumlu ve olumsuz duyguların bir arada ele alınması suretiyle daha kapsamlı bir şekilde aydınlatılabileceği düşünölmektedir.

Girişimci karaktere sahip olmayan ve düzenli maaş ile işten çıkarılma ihtimalinin düşük olduğu risksiz çalışma hayatını tercih eden bireylerin fazlaca bulunduğu ekonomilerin uzun dönemde ayakta kalabilmesi oldukça zordur. Bir ölkede girişimciler ile işğörenlerin sayı ve nitelik bakımından dengede olması hayati öneme sahiptir. Bu nedenle, girişimci ruhunu kaybetmeye başlayan toplumların acilen bu soruna önlem alması gerekmektedir. Girişimcilik niyetiyle olumlu ve olumsuz duygular arasındaki ilişkinin aydınlığa kavuşturulması halinde girişimci ruha sahip bir toplum yaratabilme adına gerekli olan bazı argümanların belirlenebilmesi de mümkün olacaktır. Duygu odaklı müdahale araçlarının etkin bir şekilde kullanılmasını, duyguların kontrol altına alınmasına ve yönetilmesine olanak tanıyan faktörlerin ön plana çıkarılmasını ve girişimcileri motive eden –duygular haricindeki- diğer değişkenlerin de irdelenmesini kapsayan bu tür katkılar girişimciliğe niyetli olmayan bireylerin yerine risk üstlenerek birikimlerini ve emeğini girişimciliğe yönlendiren bireylerin çoğunlukta olduğu bir toplumun ortaya çıkmasına olanak tanıyabilecektir. Bu çalışmada, duyguların girişimcilik niyeti üzerindeki rolü, katılımcıların girişimcilik niyetine sahip olmasına veya olmamasına göre farklılaşp farklılaşmadığının sorgulanması suretiyle ortaya konulacak şekilde ilgili alana katkı sağlanması amaçlanmıştır.

2. Kuramsal Çerçeve

Girişimcilik faaliyeti bireyin arzusuna, isteğine, vizyonuna ve mevcut koşulları rasyonel bir şekilde değerlendirebilme yetisine bağlı olacak şekilde ortaya çıkan planlı ve niyete dayalı bir davranıştır. Genellikle, girişimcilik niyetini etkileyen yetenek ve kişilik özellikleri gibi bireysel faktörler ile girişimciliğin ortaya çıktığı ortamı ifade eden bağlamsal faktörlerin bir araya getirilmesi suretiyle açıklanmaya çalışılmıştır (Lee ve Peterson, 2000, s. 402-403; Naktiyok vd., 2008, s. 277-281). Çevresel faktörler de girişimcilik faaliyetleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir ancak girişimcilik olgusu kapsamında ele alınması gereken belirleyici etkenlerin başında bireyin iç dünyası ve çevresini algılayış biçimi gelmektedir. Girişimcilik niyetini bireysel özellikler açısından ele alan araştırmacılar bireyin psikolojik, demografik ve karakteristik özellikleri üzerinde durarak girişimciliği açıklamaya çalışmıştır. Bu yaklaşıma göre girişimcilerin benzersiz (kendine özgü) bazı değerleri, tutumları ve ihtiyaçları bulunmaktadır ve içinde bulunulan psikolojik durum, kişisel özellikler, edinilen deneyimler gibi bireye özgü bazı değerşkenler girişimcilik ruhunu etkilemektedir (Naktiyok, 2005, s. 14). Bu nedenle, girişimcilik niyetinin bireyin hâlihazırda sahip olduğu duygularla harmanlanarak şekillendiğini ve zaman içerisinde çeşitli nedenlerle değişebilen duyguların girişimcilik niyetini yeniden şekillendirebileceğini öne sürebilmek mümkündür.

Girişimcilik olgusuna bireysel özellikler açısından yaklaşan araştırmacılar tarafından çözüme kavuşturulması gereken temel sorunlardan birisini girişimciliğe henüz adım atmamış ancak belirli ölçülerde girişimcilik potansiyeli olan kişileri tespit edebilme teşkil etmektedir. Araştırmacılar girişimcilik niyeti yüksek ve düşük olan bireyleri birbirinden ayırt edebilme adına çeşitli yöntemlere başvurmaktadır. Muhtemel girişimcileri tespit edebilmek amacıyla genellikle başarma arzusu, kontrol odağı, sosyal beceriler, kararlılık, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı gösterilen tolerans düzeyi, iyimserlik, özgüven, iş deneyimi ve bilişsel yetenekler gibi bireysel farklılıklar üzerinde

durulmaktadır (Markman ve Baron, 2003, s. 287-294; Naktiyok, 2005, s. 14; Luthans ve Ibrayeva, 2006, s. 95-96). Son yıllarda ise girişimcilerin daha çok bilişsel açıdan ayırt edilmeye çalışıldığı görülmektedir (Grichnik vd., 2010, s. 15). Oysaki girişimcilik gibi çok yönlü ve değişken bir kavramı sadece bilişsel çerçeveye açıklayabilmek mümkün değildir. Nitekim mantıklı bir şekilde hareket ettiği halde başarısız olan azımsanmayacak sayıda girişimci bulunduğu gibi toplumun genelinin mantıksız bir girişim olarak nitelendirdiği bir yatırımdan oldukça başarılı neticeler elde eden çok sayıda girişimci de bulunmaktadır. Mantıklı olduğu öngörülmeleyen bir girişimden başarılı sonuçlar elde eden kişilerin başarılarını açıklamada kullandığı argüman ise genellikle ‘sadece içimden geleni yaptım ve hissettiğim gibi davrandım’ şeklindedir. Bu noktada sadece bilişsel açıdan ele alındığı takdirde duyguların girişimcilik olgusu üzerindeki rolünün ihmal edileceği gerçeği ortaya çıkmaktadır. Bu gerçeğe dayanarak girişimcilik niyetinin tespiti esnasında duyguların da hesaba katılması gerektiği söylenebilir.

