



T.C.
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Çanakkale Onsekiz Mart University

BİGA İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
JOURNAL OF BİGA ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE
SCIENCES FACULTY

CİLT 1 • SAYI 1 • YIL 2020
VOLUME 1 • NUMBER 1 • YEAR 2020

BİGA İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
JOURNAL OF BİGA ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES FACULTY

Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (BİİBFD) yılda Üç (Nisan, Ağustos ve Aralık) kez yayınlanan ulusal hakemli bir dergidir. Gönderilen yazılar ilk olarak editörler ve yazı kurulunca bilimsel anlatım ve yazım kuralları yönünden incelenir. Daha sonra uygun bulunan yazılar alanında bilimsel çalışmaları ile tanınmış üç ayrı hakeme gönderilir. Hakemlerin kararları doğrultusunda yazı yayımlanır veya yayımlanmaz.

Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi'nde yayınlanan yazılarda fikirler yalnızca yazar(lar)ına aittir. Dergi sahibini, yayıncıyı ve editörleri bağlamaz. Bu yayında yer alan tüm çalışmalar başvuru anında ve yayın öncesi olmak üzere iki kez iThenticate uygulaması aracılığıyla benzerlik taramasından geçirilmiştir.

Yayın Türü: Yaygın Süreli Yayın
Yayın Şekli: 4 aylık (Nisan-Ağustos-Aralık) Türkçe ve İngilizce

Tüm hakları saklıdır. Önceden yazılı izin alınmaksızın hiçbir iletişim, kopyalama sistemi kullanılarak yeniden basılamaz. Akademik ve haber amaçlı kısa alıntılar bu kuralın dışındadır.

Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (BİİBFD)
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Prof. Dr. Ramazan Aydın Yerleşkesi, Ağaköy, Biga, Çanakkale,
Turkey Phone: +90 (286) 335 8738 Fax: +90(286) 3358736
Web: <http://http://biibf.dergi.comu.edu.tr> / E-mail: biibfdergi@comu.edu.tr

ISSN:

E-ISSN:

BİGA İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
JOURNAL OF BİGA ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES FACULTY

Cilt 1 • Sayı 1 • Yıl 2020 / Volume 1 • Number 1 • Year 2020

ISSN:

E-ISSN:

SAHİBİ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ercan SARIDOĞAN

EDİTÖRLER

Doç.Dr. Cüneyt KILIÇ (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi-Biga İİBF)
Doç.Dr. Yusuf YİĞİT (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi-Biga İİBF)

ALAN EDİTÖRLERİ

Prof. Dr. Bünyamin BACAK (Çalışma Eko. ve End. İlişkileri- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Prof. Dr. Hikmet YAVAŞ (Kamu Yönetimi- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Prof. Dr. Meliha ENER (İktisat-Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Prof.Dr. Nazan YELKİKALN (İşletme- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Prof. Dr. Selçuk İPEK (Maliye- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Doç.Dr. Serdar KURT (Ekonometri- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Prof. Dr. Soner KARAGÜL (Uluslararası İlişkiler- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

DİL EDİTÖRÜ

Doç. Dr. Özgür TOPKAYA (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi-Biga İİBF)

YAZI İŞLERİ

Arş. Gör. Bedirhan KALE (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

DANIŞMA KURULU/Alfabetik Sıra ile

ACER Yücel (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)	KARAGÜL Soner (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AKATAY Ayten (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KAYA İbrahim (İstanbul Üniversitesi)
AKCAN Ahmet Tayfur (Necmettin Erbakan Üniversitesi)	KILIÇ Cüneyt (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AKDEMİR Ali (Arel Üniversitesi)	KURT Serdar (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ATMACA Metin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	MURAT Sedat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AYDIN Ahmet (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	ÖZEKİCİOĞLU Halil (Akdeniz Üniversitesi)
AYDIN Murat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	ÖZCAN Burcu (Fırat Üniversitesi)
AYTEMİZ Levent (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	SARIDOĞAN Ercan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
BACAK Bünyamin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	SEREL Alpaslan (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)
BAYAR Yılmaz (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	ŐAHİN Levent (İstanbul Üniversitesi)
DARICI Burak (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	TAŞ Fatma (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ENER Meliha (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	UŐUR Suat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
GÜLOĞLU Bülent (İstanbul Teknik Üniversitesi)	YAVAŞ Hikmet (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
İNCEKARA Ahmet (İstanbul Üniversitesi)	YELKİKALAN Nazan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
İPEK Selçuk (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YİĞİT Yusuf (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

HAKEM KURULU/Alfabetik Sıra ile

AKATAY Ayten (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KANTEN Selahattin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
AKCAN Ahmet Tayfur (Necmettin Erbakan Üniversitesi)	KANTEN Pelin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AKYILDIZ Murat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KARAGÜL Soner (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AKDEMİR Ali (İstanbul Arel Üniversitesi)	KILIÇ Cüneyt (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ALBAYRAK Barış (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KILINÇ SAVRUL Burcu (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
ATMACA Metin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KURT Serdar (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AYDIN Erdal (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KURT Ünzüle (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AYDIN Murat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	ÖZEKİCİOĞLU Halil (Akdeniz Üniversitesi)
AYDIN Ahmet (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	ÖZCAN Burcu (Fırat Üniversitesi)
BABA Gürol (Ankara Üniversitesi)	PAZARCIK Yener (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
BACAK Bünyamin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	POLAT K. Ebru (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
BALAN Feyza (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	SAVRUL Mesut (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
BAYAR Yılmaz (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	ŐAHİN Levent (İstanbul Üniversitesi)
DARICI Burak (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	TAN Sabri Sami (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
DİLBAZ A. Nur (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	TOPKAYA Özgür (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ELAGÖZ İsmail (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	TORUN Mustafa (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ENER Meliha (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	TUNALI Halil (İstanbul Üniversitesi)
EROĞLU Umut (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	UŐUR Suat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
EROĞLU Filiz (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YAVAŞ Hikmet (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
GÖKTEPE Ahmet Orkun (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)	YAVUZ ATAĞLI Rüya (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
GÖRÜN Mustafa (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YELKİKALAN Nazan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
GÜLER Ruhi (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YİĞİT Yusuf (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
İNCEKARA Ahmet (İstanbul Üniversitesi)	YILDIRIM Tansoy Yavuz (Bandırma Onyediy Eylül Üniv.)
İPEK Selçuk (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YILDIZ Tayfun (Ardahan Üniversitesi)

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

İçindekiler / Contents.....	V
Davranışsal İktisat Perspektifinden Z Kuşağının Değer ve Statü Bilincinin İncelenmesi Investigating Value and Status Consciousness of Generation Z from Behavioral Economics Perspective <i>Filiz EROĞLU, Rüya ATAKLI YAVUZ.....</i>	1-11
Bireylerin Yatırım Kararlarının Davranışsal Finans Yaklaşımıyla İncelenmesi: Akademisyenlere Yönelik Değerlendirme Analysis Of Investment Decisions Of Individuals With A Behavioral Finance Approach: Evaluation For Academics <i>Ayşegül ERTUĞRUL AYRANCI.....</i>	13-29
Genç Yetişkinlerde Duygusal Zekanın Kariyer Uyum ve İyimserliğine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Örneği The Effect of Emotional Intelligence on Career Adaptation and Optimality in Young Adults: A Case of University Students <i>Çağnur KAYA, Gamze SART.....</i>	31-43
Örgütsel Güvenin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Sağlık Sektörü Örneği The Effect Of Organizational Trust On Organizational Commitment: The Case Of Health Sector <i>Lina KARABETYAN.....</i>	45-55
Risk Eğiliminin Finansal İyi Olma Hali Üzerine Etkisi: Bankacılık Sektörü Örneği The Effect Of Risk Tendency On Financial Well-Being: The Banking Sector Case <i>Gökçe TEKİN TURHAN.....</i>	57-66

Davranışsal İktisat Perspektifinden Z Kuşağının Değer ve Statü Bilincinin İncelenmesi

Filiz EROĞLU^a
Rüya ATAKLI YAVUZ^b

Özet

Ekonomik faaliyetlerde neden irrasyonel kararlar verildiğini açıklamaya çalışan davranışsal iktisat alanında tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen faktörlerin ortaya konması önem taşımaktadır. Günümüz tüketicileri için değer ve statü bilinçlerinin incelenmesi de bu bağlamda önemlidir. Tanımsal nitelikli bu çalışmada özellikle kısa vadede dünyada söz sahibi olacak Z kuşağı temsilcisi 425 tüketici ile anket çalışması yapılmış, veriler frekans analizi ve t-testi yoluyla analiz edilmiştir. Bulgular, tüketicilerin değer bilincinin statü bilincinden daha yüksek; kadınların değer bilincinin, erkeklerin statü bilincinin yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Tüketiciler ödedikleri bedelin karşılığında maksimum faydayı beklemektedir ancak ürünün fiyatı ile ilgili çok hassasiyetleri bulunmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal İktisat, Değer Bilinci, Statü Bilinci, Z Kuşağı
Jel Kodları:D03, D12, M31.

Investigating Value and Status Consciousness of Generation Z from Behavioral Economics Perspective

Abstract

It is important to find out the factors influencing the consumers' buying decisions in the field of behavioral economics which try to explain why irrational decisions are given for the economic activities. In this context, exploring the today's consumers' value and status consciousness is crucial. In this descriptive research, 425 Gen Z member-university students who will have the all authority in the world were given a survey and the data was analyzed through frequency analyses and t tests. The results reveal that the consumers' value consciousness is higher than the status consciousness. Moreover, female participants have higher value consciousness while the male participants have the higher status consciousness. Consumers expect them aximumutility in return what they pay while they are not so much interested in the product pricesolely.

Key Words: Behavioral Economics, Value Consciousness, Status Consciousness, Generation Z.
Jel Kodes: D03, D12, M31.

^aDr. Öğretim Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İİBF, İşletme Bölümü, Biga, Çanakkale, Türkiye. filizeroglu@comu.edu.tr
^bDr. Öğretim Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İİBF, İktisat Bölümü, Biga, Çanakkale, Türkiye. ruyaatakli@comu.edu.tr

Giriş

Tüketim kültürüyle gelen, teknoloji ve telekomünikasyonda meydana gelen gelişmelerle dönüşüm yaşayan günümüz tüketim kalıpları klasik iktisat teorilerinde yer alan arz talep eğrilerinin önerdiği modelleri çoktan geride bırakmış, davranışsal iktisadın gelişmesinde rol oynamıştır. 1958'de ilk kez Boulding tarafından bir kavram olarak kullanılan davranışsal iktisadın temellerini, yirminci yüzyılın ortalarında neoklasik teoriye karşı yapılan psikolojik eleştirilerin oluşturduğu söylenebilir. Davranışsal iktisat, insanların tüketim kararlarını nelerin etkilediği ve bu kararların piyasa fiyatları, faiz getirileri ve kaynakların dağılımı gibi konular için olası sonuçları ile ilgilenirken (Miller vd., 2015) rasyonel seçim ve denge modelleri gibi, iktisadın önceki temel varsayımlarını bütünüyle terk etmeyi savunan bir yaklaşım olmadığı ifade edilmiştir (Ho vd., 2006). Öte yandan insanların tüm kararlarının rasyonellik altında alındığı varsayımı ile hareket eden klasik iktisat geleneğinin aksine farklı nedenlerle sınırlı bir rasyonelliğin söz konusu olduğunu savunur.

Bireyin ekonomik kararları rasyonel şekilde almamasına neden olabilecek farklı faktörlerin varlığından söz edilebilir. Önyargılar, sezgisel eğilimler, sınırlı bilgi, kısıtlı seçenekler, çeşitli sosyolojik ve psikolojik unsurlar bireyi rasyonel olmayan tüketim davranışına itebilir. Ekonomik davranışlarla ilgili yapılacak tahmin ve planlamalar için davranışı etkileyen nedenlerin ortaya konması faydalıdır. Bu noktada, tüketicilerin değer ve statü bilinçlerinin araştırılması önemli görülmüştür. Değer bilinci, tüketicilerin ödeyecekleri bedel karşılığında alınması beklenen kalite endişesi (Lichtenstein vd., 1993) olarak ifade edilmiştir. Tüketiciler, ödemiş oldukları bedel karşılığında alabileceklerinin en iyisini elde etmeyi istemektedir. Öte yandan statü bilinci, statü sahibi olduğu düşünülen bir ürüne tüketici tarafından daha fazla bedel ödemeye razı olma durumu olarak tanımlanabilir. Bireylerin ekonomik davranışlarının itici güçlerinin araştırılmasında, bir ürün için ödemeye razı oldukları bedel ve o bedele göre üründen bekledikleri kalite algısı ile rasyonel satın alma davranışının ötesinde statü tüketimine olan eğilimlerinin tespiti önem taşımaktadır.

Bu çalışmada, önceki kuşaklarından daha farklı alışkanlıkları bulunduğu tespit edilen Z kuşağının değer bilinci ve statü bilincinin davranışsal iktisat perspektifinden araştırılması amaçlanmaktadır. Genç neslin statüye verdiği önem ve bunun ekonomik davranışlara yansımaları, aynı zamanda ödeyeceği bedele karşılık almayı düşündüğü kalite seviyesini ifade eden değer bilinci, cinsiyet faktörü de eklenerek araştırılmaktadır. Elde edilecek bulguların, davranışsal iktisat yazınına olduğu kadar tüketici davranışı alanında değer ve statü bilinci teorisinin de zenginleşmesine ve Z kuşağı ile ilgili literatüre de katkı sağlayacağı umulmaktadır.

1. LİTERATÜR TARAMASI

Çalışmanın bu bölümünde sırasıyla davranışsal iktisat yaklaşımı, değer bilinci ve statü bilinci ile Z kuşağı tüketim davranışı konularına değinilecektir.

1.1. Davranışsal İktisat

Davranışsal iktisat, ana akım diğer bir deyişle geleneksel iktisadın çıkarıcı ve duygulardan arınmış, fayda veya kar maksimizasyonu amacıyla hareket eden rasyonel birey varsayımını eleştirerek, bireyin sınırlı bilişsel yeteneklerine dikkat çekerek, bireylerin ekonomik kararlarında etkili olan faktörleri belirleme konusunda daha gerçeğe yakın bir yaklaşım üretme çabası içerisinde olan bir alt daldır. Davranışsal iktisat psikoloji ve iktisat bilimlerinin ortaklığında gelişmiş bir alandır. Davranışsal iktisat, ekonomik bir sonucun ardındaki karar verme sürecinin analizine psikolojiyi de dahil ederek örneğin bir tüketicinin neden bir malı diğerine tercih ettiği, ya da bir yatırımcının neden riskli tercihler yaptığı, tercih yaparken hangi etmenlerin bireyleri yönlendirdiği gibi pek çok ekonomik sorunsalın yanıtını bulmaya çalışmaktadır. Bu alan ayrıca, piyasada, ekonomik aktörlerin, insani olan kısıt ve karmaşaların arasında nasıl kararlar verdiklerini ve nasıl davrandıklarını ortaya çıkarma çabası ile gelişmektedir (Hatipoğlu 2012: 4).

Davranışsal iktisat, ana akım iktisatçılar tarafından genelde fazla kabul görmeyen çeşitli araştırma teknikleri kullanılmaktadır. Örneğin 1980'lerin başında Werner Güth'ün icat ettiği ultimatoyu oyunu gibi çeşitli deneyler ve anketlerle insanların görüşüne başvurulması gibi farklı uygulamalar bunlardan bazılarıdır. İktisattaki ana akım yaklaşım, bireylerin ne söylediğine değil ne yaptığını odaklanarak teorilerini oluşturduğu için bu tip anketler ve deneylere başvurmayı tercih etmemektedir. Ancak davranışsal iktisadın bu kuralı bozduğu söylenebilir (McDonald, 2005:283 aktaran Eser ve Toigonbaeva 2011: 308). Davranışsal iktisat, Weber ve Camerer (2006: 1-2)'e göre, gerçek yaşamda bireylerin nasıl davrandıklarını gözlemleyerek, gözlemlenen bu çıktılar ile teorik tahminleri karşılaştırmaktadır. Bu karşılaştırmaların sonuçlarına göre de ana akım iktisada yeni varsayım ve yöntemler kazandırmaya çalışmaktadır.

Davranışsal iktisadi yaklaşımda, ana akım iktisadi yaklaşımın temel varsayımlarından biri olan rasyonel bireyin gerçekte var olup olmadığı tartışma konusu olmuştur. Yapılan çalışmalarda, bireyleri her zaman rasyonel olarak nitelendirmenin doğru olmadığı sonucuna varılmış ve Herbert Simon'un terimiyle bireyin rasyonelliği davranışsal iktisatta "sınırlı rasyonel" diyerek ifade edilir olmuştur. Sınırlı rasyonelite ifadesi, bireyin irade kuvvetinin, akılcılığının ve bencilliğinin sınırsız olmadığını anlatmaktadır. Buna göre davranışsal iktisadın konusu birey, ana akım iktisattaki rasyonel bireyin aksine sahip olduğu bu sınırlılık ile tam bilgiye sahip olamaz ve tam bilgiyi üretemez. Sınırlı rasyonel olan birey, bilginin tamamına ulaşamadığı ve hatta bazen kusurlu bilgiye ulaştığı için de yanlış tercihler yapabilir.

Davranışsal iktisatçıların sıklıkla başvurduğu laboratuvar çalışmaları ve yaptıkları deneyler, ekonomik karar verme sürecinin temelinde bulunan nedenleri ve varsayımları incelemektedir. Ayrıca ekonomik koşulların hangilerinin iktisadi kararlar ve çıktılar üzerinde etki ettiğini belirlemeye çalışmaktadır. Davranışsal iktisat, duygulardan arınmış bireyin rasyonelitesi yaklaşımına karşı duyguların iktisadi analizlerdeki önemini vurgulamaktadır. Davranışsal iktisatçılara göre, bireyler ekonomik kararlar verirken, genelde beklenenin tersine, beynin yaptığı mantıklı hesapların yerine duygularının etkisi altında daha fazla kalmaktadırlar. Davranışsal iktisat, yoğun biçimde bilişsel hatalara odaklanmaktadır. Buna göre bireyler, karar alma aşamasında bazen yanlış bilgileri kullanırlar; bazen de doğru bilgilerden yanlış çıkarımlar yaparlar (Fırat ve Kurtoğlu 2014: 96). Dolayısıyla davranışsal iktisatta bireyin ekonomik kararlarda da tamamıyla rasyonel davranmasının her zaman pek olası olmadığı görüşü hâkimdir denilebilir.

Araştırmalara göre, bilinç dışı olan bilgi; bireyin duygularını, davranışlarını ve kararlarını etkilemektedir (Regenfurtner, 2005: 90 aktaran Fırat ve Kurtoğlu 2004: 97). Baloğlu (2000: 222) tarafından da belirtildiği üzere hisler ve normatif değerler de bireylerin tercihlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Buna göre, insanlar sıklıkla irrasyonel ve sınırlı rasyonel tercihler yapmaktadırlar. Bunun temel sebebi, bireylerin seçimlerini öncelikle kendi sahip oldukları normatif-hissi dayanakları üzerine şekillendirmeleridir. Ayrıca bireylerin sınırlı entelektüel kapasiteye sahip olmaları da bu durumun diğer bir sebebi olarak gösterilebilir. Kimi zaman normatif-hissi etkenler, bireylerin tercihleri için tam anlamıyla geniş bir açıklama imkânı sağlamaktadır. Ancak kimi zaman da mantıki-ampirik faktörlerin tercihler üzerinde önemli derecede etkisi olmaktadır. Son olarak, pek sıklıkla olmasa da karşılaştırmalı olarak normatif-hissi özellikler taşıyan seçenekler arasında bir seçim yapılması gerektiğinde, bireylerin mantıki-ampirik yani rasyonel seçimler yapmaya açık oldukları söylenebilir. Ancak bu noktada da bireylerin önüne sahip oldukları sınırlı entelektüel kapasiteleri ve sınırlı kaynakları engel olarak çıkmaktadır. Böyle bir durumda bireyler faydalarını maksimize edecek rasyonel tercihler yapamazlar.

Kahneman ve Tversky (1979) yaptıkları ampirik çalışmalarda bireylerin olumlu beklentiler için riskten kaçındıkları, olumsuz beklentiler için ise risk aldıkları yönünde bir asimetri ile karşılaşmışlardır. Buna göre bireylerin tercihleri üzerinde bir kaybın, aynı orandaki bir kazançtan iki buçuk kat daha fazla etkiye sahip olduğu söylenebilir. Kahneman ve Tversky (1979)'ye göre kayıp söz konusu olduğunda bireyler üzerinde oluşan etkinin kazanç söz konusu olduğunda ortaya çıkan etkiden çok daha derin olması, acıdan/kayıptan kaçınma davranışının sergilemesinden kaynaklıdır. Bu durum gerçek hayattaki bireyi, ana akım iktisat teorisindeki piyasadan elde edilen tam bilgiyi ve beklenen faydaları değerlendirip, karar verme aşamasında daima rasyonel davranışlar sergileyen ekonomik insandan ayıran bilişsel hatalara (çarpık düşünme ve öğrenme biçimleri) verilebilecek sayısız örnekten biridir (Ferguson, 2011: 276). Gerçek yaşamda bireylerin kendi fikirlerine gereğinden fazla özgüvenli olarak yaklaştıklarına dair pek çok örnek verilebilir. Rasyonel olarak nitelendirilen birey, çoğu zaman hislerine hâkim olmakta zorluk yaşarken, sahip olduğu aşırı özgüven (*overconfidence*) sebebiyle doğru bilgi olmadığı durumda bile yatırımlarını sürdürmektedir (Mullainathan ve Thaler: 2000: 5).

Davranışsal iktisadın gelişimine büyük katkı sağlayan Thaler (2000: 133)'a göre de bireyler gerçekte zannedildiği gibi rasyonel değildirler. Bireylerin sahip olduğu geleceğe dair aşırı iyimserlik, yaptığı tahminlerin doğruluğu konusunda kendine fazla güvenme, yanlış fikir birliği etkisi[‡] ve bildiği az şeylerin bilmediği çok şeyin önüne geçmesi gibi bazı tuzaklar (*trick*) pek çok defa onları rasyonel karar vermekten alıkoymaktadır. Thaler, 1985 yılında yapmış olduğu "Mental Accounting and Consumer Choice" isimli çalışmasında ana akım iktisatçıların teorilerinde savundukları varsayımların bireylerin tercihlerinin davranışsal yönleriyle de ele alınarak incelenmesiyle tüketici davranış teorisinin zenginleştirilebileceği ve geliştirilebileceğini belirtmiştir. Thaler'a göre, bireyler tüketim kararlarını verirken rasyonelliğin gereği olan uzun vadeli düşünmek yerine genellikle anlık durumdan etkilenmektedirler.

[‡] Yanlış fikir birliği (*false consensus*), insanların kendi düşüncelerinin ya da davranışlarının genel geçerliğini abartma eğiliminde olması ve başkalarının da aynı durumda aynı davranışı yapacağını varsayması olarak tanımlanmaktadır (Hiçdurmaz ve Öz 2011: 75).

1.2 Değer Bilinci ve Statü Bilinci

Değer, elde edilecek yararlarla o yararlar için fedakârlık yapılacaklar arasındaki değişim (Payne ve Holt, 2001), tüketici davranışında çok sık incelenen konulardan biri olan algılanan değer ise ürünün yararlılığı ile ilgili tüketicilerin algılarına dayanan kapsamlı değerlendirme (Zeithaml, 1988), beklenen kalite ve ödenecek fiyat arasındaki denge (Sweeney vd., 1999) olarak tanımlanmıştır. Algılanan değer, tüm ekonomik değişim faaliyetlerinde temel bir yapı olarak işaret edilmektedir (Wu vd., 2014). Değer bilinci, ürünün kalitesine de bağlı olarak düşük fiyat ödemeye yönelik duyulan endişe olarak tanımlanırken (Ailawadi vd., 2001) değer bilinçli tüketiciler daha iyi fiyat ve ödeyecekleri fiyat için en iyi değeri arayan tüketiciler olarak belirtilmiştir (Khan, 2019). Kusumawardhini vd. (2016), Thaler (1983) ile Lichtenstein vd. (1990) atf yaparak konuyu fayda teorisi üzerinden açıklamış, edinim ve işlem faydası olmak üzere iki tür faydadan söz etmiştir. Edinim faydası, tüketimin getirmiş olduğu tatminden, işlem faydası işlemin yarattığı anlaşmadan kaynaklanan bir faydadır ve tüketiciler elde edecekleri faydayı maksimize etmek için sadece ürün ve hizmetlerin değerini belirleyip fiyatlarına göre karşılaştırmazlar, aynı zamanda kalitelerine göre de değerlendirirler. Buradan yola çıkılarak faydayı büyük ölçüde ürünün temel ihtiyacı tatmin etme kabiliyetine veya edinim faydasına göre değerlendiren tüketiciler, değer bilinçli tüketiciler olarak adlandırılmıştır.

Değer bilinci yüksek tüketiciler, düşük fiyat ve ürün kalitesi arasındaki denge konusunda hassastır. Diğer bir deyişle, ödenen fiyat için nasıl bir kalite alacakları ile ilgilenirler. Dolayısıyla ödeyecekleri para için en iyi kaliteyi alabilmek amacıyla fiyatları kontrol ederler ve farklı markaların fiyatlarını karşılaştırırlar (Sharma, 2011). Bu durum, geleneksel iktisat teorisinde de üstünde durulan fayda teorisine zıt bir konu teşkil etmemektedir. Öte yandan statü bilinci, statü göstergesi olarak algılanan ürünlerin tüketilmesi ile ilgili eğilimi ifade etmektedir (Eastman vd., 1999) ve bu yönüyle davranışsal iktisat alanında yoğun şekilde incelenmektedir. Tüketici davranışını geniş ölçüde etkileyen güçleri motive eden nedenlerden biri, ürünlerin edinimi ve kullanımı yoluyla statü ve sosyal prestij kazanma isteğidir (Goldsmith vd., 1996; Heaney vd., 2005). O’Cass ve McEwen (2004), gösterişçi tüketimle sıklıkla karıştırılan statü tüketiminde, bireylerin kişilerarası etkilerin haricinde öz izleme de yaptıkları, bu özelliği ile gösterişçi tüketimden ayrıldığını ve iki tüketim kalıbının aslında farklı yapılara sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bireylerin statü kazanma isteklerinin altında yatan nedenin, Tambyah ve arkadaşlarının (2009) ifade ettiği gibi yüksek sosyal statüye sahip kişilerin saygı duyulan, imrenilen, beğenilen kişiler olduğu kabulünün yattığı söylenebilir. Davranışsal iktisadın, daha gerçekçi psikolojik temeller sağlama yoluyla iktisadın açıklayıcı gücünü arttırdığı görüşüyle (Camerer ve Loewenstein, 2004) statü tüketiminin anlaşılması önem taşımaktadır.

1.3 Z Kuşağı Tüketim Davranışı

Bireyler, doğum yıllarına göre, önemli sosyal, ekonomik, teknolojik olaylarla birbirinden ayrılmış farklı zaman kuşaklarına üye olmalarına göre, tarihlerde küçük değişiklikler olsa da genel olarak 1928-1944 arası doğanlar sessiz kuşak, 1945-1965 arası doğanlar bebek patlaması kuşağı, 1966-1979 arası doğanlar X kuşağı, 1980-1995 arası doğanlar Y kuşağı ve 1996 sonrası doğanlar Z kuşağı olarak sınıflandırılmaktadır (Zemke vd., 2000; Guha, 2010). Kuşaklar arasında, yaşadıkları zaman diliminin özelliklerine göre dünya görüşleri gibi tüketim davranışlarında da farklılıklar görülmektedir. Şu anki yaşları itibarıyla taşıdıkları potansiyelden ötürü Z kuşağı, çeşitli disiplinlerin en fazla ilgi gösterdiği kuşaktır.

Z kuşağı, internetle büyümüş, sıkı bir internet ve sosyal medya kullanıcısı, farklı kültürlerle karşı daha toleranslı (Csobanka, 2016: 66), sürekli çevrimiçi olmak isteyen (Bencsik vd., 2016: 93), geleneksel inançlara bağlı, aileye önem veren, kontrollü, sorumluluk sahibi (Williams ve Page, 2011: 10) bireyler olarak ifade edilmiştir. Kendi kredi kartına sahip olmaları (Altuntuğ, 2012), pazarlama çabalarına daha küçük yaşlarda maruz kalmaları (Levickaite, 2010), ailelerinin tüketim kararlarında etkili oldukları düşüncesi ile (Sarı ve Harta, 2018) pazarlamacıların dikkatini çeken bir kuşaktır. Önceki kuşaklarla karşılaştırıldığında alışveriş zamanları daha kısa, beklentileri daha yüksek (Demir ve Kırdar, 2007: 307), marka bağlılıkları daha az (Gomez vd., 2020), benzersizlikleri için daha fazla ödemeye razı (Francis ve Hoefel, 2018; Eroğlu ve Bayraktar Köse, 2020), markada özgünlük arayan (Gomez vd., 2020), maddi durumu yeterli olmayanların da tüm tüketim eylemlerini deneyimlemek istediği (Tuna, 2002) bir kuşak olduğu ortaya konmuştur.

2. METODOLOJİ

Araştırmanın amacı, Z kuşağı tüketicilerinin değer ve statü bilinçlerinin karşılaştırmalı şekilde araştırılması, elde edilecek bulguları davranışsal iktisat perspektifi ile yorumlanmasıdır. Bu amaç doğrultusunda Z kuşağında tanımlayıcı bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evreni Z kuşağı tüketiciler olup, evrene tam olarak

ulaşılamayacağından ve ortaya konamayacağından tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile Z kuşağı temsilcisi 425 üniversite öğrencisinden anket yöntemi ile veri toplanmıştır.

Veri toplama aracı olarak kullanılan ankette yer alan değer bilinci ölçeği, Engizek (2014)'in çalışmasında Lichtenstein ve arkadaşlarından (1990) uyarladığı dört ifade ile; statü bilinci ise Eastman ve arkadaşları (1999) tarafından geliştirilen beş ifadeden oluşan ölçek ile ölçülmüştür. İfadelerin ölçümünde beşli Likert ölçeğinden (1=Kesinlikle katılmıyorum/5=Kesinlikle katılıyorum) yararlanılmıştır. İki ölçeğin de daha önceki çalışmalarda yeterli seviyede güvenilirlikleri olduğu gözlemlenmiştir. Bunun dışında katılımcıların cinsiyet bilgisini edinmeye yönelik kategorik bir soru yöneltilmiştir.

2.1. Katılımcıların Değer ve Statü Bilinçlerine Yönelik Analizler ve Bulgular

Katılımcıların değer bilincine yönelik ölçeğe verilen cevaplar frekans analizine tabi tutulmuş, ifadelerin ortalama değerleri ile normalliğe yönelik değerleri Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Değer Bilincine Yönelik İfadelerinin Analizi

İfade		Ortalama	Skewness	Curtosis
DB1	Satın almayı düşündüğüm ürünün/hizmetin fiyatı hakkında ince eleyip sıkı dokurum.	3,3835	-,236	-,468
DB2	En iyi parasal kazanç için fiyat kıyaslaması yaparım.	3,6824	-,526	-,180
DB3	Ödediğim paranın karşılığını aldığımdan emin olmak isterim.	4,0871	-1,133	1,675
DB4	Ödediğim paraya karşılık maksimum düzeyde kalite almaya çalışırım.	4,0635	-1,049	1,100

DB:Değer Bilinci

Tablodaki verilere göre en yüksek ortalamaya sahip ifade DB3 “Ödediğim paranın karşılığını aldığımdan emin olmak isterim.”, en düşük ortalamaya sahip ifade ise DB1 “Satın almayı düşündüğüm ürünün/hizmetin fiyatı hakkında ince eleyip sıkı dokurum.” olarak ortaya çıkmıştır. Katılımcılar, ödenen bedelin karşılığını alma konusunda, o bedelin ne olduğu sorusuna göre daha hassastır. Normallik dağılımı Skewness ve Kurtosis ile kontrol edilmiş, değerler, George ve Mallery (2003)'ye göre kabul sınırları olan -2 ve +2 arasında bulunmuştur.

Bir sonraki tabloda, değer bilinci ifadelerine olumlu ve olumsuz görüşlerin değerlendirilmesi amacıyla katılımcı yüzdeleri irdelenmiştir (Tablo 2). İlk satırda yer alan rakamlar, katılımcıların verilen ifadeye ne ölçüde katıldıklarının derecesini belirten Likert ölçeğinin beş noktasını belirtmektedir. Ölçekteki “1” kesinlikle katılmıyorum, “2” katılmıyorum şeklinde işaretlenirken bu iki nokta katılımcıların o ifadeye olumsuz tutumlarını anlatmaktadır. “3” ne katılıyorum ne katılmıyorum şeklinde, katılımcıların daha nötr oldukları durumları belirtmektedir. “4” katılıyorum ve “5” kesinlikle katılıyorum, katılımcıların o ifadeye karşı olan olumlu tutumlarını yansıtmaktadır. Buna göre, DB1 “Satın almayı düşündüğüm ürünün/hizmetin fiyatı hakkında ince eleyip sıkı dokurum.” ifadesine katılımcıların yüzde on sekizi, DB2 “En iyi parasal kazanç için fiyat kıyaslaması yaparım.” ifadesine ise yüzde on ikisi bir derecede katılmadığını ifade etmiştir. Bu oranların, DB3 “Ödediğim paranın karşılığını aldığımdan emin olmak isterim.” ve DB4 “Ödediğim paraya karşılık maksimum düzeyde kalite almaya çalışırım.” ifadeleri için yüzde beş seviyelerinde olduğu görülmektedir. DB1 ve DB2 ifadeleri, ürünün fiyatına ve fiyat karşılaştırmasına dayanırken DB3 ve DB4 ifadelerinde ödenen paranın karşılığında ne alındığı söz konusudur.

Tablo 2. Değer Bilinci İfadelerine Olumlu ve Olumsuz Görüşlerin Yüzdelik Dağılımları

İfade		1	2	Toplam	3	4	5	Toplam
DB1	Satın almayı düşündüğüm ürünün/hizmetin fiyatı hakkında ince eleyip sıkı dokurum.	%5,6	%12,7	%18,3	%37,2	%26,6	%17,9	%44,5
DB2	En iyi parasal kazanç için fiyat kıyaslaması yaparım.	%3,1	%8,9	%12	%28	%36,7	%23,3	%60
DB3	Ödediğim paranın karşılığını aldığımdan emin olmak isterim.	%1,9	%3,3	%5,2	%13,4	%47,1	%34,4	%81,5
DB4	Ödediğim paraya karşılık maksimum düzeyde kalite almaya çalışırım.	%2,4	%3,3	%5,7	%17,2	%40	%37,2	%77,2

Öte yandan, katılımcıların yüzde otuz yedisi, DB1 ifadesine katılıp katılmama konusunda nötr olduğunu belirtmiştir. Onu yüzde yirmi sekizlik bir oran ile DB2 ifadesi izlerken bu oran DB3 için yüzde on üçte, DB4 için yüzde on yedide kalmıştır. Farklı derecelere değer bilinci ifadelerine olumlu görüş bildirenlerin yüzdesine bakıldığında, ödenen paraya karşılık ne alınacağı ile ilgili ifadeler olan DB3 ve DB4'ün sırayla yüzde seksen bir ve yüzde yetmiş yedi seviyelerinde iken oranın DB1 için yüzde kırk dörtte, DB2 için yüzde altmışta kaldığı görülmektedir.

Katılımcıların statü bilincine yönelik yöneltilen ifadelerine verdikleri cevaplar itibarıyla frekans analizinden yararlanılarak hazırlanan tablo aşağıda verilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Katılımcıların Statü Bilincine Yönelik İfadelerinin Analizi

	İfade	Ortalama	Skewness	Curtosis
SB1	Statü göstergesi olan markalı giysilere ilgi duyarım.	2,8776	0,031	-,696
SB2	Bir giysi markası seçkinliği simgeliyorsa benim için daha değerlidir.	2,7365	0,229	-,638
SB3	Eğer bir giysi markası statü göstergesine sahipse o giysi için daha fazla para ödeyebilirim.	2,5835	0,386	-,652
SB4	Bir giysiyi sadece statü göstergesi olduğunu düşündüğüm için satın alabilirim.	2,3224	0,668	-,305
SB5	Bir markanın statü göstergesi olması giysi satın alırken benim için bir şey ifade etmez.	2,5765	0,367	-,858

SB:Statü Bilinci

Statü bilincine yönelik ifadelerin ortalamaları arasında değer bilincinin ifadelerinin arasında olduğundan daha az bir fark bulunmuştur. *SB1* "Statü göstergesi olan markalı giysilere ilgi duyarım." ifadesi ortalaması en yüksek ifade olarak bulunurken onu *SB2* "Bir giysi markası seçkinliği simgeliyorsa benim için daha değerlidir." izlemiştir. Ancak *SB4* "Bir giysiyi sadece statü göstergesi olduğunu düşündüğüm için satın alabilirim." ifadesinin ortalamasının düşük olduğu görülmektedir. Katılımcılar, statülü giysilere ilgi duymaktadır ancak bir giysiyi sadece statülü olduğu için satın alma fikrine o kadar sıcak bakmamaktadır.