Bireyin iç dünyasının girişimcilik niyetini belirleyebilmesine benzer bir şekilde, girişimciliğin muhtemel kayıp ve kazanımları ile katlanması gereken finansal, fiziksel ve psikolojik riskleri de olumlu/olumsuz duyguları şekillendirebilmektedir. Bu nedenle, duygular ile girişimcilik niyeti arasında çok yönlü ve karmaşık bir ilişkinin bulunduğunu öne sürebilmek mümkündür. Girişimciliğin mevcut geniş yazını göz önüne alındığında olumlu ve olumsuz duygularla girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi ortaya koyan çalışmaların yetersiz sayıda olduğu söylenebilir. Özellikle olumsuz duygular açısından bu eksiklik daha belirgin düzeydedir. Girişimcilik niyetinin olumsuz duygulardan ziyade olumlu duyguların etkisiyle ortaya çıktığını peşinen öne sürmek hatalı olacaktır. Aksi takdirde hırs, fazla para kazanma arzusu, aşırı derecede başarılı olma ihtiyacı, güçlü ekonomik bağımsızlık isteği ve her türlü yıkıcı faaliyeti mubah görecektir şekilde zengin olma arzusu gibi toplum tarafından olumlu karşılanmayan duygularla hareket eden girişimcilerin niyetlerinin kaynağını açıklayabilmek mümkün olamayacaktır. Konunun karmaşıklığını ortaya koyacak şekilde, bireylerin yaşadığı olumlu ve olumsuz duyguların birbirleriyle ilişkili olduğuna ve her iki tür duygunun aynı anda yüksek ve düşük düzeyde hissedilebileceğine ilişkin görüşler de bulunmaktadır (Patzelt ve Sheperd, 2011, s. 227). Üstelik, olumlu ve olumsuz duyguları eşzamanlı olarak tetikleyebilen bazı mekanizmaların varlığı da öne sürülmektedir (Larsen vd., 2001). Örneğin, George ve Zhou bireylerin yüksek düzeyde yaratıcılık sergilemesi halinde hem olumlu hem de olumsuz duygularının yüksek olacağı sonucuna ulaşmıştır (George ve Zhou, 2007). Bahsi geçen görüş ve sonuçlar, duygu kavramı ele alınırken olumlu ve olumsuz duygulardan herhangi birisinin kapsam dışı bırakılması halinde araştırmanın bir yönünün eksik kalabileceğine işaret etmektedir.

Bilinmeyenini ortaya çıkarmak, henüz denenmemiş bir şeyi denemek çoğu zaman aykırılık olarak nitelendirilmektedir ve ilk başlarda toplum tarafından garip karşılanabilmektedir. Üstün başarı seviyesine sahip girişimciler ise genellikle toplumun kemikleşmiş alışkanlıklarına ve düşünce yapısına aykırı hareket ederek başarıya ulaşabilmiş kişilerdir. Bu tür insanların kişiliklerinde belirli ölçülerde sosyal uyumsuzluk da bulunabilmektedir çünkü sosyal uyumsuzluğa sahip olan bireyler topluma uyum sağlayabilmek amacıyla yenilik yapmaya daha fazla motive olabilmektedir (Wickham, 2001, s. 14-15). Bu durum yeniliğe ve yaratıcılığa yönelik fikirlerin duygusal bir eksende, hatta bazen topluma uyum sağlayamama gibi olumsuz duyguların baskısı altında gelişim gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Girişimciliğe psiko-dinamik açıdan yaklaşanlar davranışların amaç yönelimli olduğunu ve kişinin bünyesindeki –gizil- bir güç tarafından harekete geçirildiğini savunmaktadır (De Vries, 1977). Bu yaklaşıma göre bireyin iç dünyası onu bir faaliyete yöneltmediği ve motive etmediği sürece o konuda başarılı olabilmesi çok zordur. Bu kapsamda, bireyi girişimciliğe yönlendiren gizil gücü meydana getiren unsurlardan birisinin sahip olduğu duygular olduğunu öne sürebilmek mümkündür. Başkalarının belirlediği hedeflere ulaşmaya ve başkalarının hisleri doğrultusunda hareket etmeye çalışan bireylerin, kendi duyguları doğrultusunda hareket etme serbestisine sahip olanlara göre daha düşük seviyede motive olacağı aşikârdır. Nitekim birçok girişimci profesyonel yönetici olarak başarısız olduktan sonra girişimci olarak başarıyı yakalayabilmiştir (Cox ve Jennings, 1995, s. 4; Naktiyok, 2005, s. 14). Girişimcilik faaliyetleri bireye olumlu/olumsuz duyguları doğrultusunda belirlediği hedeflerini uygulamaya koyabilme fırsatını verdiği için önemli bir içsel ihtiyacı karşılamaktadır. Olumlu veya olumsuz duygulara sahip olunmasının girişimcilik niyeti açısından anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadığının tespit edilmesi ise yönetim bilimi tarafından duygulara verilmesi gereken önemi farklı bir açıdan bir kez daha ortaya koyacak olması nedeniyle önem arz etmektedir.

3. Yöntem

Bu çalışmada nicel (kantitatif) araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini 2011-2012 öğretim yılında Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. işletme bölümünde öğrenim gören 1142 öğrenci oluşturmuştur. Hata payı, araştırmanın sınırlılıkları hesaba katılarak %5, güven aralığı ise %95 olarak belirlenmiştir. Bu sınırlar içerisinde olacak şekilde, yeterli örneklem büyüklüğü 288 olarak tespit edilmiştir (<http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>). Bazı öğrencilerin çalışmaya katılmayacağı ve olası cevaplama hataları göz önünde bulundurularak tesadüfi yöntemle belirlenen 350 öğrenciye anket formu dağıtılmıştır. Dağıtılan anketlerden 348'i geri dönmüştür. Geri dönen anket formlarından 5'i veri kayıplarının fazlalığı nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır. Analizlere konu olan anket formu sayısı 343'tür. Araştırma esnasında uygulanan veri toplama aracı üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öğrencilerin cinsiyet, baba mesleği, anne mesleği, okul başarısı, aile geliri, öğrenci geliri, kaçınıcı sınıfta öğrenim görüldüğü gibi bireysel özelliklerine ilişkin sorulara yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise öğrencilerin girişimsel niyetleri Grant, Kickul ve D'Intino tarafından geliştirilen ve girişimcilik niyetiyle ilgili çalışmalarda oldukça sık kullanılan 4 ifadeyle ölçülmüştür (Kickul ve D'Intino, 2005, s. 41). Öğrencilerin olumlu ve olumsuz duyguları ise Watson vd. tarafından geliştirilen, yarısı olumlu diğer yarısı olumsuz olmak üzere toplam 20 duygu türünü içeren ve Panas-x olarak ifade edilen ölçekle değerlendirilmiştir (Watson ve Clark, 1994).

Araştırmada kullanılan ölçeklerden anlamlı sonuçlar çıkarabilmek amacıyla güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliği ve geçerliliği doğrulandıktan sonra korelasyon analizi yardımıyla değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Olumlu ve olumsuz duyguların girişimcilik niyeti üzerinde ne ölçüde belirleyici olduğunu test edebilmek amacıyla ayırma (diskriminant) analizinden faydalanılmıştır. Ayırma analizi yapılmadan önce kümeleme analizi vasıtasıyla ve K-Ortalamalar yöntemiyle öğrenciler girişimcilik niyetlerine göre düşük ve yüksek olmak üzere iki gruba ayrılmıştır.

4. Bulgular ve Tartışma

Bireysel Özelliklere İlişkin Bulgular: Araştırmaya katılan öğrencilerin %51,3'ü kızıdır. %38'inin babası kendi iş yerine sahiptir (girişimcidir) ve %90'ının annesi ev hanımıdır. %23,7'si onur, %10,1'i ise yüksek onur öğrencisidir. Aile geliri açısından, öğrencilerin %41,9'u 1001-2000 TL. gelir aralığı grubunda, kişisel gelir açısından ise %51,6'sı 251-500 TL. gelir aralığı grubunda yer almaktadır. Öğrencilerin %31,5'i okulu bitirir bitirmez kendi işini kurmayı düşünürken, %64,7'si kamu sektöründe veya özel sektörde ücretli olarak çalışmayı hedeflemektedir.

Çalışmamız kapsamında, katılımcıların sosyo-demografik değişkenleri bakımından girişimcilik eğilimlerinin ve duygularının farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmek amacıyla, değişkenlerin ortalamalarına tek yönlü varyans analizi gerçekleştirilmiştir. *Girişimcilik niyeti* cinsiyet, baba mesleği ve aile geliri açısından, *olumsuz duygular* başarı durumu açısından, *olumlu duygular* ise baba mesleği açısından farklılaşmıştır. Buna göre, erkek öğrencilerin, babası girişimci olan öğrencilerin ve daha yüksek gelire sahip olanların girişimcilik niyeti daha fazladır. Başarı derecesi düşük olanlar yüksek olanlara göre daha fazla olumsuz duyguya sahip iken, babası kamuda çalışanlar daha düşük düzeyde olumlu duyguya sahiptir.

Girişimcilik Niyeti ile Olumlu ve Olumsuz Duygular Arasındaki İlişkiye Dair Bulgular: Tablo 1'de girişimcilik niyetine ve olumlu/olumsuz duygulara ilişkin ortalamalar, standart sapmalar, cronbach alfa değerleri ve boyutlar arasındaki ilişkiler gösterilmiştir. Tablodan da görülebileceği üzere öğrencilerin girişimcilik niyeti orta düzeydedir. Zira, öğrencilerin %45,2'si “bir gün kendi işimi kurmam olasıdır” ifadesini, %63'ü “kendi kendimin patronu olmak benim için önemlidir” ifadesini, %61,3'ü “kendi işime sahip olmayı sık sık düşünürüm” ifadesini ve %33'ü “yakın bir gelecekte bir işletmeye sahip olacağım” ifadesini *katılıyorum/ kesinlikle katılıyorum* seçenekleriyle değerlendirmiştir. Bu durum öğrencilerin yarısından fazlasının girişimciliğe niyetli olduğunu ancak bir kısmının yakın gelecekte girişimci olabilme ihtimalini daha az gördüğünü ortaya koymuştur. Olguya duygular açısından yaklaşıldığında, olumlu duyguların olumsuz duygulara oranla daha fazla hissedildiği görülmektedir. Ek olarak, katılımcıların önemli ölçüde olumsuz duygulara sahip olduğu da göz ardı edilmemelidir.

Girişimcilik niyetiyle duygular arasındaki ilişki incelendiğinde ise girişimcilik niyetiyle olumlu duygular arasında anlamlı ($p<0,01$) ve aynı yönlü bir ilişki gözlenmiştir. Girişimcilik niyetiyle olumsuz duygular arasında istatistiksel açıdan anlamlı sayılabilecek bir ilişki tespit edilememiştir. Olumlu duygular ile olumsuz duygular arasında ise istatistiksel açıdan anlamlı ($p<0,01$) ve negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu bulgular, olumlu duygular arttıkça girişimcilik niyetinin arttığını, olumsuz duyguların girişimcilik niyetiyle anlamlı sayılabilecek bir düzeyde ilişkili olmadığını ve olumlu duygular arttıkça olumsuz duyguların azaldığını, benzer bir şekilde olumsuz duygular arttıkça olumlu duyguların azaldığını herhangi bir neden sonuç ilişkisi kurulmaksızın ortaya koymaktadır.

Tablo 1: Girişimcilik Niyetiyle Duygular Arasındaki İlişki

Faktör	\bar{X}	S.S.	1	2	3
1. Girişimcilik Niyeti	3,41	1,10	(0,88)		
2. Olumsuz Duygular	2,32	,75	-014	(0,82)	
3. Olumlu Duygular	3,49	,86	,276*	-,155*	(0,88)

* $p<0,01$; parantez içerisindeki değerler cronbach alfa değerleridir.

Olumsuz ve olumlu duygular genel başlığı altında yer alan her bir duygu türüne ilişkin ortalamalar ile bu duyguların girişimcilik niyetiyle olan ilişkisine dair korelasyon analizi gerçekleştirildiğinde, öğrencilerin asabiyet, sinirlilik, sıkıntı, mutsuzluk ve tedirginlik gibi olumsuz duyguları diğer olumsuz duygulara oranla daha fazla hissettikleri g r lmüşt r. Olguya olumlu duygular açısından bakıldığında ise kararlı olma, heyecan, gurur, g , heves gibi duyguları diğer olumlu duygulara oranla daha fazla hissettikleri g r lmüşt r.

Duygularla girişimcilik niyeti arasındaki ilişki incelendiğinde ise olumsuz duyguların tamamının girişimcilik niyetiyle olan ilişkisinin istatistiksel açıdan anlamsız olduğu g r lmüşt r. Buna karşın, olumlu duyguların tamamının girişimcilik niyetiyle aynı yönde ve anlamlı bir Şekilde ilişkili olduğu gözlenmiştir. Ayrıca, ilhamlılık, kararlılık, heves ve aktiflik duygularının girişimcilik niyetiyle diğerlerine oranla daha güçlü bir Şekilde ilişkili olduğu g r lmüşt r.

Araştırmanın yöntem bölümünde de bahsedildiği gibi duyguların yüksek ve düşük düzeyde girişimcilik niyetine sahip olan öğrencileri ayırt edebilmede hangi ölçüde belirleyici olduğunu test edebilmek amacıyla ayırma analizinden faydalanılmıştır. Ayırma analizi yapılmadan önce öğrencilerin girişimcilik niyetlerine göre gruplandırılması ihtiyacı h sıl olmuştur. Sosyal bir olgu olan girişimcilik niyetini tek bir soru ile uygun bir Şekilde  lebilmenin mümkün olmadığı düşünüldüğünden dolayı öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin Grant, Kickul ve D’Intino tarafından geliştirilen ölçek maddelerine verdikleri cevaplara göre değerlendirilmesine karar verilmiştir. Verilen cevapların K-ortalamalar yöntemiyle kümeleme analizine tabi tutulması suretiyle öğrenciler girişimcilik niyetlerine göre iki gruba ayrılmıştır. Birinci grupta 258, ikinci grupta ise 85  ğrenci yer almıştır. Birinci gruptaki öğrencilerin girişimcilik niyetinin genel ortalaması 3,91 iken; ikinci gruptakilerin genel ortalaması 1,89’dur. Bu nedenle, birinci gruptaki öğrenciler yüksek düzeyde girişimcilik niyetine sahip olan öğrenciler, ikinci gruptaki öğrenciler ise düşük düzeyde girişimcilik niyetine sahip olan öğrenciler olarak nitelendirilmiştir.