Tablo 4. Statü Bilinci İfadelerine Olumlu ve Olumsuz Görüşlerin Yüzdelerle Dağılımları

	İfade	1	2	Toplam	3	4	5	Toplam
SB1	Statü göstergesi olan markalı giysilere ilgi duyarım.	%13,6	%22,4	%36	%35	%20,5	%8,5	%29
SB2	Bir giysi markası seçkinliği simgeliyorsa benim için daha değerlidir.	%14,1	%29,6	%43,7	%31,8	%17,4	%7,1	%24,5
SB3	Eğer bir giysi markası statü göstergesine sahipse o giysi için daha fazla para ödeyebilirim.	%17,9	%34,4	%52,3	%25,4	%16,2	%6,1	%22,3
SB4	Bir giysiyi sadece statü göstergesi olduğunu düşündüğüm için satın alabilirim.	%27,3	%34,8	%62,1	%21,9	%10,4	%5,6	%16
SB5	Bir markanın statü göstergesi olması giysi satın alırken benim için bir şey ifade etmez.	%24	%27,1	%51,1	%24,9	%15,3	%8,7	%24

SB4 ifadesine verilen olumsuz yanıtlar yüzde altmış iki seviyesindedir ve neredeyse yüze yirmi ikilik kesim de ifadeye nötr yaklaşmıştır. *SB3* "Eğer bir giysi markası statü göstergesine sahipse o giysi için daha fazla para ödeyebilirim." ifadesine katılımcıların yarıdan fazlası (%52,3) olumsuz görüş bildirmiştir. Öte yandan SB1 ifadesi için katılımcıların yirmi dokuzu ifadeye bir derecede katıldıklarını bildirmiştir.

Bu aşamada, değer bilinci ve statü bilinci için verilen cevaplar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı merak edilmiştir. Bunun için aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H₁: Tüketicilerin değer bilinci ve statü bilinci arasında anlamlı fark vardır.

Hipotezi test etmek için yapılan bağımlı grup t-Testi sonucu Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Değer ve Statü Bilinci Ortalamalarının Karşılaştırılmasına Yönelik t-Testi

Ölçek	Ortalama	Sdt.Sapma	t	df	Anlamlılık
DBORT	3,8041	0,79578	18,766	424	0,000
SBORT	2,6193	0,87367			

Değer bilinci ifadelerinin ortalaması 3,8041 olarak tespit edilirken statü bilinci ifadelerinin ortalaması 2,6193 olarak bulunmuştur ve aradaki fark istatistiksel olarak anlamlıdır. H_1 hipotezi desteklenmiştir.

2.2 Değer ve Statü Bilincinde Cinsiyet Etkisini Araştıran Analizler

Tüketim davranışlarında cinsiyetin etkisi farklı çalışmalarda ortaya konmuştur. Burada da değer ve statü bilinci konularında kadın ve erkek tüketiciler arasında anlamlı fark olup olmadığı araştırılmış, aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H_2 : Değer bilinci, cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H_3 : Statü bilinci, cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

Hipotezlerin testi için bağımsız gruplar t-Testinden yararlanılmıştır. Tablo 6'da yapılan test sonuçları verilmiştir.

Tablo 6. Değer ve Statü Bilincinde Cinsiyet Etkisini Araştırmaya Yönelik t-Testi Sonuçları

Ölçek	Cinsiyet	Mevcut	Ortalama	Std.Sapma	t	df	Anlamlılık
DB	Kadın	212	3,8373	,73786	,856	423	,392
	Erkek	213	3,7711	,85342			
SB	Kadın	212	2,4868	,82336	-3,152	423	,002
	Erkek	213	2,7512	,90380			

Yapılan t-Testi sonuçlarına göre değer bilincinde kadın katılımcıların ortalaması 3,8373 iken erkek katılımcıların ortalaması 3,7711 ile biraz daha aşağıda kalmıştır ancak bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür ($p = ,392 > ,05$).

Statü bilincinde ise kadın katılımcıların ortalaması 2,4868 olarak bulunurken erkek katılımcıların ortalaması 2,7512 çıkmıştır. Erkek katılımcılar lehine gelişen bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($p = ,002 < ,05$). H_2 hipotezi desteklenmezken H_3 hipotezi desteklenmiştir.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüz tüketicisinin, içinde bulunduğumuz tüketim kültürünün getirileri ve beraberinde teknoloji ile telekomünikasyonda yaşanan gelişmelerin sonucunda fonksiyonel satın alma davranışından uzaklaştığı görülmektedir. Bireylerin ekonomik kararlarını rasyonel şekilde verdiklerini öne süren iktisat teorilerinin ötesinde, dönüşen dünyanın, rasyonel kararlar almayan ve her zaman fayda gözetmeyen yeni bireylerinin ekonomik davranışları, davranışsal iktisadın konusunu oluşturmuştur. Dolayısıyla, ekonomik davranışlara yön veren faktörlerin bilinmesi, davranışsal iktisat yazınının gelişmesi açısından önem taşımaktadır.

Bu çalışmada, bireylerin değer ve statü bilinçleri Z kuşağı tüketicileri üstünde araştırılmıştır. Değer bilinci, tüketicilerin ödedikleri bedel karşılığında en iyiyi alma hassasiyetleri ile ilgilidir ve genel olarak klasik iktisadın öngördüğü, tüketicilerin maksimum faydayı elde etme beklentisine ters düşmemektedir. Öte yandan statü bilinci, tüketicilerin bir ürünü statü göstergesi olduğu için tüketme eğilimi ile ilgilidir ve bu yönüyle fonksiyonel satın alma kalıplarından uzaklaşmaktadır. Önceki kuşaklardan farklı özelliklere sahip olduğu bilinen Z kuşağında değer bilincinin ne düzeyde olduğu, statü tüketimine karşı tutumun nasıl işlediği, kuşağın taşıdığı önem nedeniyle bilinmesi gereken konulardır.

Değer bilinci ile ilgili analiz bulguları, yüzde seksenin üstünde bir yüzde ile, katılımcıların ödedikleri paranın karşılığını alma konusunda oldukça hassas olduklarını, bu karşılığın kalite konusunu da içerdiğini göstermektedir. Ancak katılımcıların, satın almayı düşündükleri ürünün fiyatı ile ilgili o kadar hassas olmadıkları ortaya çıkmıştır. Yaklaşık yüzde otuz yedilik dilim bu konuyla ilgili olumu ya da olumsuz bir görüşe sahip olmadığını belirtirken yüzde on sekizlik kısım, ürünün fiyatı ile ilgili çok fazla çaba göstermediğini ifade etmiştir. Ayrıca, fiyat kıyaslaması yapma konusuna da katılımcıların sadece yüzde altmış olumlu görüş bildirmiştir.

Bu durum, genç kuşağın satın almayı düşündüğü ürünün fiyatına odaklanmadığını ancak ödeyeceği paranın tam olarak karşılığını alma peşinde olduklarının göstergesi olarak yorumlanabilir. Bu sonuca göre marka yöneticilerinin ürün fiyatının seviyesinden ziyade o fiyata karşılık elde edilecek faydaların üstünde durmaları ve stratejilerini bu yöne çevirmeleri önerilebilir. Maksimize edilen fayda vurgusunda katılımcıların o ürünle ilgili kalite algısında hangi hususların yer aldığı araştırılarak tutundurma çabalarında bunların da ön plana çıkarılması gerekebilir. Elbette finansal kriz, işsizlik gibi Z kuşağını da yakından ilgilendiren durumlarda bahsedilen hassasiyetlerde değişiklik olabileceği unutulmamalıdır.

Katılımcıların statü bilinçlerine yönelik bulgular, statü sembolü olan markalı ürünlere ilgi duyulduğunu, ancak bunun yüksek seviyede olmadığını göstermektedir. Öte yandan katılımcılar ürünü sadece statü sembolü olduğu için satın alma düşüncesine o kadar katılmadıklarını belirtmişlerdir. İlaveten, katılımcıların yarısından fazlası statü sembolü markalı bir ürüne statü sembolü olduğu için daha fazla ödeme fikrine katılmadıklarını belirtmişlerdir. Dikkat çekici başka bir konu, olumlu ya da olumsuz görüş bildirmeme oranının yüzde otuzlarda, genel olarak statü sembolü ürünlerle ilgili ifadelerle olumlu tutum yüzdesinin ise sadece yüzde yirmilerde oluşudur. Farklı bir ifadeyle statü sembolü olan ürünlere olan tutumun değer bilinci ile ilgili ifadelerle göre genel olarak düşük olduğu söylenebilir ve aradaki bu fark anlamlı şekilde düşük çıkmıştır. Pazarlama uygulayıcılarının, genç neslin ödediklerine karşılık alacaklarına, ürünün statüsünden daha fazla önem verdiğini bilmeleri, geliştirecekleri stratejiler açısından önem taşımaktadır. Davranışsal iktisat alanında çalışan akademisyenlere de değer bilinci konusunu derinlemesine incelemeleri, konuyu irdelemek için neden olan faktörleri araştırmaları, farklı kuşaklar üzerinde çalışmalar yaparak Z kuşağını karşılaştırmalı olarak incelemeleri tavsiye edilebilir.

Cinsiyetin farklı ekonomik davranışlar üstünde etkili olduğu bilinmektedir ve değer bilinci ile statü bilincinde de anlamlı fark oluşturup oluşturmadığı araştırılmıştır. Kadın katılımcılar, erkek katılımcılara göre daha yüksek değer bilincine sahip çıkarken aradaki fark anlamlı bulunmamıştır. Aksine, statü bilincinde erkek katılımcıların ortalamaları kadın katılımcılara göre daha yüksek bulunmuştur ve fark istatistiksel olarak anlamlıdır. Özellikle, erkeklerin statü sembolü ürünlere olan tutumunun kadınlara göre daha yüksek olması hem pazarlama uygulayıcıları hem de statü tüketimini ilgilendiren alanlarda çalışan araştırmacılar için önemli bir çıktı kabul edilmelidir. Son yıllarda ürün tasarımından tutundurma politikalarına kadar pek çok konuda kadın-erkek olarak farklı stratejiler geliştiren markalar, özellikle Z kuşağı için statü içerikli oluşturacakları mesajlarında bu durumu değerlendirmelidir. Öte yandan kadın Z kuşağı temsilcilerinin değer bilincinin erkeklere göre daha yüksek olması da yine cinsiyete göre farklılaştırılacak reklam kampanyalarında dikkate değer bir unsur olabilir.

İnsan davranışları değişkendir ve ekonomik davranışlar da bunun bir parçası olarak karmaşık ve değişken bir yapıya sahiptir. Bu nedenle davranışsal iktisatta araştırılacak konuların, genel yasalara ulaşmaya çalışan ve kantitatif yöntemler uygulayan pozitivist yaklaşımdan ziyade kalitatif yöntemler kullanan yorumlayıcı ve açıklayıcı yaklaşımlarla incelenmesi daha doğru olabilir. Tüketici sıfatlarıyla insanların neden satın alma davranışında buldukları, gerçek olarak bunun altında yatan faktörler bu şekilde daha kapsamlı ve gerçekçi şekilde ortaya konabilir. Tüketim davranışında önemli görülen değer ve statü bilinçlerini konu alan bu çalışmada da kantitatif yöntemlere başvurulmuştur ve söz konusu değişkenlerin kalitatif yöntemlerle araştırılması ve sonuçların karşılaştırılması önerilmektedir. Z kuşağı üstünde yapılan bu çalışmada sadece Z kuşağı temsilcileri kullanılmıştır. Farklı kuşaklarla karşılaştırmalı olarak yapılacak çalışmalar konunun teorisini zenginleştirmesi açısından önemli görülmektedir. Davranışsal iktisat alanında değer ve statü bilinci dışında etkili olması muhtemel gösterişçilik, materyalizm gibi konuların yanında psikolojik faktörler, pazarlama çabaları gibi çeşitli konular da davranışsal iktisat perspektifinden araştırılması tavsiye edilecek önemli konular arasındadır.

KAYNAKÇA

- Ailawadi, K.L., Neslin, S.A., & Gedenk, K. (2001). Pursuing the Value-conscious Consumer: Store Brands Versus National Brand Promotions. *Journal of Marketing*, 65(1), 71-89.
- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203-212.
- Baloğlu, F. Rasyonalite ve Ekonomik Sosyoloji. *Sosyoloji Konferansları* 26 (2000): 217-226.

- Bencsik, A., Juhasz, T. & Horvath-Csikos, G. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 6(3), 90-106.
- Boulding, K. E. (1958). Evidences for an Administrative Science: A Review of the Administrative Science Quarterly. *Administrative Science Quarterly*, 3(1), 1-2, 1-22.
- Camerer, C.F., Loewenstein, G. (2004). Behavioral Economics: Past, Present, Future, içinde C. Camerer, G. Loewenstein, ve M. Rabin (Eds.), *Advances in Behavioral Economics* (3-51). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Csobanka, Z.E. (2016). The Z Generation. *Acta Technologica Dubnicae*, 6(2), 63-76.
- Demir, F.O., Kırdar, Y. (2007). Müşteri İlişkileri Yönetimi: CRM. *Review of Social, Economic & Business Studies*, 7/8, 293-308.
- Eastman, J.K., Goldsmith, R.E. & Flynn, L.R. (1999). Status Consumption in Consumer Behavior: Scale Development and Validation. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7(3), 41-51.
- Engizek, N. (2014). *Tüketicilerin Taklit Ürün Satın Alma Niyetlerinde Kişisel Özelliklerin, Sosyal Motivasyonların ve Ürün ile İlgili Faktörlerin Rolü.* (Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İşletme Bilim Dalı).
- Eroğlu, F., Bayraktar Köse, E. (2020). How Much Does Being Cost? *4th Congress of International Applied Social Sciences*, C-iasos 2020, 22-24 October.
- Eser, R., Toigonbaeva, D. (2011). Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak: Davranışsal İktisat. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Sayı.6, No.1, 287-321.
- Ferguson N. (2011). *Paranın Yükselişi-Dünyanın Finansal Tarih*, Türkçesi: Barış Pala, YKY, İstanbul.
- Fırat, E; Kurtoğlu, R. (2014). Finans Dünyasının Krizler Karşısındaki Belirsizliği Davranışsal Ekonomi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 7.1 (2014): 87-102.
- Francis, T., Hoefel, F. (2018). True Gen': Generation Z and Its Implications for Companies. *McKinsey & Company*. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>, (23.09.2020).
- George, D. & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows Step-by-Step: A Simple Guide and Reference*, 4th Ed. London: Pearson Education.
- Goldsmith, R., Flynn, L. & Eastman, J. (1996). Status Consumption and Fashion Behaviour: An Exploratory Study. *Association of Marketing Theory and Practice Proceedings*, Hilton Head, 309-316.
- Gomez, K., Mawhinney, T. & Betts, K. (2020). Welcome to Generation Z. *A Survey Report by Deloitte*, <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/welcome-to-gen-z.pdf>
- Guha, A. (2010). Motivators and Hygiene Factors of Generation X and Generation Y-the Test of Two-Factor Theory. *Vilakshan: The XIMB Journal Of Management*, 7(2), 121-132.
- Hatipoğlu, Y. Z. (2012). *Davranışsal İktisat: Bilişsel Psikoloji ile Krizi Anlamak*. Türkiye Ekonomik Kurumu, Üçüncü Uluslararası Ekonomi Konferansı, 1-3 Kasım 2012, İzmir.
- Heaney, J.G., Goldsmith, R.E. & Jusoh, W.J.W. (2005). Status Consumption Among Malaysian Consumers: Exploring Its Relationships with Materialism and Attention-to-Social-Comparison-Information. *Journal of International Consumer Marketing*, 17(4), 83-98.

- Hiçdurmaz, D., Öz, F. (2011). Benliğin Bilişsel Yaklaşımla Güçlendirilmesi. *Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Dergisi*, 68-78.
- Ho, T.H., Lim, N. & Camerer, C.F. (2006). How "Psychological" Should Economic and Marketing Models Be? *Journal of Marketing Research*, 43(3), 341-344. DOI: 10.1509/jmkr.43.3.341
- Kahneman D., Tversky A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. *Econometrica*, 47, 2, March 1979, 273. 313-327.
- Khan, M.M. (2019). The Impact of Perceived Social Media Marketing Activities: An Empirical Study in Saudi Context. *International Journal of Marketing Studies*, 11(1), 134-149. URL: <https://doi.org/10.5539/ijms.v11n1p134>
- Kusumawardhini, S.S., Hati, S.R.H. & Daryanti, S. (2016). *Understanding Islamic Brand Purchase Intention: The Effects of Religiosity, Value Consciousness, and Product Involvement*, *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*, 3rd International Conference on Business and Economics, 21 - 23 September, eISSN 2357-1330, 158-166.
- Levickaite, R. (2010). Generations x, y, z: How Social Networks form the Concept of the World without Borders (the case of Lithuania). *LIMES: Cultural Regionalistics*, 3(2), 170-183.
- Lichtenstein, D. R., Netemeyer, R. G., & Burton, S. (1990). Distinguishing Coupon Proneness From Value Consciousness: An Acquisition-Transaction Utility Theory Perspective. *The Journal of Marketing*, 54(3), 54-67
- Lichtenstein, D.R., Ridgway, N.M. & Netemeyer, R.G. (1993). Price Perceptions and Consumer Shopping Behavior: A Field Study. *Journal of Marketing Research*, 30(2), 234- 245.
- McDonald, I. (2005), Some Policy Implications of Behavioral Economics: Introduction. *The Australian Economic Review*, 38(3), 282-284.
- Miller, J.E., Amit, E. & Posten, A.C. (2015). Behavioral Economics. In: ten Have H. (eds.) *Encyclopedia of Global Bioethics*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-09483-0_37
- Mullainathan, S.; Thaler, R. H. *Behavioral Economics*. No. w7948. National Bureau of Economic Research, 2000.
- O'Cass, A., McEwen, H. (2004). Exploring Consumer Status and Conspicuous Consumption. *Journal of Consumer Behavior*, 4(1), 25-39.
- Payne, A., Holt, S. (2001). Diagnosing Customer Value: Integrating the Value Process and Relationship Marketing. *British Journal of Management* 12(2): 159-82.
- Regenfurtnner, K., R. (2005). *Beyin ve Algılama*, Türkçesi: Barış Konukman, İnkılap Yayınları, İstanbul.
- Sarı, E., Harta, G. (2018). Kuşakların Tüketim ve Satın Alma Davranışları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (61), 967-980.
- Sharma, P. (2011). Country of Origin Effects in Developed and Emerging Markets: Exploring the Contrasting Roles of Materialism and Value Consciousness. *Journal of International Business Studies*, 42, 285-306. <https://doi.org/10.1057/jibs.2010.16>
- Sweeney, J.C., Soutar, G.N. & Johnson, L.W. (1999). The Role of Perceived Risk in the Quality-Value Relationship: A Study in a Retail Environment. *Journal of Retailing*, 75(1): 77-105.

- Tambyah, S.K., Mai, N.T.T. & Jung, K. (2009). Measuring Status Orientations: Scale Development and Validation in the Context of an Asian Transitional Economy. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 17(2), 175-187
- Thaler, R. (1983). Transaction Utility Theory. *NA-Advances in Consumer Research*, 10, 229-232.
- Thaler, R. H. (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science* 4.3, 199-214.
- Thaler, R.H. (2000). From Homo Economicus To Homo Sapiens. *Journal Of Economic Perspectives*, Vol. 14, Nu. 1, Winter 2000, Pages 133–141.
- Tuna, B. (2002). Sadakatsiz Z Kuşadı Geliyor, <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=101868>
- Weber, R.A., Camerer, C. F. (2006). “Behavioral Experiments” in Economics. *Experimental Economics*, 9.3, 187-192.
- Williams, K.C. ve Page, R. A. (2011). Marketing to the Generations. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3(1), 37-53.
- Wu, L., Chen, K., Chen, P. & Cheng, S. (2014). Perceived Value, Transaction Cost, and Repurchase-Intention in Online Shopping: A Relational Exchange Perspective. *Journal of Business Research*, 67, 2768-2776.
- Zeithaml, V.A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.
- Zemke, R., Raines, C. & Filipczak, B. (2000). Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace, *American Management Association*: New York.

Bireylerin Yatırım Kararlarının Davranışsal Finans Yaklaşımıyla İncelenmesi: Akademisyenlere Yönelik Değerlendirme

Ayşegül ERTUĞRUL AYRANCI^a

Özet

Finansal piyasalarda yatırım yapan bireysel yatırımcılar her zaman rasyonel davranışlarda bulunamazlar. Yatırımcıların içlerinde buldukları sosyal çevre ve psikolojik faktörler, yatırım kararları ve tercihlerini etkileyebilmektedir. Davranışsal finans, son yıllarda finans alanındaki çalışmalarda önemli ölçüde araştırılmış ve temelde bireylerin psikolojik faktörlerinin yatırım kararlarında etkili olduğu tezine dayandığı savunulmuştur. Bu çalışmada, İstanbul'da eğitim veren devlet üniversitelerinin mühendislik fakültelerinde görev yapan 395 akademisyenin yatırım kararı verme süreçlerinde etkili olan demografik ve genel bilgiler faktörlerinin davranışsal finans yaklaşımıyla ele alınması amaçlanmıştır. Yapılan grup farklılığı analizlerinde, medeni durum, yaş, akademik ünvan, yatırımların gözden geçirilme süreleri yatırımların yönlendirilmesinde en sık kullanılan bilgi kaynakları, yatırım araçlarının tercih edilmesinde baz alınan yöntemler ve yatırım araçları tercihinde göz önünde bulunan temel faktörler açısından yatırımcı davranışı açısından anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. Böylece, akademisyen yatırımcıların finansal kararlarını verme aşamasında demografik özelliklerinin ve yatırım tutumlarının farklı etki yaratacağı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal Finans, Yatırımcı Kararları, İstatistik Analiz

Jel Kodları: C13, G02, G32

Analysis Of Investment Decisions Of Individuals With A Behavioral Finance Approach: Evaluation For Academics

Abstract

Individual investors trading in financial markets can not always act rationally. Psychological factors and social environment that the individuals are involved in can influence their investment decisions and choices. Behavioral finance has been researched profoundly within the studies in the field of finance and it has been posited to depend on the thesis that psychological factors of individuals are effective on investment decisions fundamentally. In this study, it is aimed to address the demographic and general information factors that are effective on the investment decision-making processes of 395 academicians working in the engineering faculties of state universities in Istanbul, with a behavioral finance approach. In the analysis of group differences, significant differences were obtained in terms of investor behavior in terms of marital status, age, academic title, investment review period, the most frequently used information sources when directing investments, the methods used as the basis for the choice of investment instruments, and the main factors considered in the choice of investment instruments. Thus, it has been determined that demographic characteristics and investment attitudes of academician investors will have a different effect on the step of financial decision making.

Keywords: Behavioral Finance, Investor Decisions, Statistical Analysis

Jel Codes: C13, G02, G32

^aDr. Öğr. Üyesi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, a.ayranci@iku.edu.tr

Giriş

Geçmiş yıllardan günümüze gelene kadar finans ve ekonomi bilim dalları yatırımcıların davranışları üzerine birçok teori geliştirmişlerdir. Bu teorilerin temel özellik ve varsayımı bireylerin rasyonel varlıklar olduğu ve kararlarda akılcı davrandıkları yönünde olmuştur. Yatırımcıların risk ve getiri arasındaki dengeyi korurken riski minimize etme ve getiriye maksimize etme eğiliminde oldukları savunulmuş ve yatırımcıların kendileri için en kısa vadede en rasyonel davranışa yönelecekleri ve en çok kazandıran yatırımı yapacakları savunulmuştur. Buna karşılık daha sonraki zamanlarda her bir insanın farklı duygusal yapısının, farklı kişilik özelliklerinin ve farklı çevresel etmelere maruz kaldıkları fikri ile aynı yatırım kararını veremeyecekleri inancı ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda bireylerin rasyonel olduğu varsayımına dayanan geleneksel teoriler yetersiz kalmaktadır. Daniel Kahneman ve Amos Tversky adlı iki psikolog, 1979 yılında yazmış oldukları “Beklenti Teorisi: Belirsizlik Altında Karar Verme” (Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk) adlı makale ile finans dünyasında yeni bir çalışma alanı da ortaya çıkmıştır. Bu çalışmalar sonucunda ise “Davranışsal Finans” kavramı literatüre girmiştir.

Bireysel yatırımcılar risk alma ve tasarruf eğilimleri, kişilik özellikleri, duygu durumları açısından farklılık gösterebilirler dahi finansal kararlarını verirken benzer faktörlerin etkisi altında kalabilmektedirler. Geleneksel finans teorilerinde bireylerin her ne kadar rasyonel davrandıkları savunulsa da bazı durumlarda bireylerin psikolojik faktörlerinin yatırım eğilimlerini etkilediği bilinmekte ve bu da Davranışsal Finans’ın çalışma alanını oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, İstanbul’da eğitim veren devlet üniversitelerinin mühendislik fakültesinde görev yapan akademisyenlerine yatırım tercihlerini belirlerken etkilendikleri psikolojik önyargılarını davranışsal finans kapsamında demografik ve genel bilgiler faktörlerine göre farklılığının araştırılıp değerlendirilmesidir. Buradan hareketle, ilk aşamada etkin piyasalar hipotezi, davranışsal finans kavramı ve etkileyen psikolojik faktörler kavramsal çerçeve içinde ele alınmıştır. Diğer aşamada, literatür taraması bilgilerine yer verilmiştir. Son olarak, istatistiksel analiz ve bulguların yorumlanması yer almaktadır.

1. ETKİN PİYASALAR HİPOTEZİ

Etkin Piyasalar Hipotezi finans literatürünün önemli kavramlarından biri olmakta ve günümüzde hala tartışmalara konu olmaktadır. Hipotez, Fama (1970) tarafından geliştirilmiş ve finansal varlıkların fiyatlarını etkileyebilecek tüm bilgilerin hali hazırda fiyata yansıtıldığı kabul edilmektedir. Etkin bir piyasanın varlığında bir menkul kıymetin tahmin edilen fiyatı piyasada işlem gördüğü fiyata eşit olacaktır (Bayraktar, 2012). Etkin piyasalar hipotezinin temelinde dayandığı veri bilgi olmaktadır (Zeren v.d., 2012). Bilgiye tüm yatırımcıların maliyetsiz ve hızlı bir şekilde ulaşması zamanla sağlanacağından dolayı fiyatın denge noktasına geleceği inancı bulunmaktadır (Tufan ve Sarıçiçek, 2013).

Etkin Piyasalar Hipotezi; Zayıf, yarı-güçlü ve güçlü form olmak üzere üç kategoriye ayrılmıştır (Çelik ve Taş, 2009). Zayıf formda güçlü bir piyasanın temeli aslında rassal yürüyüş modeline dayanır. Rassal yürüyüş modelinde geçmişte gerçekleşen fiyat hareketlerine bakarak gelecek fiyat hareketlerini tahmin etmenin mümkün olmadığı savunulmaktadır (Tunçel, 2007). Bir başka anlatımla geçmiş fiyat hareketlerini kullanmak gelecek ile ilgili fiyat tahmininde işe yaramadığı savunulmaktadır. Zayıf formda etkin bir piyasada geçmiş fiyat bilgileri şu anki oluşan fiyata zaten yansıtıldığından geçmiş fiyat bilgilerini kullanarak ekstra kazanç elde etmenin mümkün olmadığı savunulmaktadır (Atan ve Özdemir, 2009). Aynı zamanda zayıf formda etkin bir piyasada geçmiş fiyat hareketlerinin izlenmesi yöntemine dayanan teknik analiz ekstre kazanç elde etmede kullanılmayacağı ifade edilir (Eken ve Adalı, 2008).

Yarı güçlü formda etkin bir piyasada geçmiş fiyat bilgileri ile birlikte kamuya açıklanmış olan tüm bilgilerin de fiyata yansıtıldığı kabul edilmektedir (Demireli v.d., 2010). Yarı güçlü formda etkin piyasalar, zayıf formda etkin piyasaları da kapsamakta ve hem geçmiş fiyat bilgilerini hem de kamuya açıklanmış olan bilgilerin kullanılması ile piyasanın üstünde bir getiri elde etmek mümkün değildir (Yücel, 2016). Yarı güçlü formda etkin bir piyasada ekstra kazanç elde etmek yalnızca içeriden edinilen gizli bilgiler ile olabilmektedir (Atakan, 2008). Bu tip formda etkin bir piyasada temel ve teknik analiz yöntemleri kullanılarak piyasanın üzerinde bir getiri elde etmek mümkün olmamaktadır (Atakan, 2008).

Güçlü formda etkin piyasalar hipotezi hem zayıf formda etkin piyasa hem de yarı-güçlü formda etkin piyasa hipotezini kapsamaktadır. Güçlü formda etkin bir piyasa da gizli bilgilerin önceden öğrenilmesi durumunda dahi

piyasanın üzerinde bir kazanç elde etmek mümkün olmamaktadır (Kulali, 2016). Bu formda etkin piyasada hali hazırda ki tüm bilgilerin fiyata yansdığı kabul edilir (Altunöz, 2016).

Yapılan birçok çalışmada piyasaların üç tip formunun da geçerliliği test edilmiş ve elde edilen bulgularda genel olarak yatırımcıların ekstra kazançlar elde edebildikleri gözlemlenmiştir. Elde edilen bu bulgular ile birlikte finans literatüründe yeni arayışlara yol açmış ve *Davranışsal Finans* kavramı ortaya çıkmıştır.

2.DAVRANIŞSAL FİNANS KAVRAMI

Etkin piyasalar hipotezinin ve geleneksel finans modellerinin açıklayamadığı birçok anomalinin ortaya çıkmasıyla birlikte Davranışsal Finans kavramı Kahneman ve Tversky (1974)' nin yaptıkları çalışma ile ilk olarak literatüre girmiştir. İki psikoloji alanında çalışma yapan akademisyen, beklenen fayda ve etkin piyasalar hipotezine karşılık çalışmalarında *Beklenti Teorisi*'ne yer vermişlerdir. Beklenti teorisi, bireylerin tam rasyonalite yerine sınırlı rasyonaliteye sahip oldukları, her zaman kendi çıkarlarını gözetecek iradelerinin olmaması ve bazı durumlarda kendi çıkarlarını göz ardı etmeleri gibi temel görüşlere dayanmaktadır (Şen, 2003). Beklenti teorisi özünde bireylerin risk ve belirsizlik gibi durumlarda kaldıklarında rasyonel davranamayacaklarını ifade eder (Karabulut, 2013). Beklenti teorisi betimleyici bir analiz kullanır yani bireylerin kararlarının ve tercihlerinin ne olması gerektiğinden ziyade ne olduğu ile ilgilenir (Tekin, 2016). Bunlarla birlikte beklenti teorisi bir takım varsayımlara dayanmaktadır. Bu varsayımlar şu şekilde sıralanmaktadır; Bireyler kayıplara karşı kazançlardan daha duyarlı olduklarından dolayı, kayıplardan daha fazla kaçınma eğiliminde olmaktadır (Öncü ve Özevin, 2017), Diğer varsayım değer fonksiyonu ile ilgilidir ve değer fonksiyonu kayıplar ve kazançlardan oluşmaktadır. Bir diğer varsayım ise, bireylerin kazanç elde etme durumlarında daha az risk aldığı kayıp durumlarında ise, daha fazla risk aldıkları ile ilgilidir (Süer, 2007). Görüldüğü gibi beklenti teorisine göre bireyler risk veya belirsizlik durumlarında, rasyonel davranmamaktadırlar (Yıldırım ve Berk,).

Beklenen fayda teorisinde bireylerin rasyonel olduğu savunulmuş ve her bir yatırım yapan bireyin akılcı davrandığı iddia edilmiştir (Taşdemir, 2007). Beklenen fayda teorisi de beklenti teorisi gibi bir takım varsayımlara sahiptir. Bu varsayımları ise şu şekilde sıralamak mümkündür; Bireyler beklenen faydalarını maksimize etmek isterler ve beklenen faydası yüksek olan yatırımı tercih ederler (Şener, 2015). Bireyler rasyonel davrandıklarından dolayı benzer bir problem için farklı şekilde sunular olsa da yine aynı durumu tercih ederler (Ergör, 2017), bireylerin servet düzeyleri arttıkça elde edilen fayda azalarak artar (Ergör, 2017), Yapılan tercihler arasında geçişler söz konudur (Ergör, 2017).

Tablo 1. Etkin Piyasalar Hipotezi İle Davranışsal Finans Arasındaki Temel Farklar

Farklı Olan Noktalar	Etkin Piyasalar Hipotezi	Davranışsal Finans
Rasyonalite	Bireylerin tümü rasyoneldir.	Bireyler normaldir.
Duygular	Bireyler duyguları ile hareket etmezler.	Bireyler duyguları ile hareket edebilirler.
Bilgi	Tüm bilgiler var olan fiyata yansmıştır.	
Demografik Özellikler	Farklılaşma olmaz	Farklılıklar söz konusudur
İlişkili Olunan Bilim Dalları	Ekonomi	Psikoloji, Sosyoloji, Antropoloji
Krizler	Krizler oluşmaz	Krizler yaşanabilir

Kaynak: Sharma, 2014

3.DAVRANIŞSAL FİNANS VE PSİKOLOJİK FAKTÖRLER

Bireyler için yatırım çok önemli bir konu olmuş ve bireylerin yatırım tercihlerinde her zaman rasyonel davranmadığı yönünde yapılmış birçok çalışma bulunmaktadır (Böyükaslan, 2012). Yapılan çalışmalarda yatırımcıların bir takım psikolojik faktörlerden etkilendiği ve tamamen akılcı davranmadığı yönünde önemli bulgular oluşmuştur (Taner ve Akkaya, 2005). Bu başlık altında bireylerin yatırım tercihlerini etkileyen bir takım psikolojik faktörlere yer verilecektir.

Aşırı Güven Hipotezi:

Genel olarak bireylerin kendi fikirlerine başkalarının fikirlerinden daha fazla önem verdiği görülmektedir. Bireylerde görülen bu durum finansal yönden bakıldığında, yatırımcıların finansal varlık ile ilgili bilgilere diğer yatırımcılardan daha fazla sahip olduğunu ve bu sahip olunan bilginin doğruluğuna şiddetle inandıkları şeklinde görülmektedir (Korkmaz ve Çelik, 2007). Yatırımcılar bu açılarından bakıldığında ellerinde bulunan bilgiye ve kendine aşırı güvendiğinden, riskleri daha düşük görme eğiliminde olmaktadır (Bodur, 2016). Bu durumun nihai sonucu ise kayıplara veya yanlış yatırımlara yönelme şeklinde gerçekleşmektedir (Hayta, 2014).

Belirsizlikten Kaçınma Durumu:

Belirsizlikten kaçınma eğilimi bireylerin belirli olasılık durumlarında oluşabilecek risklere karşı, belirsiz olasılık durumunda oluşacak riskleri daha az tercih etme veya tercih etmeme eğiliminde olduğu yönündedir (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011). Yatırımcıların da benzer şekilde olasılık durumlarını bildiği riskleri tercih edip, her hangi bir olasılık durumunun olmadığı durumda oluşabilecek riskleri tercih etmediği görülmektedir (Aytekin ve Aygün, 2016). Elsberg (1961) tarafından yapılan bir çalışmada bireylerin iki torbada bulunan 100'er adet top ile dolu poşetten top çekmeleri istenmiştir. İlk poşette 50 adet siyah ve 50 adet kırmızı top bulunduğu bilinmektedir. Diğer poşette ise topların hangi renklerden kaçar adet olduğu bilgisi verilmemiştir. Bireylerden iki ayrı poşetten siyah yada kırmızı top çekme durumları üzerine bahse girmeleri istenmiş ve bireylerin önemli bir kısmının birinci yani olasılık durumunun belirli olduğu poşetten top seçme eğiliminde olduğu görülmüştür.

Aşırı İyimserlik:

Aşırı iyimserlik eğilimi, bireylerin kendilerini birçok kişiden daha üstün görmesinden kaynaklanmaktadır (Bulut ve Er, 2018). Aynı zamanda bireyler genel olarak kendilerine iyi davranmakta ve oluşan iyi sonuçları kendilerine kötü sonuçları ise şansa bağlamaktadırlar (Coşkun v.d., 2018). Bu durum yatırım yapan bireylerde getiri beklentilerini ortalamadan daha yüksek tahmin etmeleri şeklinde sonuçlanmaktadır (Bektur ve Atasaygın, 2017). Aşırı iyimser tavır sergileyen bireyler gelecekle ilgili tahminlerine fazla önem verip karşılaşılabilecek riskleri hafife almakta ve yapmış oldukları tahminin doğru olacağına dair sonsuz güven içerisinde olmaktadır. Dolayısıyla bu tip yatırımcılar belirsizlik durumlarını görmemekte ve yatırımlarında zarar etme durumları ile karşı karşıya kalmaktadırlar (Sansar, 2016). Gallup (2001) yapmış olduğu çalışmasında gelecek yıl için borsanın getiri oranının ortalama %10,3 olacağı tahmin edilmekteyken, aynı dönem için bireyin kendi yatırım sepetinin ortalama getirisini %11,7 olarak tahmin ettiği bulgusuna ulaşmıştır.

Çerçeveleme Etkisi

Çerçeveleme etkisi, bireylere sorulan sorunun şekli ile ilgili olmakta ve sorunun sorulma biçiminin bireylerin karar verme veya tercih yapma düzeylerini etkilediği şeklinde ifade edilmektedir (Alper ve Ertan, 2008). Mood v.d. (1999) enflasyon ile getiri ilişkisini baz alan bir çalışma yapmışlar ve % 4 oranında enflasyonun olduğu durumda % 2 kazanç elde eden bir bireyin, enflasyonun olmadığı bir ortamda % 2 kayıp elde eden bir kişiden daha iyimser bir şekilde duruma yaklaştığı yönünde bulgulara ulaşmışlardır. Elde edilen sonuç aynı olsa da bireylerde soru veya düşüncüyü ifade etme şeklinin karar verme sürecinde etkili olduğu görülmektedir.

Pişmanlıktan Kaçınma

Bireylerin pişmanlıktan kaçınma durumları risk alma eğilimlerini önemli ölçüde etkilemektedir (Dinçer v.d., 2017). Bireyler yatırım yapacakları zaman ileride yapmış oldukları yatırımın kayıp ile sonuçlanmasından duyacakları pişmanlıktan dolayı risk almak istememekte ve riskten kaçınma eğilimi sergilemektedirler. Pişmanlıktan kaçınma eğilimi sergileyen yatırımcıların önemli bir kısmının alınan finansal varlığın zarar etmesi veya değer düşüşünün yaşandığı durumlarda özellikle varlığı elden çıkarmayı geciktirme, aksi durumda ise, yani varlık değer kazandığında hızlı bir şekilde satma yönünde karar almaktadırlar (Aydın ve Ağan, 2016).

Kayıptan Kaçınma

Bireylerin psikolojik etmenlerden dolayı kayıp ve kazançlara aynı tepkiyi vermezler. Kayıp ve kazanç durumlarına çeşitli duygusal faktörlerden dolayı farklı farklı olasılık değerleri atamaktadırlar (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011). Tversky (1979) yaptıkları çalışmalarında, bireylerin riskten ve kayıptan kaçınma durumlarını öğrenciler üzerinde test etmiştir. Bu çalışmada dört deney uygulanmıştır.

Yapılan birinci deneyde öğrencilerden belirli olasılık durumları için tercih yapmaları istenmiş ve olasılık durumları da; %80 olasılıkla 4,000 dolar, %20 olasılıkla hiçbir şey ve son olarak %100 olasılıkla 3,000 dolar kazanabilecekleri şeklinde verilmiştir. Deneye katılan öğrencilerin %80 gibi önemli bir çoğunluğu 3,000 dolarlık kesin elde edilecek kazancı tercih etmişlerdir. Yapılan ikinci deneyde ise verilen olasılıklar; %80 olasılıkla 4,000 dolar ve %20 olasılıkla hiç bir şey kaybetmeyecekleri durumu ile %100 olasılıkla 3,000 dolar kaybedecekleri durumu arasında seçim yapmaları istenmiştir. Ve deneye katılan öğrencilerin neredeyse tamamı (%92) ilk durumu tercih etmişlerdir. Daha sonra iki deney daha yapılmış ve benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular göstermektedir ki bireylerin önemli bir kısmının kayıp durumunda kaçınma yönünde davranış sergilemektedirler.

Bilişsel Çelişki

Bireylerin ellerinde bulunan bilgilere veya verdikleri kararlara çok fazla önem verdikleri daha önce de aktarılmıştır. Bilişsel çelişki, bireylerin kendilerinin ellerinde bulunan bilginin aksine bir bilgi edindiklerinde buna kayıtsız kaldıklarını ve bu bilgileri görmezden gelme durumunda olduklarını ifade etmektedir (Arslan, 2016). Yatırımcılar açısından bu durum incelendiğinde yatırımcıların kendi bilgilerine ters bir bilgi geldiğinde vurduymaz davrandıkları ve bu durumun sonucu olarak zarara uğradıkları görülmüştür (Çetiner v.d., 2019). Gerek yatırımcılar gerek bireyler kendi bilgilerine ters olan bir veri ile karşılaştıklarında beyinlerinde bir çelişki yaşarlar, ancak pozitif olan verileri dikkate alırken kendilerine negatif gelen verileri görmezden gelirler (Özer ve Korkulutaş, 2018).

Sürü Psikolojisi

Bireyler aynı zaman diliminde aynı hareketleri sergileme eğiliminde bulunmaktadırlar, bu duruma literatürde sürü psikolojisi denilmektedir (Doğukanlı ve Ergün, 2011). Yatırımcılar açısından bakıldığında bir grup yatırımcının aynı dönemlerde aynı yatırım tercihinde bulunması şeklinde kendisini gösterebilmektedir. Sürü psikolojisi olgusu, özellikle daha küçük yatırımcıların bilgiye ulaşma konusunda sıkıntı yaşamaları veya maliyetlere katlanamamaları dolayısıyla büyük ve güçlü yatırımcıların davranışlarını taklit etmesi şeklinde gerçekleşmektedir (Hamurcu, 2015).

Yatırımcılar bazen rasyonel bazen de irrasyonel bir şekilde sürüye göre hareket etmektedirler ve literatürde sürü psikolojisi iki kategoriye ayrılarak tanımlanır. Bunları; rasyonel ve irrasyonel sürü davranışı olarak sıralamak mümkündür (Akın, 2009). Rasyonel sürü davranışı, yatırımcıların bilgiye ulaşma konusunda sorun yaşadıkları durumlarda, bilgiye ulaşma düzeyi yüksek veya güçlü yatırımcıları örnek olarak onlar gibi yatırım davranışı sergilemesi şeklinde ifade edilirken (Küçük, 2014), irrasyonel sürü davranışı ise, yatırımcıların başka yatırımcıların baskısından ve davranışlarından etkilenerek onlar gibi davranması şeklinde ifade edilebilir (Akın, 2009).

Sürü psikolojisi izleyen yatırımcıların çok olduğu piyasalarda alım ve satım işlemleri aynı dönemde gerçekleşmekte ve bu alım ve satımlar sonucunda varlıkların fiyatları olumsuz yönlü etkilenmektedir (Yüksel, 2009). Özellikle irrasyonel sürü davranışı sergileyen yatırımcıların tutumları sonucunda piyasanın dengesi bozulmakta ve haksız kazanç veya kayıplar yaşanmaktadır.

Zihinsel Muhasebe

Bireyler her bir durum için farklı mental muhasebe işlemi gerçekleştirirler. Burada yatan temel yapı ise kazanç veya kayıp durumuna göre şekillenmektedir (Murat v.d., 2018). Yapılan birçok araştırma göstermektedir ki bireyler kazanç veya kayıp durumuna göre zihinlerinde alacak ve borç ilişkisi kurmakta ve bu ilişkiye göre, elde edilen nihai sonuç aynı dahi olsa, o anki beklentisine göre kararlar şekil değiştirmektedir (Kurt ve Tanyeri, 2013).

Kumarıcı Yanlışı

Bu tip bir yanılma eğiliminde yatırımcılar sıklıkla gerçekleşen durumun her zaman gerçekleşeceğini düşünürler ve yanlış olan bir tahminde bulunarak zarar etme durumu ile karşı karşıya kalırlar (Özhan, 2016). Buradaki temel yanılma ise, rassal olarak gerçekleşebilecek bir durum tahmin edilebilir algılanmakta ve bu da yanlış yatırım kararlarına neden olmaktadır.

Statüko Yanlılığı

Statüko yanlılığı hipotezinde bireyler daha önceden yapmış oldukları davranışları ve/veya buldukları statülerini devam ettirme eğiliminde olmaktadır (Aktaş, 2012). Bu durum yatırımcılar için incelendiğinde ise, yatırımcıların karşılarına çıkan yatırım fırsatlarını daha önce yapmış oldukları yatırımları tercih etmeleri ve kazanç elde edebilecekleri halde daha önce denenmiş olan yatırımı tercih etme eğiliminde olmaktadır. Başka bir ifade ile anlatmak gerekirse, yatırımcılar genel olarak yapacakları yatırımda yeniliği tercih etme yerine daha önce yapmış oldukları yatırımlara yönelme eğiliminde olmaktadır.

4.LİTERATÜR TARAMASI

Branch (1977) çalışmasında, borsada işlem gören hisse senetleri getirilerindeki anomalileri incelemiş ve Ocak ayında hisse senetlerinden elde edilen getirinin diğer aylara göre daha yüksek olduğunu görmüştür. Aynı zamanda Ocak ayında elde edilen bu getiriler de elde ettiği verilere göre, büyük işletmelerden daha çok küçük

işletmelerde olmuştur. Yani Banch yapmış olduğu çalışmasında borsada işlem gören hisse senedi getirilerinde anomalilerin olduğu ve bu durumun ise davranışsal finans ile açıklanacağı sonucuna varmıştır.

Durukan (2004) yapmış olduğu çalışmasında BIST'te aşırı reaksiyon anomalisinin varlığını incelemiştir. Bunun için işlem gören hisse senetlerinin 1998-2003 yıllarına ait aylık verilerini kullanmış ve elde ettiği bulgular ise, BIST'te aşırı reaksiyon anomalisinin varlığı şeklinde olmuştur.

Kara (2005), çalışmasında BIST'te işlem gören hisse senetlerini sınıflandırmış ve sınıflandırma için piyasa değerini baz almıştır. Çalışmada piyasa değeri yüksek olan işletmelerin getirilerinin piyasa değeri düşük olan işletmelerin getirilerinden daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmış ve bu durum ise, davranışsal finans ile açıklanabileceğine vurgu yapmıştır.

Ede (2007) yapmış olduğu çalışmasında yatırımcıların davranışları ile yatırım eğilimleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yatırımcıların demografik veya davranışsal eğilimlerinin yatırım tercihleri arasında ilişki bulunduğu yönünde ki bulgulara ulaşılmış ve bireylerin tamamen rasyonel davranmadığını ve çeşitli özelliklerinin yatırım tercihlerini etkilediği yönündeki bulgulara ulaşılmıştır.

Akın (2009), çalışmasında bireysel yatırımcıların risk algısı ile yatırım yapılan finansal araç arasında ilişkinin varlığını araştırmıştır. Bu amaçla ise, BIST'te 2009 yılında işlem yapan bireysel yatırımcıları incelemiş ve elde ettiği bulgular sonucunda yatırımcıların %93,2'sinin hisse senedine yatırım yaptığı yönünde olmuş ve yatırımcıların önemli bir kısmında statüko yanlılığı olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Saraç ve Kahyaoğlu (2011), çalışmalarında 2007-2009 yılları arasında yatırım yapan bireysel yatırımcıların risk algılarının demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemiştir. Elde ettikleri bulgulara göre, cinsiyetin risk algısı üzerinde önemli farklılaşmalara neden olmakta ve kadınların risk alma eğilimleri erkeklere göre daha düşük olduğu bulunmuştur. Yani özetle kadınlar erkeklere göre riskten daha fazla kaçma eğiliminde olmuşlardır.

Wang v.d. (2011) yılında yapmış oldukları çalışmalarında kadın ve erkek yatırımcıların risk algılarını incelemiş ve kadınların risk algılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Jain ve Mandot (2012) yapmış oldukları çalışmalarında bireysel yatırımcıların risk algıları ile demografik özellikleri arasındaki ilişkinin varlığını ve yönünü incelemiştir. Elde ettiği bulgulara göre risk düzeyi ile cinsiyet, yaş ve medeni durum arasında negatif bir ilişki, alınan eğitim, gelir düzeyi ve yaşanan şehir arasında da pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Kengatharan ve Kengatharan (2014) çalışmalarında yatırımcıların psikolojik faktörler ile elde edilen getirileri arasındaki ilişkiyi incelemiş ve elde ettiği sonuçlarda da sürü psikolojisinin yatırım kararlarında etkisi olduğu ancak bu etkinin düşük olduğu ve yatırımcıların genellikle sezgisel olarak yatırım kararı verdikleri bulgusuna ulaşılmıştır.

Phan ve Zhou (2014) yapmış oldukları çalışmalarında psikolojik faktörlerin bireylerin yatırım davranışlarını etkileyip etkilemediğini araştırmıştır. Çalışmasında yazarlar, anket yöntemi uygulamış ve psikolojik faktörlerin yatırım yapma davranışlarını etkilediği bulgusuna ulaşmışlardır.

Barber ve Odean (2014), çalışmalarında yatırımcıların davranışlarını cinsiyete göre incelemiş ve yatırımcıların pişmanlıktan kaçınma eğiliminde olduğu sonucuna varmıştır. Yani yatırımcılar hisse senetlerinin fiyatları düştüğünde satmayı geciktirme yönünde bir tutum sergilerken, yükseldiğinde daha fazla elden çıkarma eğilimlerinde oldukları görülmüştür.

Aldemir (2015), çalışmasında yatırımcıların yatırım kararlarında bireylerin demografik özellikleri ve risk alma düzeylerinin etkisi olup olmadığını araştırmıştır. Elde ettiği bulgular ise, gelirin, yaşın, eğitim durumunun ve psikolojik faktörlerin yatırım davranışları üzerinde etkili olduğu yönünde olmuştur.

Aslan (2016) çalışmasında, yatırımcıların psikolojik ve sosyal faktörlerden etkilenerek yatırım kararlarını verdikleri bulgusuna ulaşmıştır.

5. İSTATİSTİK ANALİZ

5.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Bireyler hayatlarının birçok alanında akılcı davrandıkları düşüncesi içerisinde olurlar. Ancak yatırım kararlarını verirken tamamen bireysel davranırlar ve bu durumda da psikolojik faktörlerden önemli ölçülerde etkilenirler.

Davranışsal finans teorisinde genellikle bireylerin “aşırı güven” duygusuna sahip oldukları ve kendi verdikleri veya alacakları kararları destekleyen bilgilere daha fazla önem verdikleri savunulmaktadır. Son zamanlarda, yatırımcıların doğru yatırım karar vermelerini desteklemek ve rasyonel yatırım eğilimlerinin artmasını sağlamak amacıyla finansal okuryazarlık eğitimleri verilmeye başlanmıştır. Bu da bireylerin yaptıkları yatırım hacmini arttırarak piyasa hareketliliğini sağlayacaktır, finansal gelişmeye katkı sağlayacaktır. Diğer açıdan bakıldığında ise, yatırımcıların yatırım tercihleri yaş, cinsiyet, ait olunan meslek grubu, gelir durumu, eğitim durumu gibi demografik özelliklerden etkilenirken, bireylerin psikolojik algıları da yatırımlarına yön vermektedir. Bu çalışmanın amacı, İstanbul’da eğitim veren devlet üniversitelerinin Mühendislik Fakültesinde görev yapan akademisyenlerine yatırım tercihlerini belirlerken etkilendikleri psikolojik önyargılarını davranışsal finans kapsamında demografik ve genel bilgiler faktörlerine göre farklılığının araştırılıp değerlendirilmesidir. Mühendislik Fakültelerinde son yıllarda finans temelli dersler seçmeli olarak yer almıştır. Öğrencilerin yanısıra akademisyenler de günümüz koşulları içinde yatırım araçları ve portföy kavramlarına aşina olmuşlardır. Literatürde, akademisyenlere yönelik az sayıda çalışma olması nedeniyle çalışmanın katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

5.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmada, İstanbul’da faaliyet gösteren beş devlet üniversitesinin mühendislik fakültesinde görev yapan 395 akademisyen örnekleme oluşturmaktadır. Evren İstanbul’da devlet üniversitelerinde eğitim veren Mühendislik Fakültesi akademisyenleridir. Yükseköğretim Kurumunun yüksek öğretim istatistikleri raporu (2019)’a göre, Mühendislik Fakültesi toplam akademisyen sayısı 1729 kişidir. Amaçsal örnekleme yöntemiyle akademisyenlere uygulanan anket mail üzerinden uygulanmıştır. Anket araştırması [05.01.2020-05.02.2020] tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından geliştirilen örneklem büyüklüğü tablosunda 0.05 örnekleme hatası için $p=0.50$ ve $q=0.50$ için 333 kişi olarak belirlenmiştir. Örnekleme dahil edilen akademisyenler bireysel yatırımcı olan kişilerden oluşmuştur.

5.3. Veri Toplama Aracı

Çalışmada, Gül vd. (2017) tarafından geliştirilen “Davranışsal Finans Açısından Yatırımcı Davranışları” ölçeği kullanılmıştır. Ölçek; aşırı güven (3 madde), aşırı iyimserlik (4 madde), pişmanlıktan kaçınma (3 madde), kayıptan kaçınma (2 madde) ve temsil etme eğilimi (3 madde) ile 5 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek 5’li Likert biçimindedir. Anketin ilk bölümü, katılımcıların demografik ve genel özelliklerinden oluşmakta ve ikinci bölümde ise ölçek yer almaktadır.

5.4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın ana hipotezi demografik ve genel bilgi faktörleri açısından yatırımcı davranışlarının anlamlı farklı olduğu yönüyledir. Hipotezler detaylı biçimde Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Araştırmanın Hipotezleri

	Hipotezler
H _{1a}	Medeni durum açısından yatırımcı davranışları olan aşırı güven, aşırı iyimserlik, pişmanlıktan kaçınma, kayıptan kaçınma ve temsil etme eğilimi istatistik anlamlı farklıdır.
H _{2a}	Yaş açısından yatırımcı davranışları olan aşırı güven, aşırı iyimserlik, pişmanlıktan kaçınma, kayıptan kaçınma ve temsil etme eğilimi istatistik anlamlı farklıdır.
H _{3a}	Akademik ünvan açısından yatırımcı davranışları olan aşırı güven, aşırı iyimserlik, pişmanlıktan kaçınma, kayıptan kaçınma ve temsil etme eğilimi istatistik anlamlı farklıdır.
H _{4a}	Yatırımları gözden geçirme süresi açısından yatırımcı davranışları olan aşırı güven, aşırı iyimserlik, pişmanlıktan kaçınma, kayıptan kaçınma ve temsil etme eğilimi istatistik anlamlı farklıdır.
H _{5a}	Yatırımları yönlendirirken en sık kullanılan bilgi kaynakları açısından yatırımcı davranışları olan aşırı güven, aşırı iyimserlik, pişmanlıktan kaçınma, kayıptan kaçınma ve temsil etme eğilimi istatistik anlamlı farklıdır.
H _{6a}	Yatırım araçlarının tercihinde temel alınan en sık yöntemler açısından yatırımcı davranışları olan aşırı güven, aşırı iyimserlik, pişmanlıktan kaçınma, kayıptan kaçınma ve temsil etme eğilimi istatistik anlamlı farklıdır.
H _{7a}	Yatırım araçları tercihinde göz önünde bulunan temel faktörler açısından yatırımcı davranışları olan aşırı güven, aşırı iyimserlik, pişmanlıktan kaçınma, kayıptan kaçınma ve temsil etme eğilimi istatistik anlamlı farklıdır.

5.5. Bulgular ve Yorum

Katılımcılara yönelik demografik ve genel bilgilerin yüzde dağılımları Tablo 3 da verilmiştir.

Bireylerin Yatırım Kararlarının Davranışsal Finans Yaklaşımıyla İncelenmesi: Akademisyenlere Yönelik Değerlendirme

Tablo 3. Katılımcıların Demografik ve Genel Özellikleri Yüzde Dağılımları

Medeni Durum	N	%	Yaş	N	%
Evli	201	50.8	25-35 yaş	90	22.8
Bekar	126	31.9	35-40 yaş	126	31.9
Dul/boşanmış	68	17.3	40-50 yaş	101	25.6
Toplam	395	100.0	50 ve üzeri yaş	78	19.7
			Toplam	395	100.0
Akademik Ünvan	N	%	Mesleki Tecrübe	N	%
Öğretim Görevlisi/Uzman	35	8.9	0-5 yıl	83	21.0
Araş. Gör.	47	11.9	6-10 yıl	68	17.2
Dr. ögr.Üyesi	118	29.8	11-15 yıl	71	18.0
Doç. dr	135	34.2	16-20 yıl	71	18.0
Prof.dr.	60	15.2	21 yıl ve üzeri	102	25.8
Toplam	395	100.0	Toplam	395	100.0
Yatırımları Gözden Geçirme Süresi	N	%	Yatırımlarını Yönlendirirken En Sık Kullandığınız Bilgi Kaynakları	N	%
Her saat	23	5.8	TV Ekonomi Kanalları	84	21.3
Her gün	146	37.0	Gazete	4	1.0
Haftada bir	100	25.3	Tavsiyeler	42	10.6
Ayda bir	126	31.9	Sosyal Medya	45	11.4
Toplam	395	100.0	İnternet Siteleri	218	55.2
			Dergiler	2	.5
			Toplam	395	100.0
Yatırım Araçlarının Tercihinde Temel Alınan En Sık Yöntemler	N	%	Yatırım Araçları Tercihinde Göz Önünde Bulunan Temel Faktörler	N	%
Analiz Yöntemleri	115	29.1	Getiri Oranı	218	55.2
Aracı Kurum Yönlendirmeleri	26	6.6	Alım Gücünü Korumak	57	14.4
Tanıdık Yönlendirmesi	50	12.7	Çeşitlendirme Yaparak Riski Azaltmak	120	30.4
Döviz Kurları	115	29.1	Toplam	395	100.0
Kişisel Sezgiler	89	22.5			
Toplam	395	100.0			

Tablo 3'e göre, katılımcıların %50.8'sinin evli, %31.9'ünün bekar ve %17.3'ünün dul/boşanmış olduğu görülmektedir. Katılımcıların %22,8'i 25-25 yaşlarında, %31,9'u 35-40 yaşlarında, %25.6'si 40-50 yaşlarında ve %19.7'si 50 ve üzeri yaşlarındadır. Katılımcıların %8.9'u öğretim görevlisi / uzman, %11.9'u araş. gör, %29.8'i dr. ögr. üyesi ve %34,2'si docent dr. iken 15.2'si prof. dr. unvanına sahiptir. Katılımcıların %21'i 0-5 yıl, %17,2'si 6-10 yıl, %18,0'i 11-15 yıl, %18,0'i 16-20 yıl ve %25.8'ü ise 21 yıl ve üzeri mesleki tecrübeye sahiptir. Katılımcıların %5.8'ü yatırımlarını her saat gözden geçirirken, %37'i her gün, %25.3'sü haftada bir ve %31,9'si ise ayda bir gözden geçirmektedir. Buna göre katılımcıların çoğunluğu yatırımlarını her gün gözden geçirmektedir. Katılımcıların %55.2'si yatırımlarını yönlendirirken en sık internet sitelerini kullanmaktadır. Bunu sırasıyla; %21.3 oranı ile TV ekonomi kanalları, %11.4 oranı ile sosyal medya, %10.6 oran ile tavsiyeler, %1 oranı ile gazete ve % 0,5 oranı ile dergiler izlemektedir. Katılımcıların %29,1'i analiz yöntemlerini, %6,6'ü aracı kurum yönlendirmelerini, %12.7'si tanıdık yönlendirmesini, %29,1'i döviz kurlarını ve %22.5'i ise kişisel sezgileri yatırım araçlarının tercihinde temel almıştır. Katılımcıların %55,2'i yatırım aracı tercih ederken getiri oranını, %14,4'ü alım gücünü korumayı ve %30.4'ü ise çeşitlendirme yaparak riski azaltmayı göz önünde bulundurmıştır.

5.6. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) Sonuçları

AFA sonuçlarına göre, veri setinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin 0.907 olduğu görülmüştür. Analize tabi tutulan değişkenlerin tutarlılığını ölçen Bartlett testi ise, istatistiksel olarak anlamlı ($\chi^2= 6134.98$ ve $p=,000$) bulunmuştur. Testler sonucunda açıklayıcı faktör analizi için kullanılacak örneklemin yeterli olduğu ve faktör analizinin uygunluğu belirlenmiştir.

Tablo 4. Davranışsal Finans Açısından Yatırımcı Davranışları Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktör 1: AŞIRI GÜVEN	Açıkladığı varyans: 20.89	Cronbach alpha (CA):0.901
	Faktör yükü	Madde silinirse CA
1.Sahip olduğum bilgilerin diğer yatırımcıların bilgilerine göre daha değerli olduğunu düşünürüm.	,725	0.900
2. Doğru ve sağlıklı kararlar aldığımı dair kendime güvenim tamdır.	,718	0.873
3.Finansal yatırımlarımın getirileri daima piyasadaki ortalama getirilerin üzerindedir.	,689	0.855
Faktör 2: AŞIRI İYİMSERLİK	Açıkladığı varyans: 17.44	Cronbach alpha (CA):0.898
Faktör yükü	Madde silinirse CA	
4.Piyasada az sayıda yatırımcının erişebileceği bilgiler finansal yatırımlarımda bana mutlak avantaj sağlar.	,714	0.892
5.Finansal yatırımlarımın gelecek dönemde kazandıracağına olan beklentim güçlüdür.	,703	0.834
6.Gelecek dönemde kaybettirebilecek finansal yatırım araçları benim değil, başka yatırımcıların olacak.	,812	0.880
7.Yerel ve uluslararası piyasalarda meydana gelecek ekonomik gelişmelerin pozitif yönlü olacağını düşünüyorum.	,693	0.871
Faktör 3: PİŞMANLIKTAN KAÇINMA	Açıkladığı varyans: 12.75	Cronbach alpha (CA):0.893
Faktör yükü	Madde silinirse CA	
8. Bir yatırım aracından zararım olduğunda zararımı karşılayana kadar yatırım aracını elimden çıkarmam.	,709	0.856
9. Bir yatırım aracı alış maliyetini karşıladığında elimden çıkarırım.	,737	0.845
10.A ve B olmak üzere iki yatırımlım varsa, acil nakit ihtiyacım halinde maliyetleri aynı olan bu iki yatırım aracından kazandıranı değil, kaybettireni satarım.	,738	0.867
Faktör 4: KAYIPTAN KAÇINMA	Açıkladığı varyans: 10.86	Cronbach alpha (CA):0.892
Faktör yükü	Madde silinirse CA	
11.Getirisi düşük/riski az olan yatırım araçlarını riski yüksek/getirisi yüksek yatırım araçlarına göre daha çok tercih ederim.	,763	0.870
12.%80 olasılıkla 4.000 kazanmak yerine %100 olasılıkla 3.000 kazanmayı tercih ederim.	,804	0.841
Faktör 5: TEMSİL ETME EĞİLİMİ	Açıkladığı varyans: 8.23	Cronbach alpha (CA):0.890
Faktör yükü	Madde silinirse CA	
13.Bir yatırım aracına ait olumlu performansları veya olumlu bilgileri hafızamda tutar ve sonraki yatırımlarımda karar verme aşamasında kullanırım.	,684	0.885
14.Mevduata düşük faiz veren tanınmış/büyük ölçekli bankalar yerine yüksek faiz veren ama tanınmamış/küçük ölçekli bankaları tercih ederim.	,711	0.879
15.Yatırım yapacak olsam büyük ve tanınmış şirketlerin hisse senetlerine yatırım yaparım.	,753	0.887

Veri setinin uygun olup olmadığının test edilmesinden sonra faktör yapısının oluşturulması amacı ile “Varimax” döndürme metodu ile temel bileşenler analizi yöntemi uygulanmıştır. Faktör yapısında, toplam varyansın %70.17’sini açıklayan 5 faktörlük bir yapı ortaya çıkmıştır. Faktör analizi sonucunda Extraction (çıkartım) sütununda değeri 0,20’nin altında kalan sorular Costello ve Osborne (2005) çalışmasında belirtildiği üzere, analiz dışında bırakılmalıdır. Bu çalışmada 5 faktör için 0,20 değerinin altında bir soru olmadığı için çıkartım yapılmamış, tüm anket soruları kullanılmıştır.

5.7. Grup Farklılığı Sınamaları

Normal dağılım testlerinden Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk kullanılmıştır. Her iki normallik testinin sonucunda $p < 0.05$ olduğundan dolayı normal dağılımın sağlanmadığını belirten H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Bu durumda grup farklılığı analizlerinde non-parametrik yöntemler kullanılacaktır. Grup farklılıklarının analizinde 2 grup için Mann-Whitney-U testi ile 3 ve üzeri grup için Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Farkın kaynağı için ortalama sıra (mean rank) değerlerine bakılmıştır.

Tablo 5. Medeni Durum Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyutlar	Grup	N	Ortalama sıra	Ki-Kare değeri	p
Aşırı Güven	Evli	201	247,17	8753,56	0,001*
	Bekar	126	340,66		
	Dul/boşanmış	68	333,27		
Aşırı İyimserlik	Evli	201	293,20	9435,22	0,000*
	Bekar	126	310,47		
	Dul/boşanmış	68	304,12		
Pişmanlıktan Kaçınma	Evli	201	295,06	2456,90	0,000*
	Bekar	126	299,91		
	Dul/boşanmış	68	318,61		
Kayıptan Kaçınma	Evli	201	259,92	3775,12	0,002*
	Bekar	126	326,05		
	Dul/boşanmış	68	393,20		
Temsil Etme Eğilimi	Evli	201	322,10	1248,29	0,166
	Bekar	126	304,02		
	Dul/boşanmış	68	322,30		

*0.05 için anlamlı farklılık

Medeni durum açısından; aşırı güven (bekarlarda yüksek), aşırı iyimserlik (bekarlarda yüksek), pişmanlıktan kaçınma (dul/boşanmış yüksek), ve kayıptan kaçınma (dul/boşanmış yüksek), boyutları anlamlı farklılık göstermektedir ($p < 0.05$). Buna karşılık, temsil etme eğilimi boyutu anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Tablo 6. Yaş Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyutlar	Grup	N	Ortalama sıra	Ki-Kare değeri	p
Aşırı Güven	19-25	20	356,16	10.342	0,000*
	26-35	136	259,81		
	36-45	161	322,89		
	46 ve üzeri	78	327,32		
Aşırı İyimserlik	19-25	20	359,13	12.477	0,000*
	26-35	136	264,81		
	36-45	161	315,64		
	46 ve üzeri	78	327,93		
Pişmanlıktan Kaçınma	19-25	20	288,24	9.225	0,035*
	26-35	136	276,26		
	36-45	161	303,83		
	46 ve üzeri	78	376,94		
Kayıptan Kaçınma	19-25	20	285,50	10.506	0,000*
	26-35	136	293,50		
	36-45	161	317,19		
	46 ve üzeri	78	322,05		
Temsil Etme Eğilimi	19-25	20	277,90	2.304	0,251
	26-35	136	274,62		
	36-45	161	311,64		
	46 ve üzeri	78	320,59		

*0.05 için anlamlı farklılık

Yaş açısından; aşırı güven (19-25 yaş yüksek), aşırı iyimserlik (19-25 yaş yüksek), pişmanlıktan kaçınma (46 ve üzeri yüksek), ve kayıptan kaçınma (46 ve üzeri yüksek), boyutları anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0.05$). Buna karşılık, temsil etme eğilimi boyutu anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Tablo 7. Akademik Ünvan Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyutlar	Grup	N	Ortalama sıra	Ki-kare değeri	p
Aşırı Güven	Öğretim Görevlisi/Uzman	35	302,69	9.562	0,000*
	Araš. Gör.	47	331,41		
	Dr. Öğr.Üyesi	118	262,66		
	Doç. Dr.	135	296,54		
	Prof.Dr.	60	326,16		
Aşırı İyimserlik	Öğretim Görevlisi/Uzman	35	297,35	1.904	0,473
	Araš. Gör.	47	312,60		
	Dr. Öğr.Üyesi	118	274,78		
	Doç. Dr.	135	327,50		
	Prof.Dr.	60	305,10		
Pişmanlıktan Kaçınma	Öğretim Görevlisi/Uzman	35	331,41	10.277	0,000*
	Araš. Gör.	47	323,37		
	Dr. Öğr.Üyesi	118	320,97		
	Doç. Dr.	135	273,93		
	Prof.Dr.	60	364,26		
Kayıptan Kaçınma	Öğretim Görevlisi/Uzman	35	332,42	11.358	0,000*
	Araš. Gör.	47	297,28		
	Dr. Öğr.Üyesi	118	274,93		
	Doç. Dr.	135	302,69		
	Prof.Dr.	60	311,41		
Temsil Etme Eğilimi	Öğretim Görevlisi/Uzman	35	262,66	10.866	0,014*
	Araš. Gör.	47	296,54		
	Dr. Öğr.Üyesi	118	326,16		
	Doç. Dr.	135	297,35		
	Prof.Dr.	60	352,60		

*0.05 için anlamlı farklılık

Akademik ünvan açısından; aşırı güven (araş. gör. yüksek), pişmanlıktan kaçınma (prof.dr. yüksek), ve kayıptan kaçınma (prof.dr. yüksek), temsil etme eğilimi (prof.dr. yüksek), boyutları anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0.05$). Buna karşılık, aşırı iyimserlik boyutu anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Tablo 8. Yatırımları Gözden Geçirme Süresi Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyutlar	Grup	N	Ortalama sıra	Ki-kare değeri	p
Aşırı Güven	Her Saat	23	153,30	12.724	0,000*
	Her gün	146	162,78		
	Haftada bir	100	161,70		
	Ayda bir	126	178,84		
Aşırı İyimserlik	Her Saat	23	185,88	2.991	0,281
	Her gün	146	166,02		
	Haftada bir	100	155,35		
	Ayda bir	126	151,84		
Pişmanlıktan Kaçınma	Her Saat	23	145,60	10.639	0,000*
	Her gün	146	169,93		
	Haftada bir	100	164,42		
	Ayda bir	126	150,69		
Kayıptan Kaçınma	Her Saat	23	149,48	9.365	0,000*
	Her gün	146	166,49		
	Haftada bir	100	158,07		
	Ayda bir	126	167,67		
Temsil Etme Eğilimi	Her Saat	23	168,78	2.386	0,347
	Her gün	146	171,39		
	Haftada bir	100	156,49		
	Ayda bir	126	148,18		

Bireylerin Yatırım Kararlarının Davranışsal Finans Yaklaşımıyla İncelenmesi: Akademisyenlere Yönelik Değerlendirme