Ayırma analizi birtakım bağımsız değişkenin (belirleyicinin) bağımlı değişken (gruplandırma değişkenleri)  zerindeki farklılaştırıcı rolünün istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığını test etmeye yaramaktadır. Bu analiz türünde, ortaya konulan belirleyici değişkenlerin farklı kombinasyonları söz konusu olduğunda bir bireyin hangi gruba dahil olabileceği hususu önceden kestirilmeye çalışılmaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2012, s. 377). Bu araştırmada ayırma analizi vasıtasıyla bireylerin sahip olduğu (olumlu/olumsuz) duygulardan yola çıkılarak girişimcilik niyeti açısından hangi grupta (yüksek/düşük) yer alabileceğinin önceden tahmin edilip edilemeyeceğine dair istatistiksel kanıt aranmıştır. Daha farklı bir ifadeyle, girişimcilik niyetine göre belirlenen gruplar arasında olumlu ve olumsuz duygular açısından anlamlı bir farklılığın olup olmadığı, varsa bu farklılığın hangi duygudan/duygulardan kaynaklandığı araştırılmıştır. Bu maksatla SPSS paket programının ortaya koyduğu grup istatistikleri ve grup ortalamalarının eşitlik testi sonuçları incelenmiştir. Tablo 2’de olumsuz duygulara ilişkin sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 2: Olumsuz Duygulara İlişkin Grup İstatistikleri ve Grup Ortalamalarının Farklılaşma Ölçüsüne İlişkin Sonuçlar

Olumsuz Duygu Türleri	Girişimcilik Niyeti				Grup Ortalamalarının Eşitlik Testi		
	Yüksek		Düşük		Wilks' Lambda	F Değerleri	Anlamlılık Düzeyi
	\bar{X}	S.S.	\bar{X}	S.S.			
Korkmuş	2,03	1,18	1,87	1,20	,996	1,281	,258
Ürkmüş	1,67	1,00	1,70	1,03	1,00	,048	,827
Tedirgin	2,34	1,18	2,64	1,27	,989	3,909	,049
Asabi	3,12	1,33	2,85	1,35	,992	2,592	,108
Sinirli	3,18	1,34	2,96	1,44	,995	1,737	,188
Düşmanca	1,69	1,16	1,65	1,17	1,000	,071	,790
Suçlu	1,60	1,03	1,62	1,04	1,000	,021	,885
Utlanmış	1,72	1,08	1,90	1,10	,995	1,766	,185
Mutsuz	2,72	1,39	2,83	1,37	,999	,375	,541
Sıkıntılı	3,06	1,26	3,25	1,39	,996	1,478	,225

Tablodan da izlenebileceği gibi tedirginlik dışındaki olumsuz duygulardan hiçbirisi girişimcilik niyeti yüksek/düşük olan öğrenciler açısından anlamlı bir şekilde farklılaşmamıştır. Tedirginlik düzeyi görece yüksek olan öğrencilerin girişimcilik niyetinin düşük olduğu öğrenci grubunda toplandığı, buna karşın tedirginlik düzeyi düşük olan öğrencilerin girişimcilik niyetinin yüksek olduğu öğrenci grubunda daha fazla yer aldığı söylenebilir. Diğer bir ifadeyle, girişimcilik niyeti düşük olan öğrencilerin yüksek olanlara oranla daha tedirgin olabileceğine dair istatistiksel bulgu elde edilmiştir. Buna karşın, tedirginlik düzeyini ifade eden grup ortalamaları arasındaki farkın (0,30) ve F değerinin (3,909) çok yüksek düzeyde olmadığını vurgulanması gerekmektedir. Bu nedenle, tedirginliğin girişimcilik niyeti açısından ayırıştırıcı bir değişken olup olmadığını öne sürebilmek için elde edilen sonuçların ayırma analizi sonuçlarıyla desteklenmesi gerektiğine karar verilmiştir.

Tablo 3'te ise olumlu duygular açısından ortaya çıkan analiz sonuçları verilmiştir. Kendini güçlü hissetme dışındaki tüm olumlu duygular girişimcilik niyeti yüksek/düşük seviyede olan öğrenciler bakımından istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılaşmıştır.

Tablo 3: Olumlu Duygulara İlişkin Grup İstatistikleri ve Grup Ortalamalarının Farklılaşma Ölçüsüne İlişkin Sonuçlar

Olumlu Duygu Türleri	Girişimcilik Niyeti				Grup Ortalamalarının Eşitlik Testi		
	Yüksek		Düşük		Wilks' Lambda	F Değerleri	Anlamlılık Düzeyi
	\bar{X}	S.S.	\bar{X}	S.S.			
Aktif	3,43	1,24	2,85	1,24	,962	13,545	,000
Uyanık	3,18	1,30	2,87	1,28	,989	3,865	,050
Dikkatli	3,55	1,25	3,18	1,30	,985	5,362	,021
Kararlı	3,90	1,11	3,35	1,26	,959	14,472	,000
Hevesli	3,83	1,14	3,31	1,33	,966	11,875	,001
Heyecanlı	3,70	1,17	3,22	1,33	,972	9,831	,002
İlhamlı	3,34	1,23	2,61	1,31	,940	21,629	,000
İlgili	3,59	1,13	3,16	1,42	,977	8,000	,005
Gururlu	3,79	1,24	3,31	1,36	,974	9,131	,003
Güçlü	3,76	1,12	3,48	1,22	,989	3,816	,052

Uyanıklık duygusunun anlamlılık düzeyi tam olarak istatistiksel kabul sınırında yer almaktadır. İlhamlı, aktif, kararlı ve hevesli olma duyguları açısından girişimcilik niyeti düşük/yüksek olan grup ortalamaları arasındaki farklılık daha anlamlı düzeydedir. Nitekim bahsi geçen dört olumlu duygu türünün grup ortalamalarının eşitlik testi sonucunda F değerlerinin diğerlerinden daha yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Olumlu duyguların tamamı açısından elde edilen ortalamalar incelendiğinde ise görece daha fazla olumlu duyguya sahip olan öğrencilerin girişimcilik niyeti yüksek olan grupta yer aldığı görülmüştür.