Yatırımları gözden geçirme süresi açısından; aşırı güven (ayda bir yüksek), pişmanlıktan kaçınma (her gün yüksek), ve kayıptan kaçınma (hergün yüksek) boyutları anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0.05$). Buna karşılık, aşırı iyimserlik boyutu ve temsil etme eğilimi anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Tablo 9. Yatırımları Yönlendirirken En Sık Kullanılan Bilgi Kaynakları Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyutlar	Grup	N	Ortalama sıra	Ki-kare değeri	p
Aşırı Güven	TV Ekonomi Kanalları	84	260,40	12.055	0,000*
	Gazete	4	265,56		
	Tavsiyeler	42	337,30		
	Sosyal Medya	45	357,64		
	İnternet Siteleri	218	373,28		
	Dergiler	2	286,44		
Aşırı İyimserlik	TV Ekonomi Kanalları	84	267,62	9.366	0,027*
	Gazete	4	361,25		
	Tavsiyeler	42	343,83		
	Sosyal Medya	45	312,19		
	İnternet Siteleri	218	266,85		
	Dergiler	2	285,34		
Pişmanlıktan Kaçınma	TV Ekonomi Kanalları	84	300,89	1,571	0,480
	Gazete	4	343,52		
	Tavsiyeler	42	318,03		
	Sosyal Medya	45	308,13		
	İnternet Siteleri	218	292,87		
	Dergiler	2	286,10		
Kayıptan Kaçınma	TV Ekonomi Kanalları	84	319,58	8.283	0,000*
	Gazete	4	296,07		
	Tavsiyeler	42	278,13		
	Sosyal Medya	45	279,85		
	İnternet Siteleri	218	345,90		
	Dergiler	2	312,43		
Temsil Etme Eğilimi	TV Ekonomi Kanalları	84	322,87	11.442	0,003*
	Gazete	4	271,37		
	Tavsiyeler	42	311,15		
	Sosyal Medya	45	292,76		
	İnternet Siteleri	218	328,20		
	Dergiler	2	298,36		

Yatırımları yönlendirirken en sık kullanılan bilgi kaynakları açısından; aşırı güven (internet sitesi yüksek), aşırı iyimserlik (gazete yüksek), kayıptan kaçınma (internet siteleri yüksek), temsil etme eğilimi (internet siteleri yüksek), boyutları anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0.05$). Buna karşılık, pişmanlıktan kaçınma boyutu anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Tablo 10. Yatırım Araçlarının Tercihinde Temel Alınan En Sık Yöntemler Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyutlar	Grup	N	Ortalama sıra	Ki-kare değeri	p
Aşırı Güven	Analiz Yöntemleri	115	311,66	13.564	0,001*
	Aracı Kurum Yönlendirmeleri	26	280,29		
	Tanıdık Yönlendirmesi	50	383,91		
	Döviz Kurları	115	309,85		
	Kişisel Sezgiler	89	281,35		
Aşırı İyimserlik	Analiz Yöntemleri	115	402,09	3,292	0,510
	Aracı Kurum Yönlendirmeleri	26	308,17		
	Tanıdık Yönlendirmesi	50	287,92		
	Döviz Kurları	115	361,43		
	Kişisel Sezgiler	89	305,65		
Pişmanlıktan Kaçınma	Analiz Yöntemleri	115	292,82	11.285	0,000*
	Aracı Kurum Yönlendirmeleri	26	351,52		
	Tanıdık Yönlendirmesi	50	318,15		
	Döviz Kurları	115	273,48		
	Kişisel Sezgiler	89	349,48		
Kayıptan Kaçınma	Analiz Yöntemleri	115	301,53	10.068	0,000*
	Aracı Kurum Yönlendirmeleri	26	297,74		
	Tanıdık Yönlendirmesi	50	367,34		
	Döviz Kurları	115	298,29		
	Kişisel Sezgiler	89	305,83		
Temsil Etme Eğilimi	Analiz Yöntemleri	115	336,00	12.244	0,000*
	Aracı Kurum Yönlendirmeleri	26	310,11		
	Tanıdık Yönlendirmesi	50	287,74		
	Döviz Kurları	115	331,89		
	Kişisel Sezgiler	89	300,63		

*0.05 için anlamlı farklılık

Yatırım araçlarının tercihinde temel alınan en sık yöntemler açısından; aşırı güven (aracı kurum yüksek), pişmanlıktan kaçınma (aracı kurum yüksek), kayıptan kaçınma (analiz yüksek), temsil etme eğilimi (analiz yüksek), boyutları anlamlı farklılık göstermektedir ($p < 0.05$). Buna karşılık, aşırı iyimserlik boyutu anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Tablo 11. Yatırım Araçları Tercihinde Göz Önünde Bulundurulmuş Temel Faktörler Açısından Kruskal-Wallis Sınaması Sonuçları

Boyutlar	Grup	N	Ortalama sıra	Ki-kare değeri	p
Aşırı Güven	Getiri Oranı	218	248,58	13.908	0,000*
	Alım Gücünü Korumak	57	298,29		
	Çeşitlendirme Yapararak Riski Azaltmak	120	288,15		
Aşırı İyimserlik	Getiri Oranı	218	328,35	1,457	0,284
	Alım Gücünü Korumak	57	282,32		
	Çeşitlendirme Yapararak Riski Azaltmak	120	295,62		
Pişmanlıktan Kaçınma	Getiri Oranı	218	294,48	,973	0,615
	Alım Gücünü Korumak	57	316,32		
	Çeşitlendirme Yapararak Riski Azaltmak	120	267,70		
Kayıptan Kaçınma	Getiri Oranı	218	296,23	13.164	0,000*
	Alım Gücünü Korumak	57	285,47		
	Çeşitlendirme Yapararak Riski Azaltmak	120	325,65		
Temsil Etme Eğilimi	Getiri Oranı	218	287,79	1,108	0,575
	Alım Gücünü Korumak	57	316,82		
	Çeşitlendirme Yapararak Riski Azaltmak	120	330,31		

*0.05 için anlamlı farklılık

Yatırım araçları tercihinde göz önünde bulundurulmuş temel faktörler açısından; aşırı güven (Çeşitlendirme Yapararak Riski Azaltmak yüksek) ve kayıptan kaçınma (Çeşitlendirme Yapararak Riski Azaltmak yüksek) boyutları anlamlı farklılık göstermektedir ($p < 0.05$). Buna karşılık, aşırı iyimserlik boyutu, pişmanlıktan kaçınma (aracı kurum yüksek), temsil etme eğilimi (analiz yüksek) anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

6. SONUÇ

Son yıllarda yapılan çalışmalar da göstermektedir ki bireylerin yatırım davranışları birçok psikolojik faktörlerden ve yaşanan sosyal çevreden önemli ölçüde etkilenmektedir. Davranışsal Finansın ortaya çıkması ile birlikte bireylerin rasyonel olduğunu ve yatırım kararları verirken rasyonel davrandığını savunan Geleneksel Finans teorileri ise önemini yitirmeye başlamıştır.

Bu çalışmada, İstanbul'da bulunan devlet üniversiteleri mühendislik fakültelerinde görev yapan akademisyenlere yönelik yatırımcı davranışlarını demografik ve yatırım tutumu faktörleri açısından değerlendirilmiştir. Farklılık analizleri sonucunda: medeni durum açısından; aşırı güven (bekarlarda yüksek), aşırı iyimserlik (bekarlarda yüksek), pişmanlıktan kaçınma (dul/boşanmış yüksek) ve kayıptan kaçınma (dul/boşanmış yüksek) boyutları anlamlı farklılık göstermiştir. Yaş açısından; aşırı güven (19-25 yaş yüksek), aşırı iyimserlik (19-25 yaş yüksek), pişmanlıktan kaçınma (46 ve üzeri yüksek) ve kayıptan kaçınma (46 ve üzeri yüksek), boyutları anlamlı farklıdır. Akademik ünvan açısından; aşırı güven (Araş. Gör. yüksek), pişmanlıktan kaçınma (Prof.Dr. yüksek) ve kayıptan kaçınma (Prof.Dr. yüksek), temsil etme eğilimi (Prof. Dr. yüksek), boyutları anlamlı farklılık göstermektedir. Yatırımları gözden geçirme süresi açısından; aşırı güven (ayda bir yüksek), pişmanlıktan kaçınma (her gün yüksek) ve kayıptan kaçınma (hergün yüksek) boyutları anlamlı farklı elde edilmiştir. Yatırımları yönlendirirken en sık kullanılan bilgi kaynakları açısından; aşırı güven (internet sitesi yüksek), aşırı iyimserlik (gazete yüksek), kayıptan kaçınma (internet siteleri yüksek), temsil etme eğilimi (internet siteleri yüksek boyutları anlamlı farklıdır. Yatırım araçlarının tercihinde temel alınan en sık yöntemler açısından; aşırı güven (aracı kurum yüksek), pişmanlıktan kaçınma (aracı kurum yüksek), kayıptan kaçınma (analiz yüksek), temsil etme eğilimi (analiz yüksek), boyutları anlamlı farklılık göstermektedir. Yatırım araçları tercihinde göz önünde bulundurulmuş temel faktörler açısından; aşırı güven (çeşitlendirme yaparak riski azaltmak yüksek) ve kayıptan kaçınma (çeşitlendirme yaparak riski azaltmak yüksek) boyutları anlamlı farklı elde edilmiştir.

Sonuçlardan görüleceği gibi, kişisel özellikler ve yatırım tutumu özellikleri, bireysel yatırımcı davranışlarında farklı etkiler yaratmaktadır. Yatırımcı davranışları şüphesiz birçok faktörden etkilenmektedir. Kişisel özellikler de bu faktörlerin önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

Araştırma sonuçları incelendiğinde, aslında bireylerin rasyonel davranmadıkları ve yatırım kararlarını verirken duygusal faktörlerden önemli ölçülerde etkilendikleri görülmektedir. Fakat, bireylerin yatırım tercihlerinde rasyonel davranmalarının sağlanması için yapılabilecek önemli çalışmalar da söz konusu olabilmektedir. Bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin geliştirilmesi bunlardan bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Yatırım araçları hakkında bilgiler devlet tarafından verilmeli, bireysel tasarruf eğilimlerinin artırılması amaçlanmalı ve bireylerin yatırım eğilimleri desteklenmelidir. Bireysel yatırımcıların yatırım eğilimlerini yönetebilmeleri ve duygusal faktörlerden etkilenmeleri önlenmek amacıyla seminerler verilmeli ve bireylere yön gösterilmelidir. Davranışsal finans alanında yapılan çalışmalar sonucunda elde edilen bulgular dikkate alınarak, yapılan rasyonel olmayan yatırımların önüne geçilmesi sağlanmalıdır. Bireysel yatırımların gelişmesi ile finansal büyümenin sağlanacağı da unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

- Akın, H. (2009). *Menkul kıymet portföy yatırımlarında davranışsal finans yönteminin kullanılması ve bir uygulama örneği* (Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Aldemir, S. (2015). *Davranışsal finans açısından yatırımcı davranışlarının incelenmesi: tokat ili örneği*. (Yüksek Lisans Tezi, Gazi Osmanpaşa Üniversitesi, Tokat). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Altunöz, U. (2016). Borsa İstanbul'da zayıf formda etkin piyasa hipotezinin testi: bankacılık sektörü örneği. *Journal Of International Social Research*, 9(43), 1619-1625.
- Alper, D., & Ertan, Y. (2008). Yatırım fonu seçim kararlarında çerçeveleme etkisi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (37), 174-184.
- Aslan, R. (2016). *Bireysel yatırımcıları finansal yatırıma yönlendiren faktörlerin davranışsal finans açısından araştırılması: Şanlıurfa iline bağlı Viranşehir ilçesi örneği* (Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi, Ankara). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Atan, S. D., & Özdemir, Z. A. (2009). Hisse senedi piyasasında zayıf formda etkinlik: İMKB üzerine ampirik bir çalışma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2), 33-48.

- Atakan, T. (2008). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda haftanın günü etkisi ve Ocak ayı anomalilerinin ARCH-GARCH modelleri ile test edilmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 37(2), 98-110.
- Atik, M., Yılmaz, B., & Köse, Y. (2018). Bireysel finansal kararlarda zihinsel ön yarguların etkisi: mental muhasebe. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 1(1), 717-730.
- Aydın, Ü., & Ağan, B. (2016). Rasyonel olmayan kararların finansal yatırım tercihleri üzerindeki etkisi: davranışsal finans çerçevesinde bir uygulama. *International Journal of Economic & Social Research*, 12(2), 95-112.
- Aytekin, Ö. G. Y. E., & Aygün, M. (2016). Finansta yeni bir alan "davranışsal finans". *Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 143-156.
- Bayraktar, A. (2012). Etkin piyasalar hipotezi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 37-47.
- Bektur, Ç., & Atasaygın, S. (2017). Hisse senedi yatırım kararlarının aşırı güven ve temsili yatırımcı kapsamında değerlendirilmesi üzerine. *ICPESS (International Congress on Politic, Economic and Social Studies) Bildiriler Kitabı*, 9-11 Kasım, 46-57.
- Bodur, Y. A. (2016). Yatırımcı davranışlarını etkileyen faktörlerin aşırı güven açısından değerlendirilmesi. (Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Böyükaslan, A. (2012). Bireysel Yatırımcıları Finansal Yatırım Kararına Yönlendiren Faktörlerin Davranışsal Finans açısından İncelenmesi: Afyonkarahisar Örneği (Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Branch, B. (1977). A tax loss trading rule. *The Journal of Business*, 50(2), 198-207.
- Bulut, E., & Er, B. (2018). Davranışsal kurumsal finans ekseninde kurumsal finansal kararlar: bir literatür değerlendirmesi. *International Journal of Economic & Administrative Studies*, 20(1), 33-50.
- Coşkun, Y., Demir, S., & Işık, İ. (2018). Yatırımcı davranışlarının davranışsal finans açısından incelenmesi: nazilli örneği. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 8(4), 1-32.
- Çelik, T. T., & Taş, O. (2009). Etkin piyasa hipotezi ve gelişmekte olan hisse senedi piyasaları. *İTÜ Dergisi*, 4(2), 11-22.
- Çetiner, M., Gökçek, H. A., & Turp Gölbaşı, B. (2019). Davranışsal finans açısından bilişsel çelişki, aşırı güven ve taklit ve sürü davranışları boyutlarında bireysel yatırımcı kararları üzerine bir inceleme. *Uluslararası Bankacılık Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 1-30.
- Demireli, E., Akkaya, G. C., & İbaşı, E. (2010). Finansal piyasa etkinliği: S&P 500 üzerine bir uygulama. *CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11(2), 53-67.
- Dinçer, F. F. İ., Dinçer, M. Z., Dilek, N. K., Altınay, M., & Ulucan, E. (2017). Bireysel turistik yatırımcıların psikolojik eğilimleri: davranışsal finans bağlamında kuramsal bir tartışma. *4th International Congress of Tourism & Management Researches Bildiriler Kitabı*, 1-18.
- Doğukanlı, H., & Ergün, B. (2011). İmkb'de sürü davranışı: yatay kesit değişkenlik temelinde bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 12(2), 227-242.
- Durukan, B. (2004). Aşırı tepki hipotezi: istanbul menkul kıymetler borsasından kanıtlar, *VIII. Ulusal Finans Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 137-142, İstanbul.
- Ede, M. (2007). *Davranışsal finans ve bireysel yatırımcı davranışları üzerine ampirik bir uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Eken, H., & Adalı, S. (2008). Piyasa etkinliği ve İMKB: zayıf formda etkinliğe ilişkin ekonometrik bir analiz. *MUFAD Dergisi*, 37(1), 1-16.
- Ergör, Z. B. (2017). Yatırımcı davranışları ve karar vermede çerçeveleme etkisi: Türkiye'de yaşayan karar vericiler üzerine bir çalışma. *Bankacılık ve Sigortacılık Araştırmaları Dergisi*, 2(11), 8-20.

Bireylerin Yatırım Kararlarının Davranışsal Finans Yaklaşımıyla İncelenmesi: Akademisyenlere Yönelik Değerlendirme

- Hamurcu, Ç. (2015). *Yatırım kararlarının davranışsal finans açısından incelenmesi: Bilgi teknolojileri ve iletişim sektörü çalışanları üzerine bir inceleme*. (Doktora Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Hayta, A. B. (2014). Bireysel yatırımcıların finansal risk algısına etki eden psikolojik önyargılar. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 183(183), 329-352.
- Jain, D., & Mandot, N. (2012). Impact of demographic factors on investment decision of investors in Rajasthan. *Researchers World*, 2(3), 1-8.
- Kara, H. (2005). *Davranışsal finans ve imkb hisse senedi getirileri*. (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Karabulut, A. N. (2013). Tüketicilerin algılanan risk değişkeni karşısında internetten alışveriş yapma eğilimlerinin ölçülmesi: beklenen fayda teorisine karşı beklenti teorisi. *Journal Of Yaşar University*, 8(32), 5515-5536.
- Kengatharan, L., & Kengatharan, N. (2014). The influence of behavioral factors in making investment decisions and performance: Study on investors of Colombo Stock Exchange, Sri Lanka. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 6(1), 1-23.
- Korkmaz, T., & Çelik, E. İ. (2007). Davranışsal finans modellerinden aşırı güven hipotezinin geçerliliği: İMKB’de bir uygulama. *İktisat İşletme ve Finans*, 22(261), 137-154.
- Kulali, İ. (2016). Etkin piyasalar hipotezi ve davranışsal finans çatışması. *International Journal of Finance & Banking Studies*, 5(2), 46-57.
- Kurt, S. D., & Tanyeri, M. (2013). Davranışsal ekonomi yaklaşımlarının ürün ilgilenim seviyesine göre incelenmesi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 6(12), 21-46.
- Küçük, A. (2014). Bireysel yatırımcıları finansal yatırım kararına yönlendiren faktörlerin davranışsal finans açısından ele alınması: Osmaniye örneği. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 6(11), 104-122.
- Malkiel, B. G., & Fama, E. F. (1970). Efficient capital markets: A review of theory and empirical work. *The journal of Finance*, 25(2), 383-417.
- Moore, D. A., Kurtzberg, T. R., Fox, C. R., & Bazerman, M. H. (1999). Positive illusions and forecasting errors in mutual fund investment decisions. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 79(2), 95-114.
- Öncü, M. A., & Özevin, O. (2017). Kadınların yatırım alışkanlıklarının davranışsal finans açısından değerlendirilmesi. *Electronic Journal of Social Sciences*, 16(61), 583-601.
- Özhan, T. (2016). *Borsa ve piyasalar anatomisi*. eKitap Projesi & Cheapest Books.
- Özer, A., & Korkulutaş, D. (2018). Yatırımcıların duygusal ve bilişsel eğilimlerinin değerlendirilmesi: erzincan ili uygulaması. *Kafkas University Faculty of Economics and Administrative Sciences Journal*, 9(18), 391-493.
- Phan, C. K., & Zhou, J. (2014). Vietnamese individual investors’ behavior in the stock market: An exploratory study. *Research Journal of Social Science & Management*, 3(12), 46-54.
- Sansar, N. G. (2016). Değişen finansal akımlar: rasyonalizmden davranışsal finans yaklaşımına. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 135-150.
- Saraç, M., & Kahyaoglu, M. B. (2011). Bireysel yatırımcıların risk alma eğilimine etki eden sosyo-ekonomik ve demografik faktörlerin analizi. *Journal of BRSA Banking & Financial Markets*, 5(2), 135-157.
- Sefil, S., & Çilingiroğlu, H. K. (2011). Davranışsal finansın temelleri: karar vermenin bilişsel ve duygusal eğilimleri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 247-268.
- Süer, Ö. (2007). Yatırım kararlarında alınan risk düzeyinin belirlenmesine ilişkin ampirik bir çalışma. *Öneri Dergisi*, 7(28), 97-105.

- Şen, M. (2003). Beklenti teorisi ve ticari bankalarda uygulanması. *İktisat İşletme ve Finans*, 18(209), 82-92.
- Şener, U. (2015). Beklenen fayda yaklaşımı ve bu yaklaşımın sistematik ihlalleri. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 7(27), 37-68.
- Taner, B., & Akkaya, G. C. (2005). Yatırımcı psikolojisi ve davranışsal finans yaklaşımı. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 27(1), 47-54.
- Taşdemir, A. G. D. M. (2007). Belirsizlik altında tercihler ve beklenen fayda modelinin yetersizlikleri. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 307-318.
- Tekin, B. (2016). Beklenen fayda ve beklenti teorileri bağlamında geleneksel finans-davranışsal finans ayrımı/traditional finance-behavioral finance distinction in the context of expected utility and prospect theories. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 2(4), 75.
- Tufan, C., & Sarıççek, R. (2013). Davranışsal finans modelleri, etkin piyasa hipotezi ve anomalilerine ilişkin bir değerlendirme. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 159-182.
- Tunçel, A. K. (2007). Rassal yürüyüş (random walk) hipotezi'nin İMKB'de test edilmesi: koşu testi uygulaması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 1-18.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124-1131.
- Wang, M., Keller, C., & Siegrist, M. (2011). The less You know, the more You are afraid of-A survey on risk perceptions of investment products. *Journal of Behavioral Finance*, 12(1), 9-19.
- Yıldırım, B. A., & Berk, G. A. (2018). Havayolu operasyon sürecinde riskli/belirsiz durumlarda yönetici karar/davranışlarının beklenti teorisi kapsamında incelenmesi: THY operasyon yöneticileri ile bir uygulama. *6. Örgütsel Davranış Kongresi*, 1-3 Kasım, Isparta.
- Yüksel, N. D. (2009). *İMKB'de yatırımcı davranışı ve örnek bir uygulama* (Doktora Tezi, DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İzmir). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Yücel, Ö. (2016). Finansal piyasa etkinliği: Borsa İstanbul üzerine bir uygulama. *International Review of Economics and Management*, 4(3), 107-123.
- Zeren, F., Kara, H., & Arı, A. (2013). Piyasa etkinliği hipotezi: İMKB için ampirik bir analiz. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 36(1), 141-148.

Genç Yetişkinlerde Duygusal Zekanın Kariyer Uyum ve İyimserliğine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Örneği

Çağnur KAYA^a
Gamze SART^b

Özet

Kariyer uyumu, bireylerin kendilerinde ve kendilerine uygun işlerde uyumu sağlayabilmek için kullandıkları tutumlar, yeterlilikler ve davranışlar anlamına gelmektedir. Kariyer uyumu, günümüzün dinamik kariyer bağlamında zorunlu hale gelen başarılı bir uyum ve proaktifliği kolaylaştırdığı için kariyer gelişiminin hayati bir bileşeni durumundadır. Günümüz toplumunun zorluklarıyla başa çıkabilmek için uyum becerilerinin yanı sıra öne çıkan bir diğer kavram kariyer iyimserliğidir. Kariyer iyimserliği, kişinin gelecekteki kariyer gelişimi ile ilgili olarak mümkün olan en iyi sonucun beklentilerini yansıtan, zihinsel olmayan bir motivasyon faktörü olarak ele almaktadır. Bireylerin kariyer uyum ve iyimserliklerinin yanında kariyer gelişimi süreçlerini etkileyebilecek faktörlerden bir diğeri de duygusal zekadır. Duygusal zeka ve kariyer uyumu, kariyer alanı da dahil olmak üzere yaşamın çeşitli alanlarında başarılı bir şekilde uyum sağlamak için çok önemli psikososyal meta kapasitelerdir. Literatürde bireylerin kariyerleri boyunca karşılaşacakları değişim ve gelişimlere uyum sağlama sürecini güçlendirmek için duygusal zeka becerilerinin geliştirilmesinin önemi sıklıkla vurgulanmaktadır. Bu nedenle, genç yetişkinlerde kariyer uyum ve iyimserlikleri ile duygusal zeka becerileri üzerine çalışılmasının günümüzün her bakımdan hızla değişen dünyasında kariyerleri için hazırlanmakta olan genç yetişkinlere kariyer uyum becerilerini geliştirmede faydalı olacağı düşünülmektedir. Bu çalışmanın amacı, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa'nın çeşitli fakültelerinde öğrenim gören 578 öğrenciye yönelik, duygusal zekanın kariyer uyum ve kariyer iyimserliği arasındaki ilişkinin regresyon analizi yardımıyla incelenmesidir. Analiz sonucunda, duygusal zeka alt boyutları olan kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler ve genel ruh durumu değişkenlerinin kariyer iyimserliği üzerinde anlamlı etkisi olduğu, kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler ve genel ruh durumu değişkenlerinin kariyer iyimserliği değişkeni ile anlamlı ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kariyer Uyum, Kariyer İyimserliği, Duygusal Zeka, Üniversite Öğrencileri, Regresyon Analizi
Jel Kodları:C51, M12, M21

The Effect of Emotional Intelligence on Career Adaptation and Optimality in Young Adults: A Case of University Students

Abstract

Career adaptation means the attitudes, competencies and behaviors that individuals use in order to achieve harmony in themselves and in jobs suitable for them. Career adaptation is a vital component of career development as it facilitates successful adaptation and proactivity, which is essential in today's dynamic career context. Another concept that stands out alongside adaptability skills to cope with the challenges of today's society is career optimism. Career optimism is treated as a non-mental motivational factor that reflects the expectations of the best possible outcome in relation to one's future career development. Emotional intelligence is another factor that can affect career development processes as well as career adaptability and optimism of individuals. Emotional intelligence and career adaptation are very important psychosocial meta capacities to successfully adapt in various areas of life, including career field. In the literature, the importance of developing emotional intelligence skills is frequently emphasized in order to strengthen the process of adapting to the changes and developments that individuals will encounter throughout their careers. For this reason, it is thought that working on career adaptability and optimism and emotional intelligence skills in young adults will be beneficial in developing career adaptation skills for young adults who are preparing for their careers in today's rapidly changing world. The aim of this study is to examine the relationship between emotional intelligence, career adaptability and career optimism, with the help of regression analysis, for 578 students studying at various faculties of Istanbul University-Cerrahpaşa. As a result of the analysis, it was determined that personal abilities, interpersonal abilities and general mood variables, which are sub-dimensions of emotional intelligence, had a significant effect on career optimism, and that personal abilities, interpersonal abilities and general mood variables were significantly associated with career optimism.

Keywords: Career Adaptability, Career Optimism, Emotional Intelligence, University Students, Regression Analysis
Jel Codes:C51, M12, M21

^a Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, cagnur-kaya@hotmail.com
^b Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, HAYEF, Eğitim Bilimleri Bölümü, gamze.sart@istanbul.edu.tr
Orcid number: 0000-0002-0653-2855

Giriş

Kariyer; iş, meslek ve çalışma kapsamında yer alan rolleri ve aktiviteleri içermesinin yanı sıra bir bireyin yaşam boyu çalışma aktiviteleriyle de bağdaştırılmaktadır. Teknolojik gelişmeler, mesleklerin yeniden yapılandırılması ve artan küreselleşmiş işgücü, kariyerlerin daha az öngörülebilir hale gelmesinin nedenlerinden sadece birkaçı olup, bireylerin daha esnek olma ve uyum sağlayabilme ihtiyacını arttırmaktadır (Garcia vd., 2015). Bu değişimlere yanıt olarak, kariyer gelişimi araştırmaları odağını bireyin ilgi, ihtiyaç ve değerlerini örgütsel taleplerle uyumlu hale getirmekten kariyer ve iş adaptasyonu için esas olan kariyer yeterliliklerinin geliştirilmesini savunmaya kaydırmıştır (Savickas, 2012). Geçtiğimiz on yıllar boyunca, kariyer örüntüleri giderek çeşitlenmiş ve günümüzde başarılı bir kariyer gelişiminin büyük ölçüde bireylerin girişimlerine ve uyum sağlama yeteneklerine bağlı olduğu anlaşılmıştır (Raabe vd., 2007; Zacher, 2015).

Kariyer uyumu, günümüzün dinamik kariyer bağlamında zorunlu hale gelen başarılı bir uyum ve proaktifliği kolaylaştırdığı için kariyer gelişiminin hayati bir bileşeni durumundadır (Klehe vd., 2012). Esneklik, yaşam boyu öğrenme ve bireyin kariyerini inşa etmesinin vurgulandığı Kariyer Yapılandırma Kuramı, kariyer uyumunu merkezine alan postmodern kuramların başında gelmektedir (Savickas, 1997). Bu teoriye göre, psikososyal uyum kaynakları kişinin kariyer görevlerine, geçişlere ve travmalara uyum sağlamasına olanak tanımaktadır. İdeal bir insan-çevre uyumu karakterize ederek sorunsuz bir kariyer sürecine imkan sağlamakta ve böylece kişinin mesleki geleceğine yönelik iyimser beklentisini şekillendirmektedir.

Günümüz toplumunun zorluklarıyla başa çıkabilmek için uyum becerilerinin yanı sıra öne çıkan bir diğer kavram kariyer iyimserliğidir (Santilli vd., 2017). Kariyer Yapılandırma Kuramı kariyer iyimserliği kavramını, kişinin gelecekteki kariyer gelişimi ile ilgili olarak mümkün olan en iyi sonucun beklentilerini yansıtan, zihinsel olmayan bir motivasyon faktörü olarak ele almaktadır (Rottinghaus vd., 2005). İyimser bir birey, kariyer geleceğiyle yakından ilgilenir, hayal edilen gelecekle bağlantılı bir şekilde öğrenme deneyimlerine heves gösterir ve kariyer başarısı için uygun yolda olduğu konusunda rahat hisseder (McIlveen vd., 2013). Kariyer iyimserliğinin doğasında bulunan bu olumlu gelecek yönelimi, bireylerin kariyer engelleri üzerine düşündüklerinde ve kariyer planlama görevlerini yerine getirdiklerinde kendilerine güvenmelerini sağlar. Buna göre, iyimserlerin kariyer engellerine cevap verme ve kariyer engellerini güvenle yenme istekliliğini gösterme olasılıkları yüksektir (Tolentino vd., 2014).

Günümüzün küresel ekonomisinde, kariyer belirsizliği ve öngörülemeyen kariyer değişiklikleri ile ilişkili stresle başa çıkma, sık sık duygusal ve bilişsel düzenlemeler gerektirir (Coetsee ve Harry, 2014). Kariyer geçişlerine etkili bir şekilde yanıt vermek için, bireylerin hem duygusal zeka hem de kariyer uyumu becerileri göstermeleri gerekmektedir. Duygusal zeka en genel anlamıyla bireyin kendisindeki ve başkalarındaki duyguları tanıma ve düzenleme becerilerini ifade etmektedir (Cherniss ve Goleman, 2001). Savickas vd. (2009), bireylerin yaşam kariyerlerini oluşturmada uzman olmalarında, geçişleri öngörme ve bunlarla başa çıkmalarında desteklenmelerinin yanı sıra anlamlı bir gelecek ve yaşam memnuniyeti için umut ve iyimserlik oluşturmaları bağlamında da desteklenmeleri gerektiğini vurgulamaktadırlar.

Kariyer gelişimi yaşam boyu devam eden bir süreçtir. Bu süreçte öğrencilerin kişisel kariyer gelişim hedeflerini takip etmelerinde proaktif olmaları ve kendi kariyer hedeflerine ulaşmaları için sorumluluk almaları açısından desteklenmeleri önem taşımaktadır. Ancak üniversitede eğitimlerine devam eden birçok genç yetişkinin kariyer gelişimi süreci ile etkili bir şekilde başa çıkmak için yeterli düzeyde hazırlıklı olmadığı, üstelik bir kısmının bu süreci oldukça zorlayıcı bulduğu bilinmektedir (Rayman, 1999).

Bu gerçekten hareketle, çalışmanın amacı, kariyer uyumu ve iyimserliğin duygusal zeka ile ilişkisini ortaya koymaktır. Çalışmanın ilk aşamasında, kavramsal çerçeve içinde kariyer uyumu, kariyer iyimserliği ve duygusal zeka kavramlarına yer verilmiş, diğer aşamada korelasyon ve regresyon analizi yardımıyla ilişkiler belirlenerek bulgular yorumlanmıştır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kariyer Uyum

Kariyer uyumu boyutu, bireyin kariyerini nasıl yapılandığı üzerine yoğunlaşır (Savickas, 2005). Savickas kuramında kariyer uyumunun gelişimsel bağlamda incelenmesinin yanı sıra uyum süreciyle de ilgilenmiştir. Super, uyumu psikolojik bir kavram olan kariyer olgunluğu olarak ele almış ve temel gelişimsel görevler kapsamında incelemiştir. Super'e göre, kariyer olgunluğu, gençlerin sırasıyla, işi göze çarpan bir rol olarak görmeleri, meslek alanları ve düzeyleri için tercihlerini belirginleştirmeleri, mesleki tercihler belirtmeleri, uygun

bir işe girmeleri ve bir sonraki işe geçene kadar bu işte ilerlemelerini gerektirir. Ancak Savickas, kariyer gelişimini her birey için eşsiz bir süreç olarak ele alır. Dolayısıyla bireyin belirli bir düzen içerisinde ilerlemesi zorunlu değildir. Psikososyal bir kavram olan kariyer uyumu, bireyin mesleki geçişi sağladığı aşamadan itibaren tüm yaşam döngüsü boyunca kullanılabilir.

Bireyin ve içinde bulunduğu bağlamların dinamik doğası göz önüne alındığında, uyumluluk kişi-çevre ilişkisine göre şekillenir ve değişen durumlarda etkin hale gelir (Savickas ve Porfeli, 2012). Super ve Knasel (1981)'in orijinal çalışması üzerine kurulan ve yaygın bir şekilde kabul gören kariyer uyumu tanımı “mevcut veya gelecekteki mesleki gelişim görevleri, mesleki geçişler, çalışma koşullarında meydana gelebilecek değişiklikler ve öngörülemez düzenlemelerle başa çıkmaya hazır olma” şeklindedir. Kariyer uyumu, kendi yaşamlarını şekillendirmekten ve kararlar almaktan tamamen sorumlu olan bireyler için bir kariyer yönetimi meselesidir. Kariyer uyumu boyutu bireylerin değişen bağlamda değişimleri ve kendi geleceklerini öngörme yeteneği olması açısından oldukça önem taşımaktadır.

Kariyer uyumunun dört kaynağı; ilgili olma, kontrol, merak ve güvendir. Uyum yeteneği kaynakları olarak adlandırılan bu kaynaklar durağan bir niteliğe sahip olmaktan ziyade, zamanla ve durumdan duruma değişebilecek öz düzenleyici kapasitelere sahiptir (Savickas ve Porfeli, 2012). Birey; görevler, geçişler ve travmaların sunduğu, tanıdık olmayan ve karmaşık sorunları çözmek için bu özdenetim kaynaklarını kullanır. Bireyin çevresiyle kesiştiği noktada yer aldığı için bu dört kaynağın psikososyal yapıya sahip oldukları kabul edilir (Savickas, 2004). Diğer yandan, bu boyutlar bireyin kariyer kararı verme ve kariyer yönetimi ile ilgili görevleri yönetmek için kullandığı uyum kaynaklarını temsil etmektedir. Kariyer yapılandırma kuramı uyum becerisine sahip olan bireyin özelliklerini şu şekilde kavramsallaştırır (Savickas, 2005):

- Bir çalışan olarak gelecekle ilgilenir.
- Mesleki geleceği üzerinde kişisel kontrolünü artırır.
- Gelecekteki kendisini ve olası senaryoları keşfetmeye meraklıdır.
- Mesleki arzularının peşinden koşmak için duyduğu güveni artırır.

Kariyer uyumunun boyutları olan kariyerle ilgili olma, kontrol, merak ve güven aşağıda yer alan kısımda daha detaylı bir şekilde sunulmuştur.

Kariyerle ilgili olma (concern): Bireyin kendi mesleki geleceğine ilgili olma durumu, kariyer uyumluluğunun ilk ve en önemli boyutudur. Kariyerle ilgili olma, bireyin bir çalışan olarak geleceğe ne ölçüde odaklandığını ve gelecekteki kariyer görev ve zorluklarına ne ölçüde hazırlandığını açıklar (Savickas & Porfeli, 2012). Bireyin sahip olduğu planlı olma ve iyimserlik tutumları bireyi yakın ve uzak gelecekte deneyimleyeceği mesleki görevler ve geçişler konusunda yönlendirir. Bu nedenle planlı olma ve iyimserlik bireyin hazır bulunurluk halini olumlu yönde besler. Kariyer yapılandırması öncelikle bireyin mevcut mesleki durumunun geçmiş deneyimlerden evrildiğini ve daha sonra bu deneyimlerin mevcut durum aracılığıyla tercih edilen bir geleceğe bağlandığını fark etmesi süreciyle desteklenir. Deneyimin sürekliliğine olan inanç, bireyin mevcut faaliyetlerini mesleki arzularına ve olası benlik konseptlerine bağlamasına olanak tanır. Bu süreklilik duygusu, bireyin bugünkü çabasının yarının başarısını nasıl geliştirdiğini öngörmesini sağlar. Planlı tutumlar ve sürekliliğe olan inanç, bireyi geleceğe yönelik planlama ve hazırlık becerilerini geliştirecek faaliyetlere ve deneyimlere katılmaya teşvik eder (Savickas, 2005).

Kariyere duyulan ilgiden yoksun olma durumu kariyer ilgisizliği olarak adlandırılır ve bireyin kariyeri hakkında duyarsızlığı, karamsarlığı ve plansızlığını yansıtır (Savickas, 2005). Bu durumdaki bireye geleceği hakkında daha fazla iyimser olma, bazı detayları ile geleceği görebilme, planlama konusunda pozitif tutum geliştirme ve geleceğe yönelik yapılan planlar ile eylemler arasındaki ilişkiyi anlayabilme konusunda destek sunulabilir. Planlama becerilerinin pratiğe dökülmesi, bireyin geleceğe yönelik endişeleriyle başa çıkmasına yardımcı olabilir (Sharf, 2017).

Kontrol (control): Kariyer kontrolü, bireyin öz disiplin, çaba ve sebat göstererek gelişim ve çalışma ortamlarını etkileme konusunda kişisel sorumluluk alma düzeyi olarak tanımlanır (Savickas, 2005). Kariyer yapılandırma teorisi kontrolü, öz düzenlemeyi etkileyen kişilerarası süreçler olarak değil; öz düzenlemeyi destekleyen içsel süreçlerin bir yönü olarak ele alır (Fitzsimons ve Finkel, 2010). Kontrol, içsel öz disiplini ve mesleki gelişim görevlerini yerine getirme ve mesleki geçişler yapma konusunda özenli, temkinli, düzenli ve kararlı olma süreçlerini içerir. Kontrol, bireyi mesleki gelişim görevlerini yerine getirmeleri ve mesleki geçişler üzerinde anlaşmalar sağlaması konusunda yönlendirir. Kariyerlerinde sınırlı seçeneklerle karşılaşan bireyler bu seçenekleri kişisel olarak anlamlı hale getirmek için kısıtlı sayıda olasılığı araştırır. Seçimlerini kendilerine özgü

bir şekilde uygulamak için dikkatli ve özenli davranarak kariyer kontrolünü kullanırlar. Özenli tutumlar ve kişisel sorumluluğa olan inanç, bireyleri istekli olarak mesleki eylemlere yönlendirir (Savickas, 2005).

Kariyer kontrolü eksikliği genellikle kariyer kararsızlığı olarak adlandırılır ve bu durum karmaşa, erteleme veya dürtüsellik davranışları ile varlığını gösterir (Savickas, 2005). Bireye karar verme konusunda yöntem geliştirebilmesi için atılganlık becerileri öğretilir. Kontrolü elinde bulunduramayan bireylere öz yönetim stratejileri ve zaman yönetim teknikleri konusunda destek sağlanarak kendi konuları üzerinde kontrol sağlamasına ve kariyer kararsızlığı ile başa çıkmasına yardım edilebilir. Bu destek ve yardım süreçleri sayesinde bireyler kendi eylemlerinin sorumluluklarını üstlenebilir ve kariyerlerini kontrol edebilir hale gelirler (Sharf, 2017).

Merak (curiosity): Bireyler, otokontrol duygusundan yola çıkarak yapmak isteyebileceği iş türleri ve bunu yapmak için mesleki fırsatlar hakkında bilgi edinme girişiminde bulunurlar. Kariyer merakı, bireylerin kendisi ile iş dünyası arasındaki uyumun sorgulanması ve araştırılması anlamına gelir. Merak sayesinde keşif ve eyleme yönelen bireyler duruma uygun seçimler yapmak için bir bilgi sermayesi üretir (Savickas, 2005). Aynı zamanda keşfetmeye istekli bireyler yeni deneyimlere açık hale gelerek yeni mesleki alternatifler araştırırlar, çeşitli roller denerler, risk alırlar veya gönüllü işler yapmak için istekli olurlar.

Kariyer merakının olmaması durumu, iş dünyasını gerçeklik dışı algılamaya ve benliğin gerçeğe örtüşmeyen imgelerine yol açabilir (Savickas, 2005). Bu durumda bireylerin ne istediklerini keşfetmelerinin yanı sıra sahip oldukları değerleri açıklığa kavuşturarak, ilgi envanterleri aracılığıyla kendi ilgi alanlarını keşfetmelerini sağlayarak, alan veya iş değişimi olasılıkları üzerinde konuşarak değişim belirsizliği ile başa çıkmaları konusunda bireylere yardımcı olunabilir (Sharf, 2017).

Güven (confidence): Bireylerin çıkarları doğrultusunda hareket edebilmeleri için güven duymaları gerekir (Savickas, 2005). Kendine güven, zorluklarla karşılaşmada ve engellerin üstesinden gelmede başarı beklentisini ifade eder. Kariyer yapılandırma teorisinde güven, bireyin uygun eğitim ve meslek seçimleri yapmak ve seçimlerini uygulamak için gereken bir eylemi başarıyla yürütebilme yeteneği ile ilgili öz-yeterlik duygularını ifade eder. Bireyler gündelik yaşamdaki sorunları çözebildikleri zaman kendilerine duydukları güven de artar. Bireylerin bu görevlerde yararlı ve üretken olabileceğini kabul etmeleri, kendilerini kabul etme duygularını artırır. Bu sayede daha geniş perspektifte elde edilen keşif deneyimleri bireylerin daha fazla şey denemeleri için güvenlerini güçlendirir (Savickas, 2005).

1.2. Kariyer İyimserliği

Son zamanlarda, pozitif psikoloji hareketi bireylerin sağlıklı bir kişilik geliştirmelerinde rol oynayan bireysel kapasiteyi artırma ve uyum sağlama yönlerine önem vermektedir. Bu bağlamda özellikle iyimserlik, psikolojide üzerine çokça tartışılan ve araştırma üretilen bir alan haline gelmiştir. Yapılan birçok çalışma iyimserliğin; mutluluk, başarı ve azim gibi arzu edilen diğer özelliklerin yanı sıra fiziksel sağlık, üniversiteye uyum, iş verimliliği, depresyonun önlenmesi ve işsizlikle başa çıkma gibi konularda yararlı yönlerini göstermiştir (Bknz: Peterson, (1988; 2000), Aspinwall ve Taylor, (1992), Seligman ve Schulman, (1986), Sweeney vd., (1986), Wanberg, (1992).

İyimserlik, keşfi ve yeni fikirlerin yaratılmasını geliştiren, gelecek için olumlu beklentileri teşvik eden ve bireyin stresli durumlarda yaşayabileceği zorluklara rağmen daha fazla katılımı motive eden duygusal destekleyici bir işleve sahiptir. Günümüzde istikrarsız bir işgücü piyasası ve öngörülemez bir kariyer ortamı ile karşı karşıya kalan genç yetişkinler için iyimserlik önemli bir psikolojik kapasite olma özelliğini taşımaktadır (Levpušček vd., 2018). Son araştırmalar, iyimserliğin iş tatmini, iş mutluluğu, örgütsel bağlılık ve performans gibi önemli kariyer sonuçlarıyla olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu göstermektedir (Youssef ve Luthans, 2007). Ayrıca, araştırmalar iyimser bireylerin olumsuz ya da stresli durumları sürdürme olasılıklarının daha düşük olduğunu, stresin ortasında vazgeçme olasılıklarının daha düşük olduğunu ve olumlu bir bakış açısı sürdürme ve stresli durumlarla başa çıkmak için eylem planları geliştirme olasılıklarının daha yüksek olduğunu göstermektedir (Peterson ve Seligman, 1984). Bu bağlamda psikolojik bir sermaye olarak görülen kariyer iyimserliğinin, bireylerin kariyerlerindeki gelişimsel ilişkilerden aldığı destekle bağlantılı bir kavram olduğu belirtilmektedir (Higgins vd., 2010).

Bireylerin “mümkün olan en iyi sonucu beklemeleri veya gelecekteki kariyer gelişimlerine dair en olumlu beklentilerini vurgulamaları” (Rottinghaus vd., 2005) eğilimine işaret eden kariyer iyimserliği, son zamanlarda araştırmacılardan giderek artan bir şekilde ilgi görmektedir. Yapılan araştırmalar, kariyer potansiyeli konusunda

iyimser olan bireylerin gelecekteki kariyerleriyle ilgilendiklerini, hayal edilen geleceğe yönelik öğrenme aktiviteleriyle meşgul olduklarını ve kendilerini kariyer başarısı yolunda hissettiklerini ortaya koymaktadır (Gunkel vd., 2010). Buna bağlı olarak kariyer iyimserliğine sahip bireylerin kariyer ilerlemelerinin önündeki engelleri geçici olarak gördükleri ve karşılaştıkları olumsuz kariyer durumları karşısında kararlılıklarını gösterdikleri belirtilmektedir.

Kariyer iyimserliği, mesleki davranış alan yazınının bütünleyici bir yapısıdır. Bu yapı işgücündeki bireylerin kendilerini neden yeni kariyer fırsatları aramaya ittiğini ve işgücüne girmek üzere olan genç yetişkinlerin kariyer beklentileri hakkında neden olumlu olduklarını açıklamak için kullanılmıştır (Eva vd., 2020). Örneğin, araştırmacılar kariyer iyimserliğinin bireylere kariyerlerinde nereye gittiklerini anlamalarında yardımcı olduğunu savunmuşlardır (Duffy, 2010). Bir başka çalışmaya göre ise kariyer iyimserliği; bireylerin işlerinden, kariyerlerinden ve yaşamlarından neden memnun olduklarını açıklamaktadır (Santilli vd., 2017).

Kariyer iyimserliği üzerine araştırmalara ve ilgili makalelere özellikle son yıllarda ağırlık verildiği için alan yazında konuyla ilgili kuramsal bilgiler sınırlı düzeydedir. Ayrıca alan yazında kariyer iyimserliğine ilişkin yeterli sayıda çalışma yer almadığı belirtilmektedir (Gunkel vd., 2010). Buna bağlı olarak kariyer iyimserliği ile ilgili araştırmalar yapılmaya devam ettikçe, kavrama dair kuramsal temelin güçlenerek daha kapsamlı hale geleceği düşünülmektedir.

1.3. Bar-On Duygusal Zeka Modeli

Reuven Bar-On'a (2000) göre; duygusal zeka, bir bireyin hayatta başarılı olma ve dünyaya ayak uydurma yeteneğinin belirlenmesi açısından önemli bir faktördür. Bar-On (1997) duygusal zekayı, "bireyin çevresinden gelen baskı ve taleplerle başarılı bir biçimde baş edebilmesine etki eden kişisel, sosyal ve duygusal yeterlilik ve beceriler dizisi" olarak tanımlamıştır. Bu tanım duygusal zekanın başarılı bir yaşam ve insan ilişkileri için önemli bir etken olduğunu göstermektedir. Ayrıca duygusal zeka kavramının sosyal zeka kavramı ile yakından ilgili olduğuna işaret etmektedir. Bu modelde duygusal-sosyal zeka, genel zekanın bilişsel olmayan bir bileşeni olarak görülmektedir.

Bar-On (1997)'de geliştirdiği model, duygusal zeka kavramını beş ana başlıkta tanımlar. Duygusal zeka; kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, uyum sağlama, stres yönetimi ve genel ruh hali boyutlarını kapsar. Bar-On'a göre, "yüksek duygusal zekaya sahip olan bireyler kendi duygularının farkında olan, empatik, uyumlu, duygularını denetleyebilen, stres ile başa çıkabilen ve çoğunlukla olumlu duygulanım içinde olan" bireylerdir. Bu modelde yer alan beş ana boyut ve 15 alt bileşen aşağıda yer alan Tablo 1'de sunulmuştur:

Tablo 1. Bar-On Duygusal-Sosyal Zeka Modeli Boyutları

Kişisel Yetenekler	<ul style="list-style-type: none"> •Benlik Saygısı •Duygusal Öz Farkındalık •Girişkenlik •Bağımsızlık •Kendini Gerçekleştirme
Kişiler Arası Yetenekler	<ul style="list-style-type: none"> •Empati •Sosyal Sorumluluk •Kişilerarası İlişkiler
Uyum Sağlama	<ul style="list-style-type: none"> •Stres Toleransı •Dürtü Kontrolü
Stress Yönetimi	<ul style="list-style-type: none"> •Gerçeklik Testi •Esneklik •Problem Çözme
Genel Ruh Durumu	<ul style="list-style-type: none"> •İyimserlik •Mutluluk

Kaynak: Bar-On, 1997.

Kişisel Yetenekler: Kişisel yetenekler boyutu, bireyin kendi durumunun farkında olması ile ilgilidir. Kişisel beceriler boyutu; duygusal benlik bilinci, kendine güven, kendine saygı, kendini gerçekleştirme ve bağımsızlık alt boyutlarını kapsar (Bar-On ve Parker, 2000). Duygusal benlik bilinci alt boyutu bireyin duygularıyla ilişki içinde olması ve duygularını tanımlayabilme becerisini ifade etmektedir. Bu bilince sahip bireyler, neler hissettiklerini tam olarak bilir ve niçin böyle hissettiklerini anlayabilirler. Kendine güven alt boyutu bireylerin duygularını, düşüncelerini ve inançlarını açıkça ifade edebilme ve yıkıcı olmadan kendi haklarını savunma becerilerine işaret etmektedir. Kendine güvenen bireyler duygularını sinirlenmeden veya kötü üsluptan uzak bir şekilde, direkt olarak ve açıkça ifade ederler.

Kendine saygı alt boyutu, bireylerin kendilerini kabul etme ve kendilerine saygı duyabilme becerilerine işaret eder. Kişisel becerilerin son alt boyutu olan bağımsızlık, bireyin kendi kendisini yönetmesini, düşünce ve davranışlarında özerk ve bağımsız olma yapısını ifade eder. Bağımsız bireyler önemli kararlar alırken başkalarına bağlı kalmazlar. Ayrıca bu bireyler duygusal ihtiyaçları için diğerlerine bağlı değillerdir.

Yukarıda açıklanan alt bileşenler ışığında genel olarak kişisel becerilere sahip olan bireyler, duygularının farkındadırlar, kendilerini iyi bulurlar ve yaşamlarında yaptıkları şeyler hakkında olumlu düşünürler. Ayrıca bu bireyler duygularını rahatça ifade edebilmelerinin yanı sıra düşüncelerini ve inançlarını ifade etmekte bağımsız, güçlü ve kendilerine güvenlidirler (Acar, 2001).

Kişiler Arası Yetenekler: Kişilerarası yetenekler boyutunun alt bileşenleri; empati, sosyal sorumluluk ve kişilerarası ilişkilerdir (Bar-On ve Parker, 2000). Bu boyut kişiler arası ilişkilerdeki yetenek ve faaliyetlere vurgu yapmaktadır.

Empati, diğer kişilerin nasıl hissettiklerini anlama ve farkında olma becerisiyle tanımlanır; yani bireyler karşısındaki kişileri duygusal açıdan değerlendirebilirler. Diğer bir deyişle bireyler karşısındaki kişilerin neyi, nasıl ve niçin hissettikleri konusunda onlara karşı duyarlıdırlar. Sosyal sorumluluk alt boyutu bireyin sosyal grubuyla özdeşleşmesi ve diğer kişilerle işbirliği yapmasına dikkat çeker. Sosyal sorumluluk sahibi bireyler üyesi oldukları sosyal gruplarda işbirlikçi, destekleyici ve yapıcı üyeler olarak bilinirler. Ayrıca sosyal bilince sahip olan bu bireyler insan ilişkilerine duyarlıdırlar; sahip oldukları beceri ve deneyimleri diğerlerinin veya grubun amaçlarına katkıda bulunmak için kullanırlar.

Kişiler arası ilişkiler alt boyutu ise, bireyin diğerleriyle karşılıklı tatmin edici ilişkiler kurma ve sürdürme becerilerini içerir. Bu becerilere sahip olan bireyler ilişkilerinden doyum sağladıkları dostluklar kurabilir, sevgi alır ve verirler. Görüldüğü gibi kişiler arası becerilere sahip olan bireyler sosyal yetenekleri iyi olan, sorumluluk sahibi olan kişilerdir. Bu bireyler kendilerini diğerlerinin yerine koyarak onların düşüncelerini ve hislerini anlayabilir, onlarla ilişki kurar ve iyi geçinirler (Acar, 2001).

Uyum Sağlama: Uyum sağlama boyutu esneklik, problem çözme ve gerçeklik ölçüsü alt bileşenlerini kapsar (Bar-On ve Parker, 2000). Bu boyut bireyin çevresindeki taleplerle uygun şekilde baş edebilmesinde ve problemleri durumlarla ilgili olmasında ne kadar başarılı olacağına işaret eder. Esneklik alt bileşeni, bireyin duygu ve düşüncelerini değişen durum ve şartlara kolaylıkla uyumlandırabilmesine işaret eder. Esnek bireyler farklı fikirlere açıktırlar. Problem çözme, kişisel ve kişiler arası problemlerin fark edilip tanımlanmasının ötesinde, bu problemlere etkin çözümler bulup bunları uygulamaya dökme becerisidir. Problem çözme, çok aşamalı bir süreçten meydana gelir. Bu süreçte öncelikle problem sezilir ve problemin çözümü için birey kendine güven ve motivasyonunu sağlar. Ardından problem olabildiğince açık bir biçimde tanımlanır ve formüle edilir. Probleme mümkün olduğunca çok çeşitli çözümler üretilir ve olası çözümlerden birisinin uygulanmasına karar verilir. Bu süreçte bireyler bilinçli, disiplinli ve sistematik bir şekilde, problemlerin üzerine giderek hareket ederler (Acar, 2001).

Stresle Başa Çıkma: Stresle başa çıkma boyutunda stres toleransı ve dürtü kontrolü alt bileşenleri yer almaktadır (Bar-On ve Parker, 2000). Bu beceriye sahip bireyler güç durumlar ve yoğun baskı altında dahi dayanıklı bir duruş sergileyerek bu süreçle başa çıkabilirler. Bu tarz durumlarda hislerini düzenleyebilme, kontrol edebilme ve baskıya karşı koyabilme özelliklerini gösterirler. Stres toleransı; etkin ve yapıcı bir şekilde duyguları düzenleme, güçlükleri bastırmadan ya da yok saymadan üzerine gidip onunla başa çıkabilmedir. Dürtü kontrolü ise yine etkin ve yapıcı biçimde duyguları kontrol edebilme becerisini ifade eder. (Acar, 2001).

Genel Ruh Durumu: Genel ruh durumu boyutu, iyimserlik ve mutluluk alt boyutlarından oluşmaktadır (Bar-On, 2000). İyimserlik, yaşamın aydınlık yönüne odaklanma ve pozitif olmayı ifade eder. İyimser bakış açısına sahip bireyler, yaşamın renkli tarafından bakabilen, sıkıntı ve şanssızlıklara rağmen olumlu düşünebilen kişilerdir. İyimserlik hayata umutla bakma, yaşama karşı olumlu tutuma sahip olma becerisidir. Bu alt bileşen, kendini gerçekleştirme, problem çözme ve stres toleransı alt bileşenlerinde önemli bir role sahiptir.

Mutluluk ise kendinden, diğerlerinden ve genel olarak yaşamdan memnun olmayı ifade eder. Mutlu bireyler hayata farklı yönlerden bakabilirler. İş ve özel hayatlarında huzurlu ve rahat bireylerdir. Mutluluk alt bileşeni neşeli ve istekli olmakla ilişkilidir. Alt bileşenleriyle bahsedildiği üzere Bar-On modelinin son boyutu olan genel ruh hali, bireyin iyimser bir bakış açısı benimseyerek, yaşamıyla ilgili doyum ve memnuniyet duygusunu yüksek tutmasını içerir. Bar-On yukarıda açıklanan becerilere sahip olan bireylerin duygusal zekalarının yüksek olduğunu ileri sürmüş ve ayrıca bu bireylerin iş yaşamlarında başarılı olduklarını belirtmiştir (Acar, 2001).

2. İSTATİSTİK ANALİZ

2.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Bir kariyer yolu seçmek, bireylerin hayatta alacağı en önemli kararlardan birisidir. Yaşam boyu bir süreç olan kariyer gelişimi bağlamında üniversitede akademik eğitim almaya başlamış bireyler seçtikleri meslek alanı doğrultusunda kariyerlerinde ilerleme gösterirler. Kariyer yolculuğunda genç yetişkinler kaçınılmaz olarak birtakım engellerle karşılaşır. Bireyler; akademik, mesleki, kişisel, sosyal veya ekonomik gibi pek çok nedenden kaynaklanabilen bu engellerin üstesinden gelebilmek için çeşitli yetkinlik ve stratejilere ihtiyaç duyarlar. Bu bağlamda genç yetişkinlerin karşılaştıkları problemlerle etkin bir şekilde baş edebilmeleri için kariyer uyum ve iyimserlik becerileri ile duygusal zeka yetkinliklerini entegre bir biçimde kullanabilmelerinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Literatürde üniversite öğrencilerinin kariyer uyumu ve duygusal zekaları ile yetişkinlik çağındaki çalışanların iyimserlik ve duygusal zekaları üzerine sınırlı sayıda çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Öte yandan kariyer uyum ve iyimserliği ile duygusal zekânın boyutları arasındaki ilişkiye değinen bir çalışma olmadığı görülmektedir. Bu açıdan genç yetişkinler arasında yürütülecek olan mevcut çalışma literatürde bu alanda yapılacak olan ilk araştırma olma özelliği taşıyacaktır. Çalışmadan elde edilecek sonuçların; genç yetişkinlerin kariyer süreçleri boyunca karşılaşacakları farklı durumlara ve değişen çevrelere daha kolay uyum sağlamalarında ve mesleki krizlerle baş edebilme becerilerini geliştirmede yardımcı olacağı ön görülmektedir. Bu bağlamda duygusal zekâ yetkinliklerinin, bireylerin değişen şartlara adapte olmalarında ve olumlu bakış açısı kazanmalarında rol oynayarak kariyer sürecinde karşılaşılabilecek muhtemel sorunlara karşı önleyici bir işlev taşıyacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmanın amacı, genç yetişkinlerin duygusal zeka alt boyutları olan kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler, uyumluluk, stresle başa çıkma, genel ruh durumu düzeyleri ile kariyer uyumluluğu, kariyer iyimserliği ve bilgi düzeylerinin eğitim gördükleri fakülte ve cinsiyetlerine göre değişip değişmediğini araştırmaktır. Bununla birlikte genç yetişkinlerin duygusal zeka alt boyutlarının kariyer uyumluluğu, kariyer iyimserliği ve bilgi düzeylerini anlamlı bir şekilde yordayıp yordamadığını saptamaktır.

2.2. Araştırmanın Örneklemi

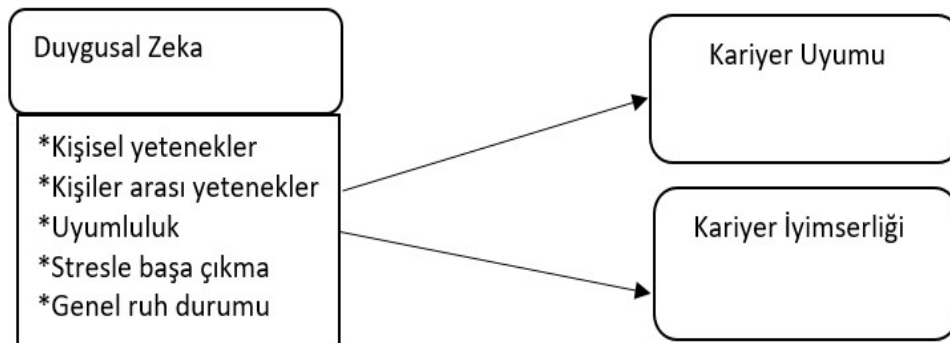
Araştırma grubunu, 2019 – 2020 öğretim yılı bahar döneminde İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa'nın çeşitli fakültelerinin farklı bölümlerinde öğrenim gören ve kartopu örnekleme yöntemiyle ulaşılan 578 lisans öğrencisi oluşturmuştur. Bu çalışmada, anket araştırması [20.07.2020-25.09.2020] tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Pandemi nedeniyle mail üzerinden çalışma gerçekleştirilmiştir.

2.3. Araştırmanın Hipotezi ve Modeli

Araştırmanın ana hipotezi, duygusal zekanın kariyer uyumu ve kariyer iyimserliğini olumlu yönde etkilediği yönündedir. Çalışmada geliştirilen hipotez Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Araştırmanın Hipotezi

	Hipotezler
H _{1a} (ana hipotez)	Duygusal Zeka (DZ) Kariyer Uyumu (KU) ve Kariyer İyimserliğini (Kİ) istatistik anlamlı etkilemektedir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

2.4. Varsayımlar ve Kısıtlar

Anket çalışmasına katılan öğrencilerin, ölçekte yer alan sorulara yanıt verirken gerçek duygularını ve düşüncelerini yansıttıkları varsayılmıştır. Katılımcıların, anket çalışmasına isteyerek yanıt verdikleri ve anketi doğru ve eksiksiz bir şekilde yanıtladıkları varsayılmıştır. Katılımcıların, anket sorularının gerçek anlamını kavradıkları kabul edilmiştir. Anketin örneklem sayısının artırılması konusunda zorluk yaşanmıştır. Diğer yandan, anketin yapıldığı tarih aralığında mailine bakmayan öğrenciler örneklem dışı kalmıştır.

2.5. Veri Toplama Aracı

Yapılan çalışma, deneysel olmayan nicel bir araştırma tasarımına sahip olup yapılmaya metoduna göre tarama modelidir. Çalışmada kullanılan anket, geniş bir literatür taramasının neticesinde geçerlilik ve güvenilirliği daha önce yapılan araştırmalarda onaylanmış olan ölçeklerden faydalanılarak hazırlanmıştır.

Kariyer Geleceği Ölçeği: Bu ölçek, Rottinghaus vd., (2005) tarafından geliştirilmiştir. Kariyer uyumluluğu ve kariyer iyimserliği alt boyutları 11 madde, bilgi alt boyutu ise 3 maddeden oluşmaktadır. Toplamda 25 maddeden oluşan ölçek beşli Likert tipi yanıtlama sistemine sahiptir. Kariyer Geleceği Ölçeği, (1) Kesinlikle katılmıyorum - (5) Kesinlikle katılıyorum şeklinde derecelenmektedir. Her bir madde için verilen cevaplar 1'den 5'e kadar puan alınarak toplanmaktadır. Ölçeğin sekiz maddesi ise tersine puanlanmaktadır (10, 11, 14, 15, 16, 19, 20, 24). Ölçekten alınabilecek en düşük puan 25, en yüksek puan ise 125'tir. Ölçeğin Türkçe'ye uyarlama çalışmaları ve Türk örneklemini için psikometrik özelliklerinin incelenmesi Temel Kalafat (2012) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin iç tutarlılık analizleri sonucu elde edilen değerler kariyer uyumluluğu için 0.83, kariyer iyimserliği için 0.82, bilgi alt boyutu için 0.62 ve toplamda 0.88 bulunarak ölçeğin yeterli güvenilirlik düzeylerine sahip olduğu görülmüştür.

Bar-On Duygusal Zeka Ölçeği: Bar-On Duygusal Zeka Ölçeği, Dr. Reuven Bar-On (1997) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin orijinal formu, duygusal zeka boyutlarını ölçen 133 maddeden oluşmaktadır. Test 1'den 5'e doğru azalan derecelendirme ölçeğine göre yanıtlanan bir kağıt-kalem testidir. Ölçek (1) Tamamen katılıyorum - (5) Kesinlikle katılmıyorum şeklinde derecelenmektedir. Ölçeğin 48 maddesi (1, 2, 4, 5, 7, 8, 10, 14, 15, 18, 19, 20, 23, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 40, 42, 43, 45, 46, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 57, 61, 62, 63, 68, 69, 72, 74, 75, 76, 78, 81, 84, 87) ters şekilde puanlanmaktadır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 87, en yüksek puan ise 435'tir. Düşük puan duygusal zeka düzeyinin düşük olduğuna, yüksek puan ise duygusal zeka düzeyinin yüksek olduğuna işaret etmektedir. Bar-On Duygusal Zeka kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, uyumluluk, stresle başa çıkma ve genel ruh durumu olarak 5 alt boyutludur. Bar-On'un Duygusal Zeka Ölçeğinin orijinali 133 sorudan oluşmakta olup, soru sayısının fazlalığı açısından Acar (2001) tarafından, ölçeğin uyarlama çalışması gerçekleştirilmiş ve 87 maddeden oluşan yeni form için Cronbach alfa katsayısı .921 olarak belirlenmiştir.

2.6. İstatistik Bulgular ve Değerlendirme

2.6.1. Demografik ve Genel Bilgiler Yüzde Dağılım Bilgileri

Çalışmanın ilk aşamasında ankete cevap verenlere yönelik genel bilgiler Tablo'3'de verilmiştir.

Tablo 3. Katılımcılara Yönelik Bilgilerin Yüzde Dağılımları

Cinsiyet	Kişi sayısı (n)	%
Kadın	401	69,4
Erkek	177	30,6
Toplam	578	100,0
Yaş	$\bar{X} \pm Ss$	Min-Maks
	20,62±1,62	18-25
Fakülte	Kişi sayısı (n)	%
Mühendislik fakültesi	130	22,5
Tıp fakültesi	49	8,5
Eğitim fakültesi	217	37,5
Veterinerlik fakültesi	61	10,6
Sağlık bilimleri fakültesi	30	5,2
Hemşirelik fakültesi	56	9,7
Spor bilimleri fakültesi	35	6,1
Toplam	578	100,0

Araştırma verilerinin toplandığı 578 üniversite öğrencisinin 401'i kadın (%69,4) ve 177'si (%30,6) erkektir. Yaşları 18 ile 25 aralığında değişen öğrencilerin yaş ortalamaları ise 20,62'dir. Öğrencilerin %2,5'i mühendislik fakültesi, %8,5'i tıp fakültesi, %37,5'i eğitim fakültesi, %10,6'sı veterinerlik fakültesi, %5,2'si sağlık bilimleri fakültesi, %9,7'si hemşirelik fakültesi ve %6,1'i ise spor bilimleri fakültesine devam etmektedir.

2.6.2. Ölçeğin Alt Boyutlarına Yönelik Tanımsal İstatistik Bilgiler

Araştırmanın değişkenleri olan kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler, uyumluluk, stresle başa çıkma, genel ruh durumu, kariyer uyumluluğu, kariyer iyimserliği ve bilgi alt boyut puanlarına dair tanımlayıcı istatistikler Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4. Boyutlara Yönelik Tanımsal İstatistik Bilgiler

Değişkenler	N	\bar{X}	Ss	Min-Maks.	Çarpıklık	Basıklık
Kişisel yetenekler	578	104,15	16,24	48-141	-0,24	-0,18
Kişiler arası yetenekler	578	69,76	12,07	25-90	-0,94	0,62
Uyumluluk	578	51,66	7,32	33-75	-0,11	-0,21
Strese başa çıkma	578	41,10	7,72	21-61	-0,10	-0,30
Genel ruh durumu	578	44,33	8,38	16-60	-0,37	-0,47
Kariyer uyumluluğu	578	40,41	6,74	11-55	-0,46	0,74
Kariyer iyimserliği	578	38,80	8,47	11-55	-0,45	0,07
Bilgi	578	9,04	2,42	3-15	-0,08	-0,21

Tablo 4'de yer alan bilgilere göre araştırma değişkenlerinin basıklık ve çarpıklık sayıları -0,94 ile +0,74 arasında değişim göstermektedir. Büyüköztürk (2015)'e göre, basıklık ve çarpıklık katsayılarının -1 ile +1 arasında değişen değerler alması, verilerin normal dağılım gösterdiğinin bir göstergesidir.

2.6.3. Regresyon Analizi Sonuçları

Kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler, uyumluluk, stresle başa çıkma ve genel ruh durumu değişkenlerinin kariyer uyumluluğu değişkeni üzerindeki ilişkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan çoklu regresyon analiz sonucu Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 5. Kariyer Uyumluluğu Değişkeninin Yordanmasına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

	B	Standart hata	β	t	p	İkili r	Kısmi R
Sabit	17,48	1,98	--	8,83	0,00	--	--
Kişisel yetenekler	0,12	0,03	0,29	4,69	0,00*	0,45	0,19
Kişiler arası yetenekler	-0,09	0,03	-0,16	-2,63	0,01*	0,30	-0,11
Uyumluluk	0,08	0,05	0,08	1,55	0,12	0,37	0,06
Stresle başa çıkma	0,08	0,04	0,09	2,17	0,03*	0,26	0,09
Genel ruh durumu	0,21	0,05	0,26	4,28	0,00*	0,45	0,19
R=0,503	R²=0,253						
F_(5,572)=38,675	p=0,000*						

*p<0.05

Tablo 5 incelendiğinde, uyumluluk değişkeninin kariyer uyumluluğu değişkeninin anlamlı bir yordayıcı olmadığı bulunmuştur (p>0,05). Öte yandan, kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler, stresle başa çıkma ve genel ruh durumu değişkenlerinin kariyer uyumluluğu değişkeninin anlamlı birer yordayıcısı olduğu görülmüştür (R=0,503 R²=0.253, F=38,675, p<.05). Adı geçen dört değişken birlikte, kariyer uyumluluğu değişkenindeki toplam varyansın yaklaşık %25'ini açıklamıştır.

Kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler, uyumluluk, stresle başa çıkma ve genel ruh durumu değişkenlerinin kariyer iyimserliği değişkeni üzerindeki yordayıcı rollerinin belirlenmesi amacıyla yapılan çoklu regresyon analiz sonucu Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6.Kariyer İyimserliği Değişkeninin Yordanmasına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

	B	Standart hata	β	t	p	İkili r	Kısmi R
Sabit	15,50	2,45	--	6,32	0,00	--	--
Kişisel yetenekler	0,18	0,03	0,35	5,71	0,00*	0,46	0,23
Kişiler arası yetenekler	-0,19	0,04	-0,26	-4,55	0,00*	0,28	-0,19
Uyumluluk	0,04	0,06	0,03	0,61	0,55	0,31	0,03
Stresle başa çıkma	-0,06	0,04	-0,05	-1,27	0,20	0,14	-0,05
Genel ruh durumu	0,40	0,06	0,39	6,64	0,00*	0,47	0,27
R=0,524	R ² =0,275						
F _(5,572) =43,353	p=0,000*						

*p<0.05

Tablo 6 incelendiğinde, uyumluluk ve stresle başa çıkma değişkenlerinin kariyer iyimserliği değişkeninin anlamlı yordayıcıları olmadığı bulunmuştur (p>0,05). Öte yandan, kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler ve genel ruh durumu değişkenlerinin kariyer iyimserliği değişkeninin anlamlı birer yordayıcısı olduğu görülmüştür (R=0,524 R²=0.275, F=43,353, p<.05). Adı geçen üç değişken birlikte, kariyer iyimserliği değişkenindeki toplam varyansın yaklaşık %28'ini açıklamıştır.

3. SONUÇ

Bu çalışmanın amacı, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa'nın çeşitli fakültelerinde öğrenim gören 578 öğrenciye yönelik, duygusal zekanın kariyer uyum ve kariyer iyimserliği arasındaki ilişkinin regresyon analizi yardımıyla incelenmesidir. Analizler sonucunda; kariyer uyumluluğunun kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler, uyumluluk ve genel ruh durumu alt boyutları ile orta düzeyde pozitif ilişkili olduğu bulunmuştur. Ayrıca, stresle başa çıkma puanları ile de düşük düzeyde pozitif ilişkili olduğu görülmüştür. Kariyer iyimserliğinin kişisel yetenekler, uyumluluk ve genel ruh durumu alt boyutları ile orta düzeyde pozitif ilişkili olduğu görülmüştür. Ayrıca, kariyer iyimserliği puanlarının kişiler arası ilişkiler ve stresle başa çıkma puanları ile düşük düzeyde pozitif ilişkili olduğu görülmüştür. Algılanan bilginin kişisel yetenekler, uyumluluk, stresle başa çıkma ve genel ruh durumu puanları ile düşük düzeyde pozitif ilişkili olduğu görülmüştür. Öte yandan, algılanan bilgi ile kişiler arası yetenekler alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Duygusal zekanın kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler, stresle başa çıkma ve genel ruh durumu alt boyutlarının kariyer uyumluluğunun anlamlı birer yordayıcısı olduğu görülmüştür. Öte yandan, uyumluluk alt boyutunun kariyer uyumluluğunun anlamlı bir yordayıcısı olmadığı bulunmuştur. Duygusal zekanın kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler ve genel ruh durumu alt boyutlarının kariyer iyimserliğinin anlamlı birer yordayıcısı olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, uyumluluk ve stresle başa çıkma alt boyutlarının kariyer iyimserliğinin anlamlı birer yordayıcıları olmadığı bulunmuştur. Duygusal zekanın kişisel yetenekler ve kişiler arası yetenekler alt boyutlarının bilgi değişkeninin anlamlı birer yordayıcısı olduğu görülmüştür. Öte yandan uyumluluk, stresle başa çıkma ve genel ruh durumu alt boyutlarının bilgi değişkeninin anlamlı birer yordayıcısı olmadığı görülmüştür. Sonuçlar doğrultusunda araştırmacılara ve alan çalışanlarına dönük olarak öneriler sunulmuştur.