Bireylerin sahip olduğu olumlu/olumsuz duygulardan yola çıkılarak girişimcilik niyeti açısından hangi grupta (yüksek/düşük) yer alabileceğinin önceden tahmin edilip edilemeyeceğine dair yukarıda aktarılan istatistiksel bulguların elde edilmesi sonrasında, gerçekleştirilen ayırma analizinin gerekli varsayımları ve yeterli istatistiksel değerleri barındırıp barındırmadığı hususu da sorgulanmıştır. Bu maksatla, ayırma analizinin temel varsayımlarından birisi olan normallik sayılısının kontrolü yapılmıştır. Eldeki veriler açısından normallik varsayımının ihlal edilmediği belirlenmiştir. Ayırma analizinin temel varsayımlarından bir diğeri olan bağımlı değişkenin rolüne bağlı olarak ortaya çıkan gruplar arası varyans-kovaryans matrislerinin denkleğini test edebilmek amacıyla Box's M istatistiğinden faydalanılmıştır. Box's M testi sonucunda istatistik değerinin 296.302 ($F = 1,284$ ve $p < .001$ anlamlılık düzeyinde) olduğu gözlenmiştir. Test sonucunun anlamsız çıkması, bağımsız değişkenler (duygular) arasındaki korelasyonun gruplar arasında farklılaşmadığını ortaya koyacak olması nedeniyle, analizin sıhhati açısından gerekli bir durumdur ancak bu araştırmada olduğu gibi grup büyüklükleri arasında farklılıklar olan örneklem düzeylerinde ve $p < .001$ anlamlılık düzeyinde anlamlı sonuç elde edildiği durumlarda diğer ayrılma kriterleri sağlandığı takdirde anlamlı test sonuçları göz ardı edilebilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2012, s. 254). Nitekim girişimcilik niyeti düzeyine göre ayrıştırılan her iki gruptan elde edilen logaritmik (log determinant) değerlerin büyük ölçüde denk olduğu (yüksek girişimcilik niyeti: -2,059; düşük girişimcilik niyeti: -2,352) belirlenmiştir. Dolayısıyla, eldeki veriler açısından ayırma analizinin temel varsayımlarının sağlandığı değerlendirilmiştir.

Gerçekleştirilen ayırma analizi sonucunda, öz değeri 0,149 ve kanonik korelasyonu 0,36 olarak belirlenen modelin öğrencileri girişimcilik niyetlerine göre gruplandırmadaki varyansın % 12,96'sını açıklamakta olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, öğrenciler girişimcilik niyetlerine göre %12,96 varyans oranında sahip oldukları olumlu/olumsuz duygu düzeyleri uyarınca farklılaşmaktadır. %13 civarındaki açıklanan varyans oranı düşük düzeyde bir istatistiksel değer olarak kabul edilebilir ancak girişimcilik niyetini belirleyen sayısız faktör içerisinde duyguların bu düzeyde de olsa yer alıyor olması nedeniyle konu araştırmaya değer görülmüştür. Wilks' Lambda ve Ki-kare değerleri sırasıyla 0,870 ve 45,906 olarak belirlenen ayırma fonksiyonu anlamlı çıkmıştır ($p = .001$). Wilks' Lambda değeri ise duygulara ilişkin fonksiyon tarafından açıklanamayan yaklaşık %87'lik varyansı yansıtmaktadır. Bu sonuçlar, öğrencileri girişimcilik niyetlerine göre ayırma çabaları esnasında belirli ölçülerde duygulardan da faydalanılabileceğini ortaya koymaktadır. Diğer bir ifadeyle, öğrencilerin girişimcilik niyetleri belirli ölçülerde sahip olduğu duygular tarafından belirlenmektedir.

Tablo 4: Ayırma Fonksiyonuna İlişkin Özdeğer ve Wilks' Lambda Tablosu

Fonksiyon	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Toplam Varyans	Kanonik Korelasyon	Wilks' Lambda	Ki-kare	Anlamlılık Düzeyi
1	,149	% 100	%100	,36	,87	45,906	,001

Öğrencilerin girişimcilik niyetlerine göre ayrıştırılmasında sahip oldukları duygulardan faydalanılabileceğini belirledikten sonra hangi duyguların ayırma fonksiyonu açısından belirleyici değişken olduğunu, hangilerinin fonksiyondan çıkarılması gerektiğini tespit edebilmek amacıyla ortaya çıkan yapısal matrisin ele alınmasına karar verilmiştir.

Ayırma analizi esnasında elde edilen yapısal matris ve standardize edilmiş kanonik ayırma fonksiyonu katsayıları Tablo 5'te sunulmuştur. Yapısal matrsten de görülebileceği gibi, en yüksek ayırma gücüne sahip olan değişkenler olumlu duygulara ilişkin ilhamlılık, kararlılık ve aktiflik değişkenleridir. Literatür genelinde, yapısal matris içerisinde yer alan ve ayırma analizi açısından belirleyici değişkenler ile ayırma fonksiyonu arasındaki korelasyonu ifade eden yükler (belirleyicilerin ayırma gücü) 0.33 seviyesinden daha düşük olduğunda –diğer bir ifadeyle toplam varyansın %10'unu karşılayamadığında- göz ardı edilebilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2012: 402). Bu nedenle sadece ayırma fonksiyonuyla genel kabul seviyesinin üzerinde olacak şekilde korelasyon sergileyen belirleyicilerin değerlendirmeye alınmasına karar verilmiştir. Dikkatlilik, uyanıklık ve tedirginlik duyguları bir değişkenin ayırma analizi açısından önemini ifade eden %10'luk açıklanan varyans sınırının altında yer almaktadır. Netice itibarıyla bu duyguların ayırma fonksiyonu kapsamına dahil edilmemeleri gerektiği değerlendirilmiştir.

Gruplandırmaya dair ilişkilerin yönünü ve kuvvetini irdeleyebilmek amacıyla ayırma katsayılarından yararlanılmıştır. Standardize edilmiş ayırma katsayısı daha büyük olan bir belirleyici ilgili ayırma analizi açısından daha önemli bir faktörü teşkil etmektedir. Bu araştırmada daha yüksek ayırma katsayısına sahip olan duyguların girişimcilik niyetine (yüksek/düşük) göre öğrencileri gruplandırabilme çabaları açısından daha güçlü birer belirleyici olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Netice itibarıyla, ilhamlılık, kararlılık ve aktiflik değişkenlerinin gruplandırma açısından sahip olduğu önem katsayılarından da anlaşılabilir.

Tablo 5: Standardize Edilmiş Kanonik Ayırma Fonksiyonu Katsayıları ve Yapısal Matris

Duygular	Yapısal Matris	Katsayılar
İlhamlı	,653	,566
Kararlı	,534	,221
Aktif	,517	,420
Hevesli	,484	,029
Heyecanlı	,440	,197
Gururlu	,424	,114
İlgili	,397	-,273
Dikkatli	,325	-,150
Uyanık	,276	-,187
Tedirgin	-,278	-,517

Araştırma bulguları öğrencileri girişimcilik niyetine göre sınıflandırmada yedi önemli duygunun varlığına ortaya koymuştur. Buna göre, ilhamlılık, kararlılık ve aktiflik duyguları öğrencileri gruplandırmada birincil öneme sahiptir. İkincil öneme sahip olan duygular ise heveslilik, ilgililik, heyecan ve gururdur. Bahsi geçen duyguların tamamı olumlu duygular kapsamında değerlendirilmektedir. Analiz sonuçlarına göre olumsuz duyguların hiçbirisi öğrencileri girişim niyeti seviyesine göre sınıflandırmada belirleyici rol üstlenmemektedir. İstatistiksel açıdan anlamlı bir şekilde, yüksek derecede ilhamlılık, kararlılık, aktiflik, heveslilik, ilgililik, heyecan ve gurur duygularına sahip olan öğrenciler girişimcilik niyeti yüksek olan grupta toplanmıştır.