Araştırmacılara öneriler;

- Araştırma İstanbul'da büyük ölçekli bir devlet üniversitesinde eğitimlerine devam eden öğrencilerle gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma Türkiye'nin farklı bölgelerinde bulunan üniversitelere ulaşılarak daha geniş örneklem grubu ile tekrarlanabilir.
- Bu çalışmada üniversite eğitimlerine devam eden öğrencilerle gerçekleştirilmiştir. Benzer bir araştırma ile iş hayatına geçiş yapmış genç yetişkinlerin kariyer uyum ve iyimserlikleri, duygusal zeka bileşenleri ile iş yaşamında gösterdikleri performans düzeyleri arasındaki ilişkiler incelenebilir.
- Kariyer uyum ve iyimserliğinin duygusal zeka ile ilişkisinin bireylerin gelişimsel süreçleri çerçevesinde nasıl bir değişim göstereceğini incelemek amacıyla boylamsal çalışmalar yürütülebilir.
- Kariyer iyimserliğinin genç yetişkinlerde duygusal zeka alt boyutları olan kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler ve genel ruh durumu tarafından yordandığı görülmektedir. Buradan hareketle kariyer iyimserliği düzeyinin artırılması için bireyin kendi duygularına ve başkalarının duygularına dair farkındalıklarını artırıcı, sosyal becerilerini geliştirici, geleceğe yönelik olumlu tutuma sahip olmasını sağlayıcı müdahale programları geliştirilebilir.

- Kariyer uyumluluğunun genç yetişkinlerde duygusal zeka alt boyutları olan kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler, stresle başa çıkma ve genel ruh durumu tarafından yordandığı görülmektedir. Buradan hareketle kariyer uyumluluğu düzeyinin artırılması amacıyla bireyin kendini gerçekleştirmesini destekleyici, takım çalışması becerilerini geliştirici, stres toleransını artırıcı ve olumlu bakış açısı geliştirmede etkin müdahale programları geliştirilebilir.
- Yapılan araştırmada genç yetişkinlerin kariyer uyum ve iyimserlikleri ile duygusal zeka alt boyutları arasında pozitif ilişkiler bulunmuştur. Bu nedenle öğrencilerin kariyer uyum ve iyimserliklerinin artırılmasına yönelik yapılacak müdahalelerin yanı sıra, duygusal zeka düzeylerini geliştirmeye yönelik çalışmalar yürütülebilir. Ayrıca bu konuda geliştirilecek müdahale çalışmaları, önleyici özellik taşıması amacıyla daha erken yaş dönemlerinden itibaren öğrenciler için hazırlanabilir.
- Genç yetişkinlerin kariyer gelişim süreçlerinde nelere ihtiyaç duyduklarının belirlenmesi kariyerlerine uyum sağlamaları ve kariyerlerine yönelik iyimserliklerini arttırmaları konusunda onlara destek sağlayabilir. Bu açıdan meslek seçimi öncesi ve sonrası süreçlerine yönelik öğrencilerin kariyer beklentileri, algıları ve ihtiyaçları üzerine çalışmalar gerçekleştirilebilir.

Alan çalışanlarına öneriler;

- Kariyer uyumluluğunun genç yetişkinlerde duygusal zeka alt boyutları olan kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler, stresle başa çıkma ve genel ruh durumu tarafından yordandığı görülmektedir. Buradan hareketle alanda çalışan psikolojik danışmanlar kariyer uyumluluğu düzeyinin artırılması amacıyla bireyin kendini gerçekleştirmesinin desteklenmesi, takım çalışması becerilerinin geliştirilmesi, stres toleransının artırılması ve olumlu bakış açısının geliştirilmesi gibi konularda psikoeğitim müdahale yöntemleri kullanılabilirler.
- Kariyer iyimserliğinin genç yetişkinlerde duygusal zeka alt boyutları olan kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler ve genel ruh durumu tarafından yordandığı görülmektedir. Buradan hareketle alanda çalışan psikolojik danışmanlar kariyer iyimserliği düzeyinin artırılması için bireyin kendi duygularına ve başkalarının duygularına dair farkındalıklarının artırılması, sosyal becerilerin geliştirilmesi ve geleceğe yönelik olumlu tutum oluşturulması gibi konularda psikoeğitim müdahale yöntemleri kullanılabilirler.
- Bu araştırmada kariyer uyumluluğu genç yetişkinlerde duygusal zeka alt boyutlarından kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler, stresle başa çıkma ve genel ruh durumu tarafından yordandığıdır. Alan çalışanları, genç yetişkinlerin kariyer uyumluluğunu arttıracak müdahale yöntemleri uygularken, özellikle müdahale edilmesine ihtiyaç duyulan duygusal zeka boyutuna odaklanan çalışmalar yürütebilirler.
- Bu araştırmada kariyer iyimserliği genç yetişkinlerde duygusal zeka alt boyutlarından kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler ve genel ruh durumu tarafından yordandığıdır. Alan çalışanları, genç yetişkinlerin kariyer iyimserliğini arttıracak müdahale yöntemleri uygularken, özellikle müdahale edilmesine ihtiyaç duyulan duygusal zeka boyutuna odaklanan çalışmalar yürütebilirler.
- Yapılan araştırmada genç yetişkinlerin kariyer uyum ve iyimserlikleri ile duygusal zeka alt boyutları arasında pozitif ilişkiler bulunmuştur. Dolayısıyla alanda çalışan psikolojik danışmanlar, üniversite öğrencilerinin kariyer uyum ve iyimserliklerini artırmak için uyguladıkları müdahale programlarında, bu araştırmanın sonuçlarından faydalanabilirler.
- Üniversitelerin kariyer danışma merkezlerinde çalışan psikolojik danışmanlar, akademik yaşamdan çalışma hayatına geçiş sürecinde olan genç yetişkinlerin kariyer uyum ve iyimserlik düzeylerini artırıcı çalışmalar yapılabilir.
- Okul psikolojik danışmanları okul öncesi yaş döneminden itibaren bireylerin kariyer uyum ve iyimserlik yetkinliklerine katkı sağlayıcı ve duygusal zeka boyutlarını geliştirici çalışmalar yürütebilirler. Bu önleyici müdahaleler sayesinde bireyler kariyer gelişim süreçlerini daha uyumlu ve iyimser bir biçimde yönetebilirler.

KAYNAKÇA

- Acar, F. T. (2001). *Duygusal zeka yeteneklerinin göreve yönelik ve insana yönelik liderlik davranışları ile ilişkisi: Banka şube müdürleri üzerine bir alan araştırması* (Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Bar-On, R. (1997). *BarOn emotional quotient inventory (EQ-i): technical manual*. Canada: Multi-Health Systems.
- Bar-On, R., & Parker, J. D. A. (2000). *The handbook of emotional intelligence*. New York: Jossey Bass.
- Cherniss, C., & Goleman, D. (2001). *The emotionally intelligent workplace: How to select for, measure, and improve emotional intelligence in individuals, groups, and organizations*. New York: Jossey-Bass Pbc.

- Coetzee, M., & Harry, N. (2014). Emotional intelligence as a predictor of employees' career adaptability. *Journal of Vocational Behavior*, 84(1), 90-97.
- Eva, N., Newman, A., Jiang, Z., & Brouwer, M. (2020). Career optimism: A systematic review and agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 116(1), 1-18.
- Fitzsimons, G. M., & Finkel, E. J. (2010). Interpersonal influences on self-regulation. *Current Directions in Psychological Science*, 19(2), 101-105.
- Garcia, P. R. J. M., Restubog, S. L. D., Bordia, P., Bordia, S., & Roxas, R. E. O. (2015). Career optimism: The roles of contextual support and career decision-making self-efficacy. *Journal of Vocational Behavior*, 88(1), 10-18.
- Gunkel, M., Schlaegel, C., Langella, I. M., & Peluchette, J. V. (2010). Personality and career decisiveness: An international empirical comparison of business students' career planning. *Personnel Review*, 39(4), 503-524.
- Higgins, M., Dobrow, S. R., & Roloff, K. S. (2010). Optimism and the boundaryless career: The role of developmental relationships. *Journal of Organizational Behavior*, 31(5), 749-769.
- Kalafat, T. (2012). Kariyer geleceği ölçeği (KARGEL): Türk örneklemini için psikometrik özelliklerinin incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(38), 169-179.
- Klehe, U.-C., Zikic, J., Van Vianen, A. E. M., Koen, J., & Buyken, M. (2012). Coping proactively with economic stress: career adaptability in the face of job insecurity, job loss, unemployment, and underemployment. *Research in Occupational Stress and Well-being*, 10(1), 131-176.
- Levpušček, M. P., Rauch, V., & Komidar, L. (2018). Individuation in relation to parents as a predictor of career goals and career optimism in emerging adults. *Scandinavian Journal of Psychology*, 59(2), 146-156.
- McIlveen, P., Beccaria, G., & Burton, L. J. (2013). Beyond conscientiousness: Career optimism and satisfaction with academic major. *Journal of Vocational Behavior*, 83(3), 229-236.
- Peterson, C., & Seligman, M. E. (1984). Causal explanations as a risk factor for depression: Theory and evidence. *Psychological Review*, 91(3), 347-374.
- Raabe, B., Frese, M., & Beehr, T. A. (2007). Action regulation theory and career self-management. *Journal of Vocational Behavior*, 70(2), 297-311.
- Rayman, J. R. (1999). Career services imperatives for the next millennium. *The Career Development Quarterly*, 48(2), 175-184.
- Rottinghaus, P. J., Day, S. X., & Borgen, F. H. (2005). The career futures inventory: A measure of career-related adaptability and optimism. *Journal of Career Assessment*, 13(1), 3-24.
- Santilli, S., Marcionetti, J., Rochat, S., Rossier, J., & Nota, L. (2017). Career adaptability, hope, optimism, and life satisfaction in Italian and Swiss adolescents. *Journal of Career Development*, 44(1), 62-76.
- Savickas, M. L. (1997). Career adaptability: An integrative construct for life-span, life-space theory. *Career Development Quarterly*, 45(3), 247-259.
- Savickas, M. L. (2004). *Meaning and mattering in career construction: The case of Elaine*. National Career Development Association, San Francisco, CA.
- Savickas, M. L. (2005). *The Theory and Practice of Career Construction*. In S. D. Brown & R. W. Lent (Eds.), *Career development and counseling: Putting theory and research to work* (p. 42-70). New York: John Wiley & Sons Pbc.
- Savickas, M. L., Nota, L., Rossier, J., Dauwalder, J.-P., Duarte, M. E., Guichard, J., Soresi, S., Van Esbroeck, R., & van Vianen, A. E. M. (2009). Life designing: A paradigm for career construction in the 21st century. *Journal of Vocational Behavior*, 75(3), 239-250.
- Savickas, M. L. (2012). Life design: a paradigm for career intervention in the 21st century. *Journal of Counseling & Development*, 90(1), 13-19.

- Savickas, M. L., & Porfeli, E. J. (2012). Career Adapt-Abilities Scale: Construction, reliability, and measurement equivalence across 13 countries. *Journal of Vocational Behavior*, 80(3),661-673.
- Sharf, R. S. (2017). *Kariyer gelişim kuramlarının kariyer danışmasına uygulanması* (F. Bacanlı & K. Öztemel, Ed.). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Tolentino, L. R., Garcia, P. R. J. M., Lu, V. N., Restubog, S. L. D., Bordia, P., & Plewa, C. (2014). Career adaptation: The relation of adaptability to goal orientation, proactive personality, and career optimism. *Journal of Vocational Behavior*, 84(1),39-48.
- Youssef, C. M., & Luthans, F. (2007). Positive organizational behavior in the workplace: The impact of hope, optimism, and resilience. *Journal of Management*, 33(5),774-800.
- Zacher, H. (2015). Daily manifestations of career adaptability: Relationships with job and career outcomes. *Journal of Vocational Behavior*, 91(1), 76-86.

Örgütsel Güvenin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Sağlık Sektörü Örneği

Lina KARABETYAN^a

Özet

Küreselleşmenin hızlanması ve rekabetin artması ile birlikte sürdürülebilir bir başarı hedefi olan ve yenilikleri destekleyen örgütlerde, işgücüne verilen önemin de günden güne arttığı görülmektedir. İş yaşamı içerisinde, çalışanların örgütlerine katkı sağlamaları ise örgüte duyulan bağlılık duygusuyla yakından ilgilidir. Bu kapsamda örgütler de çalışanlarının örgüte karşı güven duyması ve örgütsel bağlılıklarının artması amacıyla çaba harcamaktadırlar. Çalışanların güven duygusu ile birlikte örgütsel bağlılıklarının oluşması, günümüzün rekabet koşullarında örgütün kalıcılığı açısından oldukça önemlidir. Yapılan çalışmalar, örgütlerde çalışanların güveninin artmasının, örgütsel bağlılığı da arttıracığı sonucunu ortaya koymaktadır. Bu çalışmanın amacı, sağlık sektörü çalışanlarının örgütsel güven duygularının örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerinin regresyon analizi yardımıyla belirlenmesidir. Analiz sonucunda, örgütsel güven 1 br. arttığında örgütsel bağlılığın 0.609 br. artacağı görülmüştür. Örgütsel güven ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü ilişki belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Güven, Örgütsel Bağlılık, Regresyon Analizi
Jel Kodları:M12, M21, C13

The Effect Of Organizational Trust On Organizational Commitment: The Case Of Health Sector

Abstract

With the acceleration of globalization and the increase in competition, it is seen that the importance given to the work force is increasing day by day in organizations that have a sustainable success target and support innovations. In business life, employees' contribution to their organizations is closely related to the sense of commitment to the organization. In this context, organizations strive to ensure that their employees have confidence in the organization and increase their organizational commitment. The formation of organizational commitment together with the sense of trust of the employees is very important for the permanence of the organization in today's competitive conditions. Studies show that increasing the trust of employees in organizations will increase organizational commitment. The aim of this study is to determine the effects of organizational trust feelings of health sector employees on organizational commitment with the help of regression analysis. As a result of the analysis, organizational trust 1 unit when it increases, organizational commitment is 0.609 unit has been seen to increase. A positive relationship was determined between organizational trust and organizational commitment.

Keywords: Organizational Trust, Organizational Commitment, Regression Analysis
Jel Codes:M12, M21, C13

^a Dr., linakarabetyan@hotmail.com, Orcid Number: 0000-0001-5250-871X

Giriş

Örgütler, belirli amaçlara ulaşmak için kurulan, rollerin açık bir şekilde tanımlanmış olduğu, belirli kuralları olan ve kurallara uymayanlara ilişkin yaptırımlarda bulunan yapılardır (Thompson ve Hickey, 1999: 167). Örgütlerin varlıklarını devam ettirme, başarılarını sürekli kılma ve yeniliklere uyum sağlama hedefleri doğrultusunda, çalışanlarına vermiş oldukları önem de artmıştır. Çalışanların, örgütün hedeflerine ulaşması için sağladığı katkının düzeyi; örgütsel güven ve örgütsel bağlılık duyguları ile yakından ilişkilidir. Örgütsel bağlılık kavramı ile ifade edilen, çalışanların örgütlerine karşı bağlılıklarının gücüdür ve örgütsel bağlılığın gücü ise çalışanların örgütün hedeflerine ve örgütsel değerlere aynı ölçüde bağlı olacağı anlamına gelmektedir. Güçlü bir örgütsel bağlılığa sahip olan çalışanlar; bütün bilgisini, tecrübesini ve yaratıcılığını örgütün çıkarları doğrultusunda kullanacaklardır. Böylelikle, hem çalışanın örgüt içerisinde başarılı olması hem de örgütün rakipleri arasında başarılı olması sağlanabilecektir.

Sosyal bir ortam olan örgütlerde, bir arada çalışmakta olan bireylerin faaliyetlerinin verimli ve etkin olabilmesi açısından, örgüt içerisinde iyi bir iletişim ağının bulunması gerekmektedir. Çalışma arkadaşları ve yöneticileri ile etkin bir iletişim kurmayı başaran çalışanlar, yalnızlık hissinden uzaklaşarak kendilerine, diğer çalışanlara ve örgüte karşı güven duymaya başlarlar. Örgütte, güvene dayalı ilişkilerin kurulmasının sonucunda çalışanlar, kendini iyi ifade edebilir, ortaya koydukları işlerde daha başarılı olur, örgütün hedeflerini ve değerlerini benimser, iş değişikliği yapmayı düşünmez ve örgütsel bağlılık duygusuna sahip olurlar.

Örgütlerde kurulan ve başarılı bir şekilde işlemesi sağlanan iletişim ağının sürekli olması, çalışanların örgüte ve birbirlerine karşı geliştirmiş oldukları güvene bağlıdır. Özellikle, çalışanların birbirleri arasında güvene dayalı ilişkiler kurabilmesi, örgüt içerisinde olması beklenen durumların başında gelmektedir. Örgütlerin, hedeflerine ulaşma dereceleri olarak ifade edilen örgütsel etkinliğin sağlanmasında, örgütsel güvenin oldukça büyük bir rolü bulunmaktadır.

Genellikle örgütsel bağlılık ile birlikte ifade edilen örgütsel güven kavramı, çalışanların hem örgütlerine hem de diğer örgüt çalışanlarına duydukları inanç duygusu ile ilgilidir. Diğer taraftan örgütsel bağlılık ise, temel olarak örgütün hedeflerini benimsemek ve söz konusu hedefleri kendi hedefi gibi görmek şeklinde ifade edilmektedir (Taşkın ve Dilek, 2010: 40). Diğer bir ifadeyle, örgütsel bağlılık, çalışanların kendi çıkarları ve hedefleriyle örgütün politika ve hedeflerinin arasında kurulan denge olarak tanımlanmaktadır (Zorba vd., 2015: 190).

Demirel (2008) tarafından yapılan çalışmada, örgütsel güven ile örgütsel bağlılık kavramlarının arasında güçlü bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Örgütsel hedeflerin ve değerlerin çalışanlar tarafından benimsenmesi şeklinde ifade edilebilen örgütsel bağlılıkta, güven duygusunun büyük bir rolü bulunmaktadır. Örgütsel bağlılığın oluşabilmesi ve örgütün benimsenmesi açısından çalışanların, yöneticilerine ve örgüte duydukları güven duygusu etkili bir unsurdur. Çalışanların örgütlerine karşı güven duygusuna sahip olmaları, performanslarının artmasını ve dolayısıyla da örgütsel bağlılıklarının güçlenmesini sağlamaktadır. Bunun yanı sıra örgütlerdeki güven duygusu; bireysel ve takım performansının artmasını, iletişimin ve bilgi paylaşımının etkin olmasını, sorunların çözülmesinin hızlanmasını beraberinde getirmektedir.

Çalışanların örgüt içerisindeki diğer çalışanlara ve yöneticilerine karşı duydukları güven sayesinde, duygularını ve düşüncelerini kolay bir şekilde birbirlerine aktarmaları sağlanarak karşılıklı sadakatin de gelişmesi sağlanacaktır. Diğer taraftan, örgüt tarafından çalışanlara destek verilmesi, gereksinimlerinin karşılanması ve adil bir yönetim şeklinin izlenmesi sonucunda da örgütsel bağlılığın artması sağlanmaktadır (Demirel, 2008, 184). Çalışanların hiyerarşik mevkilerinde meydana gelen çalışan lehindeki değişimler, yani terfiler, onun örgüte bağlılığını ve örgütü benimseme ve destekleme konusundaki tutumlarını da etkileyecektir (Eren, 2014: 131). Çalışanların örgütsel bağlılıklarının ve güvenlerinin gelişmesi için belirli bir zamana ihtiyaç vardır. Börü (2005) tarafından belirtildiği üzere, çalışanlar örgütte zaman geçirdikçe ve diğer çalışanlar ile etkileşimler kurdukça örgütün hedeflerini, politikalarını ve yöneticilerin özelliklerini daha iyi öğrenmeye başlar ve bunun sonucunda güven duygusu gelişir. Çalışanların zamanla hissetmiş oldukları bu güven duygusu, beraberinde örgütsel bağlılığı da getirir (Börü, 2005: 301).

Bu çalışmanın amacı, sağlık sektörü çalışanlarına yönelik örgütsel güvenin örgütsel bağlılığa etkisini ortaya koymaktır. Buradan hareketle, ilk aşamada kavramsal çerçeve içinde örgütsel güven ve örgütsel bağlılık kavramları anlatılarak, diğer aşamada hipotezin sınanması amaçlı regresyon analizi ve sonuçlarına yer verilmiştir. Son aşamada, bulgular değerlendirilerek, önerilerde bulunulmuştur.

1. ÖRGÜTSEL GÜVEN

İnsan doğal bir çevre içerisine doğmakta ve bu çevre içerisinde gelişip büyümektedir. Güven duyma eğilimi de insanların doğduğu andan itibaren bir sosyal çevre içerisinde olmasından kaynaklanmaktadır (Fukuyama, 1998: 40). Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından “Korku, çekinme ve kuşku duymadan inanma ve bağlanma duygusu, itimat” şeklinde tanımlanmış olan güven kavramı, Giffin (1967)’in tanımına göre, hedeflenen bir şeyin elde edilebilmesi açısından bir durumun gerçekleşeceğine veya diğer bireylerin davranışlarına karşı hissedilen inanç duygusudur.

Güven kavramı hem psikolojinin hem de işletme yönetiminin kapsamında yapılan çalışmalara sıkça konu olmuştur ve birçok araştırmacı tarafından güveni etkileyen çeşitli unsurlar araştırılmıştır. Söz konusu unsurları; öngörülebilirlik (predictability), yetkinlik (competence), inanma (faith), yardımseverlik (benevolence), dürüstlük (integrity), güvenilirlik (reliability), iyi niyet (goodwill) ve güvenilebilirlik (dependability) şeklinde sıralamak mümkündür (Seppanen, Blomqvist ve Sundqvist, 2007: 251).

Luhman (1979) tarafından güven kavramı, bireylerin karşılardaki tarafların adil ve ahlaka uygun şekilde davranış göstereceklerine yönelik inançlarıdır. Heimovics (1984)’ün yaptığı tanıma göre, bireylerin diğer bireyler veya grupların fedakar ve faydalı olacaklarına ilişkin beklentileri güven olarak ifade edilmektedir. Mayer ve Davis (1999) ise, güven kavramını bireyin, karşı tarafın sergilediği davranışların önemli sonuçlar meydana getireceği beklentisine ilişkin şekilde duyarlı davranma istekleri olarak tanımlamaktadırlar. Görüleceği üzere güven kavramı üzerine yapılmış olan tanımlamalar, genellikle bir tarafın bireysel beklentileri ya da karşı tarafa karşı savunmasız kalma istekleri çerçevesinde şekillenmiştir (Mayer ve Davis, 1999: 124).

Örgütsel güven ise, örgüt çalışanlarının yöneticilere karşı duydukları güven ve yöneticilerin kendisine söylediklerine duydukları inancın seviyesi şeklinde ifade edilmektedir. Diğer bir ifadeyle örgütsel güven, çalışanlar tarafınca algılanan örgüte ilişkin güven duygularının tamamını ifade etmektedir. Örgütsel güven kavramının üzerinde yapılan araştırmalar; “yöneticiye güven”, “işletmeye güven” ve “bireyler arası güven” olarak üç alt boyuta odaklanmaktadır. Güven duygusu, hem örgüt içerisinde çalışanların arasında hem de sosyal hayatta bireylerin arasında kendi kendine oluşan bir duygu olmamaktadır. Örgütlerde bu duygunun ortaya çıkması için yönetim tarafından güven hissinin bütün çalışanların üzerinde oluşturulması, yapılandırılması ve yönetilmesi gerekmektedir. Yönetim tarafından söylenenler ve uygulananlar arasında tutarlılık olması, çalışanların örgütsel güven duygularının zaman içerisinde meydana gelmesini sağlayacaktır (Şenturan, 2014: 10-11).

Farklı bir tanımda örgütsel güven kavramı; örgütte çalışan bireylerin, risk içeren bir olay yaşamaları halinde, örgütün kendilerine verdiği sözlerin ve teminatlarının, faaliyetleriyle tutarlılık göstermesi veya göstermemesine yönelik olan inançları şeklinde tanımlanmıştır (Batı ve Tutar 2016: 37). Mishra (1996) tarafından örgütsel güvenin çok boyutlu ve kültür esaslı olduğu ifade edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, örgütsel güven, içerisinde bulunulan toplum ve örgütün kültürüne göre şekillenecektir. Bununla birlikte örgütsel güvenin temelinde, açık ve doğru etkileşim bulunmaktadır. Ayrıca örgütsel güven, örgüt içerisindeki gerek dikey gerekse yatay ilişkilerin temelini meydana getirmektedir. Luhman (1979) ise örgütsel güveni, çalışanların örgüte güçlü bir biçimde bağlı olması, örgütün değer ve hedeflerini benimsemesi olarak tanımlamaktadır.

Örgütsel güven, çalışanların örgütte kendisine karşı yapılan destek ve katkılara ilişkin bakışımı ve örgüt yönetiminin verdiği sözlerde durarak çalışanlarının beklenti ve ihtiyaçlarını tatmin etmesi olarak tanımlanmaktadır. Çalışma hayatının sürekli değişim halinde olması, örgütsel güvenin de dinamik bir yapıda olmasına yol açmaktadır. Çalışanların örgüt içerisindeki güven algılamaları, örgüte ilişkin bilişsel, duyuşsal ve davranışsal unsurlardan etkilenmekte ve değişmektedir. Çalışan örgüt içerisinde kendini değerli hissedebiliyorsa, örgütsel güveni de geliştirecektir. Bununla birlikte çalışan, örgütün işleyiş sisteminin ve yöneticilerin adaletli ve tutarlı olduklarını hissederse, aynı şekilde güven duygusu geliştirecektir (Mishra, 1990: 451).

Örgütlerin hedeflerine ulaşması, büyümesi ve gelişmesi açısından; yenilikleri ve değişimi desteklemesi, rekabet ortamında rakiplerine karşı üstünlük sağlaması, faaliyetlerini etkili ve verimli olarak gerçekleştirmesi ihtiyacı vardır. Örgütlerin söz konusu hedeflerine erişebilmesi açısından ise örgütün çalışanlarının, örgütsel hedeflere inanması, benimsemesi ve örgütsel bağlılık hissi oluşturmasının önemi büyüktür. Örgütün daha verimli olması ve çalışanların örgütsel bağlılık duygusu geliştirmesi açısından, çalışanların örgüte karşı duydukları güven oldukça önemlidir (İslamoğlu, Birsal ve Börü, 2007: 254).

Bireylerin arasında sağlıklı ilişkiler kurulması için iletişimin, sağlıklı bir iletişim için ise güvenin olması gerekmektedir. Dolayısıyla güven duygusunun oluşturulması, geliştirilmesi ve kurumsallaştırılması, bireyler ve örgüt için çok büyük önem arz etmektedir. Güven duygusu; tutarlılık, gayret ve özenle gelişmektedir (Solomon ve Flores, 2001: 27-29). “Kuşkulandığın kişiye iş verme, iş verdiğin kişiden de kuşkulanma.” şeklindeki Çin atasözünde örgütsel güven kavramının önemi vurgulanmaktadır. Dolayısıyla şüphenin olduğu ortamlarda güvenden ve bağlılıktan söz edilemez. Diğer bir ifadeyle çalışanlarına şüpheyle yaklaşan örgütlerde örgütsel güven ve örgütsel bağlılığın kurulması söz konusu olmamaktadır.

Gilbert ve Tang (1998) tarafından örgütsel güvenin 4 unsura ilişkin şekilde geliştiği öne sürülmektedir. Bunları; “açık iletişim”, “kararlara katılım”, “bilgi paylaşımı” ve “duygu düşünce ve beklentilerin açık ve doğru bir şekilde paylaşılması” olarak sıralamak mümkündür. Örgütlerde güven ortamının oluşturulması, örgüt içindeki bütün çalışanların katılım sağlamaları ile mümkündür. Bununla birlikte örgütsel güvenin oluşturulması için yönetim tarafından çalışanların birbirleri arasında ve üst yönetim ile çalışanların arasında sağlıklı ilişkilerin kurulmasının desteklenmesi ihtiyacı doğmaktadır. Ayrıca yine yönetim tarafından çalışanlara, yaptıkları işlerde yetkinlik kazanabilmeleri açısından kendisini geliştirebilme fırsatının tanınması gereklidir (Asunakutlu, 2002: 5-6).

Örgüt içerisinde çalışanlar tarafından gerek yöneticilere gerekse çalışma arkadaşlarına karşı duyulan güven, örgütün varlığını devam ettirebilmesi açısından oldukça önemli bir etken şeklinde değerlendirilmektedir. Örgütsel güvenin oluşturulması açısından hem yöneticilerin hem de çalışanların almaları gereken birtakım yükümlülükler bulunmaktadır (Gilbert ve Tang, 1998: 321). Söz konusu yükümlülükleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Kuralların etkili ve verimli olması ve işlerin planlanması gerekmektedir.
- Yetkilerin devrinin ve kararlara katılımın sağlanması gerekmektedir.
- Açık ve iyi bir iletişim ağının kurulması gerekmektedir.
- Çalışanların kendilerini iş konusunda geliştirebilecekleri eğitim fırsatlarının sunulması gerekmektedir.
- Örgütün etik kurallarına özen göstermesi ve adil olması gerekmektedir.

Örgütsel güvenin alt boyutlarını aşağıdaki şekilde açıklamak mümkündür:

Yöneticiye güven: Örgüt içerisinde çalışan ve yöneticisinin arasındaki ilişkilerin olumlu olması, örgütlerin büyüme ve gelişmesi açısından oldukça önemlidir (Erdem, 2003: 77). Özellikle çalışanların buldukları mevkilerin yükseltilmesi bakımından, yöneticilere karşı duyulan güven duygusunun önemi büyüktür. Çalışanlar ile güven duygusu geliştirilebilmesi açısından yöneticilerin birtakım özelliklere sahip olmaları gerekmektedir. Bu özellikler; yöneticinin çalışanın sorunları ile ilgilenmesi, çalışana insiyatif alma imkanı sağlayabilmesi, örgütün iş süreçlerine ilişkin bilgi ve beceri sahibi olması, bütün çalışanlara hakkaniyetli bir şekilde davranması şeklinde sıralanmaktadır (Perry ve Mankin, 2007: 168).

Çalışma arkadaşlarına güven: Örgütsel güvenin kurulabilmesi açısından çalışanların hem kendine hem de diğer çalışma arkadaşlarına karşı güven duymaları beklenmektedir. Çalışan, kendinin güvenilir olmasını sağladığı takdirde, çalışma arkadaşlarının da güvenini kazanacaktır. Bireyin, çalışma arkadaşları ile arasındaki güven duygusunun artması, çalışma ortamının koşullarını daha olumlu bir hale getirecektir. Ayrıca örgüt içerisinde güvenin artması, örgüt içerisindeki çalışan devir hızının da azalmasını sağlayacaktır. Çalışanların bireysel özellikleri, sosyal ve kültürel özellikleri gibi unsurlar, örgütsel güveni etkileyecektir (Aksoy, 2009: 170; Ayaz ve Batı, 2017: 529).

Örgütün kendisine güven: Çalışanlar tarafından örgüte karşı güven duyulması, çalışanın örgütsel bağlılığı ve örgütün hedeflerine ulaşması açısından oldukça önemlidir. Çalışan il yöneticisinin arasındaki olumlu iletişim sayesinde çalışanın örgütsel güvenin oluşmasını sağlayacaktır. Çalışanın yöneticisine karşı hissetmiş olduğu güven ve örgüte karşı hissetmiş olduğu güvenin birbirleri ile paralel olarak arttığı ya da azaldığı görülmektedir. Özetle, çalışanın yöneticisine duyduğu güven ile örgüte duyduğu güvenin arasında kavramsal açıdan farklılıklar bulunsa dahi her iki güvenin de sonuçları benzerdir (Erdem, 2003: 157; Aksoy, 2009; Büte, 2011: 176).

Örgütsel güvenin meydana gelebilmesi için öncelikle çalışanların birbirine karşı dürüst, saygılı ve adaletli olmaları gerekmektedir. Örgütsel güvenin oluşması ile birlikte ise çalışanların örgütsel bağlılıklarının daha da güçlendiği görülecektir. Bununla birlikte, örgütsel güvenin oluşması; “yöneticiye güven”, “örgütsel yardım”, “örgütsel değerler ile bütünleşme”, “açık iletişim”, “örgütsel hedeflerin paylaşılması” gibi sonuçları da beraberinde getirmektedir. Diğer taraftan, örgütsel bağlılığın da örgütsel güveni arttırdığı ve aralarında karşılıklı bir ilişkinin bulunduğu yapılan araştırmalar sonucunda ortaya konulmuştur (Demirel, 2008: 185).

2. ÖRGÜTSEL BAĞLILIK

Örgütsel bağlılık, bireyin çalıştığı örgüte karşı kendisini duygusal olarak bağlı hissetmesi durumudur. 90'lı yıllarda araştırmalara sıkça konu olan örgütsel bağlılık, iş tatmini, özdeşleşme ve göreve bağlılık olgularıyla ilişkili bir yapıdadır (Korkmazıyürek ve Hazır, 2014: 72). Örgütsel bağlılığı kısaca, bir kimsenin örgütünün hedeflerine, ilkelerine, vizyonuna, değerlerine bağlılığı olarak tanımlamak mümkündür (Çelik, 2015: 4).

Örgütsel bağlılık konusuna ilk kez Whyte tarafından değinilmiş olup sonrasında, başta Becker (1960), Porter vd. (1974), Mowday vd. (1979), Allen ve Meyer (1997) olmak üzere birçok araştırmacı tarafından kavram ele alınarak gelişmesine katkı sağlanmıştır (İnce, 2005: 12-13). Etzioni tarafından (1975) örgütsel bağlılık sınıflara ayrılmış, Steers (1970) tarafından örgütsel bağlılığın verimlilik üzerindeki etkileri araştırılmış ve sonraki yıllarda yine Steers (1976) tarafından örgüt çalışanlarının devir oranıyla örgütsel bağlılığın arasında bulunan ilişkiler araştırılmıştır (Gündoğan, 2009: 9).

Allen ve Meyer (1996: 252)'e göre örgütsel bağlılık, çalışanlar ve örgütün arasındaki, çalışanların buldukları örgütten gönüllü olarak ayrılması ihtimalini azaltan “psikolojik bağ” olarak ifade edilmektedir. Örgütsel bağlılık üzerine getirilen farklı yorumların arasında Allen ve Meyer (1990: 1) tarafından oluşturulan “bağlanma modeli”, daha önce ortaya atılan yaklaşımların birleştiricisi niteliğindedir. Çalışmakta olduğu örgütten kendi isteğiyle ayrılmasının olasılığı düşük kimselerin, örgütsel bağlılıklarının yüksek olan çalışanlar olduğunu ifade eden Allen ve Meyer (1990: 1)'e göre örgütsel bağlılık; “duygusal bağlılık”, “normatif bağlılık” ve “devam bağlılığı” olarak üç alt boyuta sahiptir.

Örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık boyutunda, çalışanların örgütte çalışmaya devam etmelerinin gerekçesi; örgüte karşı duydukları kuvvetli duygusal bağ olmaktadır. Normatif bağlılık boyutunda, çalışanın örgüte hissetmiş olduğu sorumluluğun sonucunda, örgütte çalışmayı devam ettirmeyi ahlaki bir zorunluluk şeklinde değerlendirmesidir. Devam bağlılığı boyutunda ise çalışanların, örgütünden ayrılmasını engelleyen -yatırım, yeni iş imkanlarının az olması gibi- belli başlı unsurların olması durumunda örgütte çalışmaya devam etmesi ifade edilmektedir (Allen ve Meyer, 1996: 253). Diğer bir deyişle, devam bağlılığı boyutunda, çalışanların örgütlerinden ayrılmalarını engelleyen unsurların meydana getirebileceği zarar ve risklere ilişkin hissedilen “tehdit” algısı bulunmaktadır (Meyer ve Allen, 1984: 372).