5. Sonuç ve Öneriler

Günümüzün karmaşık çalışma hayatı koşulları altında başarılı olabilme adına sadece mantıklı davranılması yeterli değildir. Duyguların da hesaba katılması halinde soruna daha gerçekçi bir şekilde yaklaşmış olunmaktadır. Duygular ile mantığa bir arada başvurulduğunda bireyin sağlıklı kararlar vermesinin ve başarılı olmasının önü açılmış olmaktadır. Çalışma hayatında duygulara yeteri kadar yer verilmediğinde ise toplumsal değerlerden ve sağlıklı sosyal ilişkilerden uzaklaşılma ihtimali artacaktır. Yaşadığı toplumdan kopuk bir şekilde faaliyet gösteren bir girişimcinin hedeflerine ulaşabilmesi bu nedenle oldukça zordur. Dahası, duygular ihmal edildiğinde akıl mantık yoluyla ulaşılamayan başarılarla ulaşılabilmesini sağlayan ve bireyin kendi iç dünyasında bulunan gizil güç ortaya çıkamayacaktır. Bir girişimciden adeta bir bilgisayar programı kullanıyormuş gibi duygularını ihmal edecek şekilde sadece çevresel ve ekonomik verileri ele alarak yatırım yapmasının beklenilmesi en başta insan doğasına ters düşecektir. Bu nedenle girişimciliğin duygulardan soyutlanamayacak kadar insani bir kavram olduğunu öne sürebilmek mümkündür.

Araştırmamız neticesinde elde edilen sonuçlar duygular ile girişimcilik niyeti arasındaki yukarıda bahsedilen yakın ilişkiyi doğrular niteliktedir. Girişimcilik niyeti ile genel anlamdaki olumsuz duygular arasında herhangi bir ilişki tespit edilememiş iken girişimcilik niyeti ile olumlu duygular arasında anlamlı ve aynı yönlü bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir. Olumlu duygular ile olumsuz duygular arasında ise anlamlı ve ters yönlü bir ilişki belirlenmiştir. Bu kapsamda, öğrencilerin olumlu ve olumsuz duyguları bir arada yaşayabildikleri belirlenmiştir. Öğrencilerin olumlu duygularla beraber olumsuz duygulara da sahip olması ilgili yazındaki görüşleri ve sonuçları destekler niteliktedir (Patzelt ve Sheperd, 2011, s. 227; George ve Zhou, 2007). Girişimcilik niyeti ile en azından olumlu duyguların ilişkili olması, duygulardan yola çıkılması suretiyle girişimci ruha sahip bir toplum yaratabilme umutlarını arttırmaktadır. Eğitim ve öğretimin başladığı dönemden itibaren bireylerin olumlu duygularla hareket etmesi için gerekli uygulamaların belirlenmesi ve hayata geçirilmesi önem arz etmektedir. Zira araştırma sonuçları, olumlu duygularla karar veren ve harekete geçen bireylerin diğerlerine göre girişimciliğe daha eğilimli olacağına işaret etmektedir.

Araştırmamız esnasında olumsuz duygular açısından ilgi çekici ve beklenilmeyen bir sonuca ulaşıldığı söylenebilir. Araştırma bulguları olumsuz duyguların girişimcilik niyetini azalttığına işaret etseydi bu sonuç şaşırtıcı bir durum yaratmayacaktı çünkü baskın olumsuz duygulara sahip bir bireyin girişimcilik faaliyetlerinin muhtemel sonuçlarını da olumsuz bir şekilde öngörebileceği düşüncesi akla gelecekti. Oysaki araştırma sonuçları girişimci ruha sahip bireyler yetiştirebilme adına olumsuz duygularla ilgili soruna ağırlık verilmesi halinde problemin çözümüne doğrudan katkıda

bulunulamayacağına işaret etmektedir. Bu noktada araştırma sonuçlarından elde edilen bir hususun irdelenmesi gerekmektedir. Olumsuz duygularla olumlu duyguların anlamlı ve ters yönde ilişkili olduğu tespit edildiğine göre olumsuz duyguların azaltılması vasıtasıyla olumlu duyguların artırılabilmesi ve netice itibariyle girişimcilik niyetinin geliştirilebilmesi mümkündür. Girişimcilik niyeti ile olumsuz duygular arasında herhangi bir anlamlı ilişki bulunmadığına göre ana hatları çizilen bu yapısal modelin kısmi aracı bir model olması mümkün değildir ancak olumsuz duyguların girişimcilik niyeti ile olumlu duygular arasındaki ilişkide farklılaştırıcı bir değişken olabileceğine dair istatistiksel bulgu elde edildiğini vurgulamak gerekmektedir. Bu bulguya dayanarak girişimcilik niyeti ile olumlu duygular arasındaki ilişkide olumsuz duyguların rolünü ortaya çıkaracak olan ilave araştırmalara ihtiyaç olduğu söylenebilir. Bu nedenle olumsuz duyguların bahsi geçen ilişkide farklılaştırıcı role sahip olup olmadığı hususunun belirlenmesinin müteakip araştırmalara öneri olarak sunulmasına karar verilmiştir.

Çalışmamızda öğrencilerin girişimcilik niyeti cinsiyet, baba mesleği ve aile geliri açısından farklılaşmıştır. Erkek öğrencilerin girişimciliğe olan eğiliminin kız öğrencilerden daha fazla olmasını aile geçindirme konusunda toplumun erkeklere yüklediği role bağlayabilmek mümkündür. Babası girişimci olan öğrencilerin kendisine rol modeli teşkil eden bir ebeveyni olması veya ileride sorumluluğunu üstlenebileceği babasına ait bir işletmenin bulunması nedeniyle diğerlerine göre daha fazla girişimcilik niyetine sahip olduğu değerlendirilmektedir. Aile geliri yüksek olanların ise risk almaya geliri düşük olanlara oranla daha eğilimli olduğundan dolayı daha fazla girişimcilik niyetine sahip olduğu düşünülmektedir. Çalışmamız esnasında olumsuz duygular başarı durumu açısından, olumlu duygular ise baba mesleği açısından farklılaşmıştır. Başarı derecesi düşük olanların yüksek olanlara göre daha fazla olumsuz duyguya sahip olmasını bireyin genel ruh halinin başarı durumuna da etki etmesine bağlayabilmek mümkündür. Babası kamuda çalışanların diğerlerine oranla daha düşük düzeyde olumlu duyguya sahip olmasının ise düşük gelir, öğrencinin gelecekte babadan devralınacak olan bir işletmeye sahip olmaması ve baba tayini nedeniyle aileden ayrı yerde üniversite öğrenimi görme gibi çeşitli nedenlerden kaynaklanabileceği değerlendirilmektedir. Öğrencilerin girişimcilik niyetinin artırılması amaçlandığında bahsi geçen sosyo-demografik değişkenlerin de hesaba katılması gerekmektedir.