Kavramsal açıdan birbirlerinden farklılık gösteren üç örgütsel bağlılık boyutunun (Allen ve Meyer, 1996: 253), çalışanların örgütün içinde gösterdikleri davranışlara değişik biçimlerde yansıdığı görülmektedir. Bu doğrultuda Meyer ve Allen (1991), duygusal bağlılık yönü daha güçlü bireylerin, işlere düzenli bir şekilde katılması, işini yaparken bilgi ve becerilerini verimli bir şekilde kullanması ya da diğer iş arkadaşlarına yardım etmesi noktasında fazladan azami davranış sergileyeceklerini öne sürmektedirler. Normatif bağlılık yönü güçlü olan çalışanların ise sadece yapılması gereken işleri vazifelerinin bir parçası şeklinde algılandıklarında veya gördükleri destekler için bir karşılık şeklinde hissettiklerinde daha fazla gayret gösterebilecekleri ifade edilmektedir. Bununla birlikte devam bağlılığı yönü güçlü olan çalışanların ise iş hayatında varlıklarını devam ettirebilmek açısından örgütün içerisinde yapılması gereken işlerden daha fazlasını yapabilecekleri öne sürülmektedir (Herscovitch ve Meyer, 2002: 475).

Örgütsel bağlılık; çalışanların, örgütün değerlerini ve hedeflerini benimseyerek kendi değerleri ve hedefleri ile uyumlu şekilde değerlendirme ve içselleştirme sürecini ifade etmektedir (Hall vd., 1970: 171). Örgütsel bağlılık kavramının araştırmacılar arasında yaygınlaşmaya başladığı 90'lı yıllarda (Hunt ve Morgan, 1994: 23), örgütsel bağlılık; çalışanların buldukları örgütün hedeflerine ve değerlerine ilişkin inancı ve kabulü, örgütsel hedeflere ulaşılmasına ilişkin gayret sarf etme isteği ve örgütte çalışmayı sürdürmesi husundaki kuvvetli arzu ve isteği olarak ifade edilmiştir (Porter vd., 1974: 604). Örgütsel bağlılık üzerine yapılmış olan bu tanım, çalışana odağına almış olsa dahi ilerleyen dönemlerde yapılan çalışmalarda örgütsel bağlılık kavramı, çeşitli parametreler ile ele alınmaya başlamıştır. Örgütsel bağlılık üzerine yapılan araştırmalar ve tanımlamalar kavramı farklı yönleri ile ele almış olmakla beraber, ortak kaniya göre örgütsel bağlılık; çalışanın, örgütün amaçlarına psikolojik anlamda bağlanmasıyla çalışana ve örgütü birbirlerine bağlamayı sağlayan psikolojik bağ olarak tanımlanmaktadır (O'Reilly ve Chatman, 1986: 492).

Küreselleşmenin etkisi ile rekabetin artması, tüketicilerin daha bilinçli olması ve müşterilerin taleplerindeki değişimler şeklindeki durumlar, çalışanların örgüt içerisindeki önemini artmasını sağlamıştır. Nispeten emek yoğun sektörlerde, çalışanların nitelikleri, örgütsel bağlılıkları ve güvenleri örgüt açısından oldukça büyük önem arz etmektedir. Örgütsel bağlılığın kavramsal açıdan üç etkenle tanımlanması mümkündür. Bu etkenlerden birincisi; örgütün hedef ve değerlerine ilişkin inanç ve kabul edilebilirlik, ikincisi; örgüt için gösterilen üst

düzyayret, üçüncüsü ise örgütteki varlığını devam ettirmek açısından kuvvetli bir istek şeklinde ifade edilmektedir (Ceseroğlu, 2010: 40).

Günümüzde örgütsel bağlılığın sıklıkla araştırmalara konu olmasının temel gerekçesi, örgütlerin geleneksel yönetim anlayışından uzaklaşmaları ve çalışanlar için yapılan yatırımların öneminin farkında varılmasıdır (Oral, 2015: 11). Örgütler, küreselleşmenin etkisiyle ortaya çıkan rekabetçi ortam ve bilgi çağının getirilerinin sonucunda meydana gelen değişimler, yönetim sistemleri ve müşterilerin taleplerindeki değişimler şeklindeki pek çok alanda yeniden yapılanmayla karşı karşıya kalmışlardır (Tiryaki, 2005: 90). Bunun sonucunda örgütler, günden güne daha fazla çalışana gereksinim duymaktadır ve bununla birlikte örgütle çalışanın arasında kurulan ilişkinin de önemi günden güne daha çok ortaya çıkmaktadır (Doğan ve Kılıç, 2007: 38).

Örgütler açısından etkin kaynak kullanımı ve maliyetlerin en aza indirgenerek verimlilik artışının sağlanması, örgütsel bağlılık konusunun kapsamına girmektedir. Örgütlerin etkin kullanmak istedikleri kaynakların temelini nitelikli işgücü veya diğer bir deyişle beşeri sermaye oluşturmaktadır. İşgücünü bir kaynak şeklinde değerlendirmek mümkündür fakat işgücü, gerek kendi mevcut birikiminin gerekse örgütün diğer kaynaklarını kullanarak verimli hale getirilebilecek bir kaynaktır (Türker, 2010: 50). Örgütsel bağlılık, çalışanların örgütlere karşı duydukları bağlılık duygusunun oluşturulmasını, örgüte sadık olmasını ve örgütsel değerlere inanmasını sağlayan birtakım duyguları içermektedir. Dolayısıyla çalışanlarının örgütten memnun olmasının sağlanması, örgütler için oldukça önemlidir (Başyigit, 2006: 38).

Örgütlerin başarılı olması ve hedeflerine ulaşması açısından örgütsel bağlılık, önemli bir rol üstlenmektedir. Dolayısıyla, bu durumun bilincinde olan örgütler tarafından, çalışanların bağlılıklarının ve güvenlerinin kazanılması arzulanmaktadır (Gürkan, 2006: 10). Örgütsel psikoloji içerisinde önemli bir yeri bulunan örgütsel bağlılık, özellikle çalışanların iş memnuniyetlerinde ve çalışan devir hızı üzerinde belirleyici bir role sahiptir. Buradan hareketle örgütlerin, varlıklarını sürdürebilmek açısından çalışanlarının örgütsel bağlılık duygusu geliştirmelerini sağlamaları gerekmektedir (Başyigit 2006: 37).

3. İSTATİSTİK ANALİZ

3.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

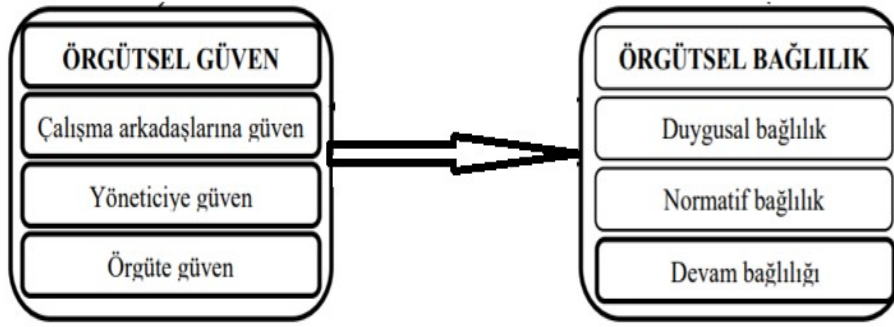
Günümüzde sağlık hizmeti veren kurumlar birçok farklı meslek ve statüdeki bireyin çalıştığı karmaşık yapıdaki organizasyonlardır. Bu kurumlarda sunulan hizmetin doğrudan insan hayatı ile ilişkili olması, bu karmaşık organizasyonların yönetimini ve çalışanlarının örgüte olan güven ve bağlılığını daha da önemli kılmaktadır. Örgüt, içerisinde bireyin profesyonel bir biçimde çalışmasını sürdürdüğü teşkilat, yapı veya mekan olarak adlandırılır. Dolayısıyla, örgütlerde profesyonel faaliyetlerin istenilen biçimde sürdürülebilmesi için, çalışanların güven ve bağlılıklarının geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Örgütsel güven ve örgütsel bağlılık birbiriyle ilişkili ve birbirinden soyutlanması mümkün olmayan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle, farklı sektörlerde değişik örneklem grupları için yapılan araştırma sonuçlarının literatüre katkı açısından önemi büyüktür. Bu çalışmanın amacı, İstanbul'da hizmet veren bir devlet hastanesinde sağlık personeli açısından örgüte güvenin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini ortaya koymaktır.

3.2. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın evreni, İstanbul'da hizmet veren bir eğitim araştırma hastanesinin 921 sağlık çalışanıdır. Örneklem ise, ankete katılmayı kabul eden 345 çalışandan oluşmaktadır. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından geliştirilen örneklem büyüklüğü tablosunda 0.05 örnekleme hatası için $p=0.50$ ve $q=0.50$ için 278 kişi olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada, anket araştırması [05.06.2020-15.07.2020] tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Pandemi nedeniyle tedbirler alınarak yüz yüze ve aynı zamanda mail üzerinden çalışma gerçekleştirilmiştir.

3.3. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Araştırmanın ana hipotezi, örgütsel güvenin örgütsel bağlılık ile anlamlı ilişkili olduğudur. Alt hipotez olarak; kuruma güven, yöneticiye güven ve çalışma arkadaşlarına güven alt boyutlarının örgütsel bağlılık ile pozitif yönlü anlamlı ilişkili olduğudur.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

3.5. Veri Toplama Aracı

Bu araştırma, deneysel olmayan nicel bir araştırma tasarımına sahip olup yapıma metoduna göre tarama modelidir. Kullanılan anketler seçilirken geçerlik ve güvenilirliği yapılanlar tercih edilmiştir. Ölçek bilgileri şöyledir:

Örgütsel Güven Ölçeği: Altuntaş (2009) tarafından geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılan örgütsel güven ölçeği 43 ifadeden ve 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Kuruma güven, yöneticiye güven ve çalışma arkadaşlarına güven olarak alt boyutlar tanımlanmıştır. Ölçeğin Cronbach's Alpha değeri 0.863 olarak elde edilmiştir. Katılımcılar cevapları “kesinlikle katılmıyorum” (1) “kesinlikle katılıyorum” (5) olarak Likert formatında vermişlerdir.

Örgüte Bağlılık Ölçeği: Meyer ve Allen (1991) tarafından geliştirilen örgütsel bağlılık ölçeği; duygusal, devamlılık ve normatif bağlılık 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Türkçe geçerlik ve güvenilirliği Gürkan (2006) tarafından yapılmıştır. Örgütsel bağlılık ölçeği 18 maddeden oluşmakta olup, cevapları “kesinlikle katılmıyorum” (1) “kesinlikle katılıyorum” (5) olarak Likert formatındadır.

3.6. İSTATİSTİK BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

3.6.1. Anketin Güvenirliği

Ankete yönelik güvenilirlik kriterleri Cronbach Alpha=0.897, İkiye Bölme (split)=0.896-0.898, Paralel=0.897 ve Mutlak Kesin Paralel(strict)=0.897 olarak 0.70 değerini geçerek, anketin iç tutarlılığının sağlandığını ortaya koymuştur.

3.6.2. Demografik ve Genel Bilgiler Yüzde Dağılım Bilgileri

Katılımcılara yönelik demografik ve genel bilgiler aşağıda verilmiştir:

- Çalışanların %41.8'i kadın ve %58.2'si erkektir.
- Çalışanların % 35.6'sı 25-35 yaş, % 42.8'i 36-45 yaş ve %21.6'sı 46 ve üzeri yaş arasında olduğunu belirtmiştir.
- Çalışanların %42.7'si evli, %36.3'ü bekar ve %21.0'i boşanmış/dul olarak belirlenmiştir.
- Çalışanların %32.1'i 1-10 yıl arası, %39.8'i 11-15 yıl arası, %28.1'i 16-20 yıl arası meslek kıdemine sahiptir.
- Çalışanların, %11.8'i kadın doğum kliniği, %12.4'ü çocuk hastalıkları, %14.5'i kulak burun boğaz (KBB) kliniği, %11.2'si üroloji kliniği, %9.3'ü cildiye, %10.9'u ortopedi, %8.2'i laboratuvar, %6.7'si radyoloji ve %15.0'i acil serviste görev yapmaktadır.
- Çalışanların, %36.8'i hemşire, %48.1'i doktor, %12.8'i hasta bakıcı ve %2.3'ü idari personel olarak çalışmaktadır.
- Katılımcıların %67.3'ü gündüz, %18.1'i gece ve %14.6'sı nöbet usulü çalışmaktadır.

3.6.3. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Veri setinin, açıklayıcı faktör analizine uygun olduğunun gerçekleştirilen testler ile onaylanmasının sonrasında, faktör yapısının ortaya konulması için faktör tutma metodu olarak varimax döndürme metodu ve temel bileşenler analizi yönteminden yararlanılmıştır.

Tablo 1. Faktör Analizi Sonuçları ve Cevap Ortalamaları

Örgütsel Güven Ölçeği	Varyansı Açıklama Yüzdesi	Cronbach-Alpha (CA)	Cevap Ortalaması
Kuruma Güven	%29.56	0.890	3.94
Yöneticiye Güven	%24.09	0.893	3.87
Çalışma Arkadaşlarına Güven	%20.27	0.889	4.05
Varyans Açıklama Yüzde: %73.92			
Örgütsel Performans Ölçeği	Varyansı Açıklama Yüzdesi	Cronbach-Alpha (CA)	Cevap Ortalaması
Duygusal Bağlılık	%31.67	0.892	3.87
Devamlılık Bağlılığı	%28.03	0.870	3.93
Normatif Bağlılık	%22.45	0.885	3.95
Varyans Açıklama Yüzde: %82.15			

Faktör yapısında, örgütsel güven için 3 faktör ve örgütsel bağlılık için 3 faktör öz değerleri 1'den yüksek olarak elde edilmiştir. Örgütsel güven ölçeği Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliği, iyi düzeyi ifade eden 0.70 değerinin üzerinde 0.924, örgütsel bağlılık ölçeği 0.918 olarak elde edilmiştir. Analizi yapılacak olan değişkenlerin tutarlılığını ölçmek için yapılan Bartlett küresellik testinin sonucu yetenek yönetimi ölçeği için istatistik anlamlı ($\chi^2= 4809.22$ ve $p= 0.000$), örgütsel performans ölçeği için ($\chi^2= 4266.89$ ve $p= 0.000$) ve motivasyon ölçeği için ($\chi^2= 5104.37$ ve $p= 0.000$) olarak elde edilmiştir. Anti-ımağ korelasyon matrisi sonuçlarına göre, ifadelerin çapraz ilişki katsayıları kritik düzey olan 0.5'in üzerinde yetenek yönetimi ölçeği için (0.55-0.89) arasında, örgütsel performans için (0.64-0.88) arasında elde edilmiştir. Her üç ölçek için extraction (çıkarma) sütununda 0.20'nin altında soru yoktur, böylece soru çıkarımına gidilmemiştir.

3.6.5. Regresyon Analizi Sonuçları

Çalışmada, örgüte güven bağımsız değişken ve örgüte bağlılık bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Varsayımların sağlanması amaçlı Eviews 10.0 sürümü içinde bulunan Newey-West algoritmasıyla analizler gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2. Regresyon Analizi Tahmin Sonuçları

Bağımlı Değişken:	Katsayı	St. hata	t istatistiği	p
Örgütsel Bağlılık				
Sabit	5.473	0.836	6.546	0.005*
Örgütsel Güven	0.609	0.124	4.911	0.000*
$R^2 = 0.712$ $F_{hesap} = 45.61$ $F_{anamlılık} = 0.000$ Harvey test (p) = 0.162 LM test (p) = 0.139 Jarque-Bera (p) = 0.288				
Bağımlı Değişken:	Katsayı	St. hata	t istatistiği	p
Örgütsel Bağlılık				
Sabit	4.367	0.621	7.032	0.001*
Kuruma Güven	0.585	0.092	6.358	0.000*
Yöneticiye Güven	0.416	0.063	6.603	0.006*
Çalışma Arkadaşlarına Güven	0.541	0.091	5.755	0.004*
$R^2 = 0.723$ $F_{hesap} = 41.47$ $F_{anamlılık} = 0.000$ Harvey test (p) = 0.157 LM test (p) = 0.143 Jarque-Bera (p) = 0.275				

*0.05 için istatistik anlamlı değişken

Tablo 5'e göre, örgütsel güven 1 br. arttığında örgütsel bağlılığın 0.609 br. artacağı görülmüştür. Diğer yandan; alt boyutlardan kuruma güven 1 br. arttığında örgütsel bağlılığın 0.585 br. artacağı, yöneticiye güven 1 br. arttığında örgütsel bağlılığın 0.416 br. artacağı, çalışma arkadaşlarına güven 1 br. arttığında örgütsel bağlılığın 0.541 br. artacağı belirlenmiştir. Alt boyutlar için, örgütsel bağlılık üzerinde en yüksek etki kuruma güven iken, en az etki yöneticiye güven olarak belirlenmiştir. **Böylece, hem ana hipotez hem de alt hipotez doğrulanmıştır.**

4. SONUÇ

Günümüze kadar yapılan çalışmalar incelendiğinde, örgütsel güven ve örgütsel bağlılığın arasında karşılıklı ve birbirini artırıcı yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Örgütlerde güven ortamının oluşturulması çalışanların

örgütsel bağlılığını artıracığı gibi; çalışanların örgütsel bağlılığının artması sonucunda da örgütsel güven duygusu meydana gelecektir. Örgütsel güven ve bağlılığın, çalışanların bireysel ve ekip içerisindeki performanslarını artırdığı ve örgütün başarısına katkı sağladığı bilinmektedir. Diğer taraftan rekabet ortamında varlığını devam ettirmek ve hedeflerine ulaşmak isteyen örgütler, çalışanlarına verdikleri önemi artırmakta ve dolayısıyla örgütsel güven ve bağlılığın oluşması için çaba sarf etmektedirler.

Çalışanlarına karşı adil olmayan, yetkilerin ve sorumlulukların verilmesi konusunda çalışanına güvenmeyen ve kuşkuyla yaklaşan örgütlere karşı çalışanlarının güven duyması söz konusu olmamaktadır. Bunun tam aksine, çalışanlarının bilgi ve becerilerinin bilincinde olan örgütler güven yaratmayı başarabilecek ve bunun beraberinde performansların daha verimli olması durumu, karlılıkta artış ve örgütsel bağlılık duygusu meydana gelecektir. Günümüz koşullarında, örgütlerin varlıklarını devam ettirebilmeleri, büyük ölçüde güvene dayanan örgütsel bağlılığın sağlanmasına bağlıdır (Zorba vd., 2015: 190).

Bu çalışmanın amacı, eğitim araştırma hastanesinde görev yapan sağlık sektörü çalışanları için 345 çalışan için örgüte güvenin örgüte bağlılık üzerindeki etkisini belirlemektir. Regresyon analizi sonucunda, örgütsel güven 1 br. arttığında örgütsel bağlılığın 0.609 br. artacağı belirlenmiştir. Ayrıca, alt boyutlardan kuruma güven 1 br. arttığında örgütsel bağlılığın 0.585 br. artacağı, yöneticiye güven 1 br. arttığında örgütsel bağlılığın 0.416 br. artacağı, çalışma arkadaşlarına güven 1 br. arttığında örgütsel bağlılığın 0.541 br. artacağı belirlenmiştir. Örgütsel bağlılık üzerinde en yüksek etki kuruma güven ve en az etki yöneticiye güven olarak belirlenmiştir.

Literatürde bir çok çalışmaya paralel sonuçlar elde edilmiştir. Cho ve Park (2011), Demir (2011), Akmaz (2016) ve Yorulmaz ve Karabacak (2020) çalışmaları örgütsel güvenin örgütsel bağlılık üzerinde pozitif yönde ve güçlü etkilerinin bulunduğunu belirlemiştir. İnsanlar arasındaki ilişkinin temel yapı taşlarından olan güvenin, örgütsel destek ile birlikte çalışanlara yansıtılması, onların örgütsel bağlılıklarına daha çok etki yapacaktır. Çalışanların örgütsel bağlılıklarının artması ise, onlardaki bir çok olumsuz düşüncenin önüne geçerek örgütü istenen bir düzeye getirecektir. Yöneticiler, ekonomik ve sosyal amaçları doğrultusunda, personelinin örgütsel bağlılık ve örgütsel güvenini yükseltmek için farklı stratejiler geliştirebilirler. Araştırma farklı sektörlerde ve değişik örneklem gruplarında yapılarak literatüre katkı sağlanacaktır.

KAYNAKÇA

- Akmaz, A. (2016). *Psikolojik kontrat ile örgütsel bağlılık ve örgütsel güven ilişkisi: Mersin ilindeki 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Aksoy, M. (2009). *İşletmelerde örgütsel anlayışın algılanması ve demografik değişkenler açısından analizi*. (Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal Of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1996). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: An examination of construct validity. *Journal Of Vocational Behavior*, 49(3), 252-276.
- Asunakutlu, T. (2002). Örgütsel güven oluşturulmasına ilişkin unsurlar ve bir değerlendirme. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 17-32.
- Ayaz, N. & Batı, T. (2017). Turizm işletmelerinde örgütsel güven ve örgütsel stres ilişkisi: mutfak departmanı işgörenleri örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 9(1), 527-541.
- Başığit, A. (2006). *Örgütsel iletişimin örgütsel bağlılık üzerine etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Batı, F., & Tutar, E. (2016). Örgütsel güven kavramı, özellikleri ve yararları, *İstanbul Arel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 35-41.
- Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment. *The American Journal of Sociology*, 66(1), 32-40.
- Börü, D. (2005). Güven: örgütsel düzeyde önemi anlamı, temelleri, sonuçları ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilişkisi, *çalışma yaşamında dönüşümler: örgütsel bakış*. İstanbul: Nobel Yayınları.
- Büte, M. (2011). Etik iklim, örgütsel güven ve bireysel performans arasındaki ilişki. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(1), 171-192.

- Ceseroğlu, C. M. (2010). Örgütlerde işgören ilişkileri açısından psikolojik kontrat ve örgütsel bağlılık üzerine etkisi: 4-5 yıldızlı otel işletmeleri örneği. (Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale), Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Cho, Y. J., & Park, H. (2011). Exploring the relationships among trust, employee satisfaction, and organizational commitment. *Public Management Review*, 13(4), 551-573.
- Çelik, F. (2015). *Örgütsel güvenin iş tatmini ve örgütsel bağlılıkla ilişkisi: resmi-özel öğretim kurumlarında bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Demir, M. (2011). Effects of organizational justice, trust and commitment on employees' deviant behavior. *Anatolia an International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22 (2),204-221.
- Demirel, Y. (2008). Örgütsel güvenin örgütsel bağlılık üzerine etkisi: tekstil sektörü çalışanlarına yönelik bir araştırma. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 15(2), 179-194.
- Doğan, S., & Kılıç, S. (2007). Örgütsel bağlılığın sağlanmasında personel güçlendirmenin yeri ve önemi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(1), 37-61.
- Erdem, F. (2003). *Sosyal bilimlerde güven*, Ankara: Vadi Yayınları.
- Eren, E. (2014). *Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi*, 14. Baskı, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Etzioni, A. (1975). *A comprehensive analysis of complex organizations*. New York: Free Press.
- Fukuyama, F. (1998). *Güven: sosyal erdemler ve refahın yaratılması*, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Giffin, K. (1967). The contribution of source credibility to a theory of inter personal trust in the communication process, *Psychological Bulletin*, 68(2), 104-10.
- Gilbert, J. & Tang, T. (1998). An examination of organizational trust antecedents, *Public Personnel Management*, 27(3), 321-338.
- Gündoğan, T. (2009). *Örgütsel bağlılık: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Uygulaması*. (Uzmanlık Yeterlilik Tezi, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası İnsan Kaynakları Genel Müdürlüğü, Ankara). Erişim adresi: <http://www3.tcmb.gov.tr/>
- Gürkan, Ç. G. (2006). *Örgütsel bağlılık: örgütsel iklimin örgütsel bağlılık üzerine etkisi ve Trakya Üniversitesi'nde örgüt iklimi ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin araştırılması*. (Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Hall, D. T., Schneider, B., & Nygren, H. T. (1970). Personal factors in organizational identification. *Administrative Science Quarterly*, 1(1), 176-190.
- Heimovics, R. D. (1984). Trust and influence in an ambiguous group setting. *Small Group Behaviour*, 15(4), 545-552.
- Herscovitch, L., & Meyer, J. P. (2002). Commitment to organizational change: Extension of a three-component model. *Journal Of Applied Psychology*, 87(3), 474.
- İnce, G. (2005). *Yönetimde yeni bir paradigma: örgütsel bağlılık*. Ankara: Çizgi Kitapevi.
- İslamoğlu, G., Birsal, M. & Börü D. (2007). Kurum içinde güven: yöneticiye, iş arkadaşlarına ve kuruma yönelik güven ölçümü, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Korkmazyürek, H. & Hazır, K. (2014). Algı, Tutum ve Duygular içerisinde Örgütsel Davranış, 2. Baskı, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Korkmazyürek, H. & Hazır, K. (2014). Algı, tutum ve duygular, Ünsal S. ve Gürbüz, S. (Ed.), *Örgütsel davranış içinde* (s.70-79). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Luhman, N. (1979). *Trust and power*, New York: John Wiley.
- Mayer, R. C. & Davis, J. H. (1999). The effect of the performance appraisal system on trust formangement: a fieldquasi-experiment. *Journal of Applied Psychology*, 84(1), 123-136.

- Meyer, J. P. & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. New York: SagePbc.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1984). Testing the “side-bet theory” of organizational commitment: some methodological considerations. *Journal Of Applied Psychology*, 69(3), 372-382.
- Mishra, A. K. (1996). *Organizational responses to crisis: the centrality of trust, trust in organizations: frontiers of theory and research*, London: Sage Publications.
- Mishra, J. & Morrissey, M. (1990). Trust in employee/employer relationships: a survey of west Michigan managers. *Public Personnel Management*, 19(4), 443- 486.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal Of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal Of Vocational Behavior*, 14(2), 224-247.
- Oral, H. (2015). *Otel işletmelerinde iş koşullarının çalışanların örgütsel bağlılıkları üzerine etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir), Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- O'Reilly, C. A., & Chatman, J. (1986). Organizational commitment and psychological attachment: The effects of compliance, identification, and internalization on prosocial behavior. *Journal Of Applied Psychology*, 71(3), 492-499.
- Perry, R. W., & Mankin L. D. (2007). Organizational trust, trust in the chief executive and work satisfaction. *Public Personnel Management*, 36(2), 165-179.
- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., & Boulian, P. V. (1974). Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians. *Journal Of Applied Psychology*, 59(5), 603-609.
- Seppanen, R., Blomqvist, K. & Sundqvist, S. (2007). Measuring interorganizational trust-a critical review of the empirical research in 1990-2003. *Industrial Marketing Management*, 36(1), 249-265.
- Solomon, F. & Flores, F. (2001). *Güven yaratmak*, İstanbul: Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası.
- Şenturan, Ş. (2014). *Örnek olaylarla örgütsel davranış*, İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Taşkın, F., & Dilek, R. (2010). Örgütsel güven ve örgütsel bağlılık üzerine bir alan araştırması, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 37-45.
- Thompson, W. E., & Hickey, J. V. (1999). *Society in focus*, Third Edition, New York: Longman Pbc.
- Tiryaki, T. (2005). *Örgütsel kültürün örgütsel bağlılık üzerine etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Türker, E. (2010). *Psikolojik sözleşme ile örgütsel bağlılık ilişkisi: sağlık çalışanları üzerine bir uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum). Erişim adresi: <http://tez2.yok.gov.tr/>
- Yorulmaz, M. & Karabacak, A. (2020). Liman çalışanlarında örgütsel güven ile iş performansı arasındaki ilişki: iş tatmini ve örgütsel bağlılığın rolü. *Journal of Organizational Behavior Review*, 2(1), 49-67.
- Zorba, E., Çelik, B. & Mutlu, O. T. (2015). Sporcuların yöneticilere duyduğu güven ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki. *International Journal of Science Culture and Sport*, 3(4),188-196.

Risk Eğiliminin Finansal İyi Olma Hali Üzerine Etkisi: Bankacılık Sektörü Örneği

Gökçe TEKİN TURHAN^a

Özet

Risk alma eğilimi bireylerin mevcut durumlarını korumak ya da geliştirmek adına belirsizlik, tehlike, zarar etme gibi olumsuz çıktılarla karşılaşabilme ihtimallerine rağmen, temkinli davranmak yerine bir adım atmayı tercih etmeleridir. Bireylerin daha fazla kazanmak ve daha az kaybetmeye dair farklı risk seviyelerinde iki seçenek arasında kaldıklarında, çoğunlukla kazanmaya yönelmek yerine kayıptan kaçınmayı tercih ettikleri göz önünde bulundurulduğunda, riske karşı tutum finansal iyi olma halini etkileyecektir. Kişinin kendini finansal açıdan güven içinde algılaması olarak da tanımlanabilecek olan finansal iyilik hali, en çok risk alma eğiliminden etkilenmektedir. Çünkü, bireyler için değişmeyen kavram faydayı maksimize etme arzusudur. Bu çalışmanın amacı, İstanbul'da bankacılık sektöründe çalışanlar için risk alma eğiliminin finansal iyi olma hali üzerine etkisinin belirlenmesidir. Korelasyon analizi sonucunda, risk eğilimi arttıkça finansal iyi oluş durumu %31,7 artacağı, regresyon analizi sonucunda, risk eğilimi 1 birim arttığında finansal iyi oluş halinin 0,348 birim artacağı belirlenmiştir. Bu örneklem için risk eğilimi finansal iyi oluş hali üzerinde olumlu etkiye sahiptir.

Anahtar Kelimeler:Risk Eğilimi, Finansal İyi Olma Hali, İstatistik Analiz

Jel Kodları:C13, G02, G32

The Effect Of Risk Tendency On Financial Well-Being: The Banking Sector Case

Abstract

Risk tendency to take risks is when individuals prefer to take a perceived risk in order to protect or improve their current situation rather than being cautious, despite the possibility of encountering negative outcomes such as uncertainty or loss. When individuals are caught between two risky options of winning more and losing less, the majority prefers to avoid loss rather than winning, which implies that their risk attitudes, or risk tendency will have an effect on their perceived financial well-being. Financial well-being, which can also be defined as a person's perception of himself / herself financially, is mostly affected by the tendency to take risks, because the desire to maximize benefit is a constant concept for individuals. The purpose of this study is to determine the effects of risk tendency on financial well-being for those working in the banking sector in Istanbul. For the sample reviewed, it was found that the risk tendency has a positive effect on financial well-being. Based on the correlation analysis, as the risk tendency increases, the financial well-being will increase by 31.7% and based on the regression analysis, each unit increase in risk tendency results with 0.348 unit increase in financial well-being.

Keywords:Risk Tendency, Financial Well-Being, Statistical Analysis

Jel Codes:C13, G02, G32

^a Dr. Öğr. Üyesi, Nişantaşı Üniversitesi, Bankacılık ve Finans Bölümü, gokcetekturhan@gmail.com,
Orcid number: 0000-0001-7039-6782

Giriş

Finans alanında yatırımcı davranışları son yıllarda hakkında fazlaca araştırma yapılan popüler konulardan birisi haline gelmiştir. Yatırımcıların karar süreçlerini etkileyen psikolojik, sosyal ve demografik faktörler üzerinde yapılan araştırmalar göstermektedir ki; insan psikolojisi hem içsel hem de dışsal faktörler tarafından etkilenmektedir. Bu noktadan hareketle, hangi faktörlerin yatırımcı davranışı üzerinde ne kadar etkisinin olduğunun belirlenmesi, piyasa aktörleri açısından oluşturacakları yatırım stratejileri açısından önem taşımaktadır.

Yatırımcının risk alma eğiliminin belirlenmesi, finansal enstrümanları yapılandırmak ve düzenlemek bakımından, finansal yatırım enstrümanları ihracı yapan kurum ve kuruluşlar açısından büyük önem arz etmektedir. Bundan dolayı, bireysel yatırımcıların risk karşısındaki duyarlılıkları, uzun zamandır birçok araştırmada ve tartışmada ele alınmıştır. Bununla birlikte, finans piyasalarının gösterdiği gelişmeler ve finansal yatırımların alternatifinin artması sonucunda finansal risk algılama konusu da daha fazla önem kazanmıştır.

Yatırımcılar tarafından yapılacak yatırımın kararı alınırken, kişilik özellikleri ile uyumlu davranışlar sergilenerek göze alabilecekleri risk seviyesi belirlenmektedir. Kimi yatırımcıların daha çok gelir sağlamak açısından daha yüksek riskleri üstlendikleri, kimilerinin ise elde etmiş oldukları gelirlerin kaybedilmesi tehlikesinden dolayı daha düşük risk taşıyan yatırımlara yöneldikleri gözlenmektedir.

Finansal iyi olma hali şeklinde ifade edilen kavram, bireyin maddi durumuna ilişkin göstermiş olduğu memnuniyet algısını ifade etmektedir (Falahati & Paim, 2011). Prawitz vd. (2006) tarafından yapılan tanıma göre; bireyin şahsi finansal durumu sonucunda ortaya çıkan refah ya da stres düzeyi finansal iyi olma hali şeklinde ifade edilmektedir. Söz konusu kavramla birlikte; bireylerin hem maddi hem de manevi bakımdan kendisinin finansal durumunu ne şekilde yorumladığı, hayat kalitesini ne şekilde yükseltebileceği, kendisini finansal olarak nasıl güvence altına alabileceği ve gereksinimlerini ne şekilde karşılayabileceğine ilişkin konular ön plana çıkmaktadır (Taft vd., 2013).

Bireyler tarafından riskli yatırım araçlarına yönelik tercihler yapıldıkça risk eğilimlerinin yükseldiği, bireylerin finansal davranışlarının finansal iyi olma halinin düzeyine etki edeceği, rasyonel finansal davranışların, bireyin finansal iyi olma halinin düzeyini artıracığı, bunun aksine doğru bir şekilde yönetilemeyen finansal süreçlerin de bireyleri kısa veya uzun vade içerisinde sorunlar yaşamaya sevk edeceği öne sürülmüştür.

Çalışmanın amacı, bankacılık sektörü çalışanları için risk alma eğiliminin finansal iyi oluş hali üzerine etkisini korelasyon ve regresyon analizi yardımıyla belirlemektir. Çalışmanın akışında kavramsal çerçeve içinde risk eğilimi ve finansal iyi oluş kavramlarına yer verilmiş, son aşamada istatistik analiz sonuçları bulgular ve yorumlar sunulmuştur.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Risk Eğilimi Kavramı

Sonuçları belirli olmayan ve bilinmeyen koşullarda karar vermeyi risk almak olarak tanımlayabiliriz (Wakkee vd., 2010). Ekonomik yaşamda kullanılan risk kavramı, mevcut piyasanın yapısındaki varolan belirsizlik sebebiyle, potansiyel bir kazanç elde etmenin amaçlandığı kararlarda, zarara uğrama olasılığını ifade etmektedir (Brindley, 2005; Bozkurt ve Erdurur, 2013). Risk, beklediği getirinin en üst düzeyde gerçekleşeceğine inanarak ve mantıklı bir karar alma şeklinde tanımlanmaktadır. İş alanındaki tecrübeler ve deneyimler, yaşanılmış olaylar doğrultusunda içgüdüler de göz önünde bulundurulduğunda, bireylerin üstlendikleri risk miktarının belirlenmesinde büyük bir rol oynamaktadır (Barak, 2008).

Anbar ve Eker (2009)'a göre, yatırım yapan bir kişinin finansal anlamda risk algılama seviyesine etki eden unsurları; bireysel özellikler, psikolojik unsurlar ve demografik ve sosyo-ekonomik unsurlar şeklinde üç grupta incelemek mümkündür. Bu unsurlardaki meydana gelen değişim yatırım yapan kişinin finansal olarak risk algısının da değişmesini sağlayacaktır. Buradan hareketle, yatırımcıların sahip oldukları risk algılamalarının statikten ziyade dinamik bir yapıda olduğunu söylemek mümkündür.