Araştırmamızda öğrencilerin girişimcilik niyetinin orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Ülkemizde olduğu gibi gelişmekte olan bir ekonomi içerisinde yetişen bireyler açısından bu durum olağandır. Gelişmekte olan ekonomilerde yer alan işletmelerin, girişimcilik niyetinin düşük olmasının beklendiği gelişmemiş ekonomilerde yer alanlara oranla daha düşük düzeyde risklere sahip iken, girişimcilik niyetinin yüksek olmasının beklendiği gelişmiş ekonomilerde yer alanlara göre daha yüksek düzeyde risklere sahip olduğu değerlendirilmektedir. Bu durumun bireylerin girişimcilik niyetini belirlemesi ise kaçınılmazdır. Bireylerin sahip olduğu düşük veya orta düzeyli girişimcilik niyetinin atılacak çeşitli adımlar vasıtasıyla yüksek seviyeye çıkarılabilmesi halinde ise insan kaynaklarının en azından girişimcilik niyeti açısından ülke ekonomisini gelişmişlik kategorisine çıkarabilecek düzeye gelmiş olacağı düşünülmektedir. Öğrencilerin önemli derecede olumsuz duygulara sahip olduğuna dair araştırmamız neticesinde elde edilen sonuçlar sosyal politikalar hakkında karar verenlerin işini zorlaştırıcı niteliktedir. Araştırmamız esnasında elde edilen umut verici bir sonuç ise öğrencilerin olumlu duygularının olumsuz duygularına oranla daha fazla

olmasıdır. Öğrencilerin sahip olduğu olumsuz duygu türleri ele alındığında, asabiyet, sinirlilik, sıkıntı, mutsuzluk ve tedirginlik gibi olumsuz duyguları diğer olumsuz duygulara oranla daha fazla hissettikleri görölmüştür. Olumlu duygular açısından bakıldığında ise kararlı olma, heyecan, gurur, güç, heves gibi duyguları diğer olumlu duygulara oranla daha fazla hissettikleri görölmüştür. Araştırma sonuçları bahsi geçen olumlu duygular haricindeki duyguların da arttırılmasının ve bahsi geçen olumsuz duyguların azaltılması yönünde bazı sosyal politikalar geliştirilmesinin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu politikalardan bazıları ise öğrencilerin iletişim imkânlarının arttırılması, barınma seçeneklerinin çeşitlendirilmesi, öğrenci gelirlerinin arttırılması, üniversiteden mezun olurken netleştirmesi gereken kariyer planının üzerindeki belirsizliklerin kaldırılması şeklinde sıralanabilir.

Bu araştırmada ayırma analizi vasıtasıyla elde edilen sonuçlar uyarınca, olumsuz duygulardan hiçbirisi girişimcilik niyeti yüksek/düşük olan öğrenciler açısından anlamlı bir şekilde farklılaşmamıştır. Diğer bir ifadeyle, öğrencileri sahip oldukları olumsuz duygulardan yola çıkacak şekilde girişimcilik niyeti seviyesine göre ayırabilmek mümkün değildir. Araştırma sonuçları %12,96 açıklanan varyans oranında olmak üzere öğrencileri girişimcilik niyetine göre sınıflandırmada kullanılacak yedi olumlu duygunun varlığını ortaya koymuştur. Bu duygular ilhamlılık, kararlılık, aktiflik, heveslilik, ilgililik, heyecan ve gurur şeklinde sıralanabilir. Buna göre, bahsi geçen duygulara yüksek derecede sahip olan öğrenciler girişimcilik niyeti yüksek olan grupta toplanmıştır. Diğer bir ifadeyle, ilhamlılık, kararlılık, aktiflik, heveslilik, ilgililik, heyecan ve gurur duyguları öğrencilerin girişimcilik niyeti açısından belirleyici nitelikte olan duygulardır. Bu nedenle girişimcilik niyetinin arttırılması hedeflendiğinde bu olumlu duyguların seviyesinin arttırılmasının sorunun çözümüne önemli katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Sosyal bilimler kapsamındaki birçok araştırmada olduğu gibi bu araştırmanında bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırmanın başlıca sınırlılığı potansiyel girişimciler üzerinde yapılmış olmasıdır. Bu nedenle araştırma sonuçlarının gerçek girişimciler üzerinde uygulanacak olan ilave araştırmalarla desteklenmesi gerektiği değerlendirilmektedir. Araştırmanın farklı üniversitelerin farklı fakültelerinde öğrenim gören öğrenciler üzerinde yapılamamış olması, daha geniş çağlı değerlendirmeler ve bölgeler arası karşılaştırmalar yapılamaması nedeniyle ortaya çıkan kısıt diğer önemli bir sınırlılıktır. Araştırmada genel olumlu ve olumsuz duyguların ölçülmesi, girişimciliğe özgü temel duyguların değerlendirmeye alınmaması diğer bir sınırlılıktır. Araştırmanın en önemli sınırlılığı ise duyguların değişken bir yapıda olmasından ve kalıcı bir kişilik özelliği olmamasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle farklı zaman dilimlerinde aynı örneklem üzerinde gerçekleştirilecek olan kontrol niteliğindeki farklı analizlerin duygulardaki değişimin girişimcilik niyetiyle olan ilişkisini ve elde edilen araştırma sonuçlarının ne ölçüde sağlıklı olduğunu ortaya koyabileceği değerlendirilmektedir.

Kaynaklar

- Aristotle. (1941). The basic works of Aristotle (R.McKeon, Ed., 2009), Random House, New York.
- Bloom, F. E., Lazerson, A ve Hofstadter, L. (1985). Brain, Mind, and Behavior”, W. H. Freeman, New York.
- Cox, Charles ve Reg Jennings, (1995). “The Foundations of Success: The Development and Characteristics of British Entrepreneurs and Intrapreneurs”, Leadership& Organizational Development Journal, 16/7, s.4-9.
- Davis, S. F. and Palladino, J.J., (1997). Psychology, Prentice Hall, New Jersey.
- De Vries, M. F. R. (1977). “The entrepreneurial personality: A person at the crossroads“, Journal of management studies, 14/1, s.34-57.
- Decarlo, D., (1999). “Leading a cross-functional team”, Hydrocarbon Processing, 78/12, s. 89-92.
- George, J. M. ve Zhou, J. (2007). “Dual tuning in a supportive context: joint contributions of positive mood, negative mood, and supervisory behaviors to employee creativity”, Academy of Management Journal, 50, s.605–622.
- Goleman, D. (2009). Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ, A&C Black, London.
- Grewal, D. ve Salovey, P. (2005). “Feeling smart: The science of emotional intelligence”, American Scientist, 93, 2005, s. 330-339.
- Grichnik, D., Smeja, A. ve Welpel, I. (2010). “The importance of being emotional: How do emotions affect entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation?”, Journal of Economic Behavior & Organization, 76, s.15-29.
- Henke, J. W., Krachenberg A.R. ve Lyons, T.F (1993). “Cross-functional teams: good concept, poor implementation”, Journal of Product Innovation Management, 10/3, s.. 216-229.
- Hisrich, R., Peters, M. & Shepherd D. (2016). Entrepreneurship, Edition: 10, McGrawHill.
- Kickul, J. ve D'Intino, R. S. (2005). “Measure for Measure: Modeling Entrepreneurial Self-Efficacy onto Instrumental Tasks Within the New Venture Creation Process”, New England Journal of Entrepreneurship; 8, 2; ABI/INFORM Global, s. 39-47.
- Larsen, J. T., McGraw, A.P., J. Cacioppo, B, (2001). “Can people feel happy and sad at the same time?”, Journal of Personality and Social Psychology, 81,s. 684–696.
- Lee, S. M. ve Suzanne J. P., (2000). “Culture, Entrepreneurial Orientation and Global Competitiveness”, Journal of World Business, 35(4), s.401-416.
- Luthans, F. ve Ibrayeva, E. S. (2006). “Entrepreneurial self-efficacy in Central Asian transition economies: quantitative and qualitative analyses”, Journal of International Business Studies, 37, s.92-110.