Risk alma eğilimi, kişinin kişilik özelliklerine bağlı olarak değişim göstermektedir. Örneğin; kişi sorumluluk sahibi olmayan ve herhangi bir amacı yoksa yatırımını yaparken kişi riskini hesaplamakla uğraşmadan doğrudan risk alabilir. Kişinin karakterinde gerçekçilik veya korku varsa yatırımını yaparken risk düzeylerine bakıp yatırımlarını daha az riskli yatırımları tercih eder (Bellante ve Gren, 2004). Yatırımcının risk almasındaki

psikolojik faktörlerde öneme sahiptir. Bilişsel önyargılara sahip bir birey, daha önce yaşadığı problemlerle kıyaslama yaparak yapacağı yatırımda risk almak istemez veya tam tersi daha önce yaşadığı olumlu durum karşısında risk alıp yatırımını o alana yapabilir (Gutter vd.,2006). Yatırımcıların demografik ve sosyoekonomik durumları da yatırımcının karar vermesini risk almasını etkiler. Örneğin, kişinin yaşı genç ise ileriye dönük yatırım planlaması yapar ve risk alabilir. Fakat kişi yaşlı ise, bir an önce elindekileri nakit çevirmeye çalışacaktır ve risk almak istemeyecektir. Aylık net ortalama gelirine göre risk düzeylerini belirlerken, kişinin gelirine bakıp yapacağı yatırımın riskini hesaplayıp, gelir düzeyine göre yatırımlarını belirler (Karan, 2013).

Montier (2002) tarafından bireysel yatırımcılar, şahsi hesapları için yatırımlar gerçekleştiren ve işlem miktarları da kişiden kişiye göre değişen küçük yatırımcılar olarak tanımlanmaktadır. Karan (2013)'e göre bireysel yatırımcılar, "portföylerinin yönetimini hobi amacıyla yapan ve profesyonel bir desteğe başvurmaksızın şahsi portföylerinin yönetimini yapan yatırımcılar" şeklinde tanımlanmış olup söz konusu yatırımcıların pazar algılarının, riske yönelik düşüncülerinin kurumsal yatırımcıların ki gibi profesyonel olmadığını, bu yatırımcıların da aldıkları kararlarda psikolojik ve demografik nitelikler etkili olmuştur. Karan (2013) çalışmasına dayanarak, bireysel yatırımcıların risk algısıyla ilgili taşıdıkları nitelikler şöyle sıralanabilir:

- Kurumsal yatırımcıya göre risk, elde edilecek gelirlerin standart sapması şeklinde algılanırken, bireysel yatırımcılara göre ise risk para kaybetmek şeklinde algılanmaktadır.
- Genel olarak bireysel yatırımcılar, bilinmeyen şeylerden korkma niteliği taşımaktadırlar. Bireysel yatırımcılar belirsiz durumlara ilişkin negatif durumları abartma eğilimi gösterirler.
- Genellikle bireysel yatırımcılar önceden yatırım yaptığı ve zarara uğradığı bir senede yatırımlarını yapmama eğilimi gösterirler.
- Bireysel yatırımcılar, çoğunluğun ilgilenmekte olduğu araç veya senetlere yatırımlarını yaptıkları takdirde riskin de azalabileceğini düşünmektedirler.
- Bireysel yatırımcılar, önceden meydana gelmiş riskler ile gelecekte meydana gelme ihtimali olan riskleri birbirine karıştırırlar.

Bireysel yatırımcılar tarafından pazarın algılanması ve risk ile getiriye ilişkin düşüncelerini oluşturmaları, kurumsal yatırımcılarda olduğu şekilde profesyonel olmamaktadır. Bireysel yatırımcıların aldıkları kararlarda hem psikolojik hem de demografik özelliklerinin oldukça büyük bir etkisi bulunmaktadır (Saraç ve Kahyaoglu, 2011).

Risk kavramını her şeyden önce, yatırım kararı almanın bir özelliği şeklinde ifade etmek mümkündür. Rui ve Hanna (2005)'e göre risk, yatırım kararlarının ardından potansiyel olarak önemli ve arzu edilmeyen neticelerin meydana gelmesi konusundaki belirsizliğin ifadesi şeklinde tanımlanmıştır. Söz konusu tanıma göre, risk kavramının anlaşılabilmesi açısından üç unsurdan söz edilmektedir. Bu unsurları; sonuçların belirsiz olması, beklentiler ve beklentilerin gerçek olmas potansiyeli şeklinde sıralamak mümkündür.

1.2. Finansal İyi Olma Hali

Literatürde, "Financial Well-being" kavramı olarak tanımlanan bireyin kendini finansal açıdan iyi durumda hissetmesi finansal iyi olma hali finansal stres teriminin negatif karşılığı olarak değerlendirilmektedir (Prawitz vd., 2006). Bu kavram Hayhoe vd. (1999) tarafından bireylerin finansal durumlarından duydukları memnuniyet şeklinde tanımlanırken, Joo (2008)'e göre, aynı kavram bireylerin finansal olarak kendilerini güvende hissetmeleri ve finansal durumlarından dolayı kaydı duymamaları anlamına gelmektedir.

Başka bir ifadeyle finansal iyi olma hali, kişinin kendini ve ailesini belirsiz ekonomik koşullarda karşısına çıkabilecek; işsizlik, büyük tutarlarda borç altına girme, iflas etme ve yoksul bir şekilde yaşama şeklindeki riskler karşısında koruyarak güven içinde ve yeterli hissetmesi durumudur (Taft vd., 2013). Finansal anlamda durumu iyi olan bireylerin en temel özelliği; ödeyebileceğini düşündüğü veya finansal durumundan kaynaklı sahip olduğu borçlarından dolayı herhangi bir huzursuzluk hissetmemesi ve ilerleyen dönemlerde borcunun kalmayacağı düşüncesine sahip olmasıdır (Rai vd., 2019). Buradan hareketle, yapılmış sosyolojik araştırmalarda, mutluluğun ve bireyin kendini genel olarak iyi hissetmesinin çoğu kültürde dört temel etmene bağlı olduğu ifade edilmektedir. Bu etmenler sağlık, ekonomik durum, iş hayatı ve aile ilişkileridir. İnsanlar, sağlıklı, iş sahibi, evli ya da güçlü aile ilişkilerine sahip ve finansal açıdan güvende olduklarında daha mutlu olmaktadır (O'Neill vd., 2005).

Bireylerde finansal iyi olma hali; bir bütün olarak bireylerin finansal, çevresel, sosyal, duygusal ve bedensel özelliklerinin yansımalarının neticesinde ortaya çıkmaktadır. Buradan hareketle bireyler, bütün bahsi geçen unsurlara göre kendisinin finansal anlamdaki durumunu iyi veya kötü olarak değerlendirmektedir (Kutbay vd.,

2017). Finansal iyi olma kavramı, bireylerin özelliklerinden biri şeklinde görünüyorsa da temelde bireyin finansal alandaki hareketlerinin ve kararlarının sonucunda meydana gelmektedir (Gutter ve Copur, 2011). Bu doğrultuda, Sabri ve Falahati (2012)'nin yapmış olduğu çalışmaya göre bireyin finansal davranış eğiliminin finansal iyi olma hali seviyesi üzerinde etkileri olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Günümüzde, hem finansal piyasaların kapsamının genişlemesi hem de finans araçlarının gelişmesine ilişkin şekilde, bireylerin mevcut durumda ellerinde bulunan paranın daha fazlasını kullanabilme seçeneğine sahip olmaları, özellikle kredi kartı gibi araçların sağlamış olduğu fırsatlar kapsamında çok daha kolay bir şekilde yapılabilmektedir. Bireylerin yaptıkları harcamaları, temelinde borçlanmayı esas alan kredi kartlarıyla karşılamaları, finansal iyi olma halinin değişmesine yol açabilmektedir (Sorgente ve Lanz, 2017).

Bireylerin kendilerini finansal anlamda güvende hissetmeleri şeklinde de tanımlanabilen finansal iyi olma hali, bir çok unsur tarafından etkilenebilmektedir. Bireyin borcunun olması, finansal iyi olma haline etki etmekle beraber bireyin finansal tutumlarının borçlu olma durumuna doğrudan etkisi bulunmaktadır (Joo, 2008). Clark vd. (2017), kişilerin içerisinde buldukları borç durumundan dolayı kaygı duymamalarının sebebini, borçluluk durumlarına ilişkin sahip oldukları tahammülleri ve hoşgörülerine bağlamaktadır. Ancak genel olarak, yüksek miktarlarda borçlu olmak, kişilerin finansal iyi olma hali algılamalarının üstünde birtakım olumsuz etkilere yol açmaktadır. Bu durumu destekler nitelikte; yüksek miktarlarda borç sahibi olma durumunun, kişiler açısından büyük bir strese sebebiyet verdiği ve finansal iyi olma halinin olumsuz etkilendiği sonucuna ulaşan çeşitli araştırmalarda ele alınmıştır. Söz konusu araştırmaların sonuçlarını destekleyici şekilde; borç sahibi olan bireylerin psikolojik olarak daha gözle görülür bir şekilde endişe belirtilerini taşımalarının mümkün olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Finansal iyi olma hali, bireyler tarafından gelirlerine ve tasarruflarına yönelik duydukları memnuniyeti ifade etmekle beraber, kendilerini finansal anlamda güven içerisinde hissetme durumlarını, geçim güçlerini ve finansal olanaklara yönelik algılamalarını da kapsamaktadır (Gutter ve Copur, 2011). Finansal iyi olma hali, bireylerin ellerinde bulunan paranın fazlasını kullanmayı arzu etmeleri ve bu isteklerini de genel olarak kredi kartı kullanımı ile karşılamaları sebebiyle uzun bir süredir ekonomistler, araştırmacılar, eğitimciler ve finansal yöneticileri tarafından ilgilenilen bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Brüggen vd.,2017). Literatür incelendiğinde “finansal iyi olma hali” ve “ekonomik iyi olma hali” kavramlarının birbirleriyle sık sık karıştırıldığı veya aynı anlamda kullanıldığı görülecektir. Fakat, finansal iyi olma hali bireylerin finansal yaşantısını daha geniş çerçeveden değerlendirirken, ekonomik iyi olma hali ise genellikle “gelir seviyesi” değişkeninden faydalanmaktadır (Joo, 2008). Finansal iyi olma halinin ilişkili olduğu kavramlar; akademik alanda başarı, bedensel ve zihinsel olarak sağlıklı olma durumu ve bireyin hayatından duyduğu memnuniyet şeklinde sıralanmaktadır ve dolayısıyla finansal iyi olma halinin iyileştirilmesiyle, sıralanan ilişkili kavramlar dahil olmak üzere genel iyi olma hallerinin de iyileştirilmesi sağlanmaktadır (Vosloo vd.,2014; Lee ve Kim, 2016).

2. İSTATİSTİK ANALİZ

2.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Bireysel yatırımcılar, yatırımlarının kararını alırken mikro ve makro seviyede, finansal, sosyal, kültürel, çevresel ve psikolojik pek çok unsurun etkisi altındadırlar. Söz konusu unsurlar arasından en önemlisi; risk unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Risk unsurunun, bireylerin yatırım kararları üzerinde ne derece etkisinin olduğu ise bireylerin risk algıları doğrultusunda çeşitlilik göstermektedir. Bireylerin risk alma eğilimlerinin artması, yatırım kararlarını üzerinde de olumlu bir etki yaratabilir.

Bireyler, yatırıma ilişkin kararlar alırken ve başarılı bir biçimde hayat geçirirken, bireylerin riske ilişkin bakış açıları ve risk alma kapasiteleri önemli bir rol oynamaktadır. Genellikle bireylerin riski arzu etmemesi varsayımına karşın, bütün bireylerin risk alma seviyeleri, başka bir deyişle üstlenmek istedikleri belirsizliğin tutarı değişkenlik göstermektedir. Bireylerin karar alma süreçleri ve davranışları yönünde yapılan çalışmalarda genel itibarıyla en fazla kazanç yerine en az kaybı tercih ettikleri görüşünden hareketle risk alma eğilimlerinin de düşük olacağı; dolayısıyla bireylerin en az pişmanlık duyacakları ve minimum kayba uğrayacakları seçenekleri tercih etme eğiliminde olacakları beklenmektedir. Fakat çevresel ve örgütsel faktörlerle birlikte bireylerin risk alma eğilimi artabilir ve finansal iyi oluş üzerine olumlu etki sağlayabilir.

Bu çalışmada bankacılık sektörü çalışanlarının risk eğilimlerinin finansal iyi olma hali üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Bankacılık sektöründe çalışanlar, hizmet sundukları müşterilerinin yatırım

kararlarında yönlendirici olmakta ve müşterilerin yatırım kararlarında etkili bir rol üstlenmektedirler. Bankacılık sektörü gibi yatırım imkanlarının oldukça fazla olduğu bir alanda çalışmakta olan kişilerin, kişisel portföylerini oluştururken yapmış oldukları tercihlerin neticesinde kendilerini finansal açıdan ne durumda hissettiklerinin ve risk eğilimlerinin belirlenerek, risk eğiliminin finansal iyi olma hali üzerindeki etkilerini ortaya koymak, bu çalışmayı önemli kılacaktır.

2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

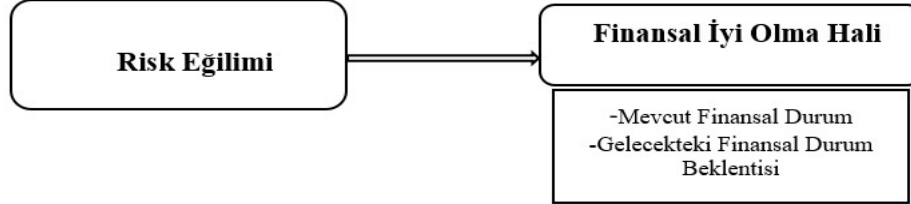
Araştırmanın evreni, İstanbul'da hizmet veren özel ticari banka çalışanlarıdır. Bankalar birliği Mart 2020 raporuna göre, Türkiye'de özel ticari banka çalışan sayısı 68.637 kişidir. İstanbul'da çalışan sayısı 10.372 kişi olarak açıklanmıştır. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004)'in geliştirmiş olduğu örneklem büyüklüğü tablosunda 0.05 seviyesinde örneklem hatası için $p=0.50$ ve $q=0.50$ alınması durumunda örneklem büyüklüğü 370 kişi şeklinde tespit edilmiştir. Bu çalışmada ise 412 çalışan için istatistik analiz yapılmıştır. Anket [05.09.2020-05.10.2020] tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Pandemi nedeniyle mail üzerinden çalışma gerçekleştirilmiştir.

2.3. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Araştırmanın ana hipotezi, "risk eğiliminin finansal iyi olma hali ile istatistik anlamlı ilişkili" olduğudur. Aynı zamanda, risk eğiliminin, bireyin mevcut finansal durum boyutu ve gelecekteki finansal durum beklentisi boyutlarıyla istatistiki olarak anlamlı ilişkisi bulunduğu savı alt hipotezi oluşturmaktadır. Çalışmanın ana ve alt hipotezlerini aşağıda sunulan Tablo 1'den görmek mümkündür:

Tablo 1. Araştırma Hipotezleri

	Hipotezler
H_{1a} (ana hipotez)	Risk Eğilimi (RE) Finansal İyi Olma Halini (FİO) istatistik anlamlı etkilemektedir.
H_{2a} (alt hipotez)	Risk Eğilimi (RE) Mevcut Finansal Durum (MFD) ve Gelecekteki Finansal Durum Beklentisi(GFDB) ile istatistik anlamlı ilişkilidir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

2.4. Varsayımlar ve Kısıtlar

Anket çalışmasına katılan kişilerin, ölçekte yer alan soruları yanıtlarken gerçek duygu ve düşüncelerini yansıttığı varsayılmıştır. Ankete katılanların, anket çalışmasını istekli olarak yanıtladıkları ve ankette bulunan soruların doğru ve eksiksiz olarak yanıtladığı varsayılmıştır. Katılımcıların, anket sorularının gerçek anlamını kavradıkları kabul edilmiştir. Anketin örneklem sayısının artırılması konusunda zorluk yaşanmıştır. Diğer yandan, anketin yapıldığı tarih aralığında mailine bakmayan, izinli veya raporlu olan çalışanlar örneklemin dışında kalmışlardır.

2.5. Veri Toplama Aracı

Yapılan anket çalışması, deneysel olmayan nicel bir araştırma tasarımıdır ve yapıma metoduna göre ise bir tarama modelidir. Araştırmada kullanılan ölçek, geniş bir literatür taramasının sonucunda geçerlilik ve güvenilirliği daha önceki araştırmalarda onaylanan ölçeklerden faydalanılarak hazırlanmıştır. Kullanılan ölçekleri aşağıdaki gibi açıklamak mümkündür:

Finansal İyi Olma Hali Ölçeği: Bu ölçek, Norvilitis, Szablicki ve Wilso tarafından hazırlanan ve 2003 yılında yayınlanan ölçekten uyarlanmıştır ve toplamda 8 soru içermektedir. Sunal (2012) tarafından Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılmış olup CA değeri 0.79 bulunmuştur. Norvilitis vd. (2003) çalışmalarında belirttikleri üzere, ölçeğin uygulanmasının sonucunda tek bir toplam puan elde edilebilmekte ve söz konusu puanların artışı finansal iyi olma halinin de artış gösterdiğini ifade etmektedir. Bu ölçek için katılımcılar, soruların tamamını 5'li Likert tipinde hazırlanan (1:Kesinlikle Katılıyorum, 5:Kesinlikle Katılmıyorum) bir ölçeğin üzerinde değerlendirmişlerdir ve ölçekte bulunan 4, 5, 6. ve 10. sorular ters puanlanmıştır.

Risk Eğilimi Ölçeği:Çalışmada, Nasic ve Weber (2010)'in geliştirdiği ve Hunjra, Qureshi ve Riaz (2017) tarafınca uyarlanıp kullanılan Risk Eğilimi Ölçeği'nden faydalanılmıştır ve bu ölçekte toplamda 6 soru yer

Çalışmanın Başlığı Risk Eğiliminin Finansal İyi Olma Hali Üzerine Etkisi: Bankacılık Sektörü Örneği

almaktadır. Atabay vd. (2018) tarafından Türkçe geçerlik ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ölçekte 2, 4, 6.cı maddeler ters kodlanmıştır. Yazarlar tarafından CA değeri 0.812 bulunmuştur. Ölçek 5'li Likert tipinde (1: Kesinlikle Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılmıyorum) hazırlanmıştır.

2.6. İstatistik Bulgular ve Değerlendirme

2.6.1. Anketin Güvenirliği

Anket çalışmasından elde edilen veriler için güvenilirlik testi olarak; Cronbach-Alpha, İkiye Bölme (Split), Paralel ve Mutlak Kesin Paralel (strict) testleri uygulanmıştır. Cronbach Alpha için bulunan değer %70'in üzerinde olması, anketin güvenilir olduğunu ifade etmektedir. Kimi araştırmacılar tarafından ise %75 değerinin geçilmesi esas alınmaktadır (Sezgin ve Kınay, 2010; Sezgin, 2016). Diğer ölçütlerin de %70 değerinin üzerinde olması, anketin iç tutarlılık gösterdiğini ve sonuçlara güvenebileceğini ifade etmektedir. Bu çalışmada yapılan anket güvenilirlik analizlerinin sonuçları; Cronbach-Alpha = 0.925, Paralel = 0.926, Split = 0.925-0.927 ve Strict = 0.925 olarak belirlenmiştir.

2.6.2. Demografik ve Genel Bilgiler Yüzde Dağılım Bilgileri

Çalışmada katılımcıların %56.9'u kadın ve %43.1'i erkektir. Çalışanların % 45.5'i 25-35 yaş, % 43.8'i 36-45 yaş ve %10.7'si 46 ve üzeri yaş arasında olduğunu belirtmiştir. Kişilerin %39.7'si evli, %33.4'ü bekar ve %26.9'u boşanmış/dul durumundadır. Mesleki kıdem %39.1'i 1-10 yıl arası, %35.2'si 11-15 yıl arası, %25.7'si 16-20 yıl arası biçimindedir. Çalışanların %73.5'i üniversite, %16.8'i yüksek lisans ve %9.7'si doktora düzeyinde eğitim almıştır. Çalışanların %79.5' i finansal okuryazarlık eğitimi almış, %20.5'i eğitim almamıştır. Ayrıca, çalışanların %88.2'si bireysel yatırımcı olduğunu (yatırım araçlarını kullanıp getiri sağladığını) ve %11.8 kişi ise bireysel yatırımcı olmadığını belirtmiştir.

2.6.3. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Açıklayıcı Faktör analizinin uygunluğunun belirlenmesinde ilk aşama olan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliği, iyi düzeyi ifade eden 0.70 seviyesinin üzerinde 0.923 olarak elde edilmiştir. Analizi yapılacak olan değişkenlerin tutarlılığını ölçmek için yapılan Bartlett küresellik testinin sonucu istatistik anlamlı ($\chi^2= 6832.45$ ve $p= 0.000$) olarak elde edilmiştir. Anti-imağ korelasyon matrisinin sonuçları doğrultusunda, ifadelerin çapraz ilişki katsayıları kritik düzey olan 0.5'in üzerinde (0.55-0.89) arasında elde edilmiştir. Ölçek için extraction (çıkarma) sütununda 0.20'nin altında soru yoktur, böylece soru çıkarımına gidilmemiştir.

Tablo 2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktör 1: Risk Eğilimi Cevap ortalaması:3.96	Açıkladığı varyans: 30.42	Cronbach alpha (CA):0.922
	Faktör yükü	Madde silinirse CA
İyi gelir elde etmek için önemli yatırım riskleri alırım.	0.713	0.917
Düşük getirili olsa dahi genellikle güvenli yatırımları tercih ederim. (R)	0.699	0.911
Tasarrufumu artırmaktan çok yatırım ile paramı artırmayı yeğlerim.	0.725	0.910
Hisse senedi alarak yatırım yapma riskinden kaçınırım. (R)	0.784	0.918
Kazançlarımı artırmak için yeri geldiğinde kaybetmeyi göze alırım.	0.709	0.919
Düşük riskle yüksek getiri için istikrarlı hisse senetlerinden alırım. (R)	0.745	0.920
Faktör 2: Mevcut Finansal Durum Cevap ortalaması: 4.02	Açıkladığı varyans: 25.56	Cronbach alpha (CA):0.919
Borçlarımı geri ödemek konusunda endişeliyim.(R)	0.786	0.902
Kredi kartı borçlarımı geri ödemek konusunda endişeliyim. (R)	0.811	0.915
İçinde bulunduğum borçlu durumu çok düşünüyorum. (R)	0.768	0.900
Sahip olduğum borç nedeniyle rahatsızım. (R)	0.754	0.918
Finansal açıdan iyi bir durumda olduğumu düşünüyorum.	0.838	0.909
Harcama miktarım konusunda yakınlarımla tartışırım. (R)	0.725	0.903
Faktör 3: Gelecekteki Finansal Durum Beklentisi Cevap ortalaması: 4.15	Açıkladığı varyans: 20.15	Cronbach alpha (CA):0.915
Bundan 5 yıl sonra borcumun kalmayacağını düşünüyorum.	0.735	0.913
Bundan 1 yıl sonra borcumun kalmayacağını düşünüyorum.	0.713	0.908

Veri setinin, gerçekleştirilen testlerin sonucunda uygun olduğunun onaylanması sonrasında, faktörün yapısını belirlemek için faktör tutma yöntemi olarak “varimax döndürme metodu” ve “temel bileşenler analizi” yöntemlerinden faydalanılmıştır. Böylece, toplam varyansın %76.13’ünü ifade eden ve 3 faktörden oluşan bir yapıya ulaşılmıştır.

2.6.4. Korelasyon Analizi Sonuçları

Risk eğilimi ve finansal iyi oluş ölçekleri boyutları için korelasyon analizinin sonuçlarına Tablo 3’de yer verilmektedir:

Tablo 3. Korelasyon Analizi Sonuçları

		Risk eğilimi	Finansal İyi Olma Hali
Risk eğilimi	r	1.000	.317*
	p		.005
Finansal İyi Olma Hali	r		1.000
	p		-

*0.05 için anlamlı ilişki

İncelenen boyutların birbiri ile pozitif yönde anlamlı ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Risk eğilimi arttıkça finansal iyi oluş durumu %31.7 artış göstermektedir. Böylece H_{1a} hipotezi doğrulanmıştır.

2.6.5. Regresyon Analizi Sonuçları

Çalışmada, risk eğilimi bağımsız değişken ve finansal iyi olma hali bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Varsayımların sağlanması amaçlı Eviews 10.0 sürümü içinde bulunan Newey-West algoritmasıyla analizler gerçekleştirilmiştir.

Tablo 4. Regresyon Analizi Tahmin Sonuçları

Bağımlı Değişken: Finansal İyi Olma Hali	Katsayı	St. hata	t istatistiği	p
Sabit	2.579	0.401	6.431	0.000*
Risk Eğilimi	0.348	0.069	5.043	0.013*
$R^2 = 0.506$ $F_{hesap} = 29.12$ $F_{anlamlılık} = 0.000$ Harvey test (p) = 0.120 LM test (p) = 0.115 Jarque-Bera (p) = 0.225				
Bağımlı Değişken: Mevcut Finansal Durum	Katsayı	St. hata	t istatistiği	p
Sabit	1.809	0.198	9.136	0.000*
Risk eğilimi	0.319	0.049	6.510	0.000*
$R^2 = 0.501$ $F_{hesap} = 23.77$ $F_{anlamlılık} = 0.000$ Harvey test (p) = 0.116 LM test (p) = 0.109 Jarque-Bera (p) = 0.214				
Bağımlı Değişken: Gelecekteki Finansal Durum Beklentisi	Katsayı	St. hata	t istatistiği	p
Sabit	1.365	0.183	7.459	0.002*
Risk eğilimi	0.343	0.075	4.573	0.000*
$R^2 = 0.503$ $F_{hesap} = 24.56$ $F_{anlamlılık} = 0.000$ Harvey test (p) = 0.105 LM test (p) = 0.118 Jarque-Bera (p) = 0.221				

*0.05 için istatistik anlamlı değişken

Tablo 4’e göre; risk eğilimi 1 br. arttığında finansal iyi oluş halinin 0.348 br. artacağı görülmüştür. Diğer yandan alt boyutlarla yapılan analizde; risk eğilimi 1 br. arttığında mevcut finansal durum 0.319 br. artacağı, risk eğilimi 1 br. arttığında gelecekteki finansal durum beklentisinin 0.343 br. artacağı belirlenmiştir. Böylece, H_{1a} ve H_{2a} hipotezleri doğrulanmıştır.

3. SONUÇ

Günümüz koşullarında finansal piyasalarda ve finansal araçlarda yaşanan gelişmeler ile paralel şekilde, bireylerin ellerinde bulunan paranın daha fazlasını kullanma imkanları, kredi kartları gibi araçların da sunmuş olduğu olanaklar sayesinde daha kolay bir hale gelmiştir. Kişilerin risk alma eğilimlerinin düzeyi, finansal iyi olma halinin belirleyicisi olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, finansal bilgilere ulaşma ve değerlendirme imkanları olan bankacılık sektörü çalışanlarının risk alma eğilimlerinin finansal iyi oluş üzerindeki etkilerini belirlemektir. Korelasyon analizi sonucunda, risk eğilimi arttıkça finansal iyi oluş durumu %31.7 artacaktır. Regresyon analizi

sonucunda, risk eğilimi 1 br. arttığında finansal iyi oluş halinin 0.348 br. artacağı, alt boyutlarla yapılan analizde ise, risk eğilimi 1 br. arttığında mevcut finansal durum 0.319 br. artacağı, risk eğilimi 1 br. arttığında gelecekteki finansal durum beklentisinin 0.343 br. artacağı belirlenmiştir. Görüleceği üzere, risk alma eğiliminin finansal iyi oluş hali üzerinde olumlu etkisi belirlenmiştir.

Risk alırken, finansal okuryazarlık düzeyinin yüksek oluşunun, yatırım kararlarını doğru vermede etkili olduğunu belirten araştırmalar mevcuttur. Çalışılan örneklem grubundaki çoğu kişi 1-10 yıl çalıştığını belirtmiş, bankacılık sektöründe bu tecrübe ve ilişkiler ile oluşan sezgisel durum, risk alırken bile kişilerin doğru kararlar verdiğini göstermektedir. Örneklem grubunun özelliği nedeniyle bu sonuç normal karşılanmaktadır. Çalışma farklı risk eğilimi ölçekleri ile farklı örneklem grupları için denenebilir. İleriki çalışmalarda, hem risk alma eğilimi hem de finansal iyi oluş için ölçek geliştirme çalışmaları yapılabilir.

Sermayelerinin korunması, değer artışının sağlanması ve sürekli gelir elde edilmesi gibi amaçlar ile finansal piyasalarda yatırımlar gerçekleştiren bireysel yatırımcıları kısıtlayan, yönlendiren ve bu yatırımcıları gerçekçi hareket etmekten alıkoyan birçok unsur bulunmaktadır. Yatırımcıların, yatırım kararlarını alırken, dikkate almaları gereken iki önemli ölçüt söz konusudur. Bu ölçütlerden birincisi; yatırımın taşımakta olduğu riskin seviyesi ve ikincisi ise yatırımın beklenen getirisi şeklindedir. Genel olarak yatırımcılar; eşit risk düzeyinde olan iki farklı yatırım aracından beklenen getirisi yüksek olanı tercih ederken diğer taraftan ise eşit beklenen getiri düzeyinde olan yatırım alternatifleri arasından düşük risk düzeyinde olan yatırımı tercih etme eğilimi göstermektedirler. Tüm bu kararlarda finansal okuryazarlık eğitiminin dolayısıyla, bilginin temel faktör olduğu tartışılmazdır. Küçük yaşlardan itibaren okullarda temel finans bilgilerinin yer alacağı müfredatın oluşturulması, şirketlerde çalışanlara bu tarz eğitimlerin verilmesi bireysel yatırımcılara cesaret verecektir. Kişilik özelliklerine göre risk alma eğilimi ayrıca şekillendiğinden, eğitimle birleştiğinde getirisi yüksek finansal iyi olma hali yaratan yatırım kararları alınmasına olanak yaratılacaktır.

KAYNAKÇA

- Anbar, A., Eker, M. (2009). Bireysel yatırımcıların finansal risk algılamalarını etkileyen demografik ve sosyo-ekonomik faktörler. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 129-150.
- Atabay, I., Kutbay Yıldırım, A., Karakas, F., Koc, A., & Alatur, B. (2018). The effects of risk propensity on financial well-being: an application on banking employees. *Press Academia Procedia (PAP)*, 7(1), 191-197.
- Bankalar birliği (2020). Türkiye’de *bankacılık sistemi banka, çalışan ve şube bilgileri*, Retrieved from <https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikraporlar/ekler/1295/>
- Barak, O. (2008). *Davranışsal finans: teori ve uygulama*. Ankara: Gazi Yayinevi.
- Bellante, D., & Gren, C. A. (2004), Relative risk aversion among the elderly, *Review of Financial Economics*, 13(1), 269-281.
- Bozkurt, Ö., ve Erdurur, K. (2013). Girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimindeki etkisi: potansiyel girişimciler üzerinde bir araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 57-78.
- Brindley, C. (2005). Barriers to women achieving their entrepreneurial potential: women and risk. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11(2), 144-161.
- Brüggen, E. C., Hogreve, J., Holmlund, M., Kabadayi, S., & Löfgren, M. (2017). Financial well-being: A conceptualization and research agenda. *Journal of Business Research*, 79(1), 228-237.
- Clark, R., A. Lusardi, and O. S. Mitchell. (2017b). Financial knowledge and 401(k) investment performance: a case study. *Journal of Pension Economics and Finance*, 16(3), 324-347.
- Falahati, L., Paim, L. (2011). Gender differences in financial well-being among college students. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9), 1765-1776.
- Gutter, M. S. & Fontes, A. (2006). Racial differences in risky asset ownership: a two-stage model of the investment decision-making process, *Financial Counseling and Planning*, 17(2), 64-78.
- Gutter, M., & Copur, Z. (2011). Financial behaviors and financial well-being of college students: Evidence from a national survey. *Journal of Family and Economic Issues*, 32(4), 699-714.

- Hayhoe, C. R., & Leach, L., & Turner, P. R. (1999). Discriminating the number of credit cards held by college students using credit and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 20(6), 643-656.
- Hunjra, A., Qureshi, Riaz, L. (2017). Psychological factors and investment decision making: a confirmatory factor analysis. *Journal of Contemporary Management Sciences*, 2(1), 65-82.
- Joo, S. (2008). *Personal financial wellness*, In J.J. Xiao (Ed.), Handbook of consumer finance research (pp.21-33), New York: Springer.
- Karan, M. B. (2013). *Yatırım analizi ve portföy yönetimi*. 4. Baskı, Ankara: Gazi Yayınevi.
- Kutbay, A., Özbek, V., & Koç, F. (2017). *Kişisel faktörler ve postmodern tüketim şekillerinin finansal iyi olma hali üzerindeki etkisi*. 2nd International Conference on Scientific Cooperation for the Future in the Economics and Administrative Science Proceedings Book, 262-273, Yunanistan.
- Lee, J. M., & Kim, K. T. (2016). The role of propensity to plan on retirement savings and asset accumulation. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 45(1), 34-48.
- Montier, J. (2002). *Behavioral finance*. New York: John Wiley & Sons Pbc.
- Norvilitis, J., Szablicki, B., Wilson, S. D. (2003). Factors influencing levels of credit-card debt in college students. *Journal of Applied Social Psychology*, 33(5), 935-94.
- Nosic, A., Weber, M. (2007). Determinants of risk taking behavior: the role of risk attitudes, risk perceptions and beliefs. *University at Mannheim, SFB 504*, (07-56), 1-33.
- O'Neill, B., Sorhaindo, B., Xiao, J. J., & Garman, E. T. (2005). Financially Distressed Consumers: Their Financial Practices, Financial Well-being, and Health. *Financial Counseling and Planning*, 16(1), 73-87.
- Prawitz, A., Garman, E., Sorhaindo, B., O'Neill, B., Kim, J., Drentea, P. (2006). In Charge financial distress/ financial well-being scale: development, administration, and score interpretation. *Financial Counseling and Planning*, 17(1), 34-50.
- Rai, K., Dua, S., & Yadav, M. (2019). Association of financial attitude, financial behaviour and financial knowledge towards financial literacy: A structural equation modeling approach. *FIIB Business Review*, 8(1), 51-60.
- Rui, Y., & Hanna, S. D. (2005). The effect of gender and marital status on financial risk tolerance. *Journal of Personal Finance*, 4(1), 66-85.
- Sabri, M., Falahati, L. (2012). Estimating a model of subjective financial well-being among college students. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(18), 191-199.
- Saraç, M., & Kahyaoğlu, M. B. (2011). Risk algısının tarihsel gelişimi, *Finans-Politik Ve Ekonomik Yorumlar*, 48(1), 556, 31-43.
- Sezgin, F. H. ve Kınay, B. (2010). A dynamic factor model for evaluation of financial crises in turkey, *Bulletin De la Societe des Sciences Medicales*, No: 1/10, 109-117.
- Sezgin, F. H. (2016). *Bayesci faktör analizi ve maslach tükenmişlik envanteri uygulaması*, International Conference on Scientific Cooperation for the Future in the Social Sciences (USAK) Bildiriler Kitabı, 1283-1296.
- Sorgente, A., & Lanz, M. (2017). Emerging adults' financial well-being: a scoping review. *Adolescent Research Review*, 2(4), 255-292.
- Sunal, O. (2012). Finansal iyilik hali ölçeği (FİHÖ): geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 12(2), 209-214.
- Taft, M., Hosein, Z., Mehrizi, S., Rosha, A. (2013). The relation between financial literacy, financial wellbeing and financial concerns. *International Journal of Business and Management*, 8(11), 63-75.
- Wakkee, I., Elfring, T., Monaghan, S. (2010). Creating entrepreneurial employees in traditional service sectors. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(1), 1-21.

Çalışmanın Başlığı Risk Eğiliminin Finansal İyi Olma Hali Üzerine Etkisi: Bankacılık Sektörü Örneği

Vosloo, W., Fouche, J., & Barnard, J. (2014). The relationship between financial efficacy, satisfaction with remuneration and personal financial well-being. *International Business and Economics Research Journal*, 13(6), 1455-1470.

Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.