- Markman, G. D. ve Baron, R. A., (2003). "Person–entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others", *Human Resource Management Review*, 13, 281–301.
- Mayer, J.D., Caruso, D.R. and Salovey, P., (2000). "Emotional intelligence meets traditional standards for an intelligence", *Intelligence*, 27 (4), s.267-298.
- Naktiyok, A. (2005). *İç Girişimcilik*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Naktiyok, A. ve Timuroğlu, K. (2009). "Öğrencilerin Motivasyonel Değerlerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama", *Atatürk Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi Cilt:23, Sayı:3*, s:85-103.
- Naktiyok, A., Karabey, C. N. ve Gulluce, A.C., (2010). "Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case", *International Entrepreneurship Journal*, DOI 10.1007/s11365-009-01236,6, s:419-435.
- Naktiyok, A., Timuroğlu, K. ve Karabey, C.N. (2008). "Girişimsel Niyetin Belirleyicisi Olarak Girişimsel Öz Yetkinlik: Sosyo-Demografik Faktörler Açısından Bir İnceleme", *16. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Antalya*, s:277-281
- Patzelt, H. P. ve Shepherd, D. A. (2011). "Negative emotions of an entrepreneurial career: Self-employment and regulatory coping behaviors", *Journal of Business Venturing*, 26, s.226-238.
- Tabachnick, B. G., ve Fidell, L. S. (2012). "Using multivariate statistics." 6 th edition, Pearson: Upper Saddle River, s.377.
- Watson, D. ve Clark, L. A. (1994). "The Panas x, Manual for the Positive and Negative Affect Schedule - Expanded Form", (2012), [http:// www.psychology.uiowa.edu](http://www.psychology.uiowa.edu), 21-02-2012.
- Wickham, P.A., (2001). *Strategic Entrepreneurship*, Prentice Hall Inc., U.K.
- Young, J. E., (1982). "Loneliness, depression, and cognitive therapy: Theory and application", Peplau, L.A ve Perlman, D (Eds.), *A Sourcebook of Current Theory, Research, and Therapy*, (ss. 379-405), John Wiley & Sons, New York.
- Zajonc, R. B., (1985), "Emotion and facial efference: A theory reclaimed", *Science*, 228, s. 15-21.
- <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>. 15.03.2012

The Effect of Emotions on Entrepreneurial Intentions

Oktay YANIK
Yüksek İhtisas University
Faculty of Health Sciences,
Health Management
Department, Ankara, Turkey
oyanik@atauni.edu.tr

M. Kürşat TİMURÖĞLU
Atatürk University
Faculty of Economics and
Administrative Sciences,
Erzurum, Turkey
timuroglu@atauni.edu.tr

Atılhan NAKTİYOK
Atatürk University
Faculty of Economics and
Administrative Sciences,
Erzurum, Turkey
anakti@atauni.edu.tr

Extensive Summary

Introduction

Despite the views that emotions are the source of cognition (Zajonc, 1985: 18), nowadays there are also some opinions put forward within evaluations that emotions effect the interaction of both cognitive and non cognitive nervous systems (Bloom vd., 1985: 81). That is; unlike traditional and rational approaches, emotions are evaluated as the moods which put people into action, give inspiration to them, shape and affect direction, durability and intensity of their behaviour.

Emotion is a sense and thought relating specifically to this sense, psycholocial and biologic condition and a set of motion tendencies. Emotion is as a conscious impulse which lead to behavioral reactions that are aroused by the stimulants of the environment (Davis ve Palladino, 1997: 135). For this reason, individuals do not make important decisions, such as individual career choice by rational thinking. In decision making process positive and negative emotions lead to thought, whereas thoughts lead to behavior.

Aim, Justification and Sample of the Study

Since entrepreneurship is usually a planned and intentional behavior, positive and negative emotions in a sense can differentiate entrepreneurial and non-entrepreneurial power by affecting the power of both interventional intention and the likelihood of this intention to result in entrepreneurial activity. From this point of view, the primary purpose of the study is to determine the influence of positive and negative emotions experienced by individuals on the intention of entrepreneurship.

It can be defined as a sensorial process, the understanding, awareness and reaction that arise due to the outcome or perception of events involving physical, behavioral, and mental characteristics (Mayer vd., 2000: 267; Young; 1982: 381).

Research Method and Findings

The examined common points of these definitions show that emotions affect the individuals' way of thinking and behavior. In order to obtain meaningful results from the scales used in the research, reliability and validity analyzes were performed. Once the reliability and validity of the scales were ascertained, in order to search the answer to the problem of research then the correlations of variables were examined with the help of correlation analysis. Clustering and discriminant analysis have been used to test the extent to which positive and negative emotions influence entrepreneurial intention. The data were analyzed by SPSS (20.0) program.

According to the findings, there is a statistically significant relationship between entrepreneurship intentions and positive emotions ($p < 0,01$). However, there is no statistically significant relationship between entrepreneurship intentions and negative emotions ($p < 0,01$).

Relationship between entrepreneurship intentions and emotions

Factor	\bar{X}	S.S.	1	2	3
1. Entrepreneurship Intention	3,41	1,10	(0,88)		
2. Positive Emotions	2,32	,75	-014	(0,82)	
3. Negative Emotions	3,49	,86	,276*	-,155*	(0,88)

* $p < 0,01$; (0,88; 0,82; 0,88 are cronbach alpha values.)

Suggestions

In order to improve the study, limitations should be eliminated. For example, different socio-demographic groups can be included to increase the generalizability of the study. Moreover, including different variables such as; geographic location, employment status, profession, number of traveler and prices may reduce limitations' effects on future studies.

Discussion and Conclusion

When the relationship between entrepreneurship intentions and emotions is examined, a positive relationship between entrepreneurial intentions and positive emotions increases is observed. This situation can be interpreted as, the increase in positive emotions increases entrepreneurial intentions while the negative emotions do not affect entrepreneurial intentions at a level that can be considered significant. The feelings of inspiration, determination, activeness, enthusiasm, excitement and proud distinguish students with high entrepreneurial intentions from students with low entrepreneurial intentions. These emotions are felt more by the group with entrepreneurship intentions.